

ISSN 1999-2629

**ПОЛИТИЧЕСКАЯ
ЛИНГВИСТИКА**

POLITICAL LINGUISTICS

4(38)'2011

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Уральский государственный педагогический университет»



ПОЛИТИЧЕСКАЯ ЛИНГВИСТИКА

4(38)'2011

Научный журнал

- Зарегистрирован Федеральной службой по надзору в сфере массовых коммуникаций, связи и охраны культурного наследия. Свидетельство о регистрации ПИ №ФС77-34838 от 25.12.2008
- Зарегистрирован Международным центром стандартной нумерации сериальных изданий (International Standart Serial Numbering – ISSN) с присвоением международного стандартного номера ISSN 1999-2629 от 14.05.2008
- Материалы журнала размещаются на сайте научных журналов Уральского государственного педагогического университета: journals.uspu.ru
- Материалы журнала размещаются на платформе Российского индекса научного цитирования (РИНЦ) Российской универсальной научной электронной библиотеки.
- Включен в каталог Роспечать. Индекс 81955
- Включен в Перечень ведущих рецензируемых научных журналов и изданий, в которых должны быть опубликованы основные результаты диссертаций на соискание ученой степени доктора и кандидата наук, Решением Президиума Высшей аттестационной комиссии Министерства образования и науки РФ от 19.02.2010 №6/6

Екатеринбург 2011

УДК 409.34
ББК Ш107
П50

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ:

Главный редактор: доктор филол. наук, проф. А. П. ЧУДИНОВ (Екатеринбург)

Заместители главного редактора:

доктор филол. наук, доцент Э. В. БУДАЕВ (Нижний Тагил)

Члены редакционной коллегии:

доктор философии, профессор Р. АНДЕРСОН (Лос-Анджелес, США)

доктор филол. наук, профессор В. Н. БАЗЫЛЕВ (Москва, Россия)

доктор философии, профессор Д. ВАЙС (Цюрих, Швейцария)

доктор филол. наук, профессор В. А. ВИНОГРАДОВ (Москва, Россия)

доктор философии, профессор Дж. ДАНН (Глазго, Великобритания)

ректор УрГПУ, доктор пед. наук, профессор Б. М. ИГОШЕВ (Екатеринбург, Россия)

доктор философии, профессор И. ИНЬИГО-МОРА (Севилья, Испания)

доктор филол. наук, профессор Э. ЛАССАН (Каунас, Литва)

доктор филол. наук, профессор Н. Б. РУЖЕНЦЕВА (Екатеринбург, Россия)

доктор философии, профессор П. СЕРИО (Лозанна, Швейцария)

доктор филол. наук, профессор В. В. ХИМИК (Санкт-Петербург, Россия)

доктор филологии, профессор П. ЧЕРВИНЬСКИ (Катовице, Польша)

Технический редактор: кандидат филол. наук Д. О. МОРОЗОВ

Выпускающий редактор: кандидат филол. наук, доцент М. Б. ВОРОШИЛОВА

Заведующий отделом перевода: И. С. ПОЛЯКОВА

Политическая лингвистика / Гл. ред. А. П. Чудинов; ФГБОУ ВПО

П50 «Урал. гос. пед. ун-т» – Екатеринбург, 2011. Вып. 4 (38). – 300 с.

ISSN 1999-2629

Журнал призван способствовать обмену новейшей информацией в области политической лингвистики, а также в сфере взаимоотношений языка, культуры и общества. Включает четыре основных раздела – «Теория политической лингвистики», «Политическая коммуникация», «Язык – политика – культура» и «Классика политической лингвистики». Предназначен для филологов, политологов, социологов и всех тех, кто интересуется проблемами политической коммуникации.

УДК 409.34

ББК Ш107

Благодарим РГНФ за материальную поддержку проекта (грант 11-04-00327а — Политическая коммуникация: общие закономерности и национальная специфика).

НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ
ПОЛИТИЧЕСКАЯ ЛИНГВИСТИКА
ВЫПУСК 4 (38)

Подписано в печать 17.11.2011. Формат 60x84/8.

Бумага для множительных аппаратов. Печать на ризографе.

Усл. печ. л. – 38. Тираж 500 экз. Заказ 3749.

Оригинал-макет отпечатан в отделе множительной техники
Уральского государственного педагогического университета

620017 Екатеринбург, пр. Космонавтов, 26

E-mail: uspu@uspu.ru

ISSN 1999-2629

© ФГБОУ ВПО «УрГПУ», 2011

© Политическая лингвистика, 2011

Ural State Pedagogical University



POLITICAL LINGUISTICS

4(38)'2011

Editor-in-Chief

Anatoliy P. Chudinov, Ph.D., Prof. (Ekaterinburg)

Deputy Editor-in-Chief:

Edward V. Budaev, Ph.D., Assoc. Prof. (Nizhniy Tagil)

Editorial Board

Richard Anderson Jr., Ph.D., Prof. (Los Angeles, USA)

Vladimir N. Bazylev Ph.D., Prof. (Moscow, Russia)

Petr Cerwinski Ph.D., Prof. (Katowice, Poland)

John Dunn, Ph.D., Prof. (Glasgow, the UK)

Boris M. Igoshev, Ph.D., Prof. (Ekaterinburg, Russia)

Isabel Iñigo-Mora, Ph.D., Prof. (Seville, Spain)

Vasiliy V. Khimik, Ph.D., Prof. (Saint-Petersburg, Russia)

Eleonora Lissan, Ph.D., Prof. (Kaunas, Lithuania)

Natalia B. Ruzhentseva, Ph.D., Prof. (Ekaterinburg, Russia)

Patrick Seriot Ph.D., Prof. (Lausanne, Switzerland)

Viktor A. Vinogradov, Ph.D., Prof. (Moscow, Russia)

Daniel Weiss, Ph.D., Prof. (Zurich, Switzerland)

Ekaterinburg 2011

СОДЕРЖАНИЕ

ПРЕДИСЛОВИЕ.....	10
------------------	----

ДИСКУССИЯ

Павлова А. В. Майнц, Германия	Хитрушки и единорог: из истории лингвонарциссизма	11
Безродный М. В. Гейдельберг, Германия		
Шмелев А. Д. Москва, Россия	Всегда ли научное изучение русского языка является проявлением «лингвонарциссизма»?	21

РАЗДЕЛ 1. ТЕОРИЯ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ЛИНГВИСТИКИ

Балашова Л. В. Саратов, Россия	Прецедентные феномены политического дискурса в современных русских социолектах	34
Басовская Е. Н. Москва, Россия	Политический намек в советских газетных публикациях о русском языке (на материале «Литературной газеты» 1950—1970-х гг.)	43
Гридина Т. А. Екатеринбург, Россия	Языковая игра в жанре политического прикола	47
Кожемякин Е. А. Белгород, Россия	Производство знания в политическом дискурсе: социально-эпистемологический взгляд	52
Сипко Й. Прешов, Словакия	Русины: политические и этнокультурные особенности	57
Стексова Т. И. Новосибирск, Россия	Речевой жанр обещания в политическом дискурсе	63

РАЗДЕЛ 2. ПОЛИТИЧЕСКАЯ КОММУНИКАЦИЯ

Борщева О. В. Саратов, Россия	Отношение к труду в политическом дискурсе (на материале русской фразеологии)	67
Вдовиченко Л. В. Сургут, Россия	Идеологемы «Порядок» и «Order»: специфика употребления в российском и американском политическом дискурсе	71
Геворгян М. В. Кемерово, Россия	Актуализация тактики манипуляции лексикой в массмедийном политическом дискурсе	76
Гурова Н. В. Пятигорск, Россия	Категория побудительности и ее функции в политической коммуникации	79
Дотдаева Ф. И. Пятигорск, Россия	Самопрезентация президентов США (на материале американского президентского дискурса)	87
Коробкова О. М. Москва, Россия	«Свои — чужие» в дореволюционном политическом дискурсе большевиков и советском тоталитарном дискурсе	97
Окунева И. О. Москва, Россия	Приемы речевого воздействия в печатных СМИ России, Великобритании, США и Канады	104
Плаксына Е. Б. Екатеринбург, Россия	Языковые средства реализации воздействующей функции заголовков (на материале российской и французской прессы)	117

Плахотная Ю. И. Челябинск, Россия	Речевое воздействие в диалогическом политическом дискурсе	121
Полякова Л. С. Магнитогорск, Россия	Проявление гендерных стратегий в политических выступлениях: социолингвистическое экспериментальное исследование	125
Приходько С. А. Новозыбков, Россия	Оппозиции в политическом дискурсе В. И. Ленина (на базе труда «Материализм и эмпириокритицизм»)	129
Русова И. А. Сургут, Россия	Ориентационная метафора в политическом дискурсе	139
Сивенкова М. А. Минск, Беларусь	«Критиковать или не критиковать...?»: об эффективности метакоммуникативных комментариев в политической дискуссии	148
Соловьева А. С. Екатеринбург, Россия	Негативный образ России (на примере американского издания “The New York Times”).....	152
Таратынова Т. В. Челябинск, Россия	Метафора религии в нарративе выборов президента США-2008 (на примере немецких СМИ).....	157
Цонева Л. М. Велико-Тырново, Болгария	Метафоры пути в болгарском политическом дискурсе	162
Цыцаркина Н. Н. Курган, Россия	Объективация сложного фрейма «Сотрудничество в борьбе (с терроризмом)» в англоязычном информационном политическом дискурсе	169
Чемодурова З. М. Санкт-Петербург, Россия	Тема политического террора в англоязычном романе В. В. Набокова “Bend Sinister”	173
Шилихина К. М. Воронеж, Россия	Ирония в политическом диалоге	177

РАЗДЕЛ 3. ЯЗЫК — ПОЛИТИКА — КУЛЬТУРА

Герасина Т. Н. Погорелко А. М. Уфа, Россия	Метафорическая модель экономического кризиса как продукт национальной культуры	183
Грибан И. В. Екатеринбург, Россия	«Контроверза Голдхагена»: историческая дискуссия в контексте медиаполитического дискурса	189
Гутрина Л. Д. Екатеринбург, Россия	Ребенок и социум в современной детской поэзии (А. Гиваргизов, Е. Клюев).....	194
Заварзина Г. А. Воронеж, Россия	Особенности функционирования концепта «Рынок» в сфере российского государственного управления начала XXI века	197
Иванова С. В. Уфа, Россия Николаева А. В. Стерлитамак, Россия	Роль «пустых» слов в тексте рекламы (на материале англоязычных рекламных текстов).....	202
Каган Е. Б. Екатеринбург, Россия	Развертывание метафоры двойной актуализации в российских и британских СМИ	210
Калюжная Е. Г. Екатеринбург, Россия	Персональный имидж: лингвокультурологический аспект анализа понятия	213

Лоскутова К. Н. Москва, Россия	Язык права в политической лингвистике (тексты советских конституций 1918 и 1936 годов) 217
Макеева С. О. Екатеринбург, Россия	Дискурсивные стратегии классифицированной рекламы конного бизнеса (на материале английского и русского языков)..... 223
Меньшикова Е. Е. Иркутск, Россия	Идеологемы в туристическом нарративе 229
Никифорова А. М. Пушкин, Россия	Цвет как элемент «визуальной политики» 236
Постникова А. А. Екатеринбург, Россия	Дело Марии Лафарг в контексте французского политического дискурса середины XIX века 241
Прямухина С. А. Орехово-Зуево, Россия	Жизнь результатов этнолингвистического взаимодействия..... 244
Расказов А. Ф. Сургут, Россия	Профессиональное двуязычие у спортсменов 250
Сидельникова Е. А. Ставрополь, Россия	Коммуникативно-прагматическая специфика эвфемизации / дисфемизации в нарративе финансово-экономического кризиса 253
Хрящева Н. П. Сухорукова Ю. А. Екатеринбург, Россия	Образ России в природном, культурном и общественно-историческом контекстах (по рассказу К. Г. Паустовского «Ильинский омут») 259
Терских М. В. Омск, Россия	Имидж Сибири в аспекте брендинга туристической дестинации 263
Томилова А. И. Екатеринбург, Россия	Межъязыковые псевдоэквиваленты в политической лексике 273
Федорова И. Г. Уфа, Россия	«Дефектный» диалог как характеристика американского светского общества в романе Э.Уортона «Век невинности» 277
Шер Е. Ю. Екатеринбург, Россия	Без права на независимость («Последний Колонна» В. К. Кюхельбекера в контексте идейных исканий русского общества)..... 281

РАЗДЕЛ 4. ИЗ ИСТОРИИ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ЛИНГВИСТИКИ

Рут Водак Австрия/Великобритания <i>Пер. В. И. Карасика</i>	Критическая лингвистика и критический анализ дискурса 286
--	---

РАЗДЕЛ 5. РЕЦЕНЗИИ. ХРОНИКА

Кондратьева О. Н. Кемерово, Россия	Современная политическая лингвистика: итоги и перспективы 292
Чудинов А. П. Екатеринбург, Россия	Две когнитивных лингвистики 296
Правила представления авторами рукописей в журнал «Политическая лингвистика»300	

CONTENTS

EDITORIAL	10
------------------------	----

DISCUSSION

Pavlova A. V. Mainz, Germany	Khitrushki and Unicorn: from the history of narcissism in language	11
Bezrodnyj M. V. Heidelberg, Germany		
Shmelev A. D. Moscow, Russia	Russian linguistics: alleged narcissism in language	21

PART 1. THEORY OF POLITICAL LINGUISTICS

Balashova L. V. Saratov, Russia	Precedent phenomena of political discourse in modern Russian sociolects	34
Basovskaya E. N. Moscow, Russia	Political hint in the Soviet newspaper articles on the Russian language (on the basis of the "Literaturnaya Gazeta" 1950—1970)	43
Gridina T. A. Ekaterinburg, Russia	Word game in the genre of political joke	47
Kozhemyakin E. A. Belgorod, Russia	Knowledge production in political discourse: a social-epistemological view	52
Sipko J. Prešov, Slovakia	Rusiny: political and ethno-cultural peculiarities	57
Steksova T. I. Novosibirsk, Russia	Speech genre of promise in political discourse	63

PART 2. POLITICAL COMMUNICATION

Borshcheva O. V. Saratov, Russia	Attitude to work in political discourse (on the basis of Russian phraseology)	67
Vdovichenko L. V. Surgut, Russia	Ideologem "Order": particular characteristics of its use in the political discourse of Russia and the USA	71
Gevorgyan M. V. Kemerovo, Russia	Actualization of lexis manipulation tactics in Mass Media political discourse	76
Gurova N. V. Pyatigorsk, Russia	Category of exhortation and its functions in political communication	79
Dotdaeva F. I. Pyatigorsk, Russia	The USA presidents' selfpresentation (on the basis of American presidential discourse)	87
Korobkova O. M. Moscow, Russia	«Friends and Foes» in pre-revolutional political discourse of Bolsheviks and in the Soviet totalitarian discourse	97
Okuneva I. O. Moscow, Russia	Persuasive techniques in the press of Russia, Great Britain, the USA and Canada	104
Plaksina E. B. Ekaterinburg, Russia	Language means of realization of influence function of headlines	117

Plakhotnaya Yu. I. Chelyabinsk, Russia	Speech effect in political dialogue discourse.....	121
Polyakova L. S. Magnitogorsk, Russia	The occurrences of gendered strategies in political speeches: sociolinguistic experimental research	125
Prikhodko S. A. Novozybkov, Russia	Oppositions in V. I. Lenin's political discourse ("Materialism and empirio-criticism" is taken as an example)	129
Rusova I. A. Surgut, Russia	Oriental metaphor in political discourse.....	139
Sivenkova M. A. Minsk, Belarus	"To criticise or not to criticise...?" On the effectiveness of metacommunicative comments in political discussion	148
Solovyeva A. S. Ekaterinburg, Russia	The negative image of Russia (on the materials of American newspaper "The New York Times")	152
Taratynova T. V. Chelyabinsk, Russia	Religious metaphor in the narrative of the United States presidential elections — 2008 (in the German Mass Media).....	157
Tsoneva L. M. Veliko Tarnovo, Bulgaria	Metaphors of way in Bulgarian political discourse.....	162
Tsytsarkina N. N. Kurgan, Russia	Actualization of the complex frame «Cooperation in fighting (terrorism)» in political discourse of American and British newspapers	169
Chemodurova Z. M. St. Petersburg, Russia	The theme of political terror in Nabokov's novel "Bend Sinister"	173
Shilikhina K. M. Voronezh, Russia	Irony in political dialogue	177

PART 3. LANGUAGE — POLITICS — CULTURE

Gerasina T. N. Pogorelko A. M. Ufa, Russia	Metaphoric economic crisis model as a product of national culture	183
Griban I. V. Ekaterinburg, Russia	"Goldhagen controversy": historic debate in the context of mediapolitical discourse	189
Gutrina L. D. Ekaterinburg, Russia	Child and society in modern poetry for children (A. Givargizov, E. Kliuev)	194
Zavarzina G. A. Voronezh, Russia	Peculiarities of functioning of concept "Market" in the field of Russian public administration in the beginning of the XXI century.....	197
Ivanova S. V. Ufa, Russia Nikolayeva A. V. Sterlitamak, Russia	The role of "empty" words in the advertizing text (on the basis of English commercials).....	202
Kagan E. B. Ekaterinburg, Russia	The evolution (expansion) of double realization metaphor in Russian and British Mass Media	210
Kaliuzhnaya E. G. Ekaterinburg, Russia	Personal image: lingocultural aspect of the notion analysis.....	213

Loskutova K. N. Moscow, Russia	Language of law in political linguistics (texts of the Soviet Constitutions 1918 and 1936).....	217
Makeeva S. O. Ekaterinburg, Russia	Discourse strategies of Russian and British 'Horse for sale' classifieds	223
Menshikova E. E. Irkutsk, Russia	Idiologems in tourist narrative.....	229
Nikiforova A. M. Pushkin, Russia	Colour as the element of "visual politics"	236
Postnikova A. A. Ekaterinburg, Russia	M. Lafarg's judicial process	241
Pryamukhina S. A. Orekhovo-Zuevo, Russia	Life of the results of ethno-linguistic interaction	244
Rasskazov A. F. Surgut, Russia	Sportsmen professional bilingualism	250
Sidelnikova E. A. Stavropol, Russia	The communicative-pragmatic specific features of euphemistic / dysphemistic processes in the financial-economic crisis narrative	253
Khryashcheva N. P. Sukhorukova Yu. A. Ekaterinburg, Russia	The image of Russia in the natural, cultural and socio-historical contexts (on the basis of the story by K. G. Paustovsky "Ilyinsky pool")	259
Terskikh M. V. Omsk, Russia	Image of Siberia in the aspect of the tourist destination branding	263
Tomilova A. I. Ekaterinburg, Russia	Interlingual pseudoequivalents in the political lexicon.....	273
Fedorova I. G. Ufa, Russia	The "defective" dialogue as the characteristics of the American society in Wharton's novel "The Age Of Innocence".....	277
Sher E. Yu. Ekaterinburg, Russia	Without any right for independence («The Last Kolonna» by V. K. Kuhelbeker in the context of the search for ideas of the Russian society)	281

PART 4. FROM THE HISTORY OF POLITICAL LINGUISTICS

Ruth Wodak Austria/Great Britain <i>Transl. by V. I. Karasik</i>	Critical linguistics and critical discourse analysis	286
---	--	-----

PART 5. REVIEWS. CHRONICLE

Kondratyeva O. N. Kemerovo, Russia	Modern political linguistics: results and perspectives	292
Chudinov A. P. Ekaterinburg, Russia	Two cognitive linguistics	296
Manuscripts requirements		300

ПРЕДИСЛОВИЕ

Редакционная коллегия представляет очередную номер «Политической лингвистики».

Как и прежде, мы стремимся к узкой специализации с ориентацией на максимально широкий круг читателей. Наши авторы представляют различные научные школы и направления в России и в других странах.

Номер открывает статья М. В. Безродного и А. В. Павловой — филологов, которые ныне работают в Германии, но генетически связаны с Тартуской научной школой и советским языкознанием в целом. Их полемически заостренная статья, несомненно, привлечет внимание. Действительно ли мы — русские — страдаем лингвистическим нарциссизмом, и в какой мере подобный нарциссизм свойствен другим народам? Эта статья представляет собой новую редакцию выступления авторов 11.12.2009 в Берлине на конференции «Kultur und/als Übersetzung», опубликованного ранее в сетевом журнале «Toronto slavic quarterly» (vol. 31, 32). В этом же журнале началась полемика между названными авторами и А. Д. Шмелевым. Существенно расширенный и дополненный вариант критической статьи А. Д. Шмелева также включен в данный выпуск нашего журнала.

Публикация двух названных статей хорошо иллюстрирует ведущие принципы нашего журнала.

Мы против политической цензуры, с уважением относимся к политическим взглядам авторов наших публикаций, хотя не всегда и не во всем с ними согласны. Это относится не только к статье М. В. Безродного и А. В. Павловой.

Мы считаем необходимым соблюдение принципов толерантности и политической корректности, в том числе в статьях, созданных в рамках критического анализа дискурса, однако не считаем для себя возможным вносить поправки в тексты, предложенные нам авторами. В некоторых случаях (однако далеко не всегда) ярко выраженная гражданская позиция автора оказывается уместной даже в лингвистической статье.

Мы исходим из того, что сам факт анализа политических текстов, созданных политическими экстремистами, вовсе не свидетельствует о том, что автор публикации или редакционная коллегия в какой-либо степени солидарны с позицией соответствующего политического лидера или журналиста.

Мы не имеем возможности оплачивать труд литературных редакторов и корректоров, а поэтому ответственность за подбор и точность цитат, за возможные опечатки или иного рода недочеты несут авторы соответствующих публикаций.

Мы лишены средств для оплаты труда профессиональных переводчиков. Поэтому вполне возможно, что переводчики-волонтеры не всегда блестяще справляются со своей работой, но мы надеемся, что публикуемые переводы дают достаточно точное представление о содержании оригинальных текстов. И нам особенно приятно, что представленная в данном номере статья Рут Водак переведена В. И. Карасиком, который давно зарекомендовал себя не только как блестящий лингвист, но и как талантливый переводчик лингвистических текстов.

Мы исходим из того, что в сочетании «политическая лингвистика» значимы обе части. И хотя мы считаем наш журнал лингвистическим, однако стремимся предоставлять трибуну политологам, психологам, социологам, литературоведам и специалистам по иным социально-гуманитарным наукам.

С содержанием предшествующих выпусков данного журнала можно ознакомиться на сайте cognitiv.narod.ru, а также на сайте Уральского государственного педагогического университета uspu.ru. На сайте cognitiv.narod.ru размещены также другие публикации по проблемам политической лингвистики, преимущественно подготовленные в рамках Уральской школы политической лингвистики. Мы готовы удовлетворить заявки и на пересылку этого и предшествующих выпусков в отпечатанном варианте.

Контакты.

Почтовый адрес: 620017, Екатеринбург, пр. Космонавтов 26, Уральский государственный педагогический университет, кафедра риторики и межкультурной коммуникации (каб. 285).

Телефоны: (343) 2357612 (кафедра); (343)3361592 (гл. редактор А.П. Чудинов).

Факс (343) 3361592.

Электронная почта: ap_chudinov@mail.ru.

С уважением и надеждой на сотрудничество:

доктор филол.наук, профессор
Анатолий Прокопьевич Чудинов,

доктор филол. наук, доцент
Эдуард Владимирович Будаев,

кандидат филол. наук, доцент
Мария Борисовна Ворошилова,

кандидат филол. наук, техн. редактор
Даниил Олегович Морозов

ДИСКУССИЯ

УДК 81-13:811.161.1

ББК Ш1Г

ГСНТИ 16.21.27; 16.01.11

Код ВАК 10.02.19

А. В. Павлова

Майнц, Германия

М. В. Безродный

Гейдельберг, Германия

A. V. Pavlova

Mainz, Germany

M. V. Bezrodnyj

Heidelberg, Germany

ХИТРУШКИ И ЕДИНОРОГ: ИЗ ИСТОРИИ ЛИНГВОНАРЦИССИЗМА

Аннотация. Краткий очерк истории русского лингвонарциссизма и обзор постсоветских российских публикаций, выполненных в русле гипотезы лингвистической относительности.

Ключевые слова: лингвонарциссизм; неогумбольдтианство; гипотеза лингвистической относительности; языковая картина мира.

Сведения об авторе: Павлова Анна Владимировна, кандидат филологических наук, преподаватель факультета переводоведения, прикладной лингвистики и культурологии.

Место работы: Майнцский университет.

Контактная информация: Fachbereich Translations-, Sprach- und Kulturwissenschaft, Arbeitsbereich Russisch, Postfach 1150, An der Hochschule 2, 76711 Gernersheim, Germany.
e-mail: pavloan@uni-mainz.de.

KHITRUSHKI AND UNICORN: FROM THE HISTORY OF NARCISSISM IN LANGUAGE

Abstract. It is a short essay about the Russian narcissism in language and a survey of the post-Soviet publications dealing with the linguistic relativity hypothesis.

Key words: narcissism in language; neohumboldtianism; linguistic relativity hypothesis; linguistic image of the world.

About the author: Pavlova Anna Vladimirovna, Candidate of Philology, Lecturer, Faculty of Translation Studies, Applied Linguistics and Cultural Studies.

Place of employment: the University of Mainz.

Сведения об авторе: Безродный Михаил Владимирович, кандидат филологических наук, преподаватель Института славистики.

Место работы: Гейдельбергский университет.

Контактная информация: Slavisches Institut, Schulgasse 6, 69117 Heidelberg, Germany.

e-mail: michail.bezrodnyj@slav.uni-heidelberg.de.

About the author: Bezrodnyj Mikhail Vladimirovich, Candidate of Philology, Lecturer, the Institute of Slavic Studies.

Place of employment: University of Heidelberg.

Новая (местами сокращенная, местами расширенная) редакция выступления 11.12.2009 в Берлине на конференции «Kultur und/als Übersetzung», опубликованного на русском («Хитрушки и единорог: Образ русского языка от Ломоносова до Вежбицкой») и английском («How to catch a unicorn? The image of the Russian language from Lomonosov to Wierzbicka») языках в сетевом журнале «Toronto slavic quarterly» (vol. 31, 32) и на немецком: *Wie fängt man ein Einhorn? Das Bild der russischen Sprache von Lomonosow bis Wierzbicka // Kultur und/als Übersetzung: Russisch-deutsche Beziehungen im 20. und 21. Jahrhundert. Berlin, 2011. S. 253—276.*

Авторы считают своим приятным долгом поблагодарить за помощь в работе Ренату фон Майдель (Гейдельберг), Биргит Менцель (Майнц), Вольфганга Айсманна (Грац), Александра Бириха (Гейдельберг), Генриха Пфандля (Грац), Оскара Райхманна (Гейдельберг), Патрика Серию (Лозанна), Шамиля Хайрова (Глазго).

Конечно, рассмотренное рассуждение скорее относится к области патологических явлений научной литературы, наблюдающихся и при более высоком состоянии умственной культуры в самых цивилизованных странах, но нельзя не видеть, что в данном случае патологическая уродливость сказалась с особой резкостью, благодаря местным условиям.

С. К. Булич. Очерк истории языкознания в России: XIII—XIX вв. (М., 2011. С. 583.)

Распад советской империи сопровождался воздвижением шуточных памятников фольклорным персонажам — Чижик-Пыжику, Неизвестному Студенту и Рабиновичу, а сопротивление модернизации ознаменовано реанимацией прежних символов национальной идентичности — таковы новые памятники Ермолову, Дзержинскому, Сталину и Андропову. В 2003 г. площадь одной из кубанских станиц украсил каменный многогранник со словами Тургенева: «О великий, могучий, правдивый и свободный русский язык!». Зададимся вопросом: к какой из упомянутых групп памятников — «крылатым словам» или «сильной руке» — следует отнести этот?

Его инициатор, «помощник атамана по культуре Мостовской казачьей общины» [Степанова

24.05.2002], видел в нем «дань уважения русскому языку, объединявшему на протяжении веков многие народы на огромном пространстве земного шара» [Степанова 24.12. 2002] и «объединяющему всех жителей нашей страны независимо от национальности и вероисповедания, цвета кожи и разреза глаз» [Степанова 24.05.2003]. Следует, однако, учесть, что в годы обсуждения и осуществления этого проекта (2002—2003) Краснодарский край, третий среди регионов России по численности населения, не знал себе равных по уровню дискриминации этнических меньшинств: краевая власть, заручившись поддержкой Москвы и опираясь на помощь казачества, планомерно и открыто запугивала «иногородцев» и вытесняла их за пределы края. В те же годы российские СМИ твердили о

необходимости защиты русского народа и русской культуры, а российский парламент законодательно закрепил главенство русского языка и кирилловского алфавита. Примечателен контекст, в котором упоминалась инициатива кубанских казаков: «Супруга Президента Л. Путина приняла на минувшей неделе участие во Всероссийской конференции, посвященной проблемам современного русского языка, которая состоялась в Сочи. Известные российские писатели, лингвисты, журналисты, преподаватели русской словесности единодушно сошлись во мнении, что наш „великий и могучий“ нуждается сегодня в защите. Участников ознакомили с новой Федеральной программой „Русский язык в регионах России“. Кстати, на Кубани уже принята своя, краевая программа защиты русского языка. В Мостовском районе 19 октября, в день пушкинского Царскосельского лицея, был установлен гранитный камень как памятный знак любви и признательности русскому языку» [Памятник языку].

Подходила ли для этих целей цитата из Тургенева? На первый взгляд, нет, ведь в ней русский язык предстает не средством международного общения и не объектом защиты, а носителем признаков, отличающих его от других языков. Западный исследователь, изучая общие места в высказываниях российских литераторов и лингвистов о русском языке, заметил, что его превознесение в советское время плохо согласовывалось с марксистской идеей дружбы народов [Jachnow 1987: 218]. Но для советских марксистов здесь не было противоречия, ведь дружбой народов считалось не проявление взаимной симпатии равных, а присяга покоренных на верность. Покорение же мыслилось аккультурацией в противоположность западной практике ассимиляции — идеологема, прочно вошедшая в обиход еще до марксизма: так, Карамзин в предисловии к «Истории государства Российского» замечает, что русский народ «открыл страны, никому дотоле неизвестные, внеся их в общую систему Географии, Истории, и просветил Божественною Верою, без насилия, без злодейств, употребленных другими ревнителями Христианства в Европе и в Америке, но единственно примером лучшего». В советское время с такими декларациями полагалось выступать благодарным «инородцам»; популярностью пользовались, например, стихи дагестанца Гамзатова: «Ни хитроумье бранное, ни сила / Здесь ни при чем. Я утверждать берусь: / Не Русь Ермолова нас покорила, / Кавказ пленила пушкинская Русь» (пер. Гребнева). Однако в стране, где было принято высмеивать акцент и ошибки говорящих по-русски жителей Кавказа, Средней Азии и Прибалтики, не всем удавалось отличить Русь певца Кавказа от Руси палача Кавказа, тем более что о последнем Москва и не позволяла забыть: тщательно охраняемый памятник Ермолову как символ имперского кулака, занесенного над Кавказским хребтом, долгое время украшал центр Грозного. А в 2008 г. в Ставропольском крае по инициативе казаков Терского войска, невзирая на протесты чеченцев, был возведен новый памятник Ермолову. Думается, что сродни ему и памятник Русскому Языку, воздвигнутый казаками Кубанского войска в Кавказском предгорье.

Если в части «правдивый и свободный» тургеневская похвала русскому языку восходит к пушкинским словам о жрецах, независимых от земных властей (Волхвы не боятся могучих владык, / А княжеский дар им не нужен; / Правдив и свободен их вещий язык / И с волей небесною дружен [см.: Кеил 1978: 263]), то в части «великий, могучий» она наследует богатой традиции лингвонарциссизма. Со времен Ломоносова в ходу были заявления о функциональном и эстетическом превосходстве русского языка над другими [см.: Русские писатели о языке 1954, 1955; Русские писатели о языке (XVIII—XX вв.) 1954; Поэты о русском языке 1982, 1989; Русские писатели XVIII—XIX веков о языке 2000, 2006; Русские писатели о языке 2004; Прямая речь 2007], утверждалось, что он старше латинского, немецкого и французского и ровесник древнееврейского (Напр.: «...Единоутробен с латинским и немецким и <...> их обоих старше»; «...Славенского языка древность не токмо равна древности Латинского, но <...> едва ли оную не превышает»; «...Один из первоначальных и коренных языков, и если не древнейший Еврейского <...> то по крайней мере оному современный»; «...Французский отдать должен по должности честь, преимущество и старшинство не только своему древнему Цельтическому, но вкупе и Российскому и признать пред ним свою молодость» [цит. по: Булич 2011: 211, 289, 292, 582]), и всюду находили доказательства его первородства: так, этноним *этруски* (*гетруски*) производили от слова *хитрушки* («ибо сии люди в науках по-тогдашнему упражнялись» [цит. по: Булич 2011: 207; см. также: Клубков 2002]) либо от сочетания *геты русские* (*может быть, русские Геты (Геты русские), занимавшие часть Италии в доисторическом времени, были причиной обозначения племени своего Этрусками* [Классен 1995: 85]).

Сама по себе апология родного языка характерна не только для русского варианта идеологии национального превосходства. Собственно русскими здесь были аргументы — ссылки на площадь резонирующего пространства: «Язык, которым Российская держава великой части света повелевает, по ея могуществу имеет природное изобилие, красоту и силу, чем ни единому европейскому языку не уступает», — утверждал Ломоносов в «Кратком руководстве к красноречию» [Ломоносов 1952: 92], а через несколько лет, в «Российской грамматике», повышал оценку: «Повелитель многих языков, язык российский, не токмо обширностию мест, где он господствует, но купно и собственным своим пространством и довольствием велик перед всеми в Европе» [Там же: 391]^[1]. Объявленный имманентным российским просторам, русский язык оказывался подобен русскому народу и так же, как он, изображался силачом и гигантом — в полном соответствии со знаменитым умозаключением: «Здесь ли не быть богатырю, когда есть место, где развернуться и пройтись ему?» [Гоголь. Т. 6: 221]. Так, Бестужев-Марлинский сравнивал русский язык с Гераклом («Язык наш можно уподобить прекрасному усыпленному младенцу: он лепечет сквозь сон гармонические звуки или стонет о чем-то; но луч мысли

редко блуждает по его лицу. Это младенец, говорю я, но младенец Алкид, который в колыбели еще удушал змей! И вечно ли спать ему?» [Бестужев-Марлинский 1958: 546]. См. также: «Российское бы слово от природы богатое, сильное, здоровое, прекрасное, ныне еще во младенчестве своего возраста, добродетелей твоих изображением растущее и укрепляющееся, превзошло б достоинство всех других языков» [Ломоносов 1954: 95]), Шевырев — с Ильей Муромцем («Что сделалось с российским языком! / Что он творит безумные проказы! <...> Сей богатырь, сей Муромец Илья, / Баюканый на льдах под вихрем мразным, / Во тьме веков сидевший сиднем праздным, / Стал на ноги уменьем рыбака / И начал песнь от бога и царя. — / Воскормленный средь северного хлада / Родной зимы и льдистых Альп певцом, / Окреп совсем и стал богатырём, / И с ним гремел под бурю водопада» [Шевырев 1939: 87—88]), Надеждин наделял его эпитетами «мощный», «сильный», «могучий» и писал о его «богатырских мышцах» и «мужественной, исполинской энергии» [Надеждин 1972: 395, 405, 416, 420], а Гоголь восклидал: «Исполин наш язык!» [Гоголь. Т. 12: 34].

Классика лингвонарциссистского жанра, тургеневский панегирик стал в советское время образцом для двух других знаменитых гимнов — матери и империи: обращенное к родному языку признание «Ты один мне поддержка и опора» отозвалось в есенинском «Ты одна мне помощь и отрада», а эпитеты *великий, могучий и свободный* были использованы в михалковском тексте: *Союз нерушимый республик свободных / Сплотила навеки Великая Русь! / Да здравствует созданный волей народов / Единый, могучий Советский Союз!*^[2]. Примечательно, что при воспроизведении последней строчки *единый* часто заменяют на *великий*, как если бы сквозь гимн империи проступал «исходный» текст — гимн языку.

Постсоветский портрет русского языка живо напоминает его прежние изображения. Создатели так называемой новой хронологии берут на вооружение гипотезу о славянском происхождении этрусков [см.: Носовский, Фоменко. Ч. 4, гл. 15: Исчезновение загадки этрусков]; общественность оповещают, что «депопуляция <российского> населения и делексикализация <русского> языка — сходной природы» [«Любовь» усохла на три четверти 2009]. (О постсоветском отождествлении русского языка и русского народа в образах болезни языка см.: [Eismann 2000].) Уподобление языка народу не редкость и в работах академического (по характеру оформления, месту публикации и месту службы автора) профиля, особенно в тех, что пропагандируют идеи неогумбольдтианства.

Это направление гуманитарной мысли, постулирующее зависимость мышления и поведения носителей языка от особенностей его грамматики и лексики, связано прежде всего с именами Сепира и Уорфа, которым приписывают авторство гипотезы лингвистической относительности (далее — ГЛО), и Вайсгерберга, автора концепции «содержательной грамматики» и популярного в работах этого направления понятия «языковая

картина мира» (далее — ЯКМ)^[3]. С 1960-х гг. работы неогумбольдтианцев систематически подвергаются критике: изучение мыслительной деятельности не владеющих речью детей, афатиков, глухонемых, а также животных привело исследователей к выводу о независимости мышления от языка; проверка доказательной базы ГЛО выявила, например, ошибочность представлений Уорфа о языке хопи; указывалось и на существенные отличия американской версии неогумбольдтианства от немецкой (напр.: «...Утверждая, что между „языковыми мышлениями“ романских и германских языков существуют „лишь незначительные различия“, <...> Уорф фактически разрушает основу, на которой зиждется у Вайсгерберга типологическое противопоставление немецкого языка французскому» [Кацнельсон 2011: 103]. См. также: [Gipfer 1972]). К 1980-м гг. интерес к ГЛО угасает. В 1984 г. ученик Вайсгерберга предсказывает его идеям великое будущее [см.: Gipfer 1984], но спустя двадцатилетие выясняется, что большинство языковедов считает их устаревшими [см.: Roth 2004: 480]. Впрочем, так обстоит дело в западной лингвистике. В лингвистике российской ГЛО в постсоветское время становится весьма влиятельной доктриной, о чем свидетельствует, помимо прочего, заметный, особенно с середины 2000-х гг., рост числа публикаций, в которых соответствующие термины и ссылки выполняют исключительно декоративную функцию.

Ниже, однако, речь пойдет не о тех работах, в которых Сепир — Уорф попросту сменили Маркса — Энгельса, а о тех, что действительно выполнены в русле ГЛО. Их поток неоднороден: авторы по-разному определяют степень влияния языка на восприятие действительности и на поведение его носителей. Объединяет умеренных и радикальных поборников ГЛО преимущественный либо исключительный интерес к тем «концептам» (или «ключевым словам», «ключевым понятиям», «лингвокультурамам»), которые объявляются конститутивными для «русской ментальности» (или «русского менталитета», «русской ЯКМ», «русской модели мира»).

Интерес к ним возник под влиянием сочинений Вежбицкой о ключевых словах национальных культур. На западных лингвистов эти сочинения произвели и производят впечатление анахроничных и маргинальных — как потому, что в них сопоставляются фантомы (национальные характеры), а в подтверждение выводов, например, о русском характере цитируются Достоевский и Евтушенко, так и потому, что материалом для анализа служат не однородные и представительные по объему речевые массивы, а единичные и предвзято отобранные примеры из разных по типу дискурса и времени возникновения источников [см., напр.: Sériot 2005; Weiss 2006; Gebert 2006; Baldauf 2006; ср. также критику сборника работ российских учеников Вежбицкой: Келли 2007].

Обратное наблюдается в постсоветской России: ГЛО в версии Вежбицкой была воспринята исследователями западнической складки как последнее слово мировой науки, и их воодушевление разделили неославянофилы, быстро оценившие пригодность понятийного аппарата ГЛО для

обсуждении «русскости». Если в XIX в. носители универсалистских представлений полемизировали с идеологами особого статуса русского языка (таковы дискуссии карамзинистов с шишковистами, а позже — представителей академической науки с лингвистами-славянофилами [см., напр.: Гаспаров 1999], первыми российскими гумбольдтианцами^[4]), то в конце XX в. гумбольдтианская доктрина утвердилась в российском языковедении усилиями как неославянофилов, так и неозападников. Девальвация универсалистских взглядов протекала на фоне поисков новой национальной идеи и усиления в обществе изоляционистских настроений: если в начале 1990-х гг. более $\frac{2}{3}$ опрошенных россиян приветствовали планы «возвращения в семью цивилизованных наций», то к началу 2000-х почти $\frac{4}{5}$ поддерживали идею «особого пути» [см.: Верховский, Панин 2010: 173]. (Несколько ранее похожее научное направление сложилось в Китае, где с утратой ценностных ориентиров времен культурной революции и четырех модернизаций возникла потребность в новой объединяющей идее, и таковой стало противостояние глобализации. Определение специфики китайского национального характера объявили задачей государственной важности — включили в планы 7-й пятилетки. Взятые за выполнение этого заказа языковеды противопоставили «упадочному» западному рационализму, формализму, абстрактности, аналитизму, объективизму и сциентизму «древнюю, но вечно юную» китайскую эмоциональность, образность, конкретность, синтетизм, интуитивизм и гуманизм [см.: Schulte 2004; Schulte 2008; Wippermann 2003].)

Фундаментальные для ГЛО предположения — что народы различаются мировоззрением и характером и что эти различия закреплены в языке — предстают в работах российских приверженцев ГЛО не требующими проверки фактами. Вот типичные зачины этих работ: «Мы знаем, что ярким отражением характера и мировоззрения народа является язык и, в частности, его лексический состав» [Шмелев 1997: 482]; «Известно, что языковая картина мира каждого народа является отражением национального духа народа, специфики его мировосприятия» [Певная 2009: 72].

А вот образцы выводов: русскоязычные, в отличие от англоязычных, держат под контролем свое стремление к популярности [Карасик 2010: 222], а в отличие от немецкоязычных, признающих целесообразность страха, относятся к нему негативно [Бутенко 2006]; русские — «смелые, безответственные, фаталисты, добрые, бескорыстные, совестливые», а французы — «страшливые, ответственные, материалисты, корыстные, прагматичные, опирающиеся на законы» [Голованивская 2009: 372]; сакральный характер основы существования *удивление* отражает присутствие русскоязычным ощущение зависимости всего происходящего от воли высшей силы, английские же лексемы *surprise*, *wonder* указывают на более предметный, агентивный и индивидуалистский характер английского языкового сознания [Дорофеева 2002]; «...квадрат в русской языковой картине мира играет заметно менее существенную

роль по сравнению с кругом. Вклад концепта *круг* более существенен для русской национальной картины мира, в то время как для английской национальной картины мира концепты *квадрат* и *круг* одинаково значимы, т. е. по сравнению с англоязычной русскоязычная культура более „круглая“, а англоязычная по сравнению с русскоязычной более „квадратная“ [Гринкевич 2006: 21]; «...метафорическая структура концепта [*арех*] аналогична у представителей русского и французского сообществ. Основные отличия заключаются в том, что концепт русской лингвокультуры имеет дополнительную метафорическую проекцию *тайна*» [Семухина 2008: 19]; «...русскому менталитету так же, как и японскому, свойственно „психологическое единение“. Однако у русских оно другого рода. ...согласно русским культурным нормам, человек должен не только говорить то, что он думает. Он должен пропустить сказанное через свою собственную совесть» [Чернышева 2004: 279—282].

Констатацией отдельных особенностей русского языка-и-характера неогумбольдтианец не ограничивается — по эскизам Тютчева и Блока рисуется картина тотального одиночества русскоязычных: «Определенное противопоставление русского мира всему остальному носит объективный характер. Подавляющее большинство наций, составляющих сколько-нибудь влиятельный слой в современном мире, при построении грамматики своего языка, избрали иной путь, чем русские. <...> В основу китайского, тайских, японского, арабского, тюркских, западноевропейских положен определенный порядок слов. Даже в тех языках, где сохранились элементы падежных отношений, порядок победил. **Мы одиноки в кольце стран, и взаимопонимание с ними объективно затруднено.** <...> Мысль китайца гораздо ближе по принципам грамматического устройства к мысли англичанина или араба, чем к нашей. <...> Именно отсутствие в нашем языке парадигмы порядка и обязательности навязывает нам соответствующее понимание устройства мира. В нашей грамматике для построения понятного выражения можно использовать любой употребляемый в других языках порядок. <...> Поэтому нам легко понять как тюрков с их порядком слов (сказуемое в конце предложения), так и европейцев или китайцев с их последовательностью, когда сказуемое ставится после подлежащего. Ведь на русском вообще можно написать предложение в виде кольца, и оно не потеряет смысла, если начинать читать его с любого слова. Поэтому в процессах взаимопонимания гораздо больше проблем возникает для них, а не для нас. И это непонимание, прежде всего в виде рожденного западноевропейским языком формализма и ригидности мысли, сквозит через историю последних столетий и до сегодняшнего дня. Мы действительно во многом стоим особняком. Так, из стран с развитой цивилизацией и технологией мы самая северная. А среди северных стран у нас самый суровый климат. И, тем не менее, наперекор обстоятельствам русские оказались очень успешны в мировом соревновании цивилизаций. Думаю, что мы должны быть благодарны в этом выкованному

нами языку, а вместе с ним и своеобразие нашей мысли. В русском языке основа нашего изворотливого ума, нашего удивительного отношения к обстоятельствам и друг к другу. <...> Европейец и китаец склонны на первое место поставить терпеливый труд, который способствует удаче, а желание ему кажется рядовым условием любого начинания. Психолингвистический анализ показывает, что обстоятельства жизни русского человека закрепили в сознании (через посредство русского языка) иную последовательность. С русской точки зрения даже старательный труд может быть легко посрамлен неудачей, и только упрямое желание доведет до цели. При этом русское желание преследует цель не только упорным трудом, но и любыми неожиданными решениями. <...> Ставить банальные цели, которые легко соблазняют европейца или китайца (типа относительного улучшения чего-либо трудом) для русского человека мало привлекательно. Русский человек готов поставить свои усилия на кон только за нечто значительное, а лучше небывалое, за то, что можно назвать мечтой. Русская цель должна оправдывать любые усилия, а не измеряться посильным трудом. Этот вывод основан на экспериментальной психофизиологии условных рефлексов в условиях вероятностного подкрепления и психолингвистическом анализе основ русского языка» [Малышев 2009: 387—389].

Недоумение западных ученых по поводу новых веяний в российской науке о языке побудило Вежбицкую, открывшую своими *key words* ящик Пандоры, обозначить отличие собственной позиции от позиции своих ближайших российских учеников: так, комментируя их заявление, что язык «навязывает» определенные «представления о мире, стереотипы поведения и психических реакций» [Зализняк, Левонтина, Шмелев 2005: 13], Вежбицкая замечает: «Лично я бы сказала не „навязывает“, а „подсказывает“» [Вежбицкая 2008: 185; см. также: 179]. Обвинения в том, что, сопоставляя языки, она сопоставляет национальные характеры, Вежбицкая отвергает: «...я никогда не говорила о русском или каком-нибудь другом „национальном характере“» [Там же: 183]. Это очень странное утверждение, и не только потому, что словосочетание *national character* не раз встречается, например, на страницах ее книги «Semantics, culture, and cognition»^[5] (другое дело, что в дальнейшем Вежбицкая все чаще заключает злополучное словосочетание в кавычки [см., напр.: Wierzbicka 1998] или избегает его употреблять, — как полагают, по совету западных коллег [см.: Weiss 2006: 234]), но и потому, что, коль скоро национальный язык, согласно ГЛО, формирует национальный характер, то сопоставление национальных языков есть одновременно сопоставление национальных характеров — пусть даже эти последние не упоминаются, а прячутся под псевдонимами «ментальность», «менталитет», «культура» и пр.

Приходилось Вежбицкой выслушивать упреки и от российских коллег: не все ее оценки, выставленные русскому характеру, сочли достаточно лестными, т. е. «научно обоснованными». Ее выводы о русской иррациональности, неагентивности и фатализме были названы сложившимися

под «давлением субъективизма и господствующих идеологических стереотипов» [Тарланов 1998: 73] (предпринятая З. К. Тарлановым критика представлений Вежбицкой о синтаксисе русского и английского языков поддержана в следующих работах: [Keijsper 2004: 192; Gebert 2006: 223]), «несколько поверхностными» [Шмелев 1997: 489], «несколько преувеличенными» [Шмелев 2002: 460], «несколько упрощенными» (Шмелев А. Д. Комментарий к статье Анны Вежбицкой — [Зализняк, Левонтина, Шмелев 2005: 503]), «отчасти спорными» [Голованивская 2009: 364], покоящимися «на контекстах вынужденно услужливого характера» [Колесов 2007: 43] (ср.: «...бесстрастная констатация межъязыковых соответствий подменяется фанатическим поиском доказательств, удовлетворяющих снедающую её русофобию» [Овсянников : 82]), не опирающимися «на значительный фразеологический материал как синхронического, так и диахронического характера» [Андрамонова, Балабанова 2003: 28]. (Против неогумбольдтианской практики использования фразеологического материала высказывались возражения и другого рода; см., напр.: [Мокиенко, Николаева. 2002; Березович 2007: 13; Баранов, Добровольский 2008: 251—253, 256, 257].)

Последний упрек типичен именно для 2000-х гг. Если в предшествующее десятилетие идеи неогумбольдтианства распространялись преимущественно в форме научной эссеистики, то в дальнейшем, с увеличением числа пропагандистов ГЛО, повысилась жанровая пестрота их выступлений и в этом потоке отчетливо обозначились полюса эссеизма и сциентизма. В работах, тяготеющих к первому, обнажается идеологический субстрат ГЛО и открыто пропагандируется идея русской исключительности. Особенности русского характера обсуждаются на страницах так называемых лингвострановедческих пособий: изучающим русский сообщают, что в обращении «родной» проявляется «характерное для русской культуры отношение к кровному родству — одновременно чрезвычайно прочувствованное и очень неформальное» [Предтеченская, Соколова, Шатилова 2008: 109], рекомендуют читать выдержки из сочинений о русском характере, написанных идеологами национализма (Иваном Ильиным, Олегом Платоновым и др.), и выполнять задания вроде таких: «Вставьте вместо пропусков нужный предикат *свойственно, присуще, характерно, типично* в правильном роде и числе. 1. Для русских _____ свободолюбие и правдоискательство. 2. Русским людям _____ изобретательность, смекалка, артистичность» [Перевозникова 2006: 165, 170, 178 и далее], или: «Выбери характерные черты русского человека» («правильные» ответы: *добрый, хмурый, страстный, веселый, скромный, терпеливый, щедрый*) [Штельтер 2004: 11, 63]. (Ср. также пособия с говорящими заглавиями и подзаголовками: [Сергеева 2006; Соловьев 2001].)

На другом, сциентистском полюсе российского неогумбольдтианства высказывается озабоченность тем, что «в последнее время идея языковой картины мира была очень широко растиражирована и, к сожалению, измельчена. Некоторые ав-

торы делают далеко идущие обобщения об этноспецифическом взгляде на мир и даже об особенностях национального характера на основе анализа нескольких изолированных примеров», поэтому при определении «этноспецифических» языковых единиц предлагается руководствоваться таким критерием, как их непереводаемость столь же простыми единицами других языков, и принимать во внимание «меру этноспецифичности», которая тем больше, чем большее число единиц языка выражает «ключевую идею» и чем более разнообразна их природа [Апресян 2006: 35].

Эти и подобные им предложения напоминают рекомендации по ловле единорога, но вообразим на минуту, что национальное мировоззрение вовсе не фантом и национальная ЯКМ может быть реконструирована (сторонники ГЛО пользуются именно термином «реконструкция», а не, скажем, «моделирование») на основе ключевых слов. Насколько состоятельна надежда на выявление этих последних по приписываемым им признакам: включенность во фразеологизмы, высокая частотность и непереводаемость?

Объявляя некое слово ключевым из-за его присутствия во фразеологизмах и иллюстрируя паремиями свои утверждения о важности для русской ЯКМ тех или иных моральных императивов, неогумбольдтианцы игнорируют структурную и семантическую целостность фразеологизма (т. е. неактуальность значений отдельных его компонентов; так, в подтверждение уникальности «концепта» *душа* сообщается, что в английских соответствиях русским идиомам с этим словом вместо *soul* используются иные слова: *душа моя!* — *my dear!*; *жить душа в душу* — *to live in perfect harmony* [см.: Гунина 2009: 174]), интернациональный характер большинства паремий (так, российская исследовательница, иллюстрирующая библеизмами свой тезис о том, что русские осуждают предательство и высоко ставят верность и чувство долга, забывает, что библеизмы не содержат в себе ничего специфически русского [см.: Eismann 2002: 117]) и взаимоисключающий — многих из предписаний «народной мудрости» (так, попыткам лингвистически обосновать стереотипы русской щедрости и немецкой прижимистости сопротивляются многочисленные русские пословицы, призывающие к бережливости, и многочисленные немецкие, осуждающие скупость [Там же: 119]). Наконец, среднестатистическому носителю языка обычно известно лишь небольшое количество этих предписаний, но даже будь он знатоком таковых, разве это доказывало бы его готовность ими руководствоваться?

А вот как постулируется высокая частотность ключевых слов: «...в корпусе современного русского языка частотность слова *судьба* — 230 на миллион слов, а в корпусе современного французского языка частотность *destinée* — 27 на миллион слов» [Вежбицкая 2008: 181]. Иначе говоря, слово *судьба* предлагается считать высокочастотным в русской речи (а значит, ключевым для понимания мировоззрения русскоязычных) только потому, что слово *destinée* в речи франкофонов употребляется реже. А что делать, если обнаружится, что в других языках аналоги слова *судьба*

употребляются чаще, чем оно? Не потребуются ли тогда пересмотреть его статус в русском? Непонятно, далее, почему сравниваются именно *судьба* и *destinée*, а не вообще русские и французские слова с соответствующей семантикой (ср. наблюдение, что слово *судьба* в переводной литературе с английского встречается реже, чем в оригинальной русской, но это соотношение изменится, если учитывать синонимы [см.: Zaretsky 2008: 47—48]). Последнее было бы тем более желательно, что *судьбе* как слову ключевому не полагается иметь переводных эквивалентов.

Классическое неогумбольдтианство исходит из представления о принципиальной непереводаемости (согласно Гумбольдту: «*Alles Übersetzen scheint mir schlechterdings ein Versuch zur Auflösung einer unmöglichen Aufgabe. Denn jeder Übersetzer muss immer an einer der beiden Klippen scheitern, sich entweder auf Kosten des Geschmacks und der Sprache seiner Nation zu genau an sein Original oder auf Kosten seines Originals zu sehr an die Eigentümlichkeiten seiner Nation zu halten. Das Mittel hierzwischen ist nicht bloß schwer, sondern geradezu unmöglich*» [Verzeichniss 1868: VI]) и мыслит язык промежуточной — меж бытием и сознанием — реальностью, уникальной для каждого языкового сообщества и жестко детерминирующей процессы концептуализации действительности. Языковые сообщества сродни монадам, и их взаимодействие иллюзорно (а ощущение, что оно реально, возникает, надо полагать, вследствие *harmonia praestabilita*). Эта точка зрения популярна у российских авторов^[6], и от иных их открытий решительно веет солипсизмом. Сообщается, например, что «к „живому“ в русской языковой картине мира относятся растения, животные, человек, Бог, к неживому относятся стихии, вещества, продукты, предметы» [Пименова 2006: 184] и что «русское языковое сознание связывает детство с беззаботностью, старость — с немощью и смертью» [Сергиева 2009: 264]. С этим невозможно не согласиться, но что в этой концептуализации специфически русского?

Строго следуя логике ГЛО, иллюзорными нужно было бы признать также синонимию и билингвизм. Из понимания синонимов как разных форм воплощения одного и того же смысла с необходимостью следует допущение, что смысл может быть и не слит с формой, а это противоречит ГЛО. О существовании лиц, владеющих несколькими языками, неогумбольдтианцы предпочитают не вспоминать, но если речь о таковых все-таки заводят, то заявляют, что «изучение иностранного языка <...> сопровождается своеобразным раздвоением личности» и что «у билингвов одновременно сосуществуют две языковые картины мира, у специалистов по иностранным языкам вторичная языковая картина мира накладывается на первичную, заданную родным языком» [Тер-Минасова 2000: 48, 63; см. также: Алефиренко 2010: 87—88]. Процитированное наблюдение тем более ценно, что оно принадлежит декану факультета иностранных языков МГУ им. М. В. Ломоносова. Случаи сосуществования у одного лица более чем двух ЯКМ этим автором не упоминаются и, надо надеяться, не зафиксированы.

Непереводимостью слова, объявленного ключевым, неогумбольдтианцы называют отсутствие у него точных эквивалентов в других языках. Под точностью эквивалента понимается его принадлежность к тому же разряду языковых единиц (так, словам полагается переводиться словами же и ни в коем случае не словосочетаниями (напр.: «...концепт является „концептом“ как раз в силу того, что он не находит однословных эквивалентов при переводе на другие языки» [Воркачев 2003: 5]), вопреки многовековой практике перевода) и к той же части речи (так, существительное *капризница* причисляется к немецким лакунам потому, что переводится прилагательным *launenhaft* [см.: Бердникова 2006: 13]). Другими же языками именуется языки вообще либо «западные языки», без уточнения. Если же доказывается отсутствие у некоего слова эквивалента в лексиконе конкретного языка, то делается это путем сопоставления значений слов в двуязычных и толковых словарях, а не путем анализа конкретных переводческих решений. Между тем переводчики имеют дело не с изолированными словами, но с сообщениями, и, например, в зависимости от того, какие именно значения многозначного слова *пошлый* актуальны для того или иного сообщения, это слово переводится на немецкий как *kitschig, ordinär, vulgär, gewöhnlich, geschmacklos, niveaulos, spießig, primitiv, kleinkariert, engstirnig, beschränkt, anzüglich, schlüpfzig* либо как их комбинация. Постулируя непереводимость слов, назначенных ключевыми, неогумбольдтианцы занимаются, собственно, не чем иным, как производством мнимых лакун, созданием «ложных врагов переводчика».

За доказательствами непереводимости обращаясь и к этимологическим словарям, однако несовпадение внутренних форм не может служить доводом в пользу непереводимости, поскольку внутренняя форма осознается лишь в случаях намеренной ее актуализации (в каламбурах, в поэзии), и ссылки на авторитет Потебни [см., напр.: Жакупова 2008: 22—25], много писавшего о мотивационной природе внутренней формы, вряд ли уместны, ведь именно А. А. Потебня считал, что, начиная с этапа полного овладения языком, воспоминания о внутренней форме стираются [см.: Потебня 1913: 138, 171—174]. Да и нужно ли доказывать непереводимость того или иного слова, напряженно всматриваясь в его внутреннюю форму и уподобляя каждого носителя языка Хлебникову и Цветаевой, раз столь наглядны различия уже во внешней форме слов? Если об «этноспецифике» свидетельствуют все языковые различия, то для ее выявления вовсе не обязательно заниматься сопоставительным анализом лексики и грамматики — достаточно ограничиться фонетикой и графикой. Дано ли, например, постичь смысл русской *судьбы* тому, кто выговаривает и пишет *destinée*? — и звуки не те, и буквы, и количество слогов.

Какая бы ситуация несовпадения языков ни рассматривалась российскими неогумбольдтианцами, ей полагается свидетельствовать о превосходстве русского языка над другими. Если для перевода, например, слова *пошлость* приходится

пользоваться одним из его контекстуальных синонимов, это демонстрирует беспрецедентную емкость русской лексемы. Если ситуация противоположна, а именно: некое понятие выражают большим количеством русских слов и небольшим — нерусских, — это служит доказательством беспрецедентного богатства русского лексикона. Насколько надежны лингвонарциссические построения, показывает следующий пример. Повторяя популярный тезис о том, что состояние печали и уныния на русском выражается более дифференцированно, чем на других языках, российский автор сообщил, что там, где русскоязычный располагает шестью словами (*печаль, грусть, скорбь, тоска, уныние, кручина*), у немецкоязычного всего два (*Trauer* и *Traurigkeit*). Но, публикуя свои наблюдения на немецком и поясняя русские обозначения печали и уныния, автор воспользовался, сам того не заметив, не двумя немецкими словами, а девятью (помимо *Trauer* и *Traurigkeit* еще *Betrübnis, Wehmut, Gram, Schwermut, Verzagtheit, Mutlosigkeit, Niedergeschlagenheit*) [Fomina 2004].

Казалось бы, решение о том, какое именно слово причислять к ключевым, следует принимать на основе анализа лексем из суммы трех множеств: «самые частотные», «самые фразеологичные» и «самые непереводимые». Это, однако, не делается никогда. Ключевые слова всегда известны заранее; мишень рисуется вокруг вонзившейся стрелы. И то сказать, по критерию частотности *судьбу* приходится сравнивать с *destinée*, а не с русскими существительными — ведь среди них *судьба* занимает только 181-е место, тогда как, например, *дело* находится на 4-м, и идиом с *делом* куда больше, чем с любым из признанных ключевых слов. Однако *дело*, в отличие от слов *судьба, удаль* и *авось*, ключевым считаться не может — это противоречило бы «учению» о склонности русских к созерцательности. Несolidно было бы считать ключевыми *матрешку* и *самовар*, т. е. слова действительно непереводимые (отчего их и не «транслируют», а транслитерируют), так что остается настаивать на непереводимости слов *удаль* и *авось*. Как видим, критерии, пригодность которых не доказана и недоказуема, еще и используются весьма избирательно.

Единственное основание, по которому то или иное слово назначается ключевым, — вера неогумбольдтианцев в этностереотипы. Отвергая обвинения в том, что в своих работах она опирается на стереотипы и защищает их, Вежбицкая тем не менее заявляет, что «некоторые из них могут отражать — пусть грубо и неточно — опыт многих обыкновенных людей» и что «результаты анализа в какой-то точке» могут согласовываться «с каким-то стереотипом» [Вежбицкая 2008: 185]. Еще откровенней высказываются на этот счет ее российские единомышленники: «...на уровне обычного сознания то, что принято называть менталитетом, издревле ощущается как безусловная реальность нашего экзистенциального опыта. В этом нас убеждают данные фольклора, в частности анекдотов на национальную тему, языковой материал фразеологизмов, пословиц и поговорок, а также почтенная философская, культурная и литературная традиция» [Радбиль 2010: 47] (ср.:

«Мало кто будет отрицать, что национальные стереотипы, представленные во фразах „We Dutch are honest“, „Русские долго запрягают, но быстро едут“, „Умом Россию не понять“, „My house is my castle“ и т. п. оценочно маркированы и всегда указывают на неоспоримый факт о эмоционально-психологических различиях национальных культур» [Шаховский 2009: 82]; «Анализ русской лексики позволяет сделать выводы об особенностях русского видения мира <...> и подвести под рассуждения о „русской ментальности“ объективную базу, без которой такие рассуждения часто выглядят поверхностными спекуляциями» [Шмелев 1997: 481] (ср.: «Неогумбольдтианская лингвофилософская концепция стала <...> первой попыткой перевести метафизические рассуждения об особости духа народа и картины мира языка в область практических лингвистических исследований, создав тем самым действительную основу для нового Ренессанса идей В. фон Гумбольдта» [Радченко 2006: 288]).

Итак, этностереотипы объявляют отвечающими реальности, а перед языкознанием ставят задачу обеспечить их пропаганде научную респектабельность. В свою очередь, умозаключения в духе ГЛО сообщают любому наблюдению над языком впечатляющую социологическую, а то и историософскую глубину. Утверждается, например, что участвовавшие в современной русской речи случаи употребления непереходных глаголов как переходных свидетельствуют о вестернизации мышления русскоязычных и что это чревато грандиозными общественными изменениями [см.: Эпштейн 2007; анализ см.: Градинарова, Зарецкий 2009]. Это мнение оспаривается — и точно тем же способом: на основании «„обратных“ примеров интранзитивации и рефлексивизации» делается вывод, что «русский язык и стоящий за ним „русский взгляд на мир“ пока еще не собирается сдавать позиции под напором иноментальных и инокультурных влияний. Более того, наиболее фундаментальные способ познания и оценивания мира и модели поведения в нем даже расширяют свою активную „представленность“ в речевой деятельности этноса» [Радбиль 2010: 324,325] (см. также: «...в рамках русской культуры индивидуализм не может стать доминирующим мировоззрением, поскольку противоречит ее основным принципам, где основным является духовность» [Слепушкина 2007: 16]).

Если западные приверженцы ГЛО, пытаясь возродить к ней интерес, дистанцируются от ее радикальных вариантов, то в литературе на русском, напротив, наблюдается тяготение к *plus ultra*, к этнолингвистике во вкусе старухи Изергиль («...Бог дал полякам такой змеиный язык за то, что они лживы»). Родной язык назначается ответственным уже не только за способы концептуализации действительности, но и за формы проявления эмоций (напр.: «В стандартных эмоциональных ситуациях люди данной языковой общности испытывают и выражают принципиально одинаковые эмоции. Каждый индивид, естественно, варьирует проявление типизированной эмоции, подгоняя ее под то или иное слово (знак этой эмоции) в зависимости от своего индивидуального опыта, но

редко выходит за грани социального (обобщенного) опыта» [Шаховский 2009: 35]), и все чаще мыслится объектом не столько усвоения, сколько наследования: «...язык живет в нас. Он хранит в нас нечто, что можно было бы назвать интеллектуально-духовными генами, которые переходят из поколения в поколение» [Колесов 1999: 137]; «...своеобразие русского менталитета <...> кодифицировано в семиотических границах русской этнокультуры, а сама ментальность в таком понимании предстает в качестве своего рода „познавательного кода“. Употребление генетического термина „код“ здесь не случайно. Он подчеркивает главное: ментальность — продукт наследования этнокультурной информации» [Алефиренко 2010: 117]. Биологизирующей терминологией учится пользоваться и истеблишмент: «Язык — это все-таки геном нации», — так директор правления фонда «Русский мир» обосновал свое предложение поставить проведение федеральной программы «Русский язык» под личный контроль президента России; и президента России эта аргументация убедила: «То, что вы сказали про язык как геном нации, то здесь президентское участие необходимо» [Граник 2011] (см. также: [Ветров 2011]).

Эпоха «суверенной демократии» учит не удивляться выходу в свет пособий по «русской логике» [Лобанов 2002; 2004; 2005; 2007; 2009; 2010] и «православной арифметике» [Говоров 2010]. Если поначалу под ЯКМ понималось отражение в языке так называемого наивного — в противоположность научному, единому для всего рода человеческого — мировоззрения, то со временем выяснилось, что научное мышление, скажем, у испаноязычных характеризуется «линейной логикой, аналитическим подходом, фрагментарностью, сегментацией и четкой категоризацией», а у русскоязычных — «синтезом, целостным восприятием, взаимосвязью разносторонних явлений, стремлением к высшим формам опыта» [Копылова 2007: 64].

Востребовано ли такое языкознание в современной России? Вне всяких сомнений, если судить по масштабам его внедрения в науку и образование. Выступает ли кто-нибудь из российских лингвистов против ГЛО? Против доктрины как таковой — нет; высказываются лишь замечания частного порядка. Куда более важным российское языкознание почтует защиту своего предмета от откровенно невежественных посягательств извне. Так, недавно бескомпромиссно были пресечены попытки доказать происхождение слова «этруски» из фразы «это русские». В том же выступлении было замечено, что, судя по стремлению дилетантов считаться учеными, «психологические позиции науки пока еще всё же относительно крепки в обществе» [Зализняк 2009: 61]. Это и впрямь очень утешает.

ПРИМЕЧАНИЯ

[1]. См. также: «...Jamais langue n'a occupé une aussi vaste étendue» [Лекция Кюхельбекера... 1954: 368]; «...Теперь во вселенной Российский язык почестся может занимающим место Еврейского, как сей был при Моисее и других богомудрых Пророках и Царях. Он по пространству и силе Государства, и по истинной вере, несмотря на мнения инославных, первый хранит истинное богопознание» [цит. по: Булич 2011: 583]; «Язык русский — этот сильный,

могучий язык, раздающийся по беспредельной обширности нашего великого отечества, от хребтов Карпата до хребтов Саяна, от моря Белого до моря Черного» [Надеждин 1972: 405]. Ср. также параллелизм образов территории и языка в стихотворении Б. А. Слуцкого «Родной язык»: *Отечественная история / и широка и глубока / как приращеньем территории, / так и прельщеньем языка.*

[2]. О переключке гимнов — русскому языку и Советскому Союзу — см.: [Keipert 1997: 195]. Ср. также уподобление русского языка — как могучего и правдивого — русскому народу и Советскому Союзу в стихотворении А. Яшина «Родной язык»: *Он, как русский народ, многолик, / Как держава наша, могуч. <...> Недвусмысленный и прямой, / Он подобен правде самой.*

[3]. Доктрина Вайсгерберга освещалась в СССР еще в 1950-е гг. (историю ее рецепции см.: [Radtschenko 1992]), однако его работы до начала 1990-х гг. на русский не переводились.

[4]. Серию прямо называет метод К. Аксакова, автора учения о русском глаголе, гумбольдтианским (см.: [Sériot 2003: 277]) и обнаруживает сходство в идеях Аксакова и Вежбицкой [см.: Sériot 2005: 33—34]. Следует, однако, заметить, что ни Вежбицкой, ни ее последователям эта страница истории российской лингвистики не известна; из российских неогумбольдтианцев только В. В. Колесов обстоятельно изучал (и еще в советское время пропагандировал) работы славянофилов — «первых, кто хотел обозначить специфические особенности русской ментальности в формах языка» [Колесов 2007: 52].

[5]. Ср. также подзаголовок работы [Wierzbicka 1992].

[6]. Напр.: «Социокультурный фактор, то есть те социокультурные структуры, которые лежат в основе структуры языковых, окончательно подрывает идею „эквивалентности“ слов разных языков, совпадающих по значению, то есть по соотносительности с эквивалентными предметами и явлениями окружающего мира» [Тер-Минасова 2000: 63]; «Ни в отношении формы (плана выражения), ни даже в отношении значения (плана содержания) тексты ИЯ <исходного языка> и ПЯ <переводящего языка> и единицы этих текстов не могут быть тождественны в принципе» [Иванов 2006: 8]; «...значения слов в разных языках не совпадают (даже если они, за неимением лучшего, искусственно ставятся в соответствие друг другу в словарях). Значения слов отражают и передают образ жизни и образ мышления, характерные для языковой общности» [Корниенко 2008: 23].

ЛИТЕРАТУРА

Алефиренко Н. Ф. Лингвокультурология: ценностно-смысловое пространство языка: учеб. пособие. — М., 2010.

Андромонова Н. А., Балабанова И. Я. Синтаксические отношения как универсалии // Сопоставительная филология и полилингвизм: сб. науч. тр. — Казань, 2003.

Апресян Ю. Д. Основания системной лексикографии // Языковая картина мира и системная лексикография. — М., 2006.

Баранов А. Н., Добровольский Д. О. Аспекты теории фразеологии. — М., 2008.

Бердникова Е. В. Лексическая лакунарность в аспекте межкультурной коммуникации: автореф. дис. ... канд. филол. наук. — СПб., 2006.

Березович Е. Л. Язык и традиционная культура. — М., 2007.

Бестужев-Марлинский А. А. Соч. — М., 1958. Т. 2.

Булич С. К. Очерк истории языкознания в России: XIII—XIX вв. — М., 2011.

Бутенко Е. Ю. Концептуализация понятия «страх» в немецкой и русской лингвокультурах: автореф. дис. ... канд. филол. наук. — Тверь, 2006.

Вежбицкая А. Имеет ли смысл говорить о «русской языковой картине мира»? (Патрик Серио утверждает, что нет) // Динамические модели: слово, предложение, текст. — М., 2008.

Верховский А., Панин Э. Цивилизованный национализм: Рос. версия «особого пути» // Идеология «особого пути» в России и Германии: истоки, содержание, последствия. — М., 2010.

Ветров И. Язык как геном нации // Учит. газ. 2011. 14 июня.

Воркачев С. Г. Концепт как «зонтиковый» термин // Язык, сознание, коммуникация. — М., 2003. Вып. 24.

Гаспаров Б. Лингвистика национального самосознания: (Значение споров 1860—1870 гг. о природе рус. грамматики и истории филос. и филол. мысли) // Логос. 1999. № 4. С. 48—67.

Говоров В. И. Начала православной арифметики. — М., 2010.

Гоголь Н. В. Полн. собр. соч.: в 14 т. — М.; Л., 1937—1952.

Голованивская М. К. Ментальность в зеркале языка: некоторые базовые концепты в представлении французов и русских. — М., 2009.

Градинарова А., Зарецкий Е. Транзитивация русских глаголов по новым моделям: языковая тенденция или игра со словом? // Болгар. русистика. 2009. № 3—4. С. 123—146.

Граник И. «Я же резолюции одни пишу!» // Коммерсантъ. 2011. 7 июн.

Гринкевич Ю. В. Восприятие пространства в русскоязычной и англоязычной культурах (на материале пространственно-геометрических концептов *круг* и *квадрат*): автореф. дис. ... канд. культурол. — М., 2006.

Гунина Л. А. Этноспецифические концепты как отражение национального характера // Изв. Рос. гос. пед. ун-та им. А. И. Герцена. — СПб., 2009. № 97.

Дорофеева Н. В. Удивление как эмоциональный концепт: автореф. дис. ... канд. филол. наук. — Волгоград, 2002.

Жакупова А. Д. Осознание филолексии представителями русской и болгарской языковых культур // Болгар. русистика. 2008. № 3—4.

Зализняк А. А. О профессиональной и любительской лингвистике // Наука и жизнь. 2009. № 2.

Зализняк А. А., Левонтина И. Б., Шмелев А. Д. Ключевые идеи русской языковой картины мира. — М., 2005.

Иванов А. О. Безэквивалентная лексика: учеб. пособие. — СПб., 2006.

Карасик В. И. Языковая кристаллизация смысла. — М., 2010.

Кацнельсон С. Д. Содержание слова, значение и обозначение. — М., 2011.

Келли К. [пер. с англ. М. Маликовой]. Рец. на кн.: Зализняк А. А., Левонтина И. Б., Шмелев А. Д. Ключевые идеи русской языковой картины мира. М., 2005 // Антропол. форум. 2007. № 6. С. 396—405 и далее.

Класен Е. И. Новые материалы для древнейшей истории славян вообще и славяно-русов дорюриковского времени в особенности с легким очерком истории руссов до Рождества Христова. — СПб., 1995.

Клубков П. А. Этимологии Третьяковского как факт истории лингвистики // *Humanitāro zinātņu vēstnesis Daugavpils universitāte*. 2002. № 2. С. 58—68.

Колесов В. В. «Жизнь происходит от слова...». — СПб., 1999.

Колесов В. В. Русская ментальность в языке и тексте. — СПб., 2007.

Копылова Т. Р. К определению понятий *коммуникация* и *comunicación*: (О некоторых особенностях науч. мышления) // Вестн. Удмурт. ун-та. Филол. науки. 2007. № 5 (2).

Корниенко А. В. Дискурсивный анализ: учеб. пособие. — СПб., 2008.

Лекция Кюхельбекера о русской литературе, прочитанная в Париже в июне 1821 г. // Лит. наследство. — М., 1954. Т. 59, ч. 1.

Лобанов В. И. Русская вероятностная логика: азбука математической логики. — М., 2009.

Лобанов В. И. Русская логика — это очень просто. — М., 2007.

Лобанов В. И. Русская логика в информатике. — М., 2010.

Лобанов В. И. Русская логика для «физиков» и «пириков». — М., 2005.

Лобанов В. И. Русская логика для школьников и академиков. — М., 2004.

Лобанов В. И. Русская логика против классической: (Азбука математической логики). — М., 2002.

Ломоносов М. В. Полн. собр. соч. — М.; Л., 1952. Т. 7.

Ломоносов М. В. Полн. собр. соч. — М.; Л., 1954. Т. 5.

«Любовь» усохла на три четверти: Михаил Эпштейн — о невозврате кредитов русскому языку: [Интервью Е. Дьяковой] // Новая газ. 2009. 15 июл.

Мальшев В. Н. Пространство мысли и национальный характер [на тит. л. и 1-й с. обл.: Пространство мысли. Истоки национального характера]. — СПб., 2009.

Мокиенко В. М., Николаева Е. К. Интернациональный фонд русской фразеологической картины мира // *Rossica Olomucensia*. 2002. Т. 40, ч. 1. С. 20—21 и далее.

- Надеждин Н. И. Литературная критика. Эссеистика. — М., 1972.
- Носовский Г. В., Фоменко А. Т. Империя: Русь, Турция, Китай, Европа, Египет: новая матем. хронология древности. — М., 1996, 1997, 1998, 1999, 2000, 2003. Ч. 4, гл. 15: Исчезновение загадки этрусков.
- Овсянников В. В. Американские проблемы в русском менталитете // Вісн. Сумськ. держав. ун-ту. Філол. науки. 2006. № 11 (95), т. 1.
- Памятник языку // Крестьянин (Ростов-на-Дону). 2002. 23 окт.
- Певная Н. П. Дискурсивное описание русского концепта «достоинство» // Acta linguistica (Sofia). 2009. Vol. 3.
- Перевозникова А. К. Россия: страна и люди : лингвострановедение : учеб. пособие для изучающих рус. яз. как иностр. — М., 2006.
- Пименова М. В. Принципы категоризации и концептуализации мира // Studia linguistica cognitiva. — М., 2006. Вып. 1 : Язык и познание: методол. пробл. и перспективы.
- Потебня А. А. Мысль и язык. — Харьков, 1913.
- Поэты о русском языке. — Воронеж, 1982, 1989.
- Предтеченская Е. А., Соколова Е. В., Шатилова М. О. Готовимся к тексту : пособие по чтению. — М., 2008.
- Прямая речь: мысли великих о рус. яз. — М., 2007.
- Радбиль Т. Б. Основы изучения языкового менталитета : учеб. пособие. — М., 2010.
- Радченко О. А. Язык как мирозидание: лингвофилол. концепция неогумбольдтианства. — М., 2006.
- Русские писатели XVIII—XIX веков о языке : хрестоматия. — М., 2000, 2006
- Русские писатели о языке (XVIII—XX вв.). — Л., 1954.
- Русские писатели о языке : хрестоматия. — Л., 1954, 1955.
- Русские писатели о языке : хрестоматия. — М., 2004
- Семухина Е. А. Концепт «грех» в национальных языковых картинах мира : автореф. дис. ... канд. филол. наук. — Саратов, 2008.
- Сергеева А. В. Какие мы, русские? (100 вопросов — 100 ответов) : кн. для чтения о рус. нац. характере. — М., 2006.
- Сергиева Н. С. Пространство и время жизненного пути в русском языковом сознании. — СПб., 2009.
- Слепушкина Е. В. Фразеология русского и английского языков в зеркале национального менталитета (на материале концептов «предупреждение» и «угроза») : автореф. дис. ... канд. филол. наук. — Пятигорск, 2007.
- Соловьев В. М. Тайны русской души: вопросы, ответы, версии : кн. для чтения о рус. нац. характере для изучающих рус. яз. как иностр. — М., 2001, 2002, 2003, 2009.
- Степанова Л. Идея установки памятника русскому языку нашла поддержку в Америке // Кубан. новости (Краснодар). 2002. 24 дек.
- Степанова Л. Памятник русскому языку // Кубан. новости (Краснодар). 2002. 24 мая.
- Степанова Л. Язык мой — друг мой // Кубан. новости (Краснодар). 2003. 24 мая.
- Тарланов З. К. Русское безличное предложение в контексте этнического мировосприятия // Филол. науки. 1998. № 5—6. С. 73.
- Тер-Минасова С. Г. Язык и межкультурная коммуникация : учеб. пособие. — М., 2000.
- Чернышева А. Ю. Грамматические показатели русской ментальности // Русская и сопоставительная филология: лингвокультурол. аспект. — Казань, 2004.
- Шаховский В. И. Эмоции: долингвистика; лингвистика; лингвокультурология. — М., 2009.
- Шевырев С. П. Стихотворения. — Л., 1939.
- Шмелев А. Д. Национальная специфика языковой картины мира // Булыгина Т. В., Шмелев А. Д. Языковая концептуализация мира : (На материале рус. грамматики). — М., 1997.
- Шмелев А. Д. Русский язык и внеязыковая действительность. — М., 2002.
- Штельтер О. В этой маленькой корзинке... : игры на уроке рус. яз. — СПб., 2004 [Вып. 1].
- Эпштейн М. О творческом потенциале русского языка. Грамматика переходности и транзитивное общество // Знамя. 2007. № 3. С. 193—207.
- Baldauf E. Zu einigen Aspekten des russischen Heimatbegriffs *rodina* bei A. Wierzbicka und bei russischen kulturgeschichtlichen bzw. lexikografischen Untersuchungen // Anzeiger für slavische Philologie. — Graz, 2006. Bd. 34. S. 23—40.
- Eismann W. Gibt es phraseologische Weltbilder?: Nationales und Universales in der Phraseologie // Wer A sagt, muss auch B sagen: Beiträge zur Phraseologie und Sprichwortforschung aus dem Westfälischen Arbeitskreis. — Hohengehren, 2002.
- Eismann W. Kultur und Sprache in Russland // Kultur-Wissenschaft-Russland: Beiträge zum Verhältnis von Kultur und Wissenschaft aus slawischer Sicht. — Frankfurt-am-Main u. a., 2000. S. 76—79.
- Fomina S. Emotionskonzepte und ihre sprachliche Darstellung in deutschsprachigen und russischen literarischen Texten: Am Beispiel der deutschen, österreichischen, schweizerischen und russischen Literatur // Trans: Internet-Zeitschrift für Kulturwissenschaften. 2004. Juni. № 15. URL: http://www.inst.at/trans/15Nr/06_1/fomina15.htm.
- Gebert L. Immagine linguistica del mondo e carattere nazionale nella lingua: A proposito di alcune recenti pubblicazioni // Studi slavistici. 2006. Vol. 3. P. 217—243.
- Gipper H. Gibt es ein sprachliches Relativitätsprinzip?: Untersuchungen zur Sapir-Whorf-Hypothese. — Frankfurt-am-Main, 1972.
- Gipper H. Leben und Werk Johann Leo Weisgerbers // Schriftenverzeichnis Leo Weisgerber: Leo Weisgerbers zum 85. Geburtstag. — Münster, 1984. S. 11—32.
- Jachnow H. Ist das Russische eigentlich eine besondere Sprache? // Slavistische Linguistik 1986. — München, 1987.
- Keijsper C. Typically Russian // Russian linguistics. 2004. Vol. 28, № 2.
- Keil R. D. Der Fürst und der Sänger: Varianten eines Balladenmotivs von Goethe bis Puškin // Studien zur Literatur und Aufklärung in Osteuropa: Aus Anlaß des VIII. Internationalen Slavistenkongresses in Zagreb. — Gießen, 1978.
- Keipert H. «Великий, могучий, правдивый и свободный русский язык»: Zu Vorgeschichte und Nachwirkung eines Russisch-Stereotyps // Slowianie Wschodni: Między językiem a kulturą. — Kraków, 1997.
- Radtschenko O. A. Weisgerberiana sovetica (1957—1990): Ein Versuch der Metakritik des Neuhumboldtianismus bzw. der Sprachinhaltsforschung // Beiträge zur Geschichte der Sprachwissenschaft. 1992. H. 2.2—3. S. 193—211
- Roth J. Methodologie und Ideologie des Konzepts der Sprachgemeinschaft: Fachgeschichtliche und systematische Aspekte einer soziologischen Theorie der Sprache bei Leo Weisgerber. — Frankfurt-am-Main, 2004.
- Schulte B. «Für den Fortschritt der Menschheit»: Die chinesische Kulturlinguistik erfindet sich selbst // Neue China-Studien. Bd 1 : Zwischen Selbstbestimmung und Selbstbehauptung: Ostasiatische Diskurse des 20. und 21. Jahrhunderts. — Baden-Baden, 2008. S. 239—259.
- Schulte B. East is East and West is West? Chinese academia goes global // Transnational intellectual networks: Forms of academic knowledge and the search for cultural identities. — Frankfurt/M. ; N. Y., 2004. S. 307—329.
- Sériot P. Une identité déchirée: K. S. Aksakov, linguiste slavophile ou hégélien? // Contributions suisses au XIIIe congrès mondial des slavistes à Ljubljana, août 2003. — Bern, 2003.
- Sériot P. Oxymore ou malentendu?: Le relativisme universaliste de la métalangue sémantique naturelle universelle d'Anna Wierzbicka // Cahiers Ferdinand de Saussure. 2005. № 57. P. 23—43.
- Verzeichniss der von A. W. v. Schlegel nachgelassenen Briefsammlung. Nebst Mittheilung ausgewählter Proben des Briefwechsels mit den Gebrüdern von Humboldt, F. Schleiermacher, B. G. Niebuhr und J. Grimm / Hrsg. A. Klette. — Bonn, 1868.
- Weiss D. Zur linguistischen Analyse polnischer und deutscher «key words» bei A. Wierzbicka: Kulturvergleich als Sprachvergleich? // Berührungslinien: Polnische Literatur und Sprache aus der Perspektive des deutsch-polnischen kulturellen Austauschs. Hildesheim u. a., 2006. S. 233—257.
- Wierzbicka A. Australian b-words (*bloody, bastard, bugger, bullshit*): An expression of Australian culture and national character // Le mot, les mots, les bons mots = Word, words, witty words. — Montreal, 1992. P. 21—38.
- Wierzbicka A. Russian «national character» and Russian language: A rejoinder to Mondry and J. Taylor // Speaking of emotions: Conceptualisation and expression. — Berlin, 1998. S. 49—54.
- Wippermann D. Die Erfassung der Spezifika des Chinesischen: ein Grundanliegen der Grammatikforschung im China des 20. Jahrhunderts // Brücke zwischen Kulturen : Festschrift für Chiao Wei zum 75. Geburtstag. — Münster u. a., 2003. S. 209—226.
- Zaretsky Ye. Über einige ethnologische Mythen (am Beispiel des Russischen) // Acta linguistica (Sofia). 2008. Vol. 2, no. 2.

Статью рекомендует к публикации д-р филол. наук, проф. А. П. Чудинов

А. Д. Шмелев
Москва, Россия

A. D. Shmelev
Moscow, Russia

**ВСЕГДА ЛИ НАУЧНОЕ ИЗУЧЕНИЕ
РУССКОГО ЯЗЫКА
ЯВЛЯЕТСЯ ПРОЯВЛЕНИЕМ
«ЛИНГВОНАРЦИССИЗМА»?**

**RUSSIAN LINGUISTICS:
ALLEGED NARCISSISM IN LANGUAGE**

Аннотация. Критический отклик на статью А. В. Павловой и М. В. Безродного «Хитрушки и единорог».

Abstract. A critical review of «Khitrushki and unicorn» by Anna Pavlova and Michail Bezrodnyj is presented.

Ключевые слова: культурная семантика; концептуальный анализ; языковая картина мира.

Key words: cultural semantics; conceptual analysis; linguistic worldview.

Сведения об авторе: Шмелев Алексей Дмитриевич, доктор филологических наук, профессор, заведующий Отделом культуры русской речи в Институте русского языка Российской академии наук, профессор кафедры русского языка.

About the author: Shmelev Alexei Dmitrievich, Doctor of Philology, Professor, Head of Department of Linguistic Standards of Russian at the Institute of the Russian Language, Russian Academy of Sciences, Professor of Russian Linguistics.

Место работы: Московский педагогический государственный университет.

Place of employment: Moscow Pedagogical State University.

Контактная информация: Институт русского языка Российской академии наук, Волхонка 18/2, Москва 119019, Россия.

e-mail: smelev.alexei@gmail.com.

Статья Анны Павловой и Михаила Безродного, как это и сказано в предуведомлении, представляет собою переработку их же статьи «Хитрушки и единорог: образ русского языка от Ломоносова до Вежбицкой», опубликованной в № 31 журнала *Toronto Slavic Quarterly* [Павлова, Безродный 2010] (в № 32 того же журнала опубликован английский перевод этой статьи [Pavlova, Bezrodnyj 2010]). Она уже тогда производила довольно странное впечатление, так что полемизировать с ней было затруднительно, тем более что в самой статье не разбирался ни один языковой пример и разговор рисковал стать беспредметным. Однако мне представилось, что у читателей статьи могло создаться превратное представление о реальной ситуации в современной российской лингвистике, и это заставило меня написать комментарий к материалу А. Павловой и М. Безродного (также опубликованный в *Toronto Slavic Quarterly*: http://www.utoronto.ca/tsq/31/tsq31_disput_shmelev.pdf); данная публикация представляет собою отклик на новую редакцию их статьи.

Судя по аннотации к статье А. Павловой и М. Безродного, авторы пытаются «дать в ней обзор постсоветских российских публикаций, выполненных в русле гипотезы лингвистической относительности» (имеется в виду знаменитая „гипотеза Сепира — Уорфа“). Авторов этих публикаций А. Павлова и М. Безродный называют «неогумбольтианцами» и «сторонниками ГЛО». Ярлык «неогумбольдианцы» слишком расплывчат, а сторонники гипотезы Сепира — Уорфа среди современных российских лингвистов мне неизвестны. Однако А. Павлова и М. Безродный упоминают ряд известных исследователей, среди которых наиболее авторитетными, несомненно, являются Ю. Д. Апресян и А. Вежбицка. Отсюда ясно, что речь идет о работах, ставящих целью реконструкцию языковой картины мира и ее соотнесение с особенностями культуры, обслуживаемой этим

языком. Обзор таких работ был недавно предпринят австралийской исследовательницей русского происхождения Анной Гладковой [Гладкова 2010: 13—18]. В области изучения значения русских языковых единиц с последующей их культурной интерпретацией Анна Гладкова выделяет три направления, идейно и методологически связанные друг с другом: (1) Московская семантическая школа интегрального описания языка и системной лексикографии, возглавляемая Ю. Д. Апресяном (МСШ); (2) Анна Вежбицка и ее коллеги, применяющие метод «естественного семантического метаязыка» (ЕСМ); (3) группа московских исследователей, которую Анна Гладкова называет «московская группа культурной семантики» (по отношению к данной группе используется также обозначение «новомосковская школа концептуального анализа» — см., напр.: [Шмелев 2004]; в рецензии на нашу книгу по отношению к этому направлению исследований используется выражение «московская школа этнолингвистики» — см.: [Беликов 2006]). И действительно, именно эти три направления рассматриваются и подвергаются критике в статье А. Павловой и М. Безродного. (Между названными направлениями нет непроходимой границы, поэтому один и тот же автор может публиковаться в сборниках, принадлежащих к любому из этих направлений. Так, Ирина Левонтина, которую Анна Гладкова упоминает среди членов «московской группы культурной семантики», является одним из постоянных участников всех сборников МСШ, выходящих под руководством Ю. Д. Апресяна; печаталась она и в сборниках, посвященных применению ЕСМ.)

Впрочем, в своем «обзоре», наряду с работами, выполненными в рамках указанных направлений, А. Павлова и М. Безродный цитируют работы исследователей, принадлежащих к иным научным школам или не принадлежащих ни к каким; при этом отбор рассматриваемых произведений осу-

ществлен, насколько можно судить, довольно бессистемно. Так, в частности, они включают в рассмотрение, среди прочего, авторефераты когда-то защищенных и с тех пор благополучно забытых кандидатских диссертаций и работы, имеющие лишь косвенное отношение к лингвистике (а иногда не имеющие никакого). Цитаты, которыми они оперируют, также подобраны таким образом, что никакого представления о состоянии российской лингвистики вообще дать не могут. Так, в качестве «образца выводов» рассматриваемых работ они приводят такие высказывания, как «русские — „смелые, безответственные, фаталисты, добрые, бескорыстные, совестливые“, а французы — „страшлывые, ответственные, материалисты, корыстные, прагматичные, опирающиеся на законы“». Ясно, что такие высказывания никак не могут считаться «выводом» (да еще и образцовым), сделанным на основе лингвистического исследования.

Впрочем, начинают А. Павлова и М. Безродный довольно издали и с сюжета, не имеющего отношения к лингвистике: они упоминают о некоторых постмодернистских акциях в современной России, вроде воздвижения «памятника русскому языку». Отметим осведомленность авторов: полагаю, едва ли кто-то из российских лингвистов обратил внимание на эту новость. Памятник, как сообщают А. Павлова и М. Безродный, представлял собою многогранник с известной цитатой из стихотворения в прозе Ивана Тургенева: «О великий, могучий, правдивый и свободный русский язык!» Соответственно, они переходят к рассмотрению этой цитаты и, характеризуя ее как проявление «лингвонарциссизма» (и даже как «классику лингвонарциссистского жанра»), обнаруживают его проявления и в других текстах и делают вывод, что именно «лингвонарциссизмом» объясняются и рассматриваемые работы по семантике русского языка. (Надобно заметить, что такое «объяснение» может быть довольно универсальным. Исследование русской фонетики можно было бы объяснить тем, что фонетист упивается звучностью русских слов, интерес к словообразованию — тем, что исследователь любит богатые словообразовательными возможностями русского языка, синтаксические исследования — восторгом по поводу гибкого русского синтаксиса. Других мотивов научного изучения русского языка подход А. Павловой и М. Безродного не предусматривает.)

Попутно следует заметить, что в качестве иллюстрации тезиса, что «постсоветский портрет русского языка живо напоминает его прежние изображения», А. Павлова и М. Безродный привели лишь два примера. Один из них — так называемая «новая хронология» А. Т. Фоменко, которую никак нельзя считать «направлением гуманитарной мысли»; другой — газетное интервью с профессором университета Эмори в Атланте (штат Джорджия) Михаилом Эпштейном, причём авторы никак не поясняют, почему мнение, высказанное американским профессором, они считают распространённым в современном российском обществе.

Попытаюсь воспроизвести ход рассуждений А. Павловой и М. Безродного, хотя уследить за их

ассоциациями не всегда легко. Неустранимый дефект современных исследований в рамках рассматриваемых направлений состоит в том, что их авторы некритически следуют за Э. Сепиром и особенно Б. Уорфом, не учитывая того, что доказательная база их построений давно опровергнута. Российские исследователи, кроме того, по утверждению А. Павловой и М. Безродного, столь же некритически воспринимают лингвистические работы Анны Вежбицкой и ее последователей, хотя на Западе они «производят впечатление анахроничных и маргинальных». Поэтому и работы российских исследователей направлены на изучение фантомов и не имеют никакой научной ценности.

В связи с гипотезой Сепира — Уорфа в своей статье в «Toronto Slavic Quarterly» А. Павлова и М. Безродный указывали на «ошибочность представлений Уорфа о языке хопи... и ставшего хрестоматийным утверждения о многочисленных наименованиях снега в языке эскимосов» и писали, что «через десять лет после разоблачения этой выдумки» Е. В. Падучева «утверждает: „...В эскимосском языке есть много названий для снега“». Высказывания А. Павловой и М. Безродного по этому поводу заставляют вспомнить известный афоризм Козьмы Пруткова о тех, кто, не зная «законов языка ирокезского», делает «по сему предмету» суждения, и, очевидно, не случайно они устранили из отредактированного текста статьи рассуждения об эскимосских названиях снега (однако суждение о языке хопи сохранилось). Но никак нельзя согласиться с утверждением А. Павловой и М. Безродного, будто в западной лингвистике «к 1980-м гг. интерес к ГЛО угасает». На самом деле, именно начиная с конца 1980-х гг. интерес к гипотезе Сепира — Уорфа заметно возрос в связи с исследованиями в области когнитивной лингвистики. Можно упомянуть вышедшую в 1987 г. знаменитую книгу Джорджа Лакоффа «Women, Fire and Dangerous things: What categories reveal about the mind» [Lakoff 1987]; но и в последующие годы не прекращался поток публикаций, прямо или косвенно посвященных обсуждению гипотезы Сепира — Уорфа. Утверждение об ослаблении интереса к этой гипотезе в западной лингвистике можно объяснить неосведомленностью авторов, а не сознательным искажением действительности. Однако не удается выяснить, на чем основано их утверждение, что в российской лингвистике в постсоветское время гипотеза Сепира — Уорфа «становится весьма влиятельной доктриной» и наблюдается «рост числа публикаций, в которых соответствующие термины и ссылки выполняют исключительно декоративную функцию» (авторы даже пишут, что «Сепир — Уорф попросту сменили Маркса — Энгельса»). Что это за публикации, установить не удается: ссылок нет (и тем более нет статистических подсчетов, которые свидетельствовали бы о «росте» числа таких публикаций). Такая безответственность авторов особенно впечатляет на фоне множества нерелевантных ссылок и цитат, которыми пестрит их статья.

Попутно А. Павлова и М. Безродный указывают, что подход, характерный для тех, кого они называют «неогумбольдтианцами», встречался еще

в сочинениях «лингвистов-славянофилов», и сетуют, что «ни Вежбицкой, ни ее последователям эта страница истории российской лингвистики не известна». Здесь остается порадоваться, что это замечание (кстати, замечание несправедливое; скажем, в статье Ирины Левонтиной «Откуда есть пошла русская душа?» [Левонтина 2005] разбирается история формирования мифа об особенностях «русской души» и наряду с немецкими источниками делаются ссылки на русских авторов, формулировавших стереотипы «русского национального характера») высказано по адресу российских лингвистов не в те годы, когда оно прочитывалось бы как обвинение в низкопоклонстве перед Западом и могло бы повлечь за собою весьма неприятные последствия для тех, кому оно адресовано. Справедливым оно от этого, впрочем, не становится. Славянофилы внесли значительный вклад в историю русской мысли; некоторые из них оставили свой след и в истории лингвистики (учение Константина Аксакова о русском глаголе иногда упоминается грамматистами и в наше время); однако их соображения в области лингвистической семантики, как правило, довольно наивны. Не случайно и американские когнитивные лингвисты часто ссылаются на Сепира и Уорфа, реже на Гумбольдта и практически никогда — на российских славянофилов. (При этом любопытно, что сами А. Павлова и М. Безродный почему-то не упоминают работы Л. В. Щербы, хотя учение о языковой картине мира восходит в первую очередь к его идеям. Это касается как наблюдений относительно отличий наивной картины, отраженной в языке, от научных представлений о тех же самых предметах, так и проницательных замечаний относительно лингвоспецифичности различных языковых картин мира (напомним указание Л. В. Щербы на различие коннотаций русского слова *вода* и французского *eau*).)

Еще удивительнее то, что авторы относят к поборникам гипотезы лингвистической относительности Анну Вежбицку (они так и пишут: «ГЛО в версии Вежбицкой»). Это трудно воспринять иначе как аберрацию: основное содержание лингвистических исследований А. Вежбицкой заключается в поисках семантических универсалий, определяющих мышление всех людей и смысл того, о чем они говорят, каким бы языком они ни пользовались. Красной нитью через все ее работы проходит мысль, что, сколь бы лингвоспецифичной ни была семантика анализируемой языковой единицы, она может быть истолкована посредством единого универсального семантического метаязыка.

Утверждение, что работы Анны Вежбицкой «производят на западных лингвистов впечатление анахроничных и маргинальных» (в английском переводе сказано еще более хлестко: “rather unprofessional”), приходится оставить на совести А. Павловой и М. Безродного. Эта оценка не является в западной лингвистике ни общепринятой, ни господствующей (примечательно также, что А. Павлова и М. Безродный явно рассматривают «Запад» как некую важную инстанцию, которая единодушно раздает оценки, не подлежащие обжалованию). Впрочем, эта оценка может пока-

заться еще довольно мягкой по сравнению с тем, что можно иногда встретить в околонучной русскоязычной печати (В своем отклике на первоначальную редакцию статьи А. Павловой и М. Безродного я привел в качестве иллюстрации следующее высказывание: «Вежбицкая — талантливый филолог и кропотливый исследователь. Тем опаснее страшноватая каббалистика ее семантических примитивов, когда бесстрастная констатация межъязыковых соответствий подменяется фанатическим поиском доказательств, удовлетворяющих снедающую ее русофобию» [Овсянников 2006] Любопытно, что А. Павлова и М. Безродный с готовностью воспроизвели цитату в новой редакции своей статьи: по-видимому, она оказалась созвучна их собственному подходу. Более того, они выбрали более резкий вариант, находящийся на личном сайте Владимира Овсянникова: «...бесстрастная констатация межъязыковых соответствий подменяется фанатическим поиском доказательств, удовлетворяющих» (в украинском журнале выражение «снедающую ее русофобию», вероятно, сочли недостаточно академичным). При этом примечательно, что даже А. Павлова и М. Безродный воздержались от цитирования продолжения (также опущенного в журнальной публикации статьи В. Овсянникова): «Примерно таким же способом русскую душу исследовали в нацистских концлагерях». При этом в библиографии к статье В. Овсянникова нет ни одной (!) работы А. Вежбицкой, а вся статья посвящена полемике с американской переводчицей и исследовательницей Линн Виссон, автором книги «Русские проблемы в английской речи». В. Овсянников, «высоко оценивая талант автора, ее вклад в переводоведение, огромный опыт синхрониста ООН, а также юмор и личное обаяние», полагает, что она находится под вредным влиянием А. Вежбицкой. По его мнению, «только американский менталитет с его детской наивностью и склонностью к идеализму может быть объяснением того, что такой исследователь, как Линн Виссон, безоговорочно поверил в искренность „поисков русской души“ Вежбицкой».).

Пытаясь хоть как-то создать впечатление единодушного скепсиса западных лингвистов по поводу теории Анны Вежбицкой, авторы в сноске упомянули несколько статей с критическими замечаниями по адресу ее лингвистических работ, но, по-видимому, почувствовали, что этого мало. Поэтому в новой редакции своей статьи они дополнили список рецензией на нашу книгу [Келли 2007], назвав нас «российскими учениками Вежбицкой». Не вдаваясь в некоторую странность такой квалификации, отмечу, что автор рецензии, Катриона Келли, не является лингвистом, и потому некоторые ее замечания лингвистам не могут не показаться наивными. Так, напр., я привожу в статье о ‘дружбе’ наблюдение А. Вежбицкой, отметившей, что русским *друг, подруга, приятель, товарищ, знакомый* соответствует в английском языке «всеобъемлющее» слово *friend*. «...Утверждение, будто в английском есть лишь одно слово для обозначения „друга“ — *friend*, уточняемое лишь различными определениями — *чувь*: а как же *mate, pal, buddy, companion, girlfriend*

(в смысле близкой подруги женщины средних лет), *chum, mucker* и пр.?» — пишет по этому поводу К. Келли. Вообще-то А. Вежбицка упоминает практически все эти слова в своей книге "Understanding Cultures through Their Key-Words", а слово *mate* как ключевое понятие австралийской культуры подробно анализируется в этой книге в соответствующем разделе. Кроме того, забавно, что К. Келли полагает в связи с этим примером, будто все дело в том, что авторы не «провели работу» «с англоговорящими информантами». Во-первых, А. Вежбицка сама может считаться таким информантом, а во-вторых, мне почти все эти слова были знакомы без всякой «работы с информантами». Исключением было слово *mucker*, и, заглянув в словари, я убедился, что в значении 'приятель' оно является почти исключительно британским: в американском варианте английского языка, с которым я знаком лучше, оно является жаргонным обозначением грубияна (в словаре Вебстера оно толкуется так: "Slang: a coarse or vulgar person, esp. one without honor; cad"). Но самое главное то, что приведенные слова не противопоставлены слову *friend* и потому, с точки зрения языковой системы, их существование не влияет на его семантику, как не влияет на семантику русских слов наличие такого слова, как *кореш*. Поясню сказанное аналогией. По-русски (в литературной речи) говорят *есть суп* и *есть хлеб*, но *пить молоко*. Это нетривиальный факт, поскольку физические различия между первым и третьим действием не больше, чем между первым и вторым, и есть языки и диалекты, в которых распределение глаголов иное. На данный факт не влияет наличие глаголов *вкушать, хлебать, жрать, лопать, хавать, шамать* и таких сочетаний, как *жрать водку*, и при сопоставлении системы русского языка к другим языкам эти глаголы могут игнорироваться.

Конечно, К. Келли могла бы внимательней прочесть нашу книгу, и это позволило бы ей не делать некоторых спорных замечаний. Так, она говорит, что «диахроническая эволюция авторами сборника игнорируется совершенно», и в связи с этим пишет: «Зализняк несомненно справедливо утверждает, что коннотации русского слова *счастье* в отличие от английского *happiness* традиционно связаны с тем, что случается внезапно и чего „немножко стыдно“». Однако далее она продолжает: «Но в языке советской пропаганды выражение *счастливое детство* имело совсем другой смысл, а именно, состояние, ...возможность которого гарантирована советской властью (при Сталине — лично вождем)». Если бы она обратилась к моей статье «Сквозные мотивы русской языковой картины мира», вошедшей в тот же сборник, то увидела бы, что я специально обсуждаю историю советской идеологии *счастья* и отдельно останавливаюсь на выражении *счастливое детство*. К. Келли говорит, что для иллюстрации лингвоспецифичности в качестве материала для сопоставления мы берем примеры «почти исключительно из английского с редкими вкраплениями других языков». Обратившись к указателю лексем, легко увидеть, что в качестве объекта сопоставления мы использовали более 200 иноязычных единиц, из них менее половины

английских (остальные взяты из французского, немецкого, чуть реже — итальянского и латинского языков, а в отдельных случаях — польского, чешского и голландского).

Однако примечательно, что здравый смысл часто позволяет К. Келли приходиться к тем же выводам, что и мы, даже если она сама не осознает этого. Как и мы, она пишет, что «уважительное отношение к непохожести является важнейшим условием цивилизованного общества»; как и мы, она указывает на то, что разные носители языка часто воспринимают одно и то же слово по-разному (а некий «усредненный» носитель языка есть абстракция). Как и мы, она предостерегает от прямолинейных выводов о культуре на основании проведенного анализа: в самом деле, наличие в языке слова для обозначения некоторого явления может указывать как на его распространенность в соответствующей культуре, так и на его редкость (так что оно сразу обращает на себя внимание и заслуживает специального обозначения). Кроме того, ее замечания об отдельных лексических единицах подчас пронизательны и дают пищу для размышления. Наконец, что самое главное, ее замечания не всегда справедливы, но неизменно конструктивны (чего, к сожалению, нельзя сказать о статье А. Павловой и М. Безродного).

Возвращаясь к работам Б. Уорфа и Анны Вежбицкой, отметим, что, как бы их ни оценивали, неоспоримым остается следующее обстоятельство. Ни язык хопи, ни эскимосские языки не являлись родными ни для Э. Сепира, ни для Б. Уорфа, так что объяснить их лингвистические теории «лингвонарциссизмом» не удастся. Точно так же не являются родными языками для Вежбицкой ни английский язык (главный объект ее исследований, которому она специально посвятила свои последние по времени работы [Wierzbicka 2006, 2010]), ни русский язык. Это заставляет усомниться в том, что гипотеза «лингвонарциссизма» универсальна для объяснения внимания лингвистов к связи языка и культуры, которую этот язык обслуживает.

По поводу работ российских исследователей А. Павлова и М. Безродный делают еще более странные утверждения. Например, они говорят, что «ГЛО в версии Вежбицкой была воспринята исследователями западной складки как последнее слово мировой науки, и их воодушевление разделили неославянофилы», и резюмируют: «гумбольдтианская доктрина утвердилась в российском академическом языковедении благодаря как неославянофилам, так и неозападникам». Вообще говоря, «западнические» или «славянофильские» взгляды исследователя не должны влиять на его научную работу при условии минимальной добросовестности. Поэтому выделение среди лингвистов «неославянофилов» и «неозападников» может восприниматься как обвинение в научной недобросовестности, а такое обвинение неплохо бы аргументировать или хотя бы иллюстрировать. Увы, А. Павлова и М. Безродный этого не делают.

Временами текст статьи А. Павловой и М. Безродного кажется совсем загадочным. Они утверждают, что «поборников ГЛО» объединяет

«преимущественный либо исключительный интерес к тем „концептам“ (или „ключевым словам“, или „ключевым понятиям“, или „лингвокультуремам“), которые объявляются конститутивными для „русской ментальности“ (или „русского менталитета“, или „русской ЯКМ“, или „русской модели мира“)). Что такое «лингвокультурема», авторы не объясняют, полагая, вероятно, это самоочевидным. Однако содержание этого термина остается неясным: насколько я знаю, он не встречается ни в работах Э. Сепира, ни Б. Уорфа, ни Анны Вежбицкой и ее последователей, а в тех относительно немногочисленных работах, в которых он используется, нет единства в его понимании. Странным представляется также скрытое отождествление «русской ментальности» и «русской языковой картины/модели мира». Выражение «русская ментальность» если и встречается в серьезных лингвистических работах, то только в качестве стереотипа, характерного для некоторых типов русского дискурса; что же касается до русской языковой концептуализации/картины/ модели мира, то это объект, реконструируемый на основе семантического анализа языковых единиц и понимаемый как совокупность представлений о мире, которые язык навязывает его носителям (Анна Вежбицка в недавней статье, которую цитируют и А. Павлова и М. Безродный, заметила, что она бы предпочла говорить не «навязывает», а «подсказывает» [Вежбицкая 2008: 179, 185]. По-видимому, ей кажется, что слово «навязывает» несет на себе некий отпечаток детерминизма. Но я полагаю, никто не думает, что языковая картина/модель мира лишает носителя языка свободы и возможности критически осмыслить представления, которые эту картину конституируют. Мне лично метафора «навязывания» (используемая, в частности, Ю. Д. Апресяном — напр., в книге: [Апресян 1995: 350]) представляется более адекватной: в метафоре «подсказывания» мне видится ситуация, когда носитель языка стал в тупик перед выбором из некоторого множества альтернативных представлений и нуждается в подсказке со стороны; метафора «навязывания» предполагает воздействие на подсознание, подобно тому как действует реклама (когда мы тоже вольны отказаться от того, что она нам «навязывает»). Впрочем, особого значения выбор метафоры здесь не имеет; я лично предпочитаю говорить, что представления, составляющие языковую картину мира, обычно некритически воспринимаются рядовыми носителями языка.). В соответствии с пониманием «новомосковской школы концептуального анализа» [Шмелев 2004], механизмы такого навязывания могут быть описаны следующим образом. Семантика языковых единиц включает разного рода «презюмции», т. е. представления о мире, которые при стандартном использовании данной единицы не попадают в ассертивный компонент высказывания и обычно проходят мимо внимания участников коммуникации (пресуппозиции, коннотации, фоновые компоненты значения). Так, если я употребляю оборот *как свинья* или *размером с вишню*, то едва ли кто-то предположит, что я думаю о свинье как об особо чистоплотном и ласковом животном или представляю себе выведенную

Мичуриным гигантскую вишню. Если носитель русского языка услышит, что «*сердце* кому-то нечто подсказывало», он не заподозрит, что речь идет о результате сложной интеллектуальной работы, а поймет эту фразу единственно правильным образом: обсуждаются мнения, к которым субъекта подталкивают чувства и интуиция (поскольку семантика слова *сердце* в русской языковой картине мира связана с эмоциональной составляющей психической деятельности). Существенно, что в процессе повседневной коммуникации на некотором языке презюмции чаще всего не ставятся под сомнение (хотя такое иногда случается в ходе метаязыковой рефлексии), а использование языковой единицы в противоречии с ее презюмциями вызывает возмущения носителей языка. Когда газета «Известия» в 2004 г. инициировала дискуссию о том, на самом ли деле всегда скверно сообщать начальству о чьих-либо предосудительных действиях, и открыла ее статьей, которая называлась «Спасти человечество могут только доносчики», то письма читателей продемонстрировали почти единодушное негативное отношение к доносительству (и даже в сталинское время, когда доносительство всюду поощрялось, слова *донос* и *доносчик* сохраняли отрицательную окраску). Именно совокупность презюмций и задает языковую картину/модель мира. Современная семантика позволяет обнаружить, что, во-первых, разные единицы одного языка часто включают тождественные или схожие презюмции (такие презюмции можно назвать «сквозными мотивами» языковой картины мира), а во-вторых, что набор презюмций оказывается разным для разных языков. Так, в некоторых языках презюмции слов со значением «сердце» показывают, что в соответствующей языковой картине мира сердце является источником не только чувств, но и способности к пониманию.

Однако А. Павлова и М. Безродный предпочитают говорить не о ясном понятии «языковая картина мира», а о неопределенных понятиях, не имеющих непосредственного отношения к лингвистике, таких, как, например, «национальный характер». При этом они пытаются сделать вид, что никакой подмены здесь нет. Характерная цитата: «...коль скоро национальный язык, согласно ГЛО, формирует национальный характер, то сопоставление национальных языков есть одновременно сопоставление национальных характеров — нет нужды, что эти последние не упоминаются, а прячутся под псевдонимами „ментальность“, „менталитет“, „культура“...». Откуда берется представление, согласно которому «национальный язык, согласно ГЛО, формирует национальный характер», не сообщается (типичный прием манипуляции — подать спорное утверждение под видом пресуппозиции, как будто речь идет о чем-то общеизвестном). Я не помню, чтобы в лингвистических сочинениях Э. Сепира и Б. Уорфа что-то говорилось о «национальном характере» и о том, что его формирует национальный язык; если А. Павлова и М. Безродный обнаружили такое утверждение, уместно было бы сделать ссылку, а не подавать его как нечто само собою разумеющееся. А утверждение, что «культура» —

это лишь псевдоним для национального характера, особенно странно читать у авторов, один из которых работает на факультете, в название которого входит слово «культурология» (*Kulturwissenschaft*). Подозревают ли коллеги по факультету, что, занимаясь исследованием культур, они на самом деле изучают «национальные характеры»?

Мне представляется, что, вместо того чтобы рассуждать о «национальном характере», лингвист должен описывать языковые сущности; более того, в результате лингвистического анализа часто удается заменить расплывчатые, поверхностные и некорректные утверждения достоверными данными, касающимися языка и его употребления. Скажем, вместо того чтобы говорить, что «русский национальный характер» отвергается от доносов, правильно сказать, что слова *донести/доносить* <на кого-л.>, *донос* и *доносчик* имеют в русском языке отрицательную окраску. Вместо того чтобы говорить, что русским свойственно «негативное мышление», следует сказать, что правила построения русских высказываний предполагают употребление слова *нет* в ситуации, в которой американец скажет *Yes*. Вместо того чтобы утверждать (на основе «социологических опросов»), что среди россиян гораздо меньше процент респондентов чувствуют себя счастливыми, нежели среди американцев, следует отметить различие значений русского прилагательного *счастливый* и английского *happy*. Именно в этом и состоит пафос большинства работ по «культурной семантике».

Возможно, сознавая, что предложенная ими картина слишком плохо согласуется с действительностью, А. Павлова и М. Безродный предлагают различать среди работ рассматриваемых направлений «полюса эссеизма и сциентизма». К эссеистике можно было бы отнести публиковавшиеся в популярных изданиях статьи российских лингвистов, в частности статьи представителей «московской группы культурной семантики», которые печатались в 1990-х и в начале 2000-х гг. в журналах «Итоги», «Еженедельный журнал» и «Отечественные записки» (и, в еще большей мере, блестящие эссе Ирины Левонтиной, составившие ее книгу «Русский со словарем» [Левонтина 2010]). Впрочем, удивляет характеристика, которую дают этой «эссеистике» А. Павлова и М. Безродный: «пропагандируется идея русской исключительности». Ссылки, понятно, опять нет. Вместо этого А. Павлова и М. Безродный начинают говорить о «лингвострановедческих» пособиях, адресованных иностранцам. По некоторой случайности одно из четырех пособий (в новой редакции к ним добавилось пятое), поименованных в статье А. Павловой и М. Безродного, у меня есть; А. Павлова и М. Безродный относят эту книгу к «пособиям с говорящими заглавиями и подзаголовками» (речь идет о книге: [Соловьев 2002]), и есть все основания предположить, что, кроме заглавия и подзаголовков, они в этой книге ничего не читали: в противном случае придется признать, что они прибегли к сознательной подтасовке. Дело в том, что никакого отношения ни к гипотезе Сепира — Уорфа, ни к семантическому анализу как таковому, ни к лингвистике вообще эта книга

не имеет (в библиографию к ней не включена ни одна лингвистическая работа), и русского языка (кроме как в подзаголовке) она вообще не касается.

Для иллюстрации «сциентистского» полюса А. Павлова и М. Безродный цитируют высказывание Ю. Д. Апресяна: «В последнее время идея языковой картины мира была очень широко растиражирована и, к сожалению, измельчена. Некоторые авторы делают далеко идущие обобщения об этноспецифическом взгляде на мир и даже об особенностях национального характера на основе анализа нескольких изолированных примеров». Сообщив, что Ю. Д. Апресян предлагает «при определении „этноспецифичных“ языковых единиц... руководствоваться таким критерием, как их непереводаемость столь же простыми единицами других языков, и принимать во внимание „меру этноспецифичности“, которая тем больше, чем большее число единиц языка выражает „ключевую идею“ и чем более разнообразна их природа», А. Павлова и М. Безродный замечают: «Эти и подобные им предложения напоминают рекомендации по ловле единорога», — и предлагают посмотреть, «насколько состоятельна надежда» на выявление ключевых слов языковой картины мира «по приписываемым им признакам: включенность во фразеологизмы, высокая частотность и непереводаемость». Подмена кажется очевидной: во-первых, «меру этноспецифичности» Ю. Д. Апресян предлагал ввести для «ключевых идей», а не для «ключевых слов»; во-вторых, «включенность во фразеологизмы» и «высокая частотность» им вообще не упоминались (Справедливости ради следует заметить, что о частотности и включенности во фразеологизмы упоминает Анна Вежбицка в книге, посвященной «ключевым словам» разных культур [Wierzbicka 1997]). Однако она специально подчеркивает, что не придает этим параметрам решающего значения, поскольку самое главное для нее — можем ли мы сказать что-то важное о данной культуре на основании семантического анализа соответствующей единицы.)

Возможно, чувствуя недостаточность иллюстративной базы, А. Павлова и М. Безродный привлекают работы, далеко выходящие за рамки рассматриваемых направлений, — лишь бы в них упоминались «концепты», или «ментальность», или «картина мира», или «лингвокультура», или «этнопсихология». Оценить качество этих работ, не обращаясь к ним непосредственно, трудно, поскольку, как уже говорилось, А. Павлова и М. Безродный уклоняются от конкретного лингвистического анализа. Можно легко поверить, что многие из них характеризуются невысоким уровнем (именно такие работы имел в виду Ю. Д. Апресян, когда говорил об «измельчании» идеи языковой картины мира). Однако ни приводимые примеры, ни комментарии не позволяют судить об этом с уверенностью (Более того, можно допустить, что в каких-то случаях мы сталкиваемся с полным непрофессионализмом или даже шарлатанством. Но возможное наличие таких публикаций не в большей мере компрометирует методы современной семантики, чем, скажем, публикация гороскопов, в которых встречаются слова «планета», «орбита», «созвездие», компрометирует ас-

трономическую науку). Скажем, А. Павлова и М. Безродный пишут, что некая не называемая ими «российская исследовательница, иллюстрирующая библеизмами свой тезис о том, что русские осуждают предательство и высоко ставят верность и чувство долга, забывает, что библеизмы не содержат в себе ничего специфически русского». Весьма вероятно, что в данном случае исследовательница действительно это забывает; однако следует учитывать, что среди библеизмов могут встретиться и лингвоспецифичные для языка-рецептора (а об этом, по-видимому, забывают А. Павлова и М. Безродный). Так, к числу библеизмов, которые получили специфичное преломление в русском языке, несомненно, относится слово *хам* и его производные (*хамство*, *хамить*, *хамский*, *хамло* — Ирина Левонтина напомнила мне, что в стихотворении Льва Лосева «Один день Льва Владимировича» лирический герой в ответ на замечание американского слависта, что в «русском языке» нет слова *sophistication*, вспоминает непереводаемые русские слова: «Есть слово „истина“. Есть слово „воля“. / Есть из трех букв — „уют“. И „хамство“ есть. / Как хорошо в ночи без алкоголя / слова, что невозможно перевести, / бредя, странствуя бормотать пустому») и отчасти слова *столпотворение* и *ирод*.

Дальше А. Павлова и М. Безродный осуществляют еще одну подмену: они сообщают, что «неогумбольдтианцы» свои утверждения о важности для русской языковой картины мира тех или иных моральных императивов иллюстрируют паремиями. Вообще говоря, паремии плохо подходят в качестве инструмента для выявления особенностей языковой картины мира. Дело в том, что паремии употребляются в речи с разной степенью частоты; многие из них неизвестны рядовым носителям языка; их рекомендации часто противоречат одна другой; наконец, что самое важное, иллюстрируемые моральные императивы обычно содержатся в ассертивных компонентах паремий, а, как уже говорилось, языковую картину мира образуют не ассерции, а презумпции. Примечательно, что, как следует из дальнейшего текста, во многом из сказанного А. Павлова и М. Безродный отдают себе отчет, и тем не менее они говорят, что «попыткам лингвистически обосновать стереотипы русской щедрости и немецкой прижимистости противопоставляются многочисленные русские пословицы, призывающие к бережливости, и многочисленные немецкие, осуждающие скупость». Остается совершенно непонятным, какое отношение факт существования таких пословиц имеет к лингвистическому обоснованию чего бы то ни было. Кроме того, А. Павлова и М. Безродный никак не поясняют, что они понимают под выражением «лингвистически обосновать стереотипы».

Загадочным представляется следующее замечание А. Павловой и М. Безродного: «Строго следуя логике ГЛО, иллюзорными нужно было бы признать также синонимию и билингвизм». В действительности дело обстоит ровно противоположным образом: именно обсуждение синонимических рядов и практики билингвов для многих исследователей служит важным свидетельством наличия в языковых картинах мира лингвоспеци-

фичных идей. В течение многих лет в работе представителей МСШ важнейшее место занимал анализ синонимических рядов в рамках работы над «Новым объяснительным словарем синонимов русского языка»; выводы Анны Вежибицкой относительно лингвоспецифичности многих языковых единиц базировались, среди прочего, на интроспекции билингвов. Поэтому не соответствует действительности утверждение А. Павловой и М. Безродного, будто «о существовании лиц, владеющих несколькими языками, неогумбольдтианцы предпочитают не вспоминать»; напротив, опыт билингвов занимает центральное место в аргументации представителей рассматриваемых направлений. Комментируя высказывание, согласно которому билингвы владеют сразу двумя языковыми картинами мира, А. Павлова и М. Безродный саркастически замечают: «Случаи сосуществования у одного лица более чем двух ЯКМ этим автором не упоминаются и, надо надеяться, не зафиксированы». Странная надежда. Безусловно, известны люди, хорошо говорящие на трех языках, и это свидетельствует о том, что человек может владеть тремя языковыми картинами мира и в нужный момент переключаться с одной на другую. Замечание А. Павловой и М. Безродного похоже на утверждение, что один человек не может владеть фонетическими системами двух или трех разных языков. Действительно, люди, выучившие второй язык не в раннем детстве, часто говорят на нем с акцентом; но странно было бы говорить: «Случаи сосуществования у одного лица более чем двух фонетических систем, надо надеяться, не зафиксированы».

Данное заблуждение А. Павловой и М. Безродного особенно странно, поскольку они живут в окружении неродного языка. Трудно поверить, чтобы они никогда не сталкивались с несопадением немецкой и русской языковых картин мира. Неужели они не замечали, что слово *praktisch* в рекламных объявлениях плохо переводится на русский язык (В одном из эссе из серии «Ворчалки о языке» Ирина Левонтина пишет: «В немецких магазинах женской одежды русское ухо поражает частота, с которой звучат два слова — *praktisch* и *günstig*. Конечно, русское *практичный* не вполне тождественно немецкому *praktisch*, а русское *дешевый* тем более отличается от немецкого *günstig*, но все же трудно представить себе русскую даму, которая, примеряя в магазине нарядное платье, одобрительно восклицает: „Дешево и практично!“).), что требование к человеку, которого называли *Freund*, отличается от требований, которые русские привыкли предъявлять к *другу*, а человек, сообщающий по-русски, что ему назначили *Termin*, просто оставляет немецкое слово без перевода и т. д.?

Стоило бы напомнить, что понимается под «языковой картиной мира». Упрощенно дело можно представить следующим образом. Каждый человек располагает какими-то представлениями о мире, которые составляют его индивидуальную картину мира. Эта картина мира не является объектом лингвистики. Напротив того, языковая картина мира выявляется посредством лингвистического анализа и, как уже говорилось, представля-

ет собою совокупность презумпций единиц соответствующего языка. Если человек в совершенстве владеет семантикой соответствующих единиц, значит он владеет и языковой картиной мира (или ее релевантным фрагментом).

На практике люди, пытающиеся говорить на иностранном языке, часто знают его не в совершенстве и используют иностранное слово в соответствии с презумпциями, которые имеет аналог этого слова в родном языке. Иногда это приводит к забавным результатам. Так, в соответствии с презумпциями, которые слово *adventure* имеет в американском английском, это слово часто используется в рекламе. Один из «слоганов», используемых в рекламе некоего автомобиля, был переведен на русский язык как «Наполни свой день приключениями!» Нет необходимости комментировать, как этот слоган был воспринят русской аудиторией. Конечно, можно говорить, что мы имеем дело всего лишь с переводческой неудачей; однако сам факт этой неудачи показателен и как будто свидетельствует, что языковая картина мира не является фикцией. Может оказаться так, что коммуникативной неудачи не возникает — если по каким-то причинам семантический сдвиг, происходящий при переводе, оказался нерелевантным. Так, русское прилагательное *уютный* часто можно передать посредством голландского слова *gezellig*; однако это не отменяет того факта, что русский *уют* среди прочего ассоциируется у носителей русского языка со шторами на окнах, а голландское *gezelligheid* скорее связано с представлением о чисто вымытом окне без занавесок.

Аргументы А. Павловой и М. Безродного, касающиеся принципиальной возможности перевести все, что говорится на каком-либо одном языке, на любой другой язык, также основаны на некоторой подмене. Не обсуждая вопрос о том, насколько достижима полная точность перевода, замечу, что все же следует различать ситуации, когда перевод не составляет проблемы, и ситуации, когда он требует переводческих ухищрений, а «наивный» перевод может привести к коммуникативному провалу. В некоторых случаях построения А. Павловой и М. Безродного ставят меня в тупик. Так, они пишут: «...в зависимости от того, какие именно значения многозначного слово *poshlyy* актуальны для того или иного сообщения, это слово переводится на немецкий как *kitschig, ordinär, vulgär, gewöhnlich, geschmacklos, niveaulos, spießig, primitiv, kleinkariert, engstirnig, beschränkt, anzüglich, schlüpfzig* либо как их комбинация». Неужели они думают, что проблема здесь именно в многозначности переводимого слова и каждому из значений соответствует строго один перевод — одно из приведенных слов или их комбинация?

Более того, если строго следовать логике А. Павловой и М. Безродного, ненужными или иллюзорными придется признать заимствования и семантические кальки. Действительно, зачем заимствовать или калькировать иноязычное слово, если соответствующий смысл легко выражается средствами родного языка? По этой логике, А. С. Пушкин в свое время просто поленился найти подходящий перевод для слова *vulgar*, написал

«не могу перевести» и вставил его в текст «Евгения Онегина» непереверженным.

В некоторых случаях приходится оперировать обширными буквальными цитатами из статьи А. Павловой и М. Безродного, потому что невозможно (или, по крайней мере, очень трудно) поверить, что написанное ими написано всерьез. Цитирую: «Какая бы ситуация несовпадения языков ни рассматривалась российскими неогумбольдтианцами, ей полагается свидетельствовать о превосходстве русского языка над другими». На основании чего «полагается», не сообщается. Но само предположение, что цель лингвистического исследования может состоять в том, чтобы продемонстрировать превосходство какого-либо языка, вызывает в памяти статьи некоторых советских идеологов, объявлявших, что учение о родстве индоевропейских языков направлено исключительно на то, чтобы обосновать превосходство белой расы (Кстати, и гипотеза Сепира — Уорфа объявлялась расистской. Ср.: «...уже в конце 20-х годов он <Сепир> все более сближается с представителями расистской этнопсихологии, а такие его ученики, как Б. Уорф, используют структурные особенности некоторых языков Америки для откровенной расистской пропаганды. ... Нам это „развитие“ взглядов Сепира представляется весьма характерным для того пути, который проделала за эти годы официальная американская лженаука, все определеннее становящаяся на путь служения империализму. ... Утверждения, подобные тому, что „грамматика сама является творцом идей“, „программой и проводником индивидуальной умственной активности“, оказались лишь орудием расовой пропаганды о преимуществах народов, говорящих на языках „европейского стандарта“... Так „ученый“, „специалист по языкам американских индейцев“, ученик и последователь Сепира Б. Уорф путем подтасовки языковых фактов, путем схоластических ухищрений с „языковыми моделями“ ведет открытую расовую пропаганду» [Гухман 1954]. Эти утверждения могут считаться убедительными примерно в той же мере, что и те, которые предложили нам А. Павлова и М. Безродный.». Далее написано буквально следующее: «Если для перевода, например, слова *poshlost'* приходится пользоваться одним из его контекстуальных синонимов, это демонстрирует беспрецедентную емкость русской лексики. Если ситуация противоположна, а именно: некое понятие выражают большим количеством русских слов и меньшим — нерусских, это служит доказательством беспрецедентного богатства русского лексикона». С тем же успехом фонетист мог бы сказать, что использование в области русского вокализма меньшего числа фонологически значимых признаков по сравнению с французским вокализмом свидетельствует о «беспрецедентной емкости» русских гласных, а использование признака твердости/мягкости согласных, нерелевантного для французского языка, служит доказательством «беспрецедентного богатства» русского консонантизма. Кроме того, рассуждение можно и перевернуть: «Если одному русскому слову в переводах соответствуют разные, это свидетельствует о бедности русского лексикона; если одному

иностранным словам соответствуют разные русские слова, а общего слова в русском языке нет, это свидетельствует о неспособности русских к абстрактному мышлению». В таком рассуждении столько же логики, что и в рассуждении, которое изобрели (и почему-то приписали российским лингвистам) А. Павлова и М. Безродный, — проще говоря, логики я в нем не вижу.

Затем А. Павлова и М. Безродный возвращаются к критериям выделения «ключевых слов». Они отмечают, что среди русских существительных «судьба» занимает только 181-е место, тогда как, например, *дело* находится на 4-м, и идиом с *делом* куда больше, чем с любым из признанных «ключевых слов». При этом они не сообщают, пользуются ли собственными подсчетами (тогда следовало бы указать методику подсчетов, чтобы можно было оценить степень их достоверности) или используют данные частотных словарей (тогда, в соответствии с нормами научной этики, следовало бы сообщить каких: использование чужих результатов без ссылки, даже если речь идет о частотном словаре, может считаться разновидностью плагиата). Любопытно, что в этом случае они забывают о собственном призыве учитывать многозначность: слово *дело* имеет в «Малом академическом словаре» [Словарь русского языка 1981] 14 значений, и подсчет частотности по каждому из этих значений в отдельности привел бы к снижению рейтинга. Дальнейшее рассуждение в очередной раз поставило меня в тупик. А. Павлова и М. Безродный писали (в первоначальной редакции статьи): «Однако *дело* в отличие от слов *судьба*, *удаль* и *авось* ключевым считаться не может — это противоречило бы „лингвокультурологическому“ учению о склонности русских к созерцательности». Они не пояснили смысл используемого ими прилагательного «лингвокультурологический»; думаю, не случайно прилагательное было опущено в английском переводе, в котором сказано просто: “the alleged tendency of Russian people towards contemplation.” Под лингвокультурологией обычно понимают совокупность дисциплин, изучающих язык и культуру в их взаимодействии; наряду с культурной семантикой, к ней относится описание особенностей стилей коммуникации (напр., продолжительности принятых в разных речевых общностях пауз между репликами собеседников, необходимых для того, чтобы не создавалось ощущение «перебивания») и речевого этикета (см., напр., подробное сопоставительное исследование прагматики извинения Р. Ратмайр [Rathmayr 1996] или совсем недавнюю книгу: [Ларина 2009]) и многое другое. В новой редакции статьи А. Павлова и М. Безродный опустили прилагательное и заключили в кавычки слово «учение», но так и не пояснили, где они обнаружили это «учение» (ссылки так и не появились). Тем более непонятно, что препятствует отнесению слова *дело* к числу «ключевых»: вероятно, оно таковым как раз является (по крайней мере в некоторых значениях). Тот факт, что оно пока не было объектом детального семантического анализа, скорее всего объясняется тем, что реконструкция русской языковой картины мира находится в начальной стадии, и анализу подверглись лишь

немногие слова — а именно, те, для которых наличие нетривиальных презумпций было особенно очевидно. Следующая фраза тоже не очень понятна: «Несолидно было бы считать ключевыми *матрешку* и *самовар*, т. е. слова действительно непере译одимые (отчего их и не „транслируют“, а транслитерируют), так что остается настаивать на непере译одимости слов *удаль* и *авось*». Статус критерия «несолидности» также не объяснен (в английском переводе «несолидно было бы» передано как “it would be considered as unprofessional”) (помимо этого, авторы в качестве критерия научной обоснованности упоминают «лестность». Они пишут об А. Вежицкой: «не все ее оценки, выставленные русскому характеру, сочли достаточно лестными, „т. е.“ научно обоснованными». Замечательны кавычки при обороте «т. е.» <эти кавычки, присутствовавшие в авторском варианте статьи, с которым ознакомился А. Д. Шмелев, были убраны в публикуемой версии — прим. ред.>)). Обычно лингвисты исходят из представления, восходящего к известной фразе Бодуэна де Куртене относительно того, что для лингвистического анализа слово *жопа* ничем не хуже слова *генерал*. По существу же надо пояснить, что слова, обозначающие артефакты, могут быть весьма интересны для концептуального анализа (в классической книге о концептуальном анализе Вежицка одну из четырех глав целиком посвятила словам *bike* и *car* [см.: Wierzbicka 1985]) и лингвоспецифичны (ср. наличие в русском языке слова *щи* для обозначения капустного супа или слова *чайник* в значении, соотносимом с *kettle*). Правда, слова *матрешка* и *самовар* редко употребляются в современной речи в прямом режиме (больше как условный символ «русскости»). В этом отношении слова *удаль* и *авось* на них как раз похожи; по-видимому, именно поэтому они сразу привлекли внимание лингвистов, которые редко использовали их в собственной речи и были способны взглянуть на них «отстраненно». Кроме того, слова, лингвоспецифичность которых ощущается носителями языка и которые становятся объектом метаязыковой рефлексии, часто обрастают дополнительными коннотациями, так что лингвоспецифичность их повышается (это как раз касается слов *удаль*, *авось*, *тоска*).

Далее А. Павлова и М. Безродный упрекают сторонников учения о языковой картине мира в «вере в стереотипы». Здесь опять происходит смешение понятий. Значит ли этот упрек, что А. Павлова и М. Безродный вообще отрицают существование стереотипов (и, в частности, этностереотипов)? Представляется, что об их существовании свидетельствуют разнообразные данные, в том числе языковые. Так, по-русски естественно говорить о *чисто немецкой пунктуальности*, но странно — о *чисто русской пунктуальности* или о *чисто немецкой бесшабашности* [см.: Плуныян, Рахилина 1996]. Может быть, А. Павлова и М. Безродный отрицают правомерность изучения стереотипов? Но такое ограничение на допустимую область научного исследования кажется весьма странным. Возможно, они отвергают гипотезу о том, что эти стереотипы могут иметь лингвистическое происхождение (по крайней мере, в некото-

рых случаях)? Но тогда разумно было бы предложить альтернативное объяснение.

Между тем гипотеза о лингвистических источниках стереотипов во многих случаях представляется весьма правдоподобной. Так, известный стереотип, согласно которому русские постоянно говорят и думают о душе (именно этот стереотип положен в основу известного анекдота о русской женщине, которая, проведя ночь с любовником, говорит ему: «А душу мою, Федя, ты так и не понял»). Кажется, что этот стереотип коррелирует с тем, что слово *душа* действительно относительно частотно в русских текстах и во многих контекстах не может быть переведено на другие языки буквально. Механизм действия или даже возникновения стереотипов хорошо иллюстрирует следующая история, рассказанная Верой Белоусовой: «Недавно я наблюдала любопытную сцену. Дело происходило на прощальной вечеринке по случаю отъезда московского математика, проработавшего в нашем университете несколько месяцев. Один из здешних профессоров задал ему очень типичный и эмоционально нейтральный вопрос: “So, were you happy in Athens?” (буквально: «Ну и как, вы были счастливы в Афинах?»). Гость удивленно пожал плечами и ответил так: “Well... What’s happiness?.. I was satisfied” (буквально: «Н-ну... Что есть счастье?.. Я был доволен»). После чего они с недоумением уставились друг на друга. Я почти уверена, что знаю, что происходило в эту минуту у каждого в голове. „С какой же легкостью эти американцы бросаются словом ‘счастье!’“ – думал русский. „Как же русские любят разводить философию на пустом месте!“ — думал американец. Что-то в этом роде, во всяком случае. А между тем все было значительно проще. Американское „happy“ как раз и значило „вам понравилось?“, „вы довольны?“ — о счастье как таковом там речи не шло» [Белоусова 2011]. (Точно так же стереотип гордого поляка (*кичливого ляха*), вероятно, связан с той важностью, которую *honor* (заимствованное в русский в виде *гонор*) имеет в польской языковой картине мира. Известны многочисленные примеры стереотипов, возникающих из-за несовпадения правил речевого этикета и прагматики речевой коммуникации, они приводятся множеством авторов — см., напр.: [Виссон2007; Ларина2009]. Сказанное не означает, что все этностереотипы возникают именно вследствие расхождения языковых картин мира. Лингвистические источники этностереотипов могут даже иметь чисто фонетическую природу; так, стереотип медлительности эстонцев, вероятно, связан с наличием в эстонском языке долгих и сверхдолгих слогов, с продолжительностью пауз в стандартной эстонской речи. Кроме того, многие стереотипы, по-видимому, имеют нелингвистическое происхождение: стереотип, касающийся пристрастия русских к выпивке, хотя и поддерживаемый языковыми данными (напр., частым употреблением уменьшительно-ласкательных суффиксов при обозначении выпивки и закуски: *водочка, селедочка, огурчики, грибочки*), скорее всего имеет неязыковой источник.)

Приведу еще одно наблюдение Веры Белоусовой, свидетельствующее, что различие презумпций у эквивалентных, казалось бы, выраже-

ний не фикция, а реальная проблема для межкультурной коммуникации: «...возьмем, к примеру, систему похвал. Во множестве американских фильмов есть какая-нибудь такая сцена: ребенок сообщает кому-нибудь из родителей о хорошей отметке за контрольную. И этот родитель, персонаж, в целом простой как правда, говорит в ответ что-нибудь вроде: “I am so proud of you!” На первый взгляд это значит именно то, что значит, но когда тот же персонаж в русском дубляже говорит: „Я так горжусь тобой!“ — это немедленно начинает порождать дополнительные смыслы. То ли родитель оказывается патологически высокопарным, то ли у ребенка были какие-то неслыханные проблемы, о которых нам почему-то не сказали. Между тем ничего этого нет. Эта похвала, по сути дела, гораздо ближе к русскому „умница!“, чем к выражению гордости. Со словом „умница“, в свою очередь, все не так просто. „‘Умница’ — это ‘умный человек’?“ — спрашивают меня студенты, когда видят или слышат где-нибудь это слово. „И да и нет, — говорю я. — Умного человека можно назвать умницей, но в большинстве случаев ‘умница’ значит скорее ‘well done!’“. Вообще интересно, что русские похвалы часто адресованы человеку („молодец!“, „умница!“), а американские — произведенному им действию („well done!“, „good job!“). В книгах о воспитании детей под это подведена теоретическая база, но на самом деле это изначально заложено в самом языке».

В свете всего сказанного кажутся излишними комментарии по поводу деталей, в которых А. Павлова и М. Безродный, по-видимому, вообще не отдают себе отчета. Надо ли уточнять, что языковая картина мира (понимаемая как система презумпций) различна для разных видов дискурса (напр., советской газеты, научной статьи и церковной проповеди), подтверждена региональному и временному варьированию (картина мира американского английского не полностью совпадает с картиной мира австралийского английского; что касается до временного варьирования, можно заметить, что изменения в постсоветском русском языке по большей части могут быть описаны как изменения в языковой картине мира)? Надо ли в очередной раз повторять, что различие между картинами мира разновидностей одного языка, обслуживающих разные субкультуры, может быть больше, чем межъязыковые различия, и что, наоборот, часто обнаруживается значительное сходство между культурно сходными фрагментами языковых картин мира разных языков (более подробно все эти вопросы рассматриваются в книге: [Зализняк, Левонтина, Шмелев 2005])?

Кратко коснусь лишь некоторых моментов, которые могут вызывать недоразумения. Прежде всего, это касается общего вопроса соотношения языка и мышления, а также языка и культуры. Надоно сказать, что большинство представителей рассматриваемых направлений предпочитает не предаваться теоретизированию на этот счет, а сосредоточиваться на семантическом анализе конкретных языковых выражений. Но в целом можно сказать, что они в большей степени привержены представлению об имманентности лингвистики, нежели многие когнитивисты или психо-

лингвисты. В качестве доказательств наличия в семантике языковой единицы того или иного семантического компонента обычно принимаются собственно языковые свидетельства (языковые правильно-предложения, его реальное использование в речи), а не результаты психолингвистических или нейропсихологических экспериментов. Что касается связи языка с культурой, то и она далеко не прямолинейна. Ясно, что многое в культуре непосредственно с языком не связано. С другой стороны, языковая картина мира может изучаться сама по себе, безотносительно к особенностям культуры, которую этот язык обслуживает (едва ли не в большинстве работ, выполненных в рамках МСШ, экскурсов в культуру нет. Ср. также книгу, которая знаменовала собою начало нового этапа изучения русской языковой картины мира, была посвящена лингвоспецифичным словам русского языка (напр., *далеко, вдали, вдалеке, недалеко, неподалеку, близко, вблизи, поблизости*), но не касалась соотнесения соответствующих фрагментов русской языковой картины мира с культурными особенностями: [Яковлева 1994]); но в некоторых случаях связь языка и культуры настолько очевидна, что попытка отрицать ее, вопреки этой очевидности, производила бы впечатление полной неадекватности (Так, русский глагол *тыкать* 'обращаться на ты к человеку, которого правила речевого этикета требуют именовать на вы' выражает отрицательную оценку соответствующего речевого поведения и отражает тот факт, что русский речевой этикет в определенных ситуациях требует обращения на вы (а не ты). Одновременно он «навязывает» носителям русского языка представление о недопустимости неуместного использования формы *ты*. В английском языке соответствующее разграничение (обращение на *вы* и *ты*), как известно, не проводится, и поэтому глагол *тыкать* труднопереводим на английский язык.).

В статье А. Павловой и М. Безродного чрезвычайно настойчиво обсуждается вопрос о критериях выделения «ключевых слов». Между тем особой роли эти критерии не играют, поскольку, как уже говорилось со ссылкой на А. Вежбицку, самое главное — можем ли мы сказать что-то важное о данной культуре на основании семантического анализа соответствующей единицы. Вообще говоря, необходим семантический анализ всех языковых единиц без исключения. Если семантика какой-либо единицы содержит нетривиальные презумпции относительно устройства мира, то эти презумпции могут рассматриваться как часть соответствующей языковой картины мира. Если какая-то презумпция повторяется в значении разных языковых единиц данного языка, то она принадлежит к числу «сквозных мотивов» языковой картины мира. Часто оказывается, что эти «сквозные мотивы» могут рассматриваться как дающие ключ к каким-то важным особенностям соответствующей языковой картины мира, а возможно, и культуры, обслуживаемой данным языком. Соответственно их можно отнести к числу «ключевых идей» языковой картины мира, а слова, содержащие такие презумпции, — к числу ее «ключевых слов». Таким образом, выделение

«ключевых» слов не может предшествовать семантическому анализу — оно является его результатом. (В книге [Зализняк, Левонтина, Шмелев 2005] проанализировано более 1000 лексических единиц (из них более 800 — русских); в книге «Языковая картина мира...» анализу подвергнуто (как можно судить по лексемному указателю) более 2500 единиц, из них более 2400 — русских. <Уж не знаю, являются ли эти единицы «ключевыми» по критериям А. Павловой и М. Безродного.> Напрасно мы ждали бы от А. Павловой и М. Безродного критического разбора или уточнения проведенного анализа: они предпочитают рассуждать в общем ключе, т. е. ни о чем.)

«Ключевые слова» часто оказываются труднопереводимыми, поскольку в иностранном языке сложно найти эквивалент, содержащий в точности те же презумпции (разумеется, перевод возможен, когда презумпциями можно пренебречь). Заметим, что неоднословные переводы не спасают дело, поскольку у свободных словосочетаний нет собственных презумпций. Если для слов, выражающих некоторую презумпцию, нет простых переводов в большинстве других языков, то соответствующая презумпция оказывается лингвоспецифичной, причем степень лингвоспецифичности тем выше, чем больше слов, с трудом поддающихся переводу, ее выражают.

Критерий частотности здесь может играть вспомогательную роль. Для языковой картины мира существенны в первую очередь общеупотребительные слова; если какая-то единица встречается в речи редко, то невелик и «удельный вес» презумпций, которые она содержит. Так, для картины мира современного русского языка едва ли важную роль играют нетривиальные презумпции слова *целомудрие*.

Выше уже говорилось, что частотность слова *душа* в русской речи, возможно, является одним из источников стереотипа 'русские все время думают и говорят о душе'. Приведем еще в качестве примера русское слово *судьба*, тем более что А. Павлова и М. Безродный высмеивают наблюдение А. Вежбицкой: «...в корпусе современного русского языка частотность слова *судьба* — 230 на миллион слов, а в корпусе современного французского языка частотность *destinée* — 27 на миллион слов». Они комментируют это высказывание следующим образом: «Иначе говоря, слово *судьба* предлагается считать высокочастотным в русской речи (а значит, ключевым для понимания мировоззрения русскоязычных) только потому, что слово *destinée* в речи франкофонов употребляется реже». Почему «иначе говоря»? Смысл высказывания А. Вежбицкой иной (и остается открытым вопрос, действительно ли А. Павлова и М. Безродный не понимают этого или сознательно передергивают): она полемизирует с Патриком Серио, который говорит, что слово *судьба* ничем не отличается от *destinée*. Вообще говоря, более удачными французскими аналогами для слова *судьба* я бы считал *destin, lot* и *sort* (хотя я понимаю, что, в отличие от Патрика Серио, не являюсь носителем французского языка). По-видимому, такое же впечатление создалось и у А. Павловой и М. Безродного; отсюда их комментарий: «Непонятно...,

почему сравниваются именно *судьба* и *destinée*, а не вообще русские и французские слова с соответствующей семантикой... Это было бы тем более желательным, что *судьбе* как слову ключевому не полагается иметь переводных эквивалентов». Это можно было бы считать единственным дельным замечанием в их статье, но ответ на их недоумение прост: сравниваются *судьба* и *destinée*, потому что Сериио предложил в качестве эквивалента для слова *судьба* именно слово *destinée*. А вот что значит выражение «не полагается иметь переводных эквивалентов», непонятно уже мне. «Ключевые» слова (т. е. слова с нетривиальными презумпциями), как и любые другие, могут иметь аналоги в других языках; у этих аналогов не будет в точности того же набора презумпций, но они могут использоваться для перевода, если эти презумпции несущественны для содержания сообщения. Более того, в работе Вежбицкой, о которой идет речь, сравниваются русское слово *судьба*, польское *los*, немецкое *Schicksal*, итальянские *destino* и *sorte*, французские *destin* и *sort*, английские *fate* и *destiny*, причем все эти слова признаются «ключевыми» для соответствующих языков и обслуживаемых ими культур. Ясно, что никакое сопоставление было бы невозможно, если не видеть сходства в семантике соответствующих выражений.

Любое содержательное обсуждение русского слова *судьба* должно учитывать, что это слово имеет по меньшей мере два значения: (1) 'таинственная сила, управляющая жизнью человека' (*рок*); (2) 'то, какую форму приобретает жизнь человека' (*доля, участь*); кроме того, это слово часто употребляется в составе устойчивого оборота *не судьба*, проанализированного В. Ю. Апресян [Апресян 2006]. Именно частотность слова *судьба* иногда приводит к появлению стереотипного представления о «фатализме» русских. При поверхностном взгляде могло бы создаться впечатление, что Вежбицка сама находится в плену этого стереотипа, не учитывая того, что «фаталистичное» первое значение как раз не очень частотно. Но, во-первых, носители стереотипов обычно не проводят семантического анализа и разбиения на значения: стереотип может поддерживаться самим фактом частотности слова, на котором стереотип базируется. Во-вторых, А. Вежбицка никогда не придавала большого значения таким ярлыкам, как «фатализм»: они не являются элементами «естественного семантического метаязыка» и не используются в толкованиях. Наконец, идею, отчасти родственную «фатализму», можно усмотреть в обороте *не судьба*, хотя, конечно, точнее говорить о нем как о формуле «примирения с действительностью», относящегося к числу сквозных мотивов русской языковой картины мира.

Можно ли описать все названные явления, не прибегая к понятию «языковая картина мира»? По-видимому, можно; характерно, что, за исключением упомянутой выше статьи [Вежбицка 2008], А. Вежбицка это понятие практически не использует (соответствующее сочетание она упоминает только в цитатах из Ю. Д. Апресяна). Кстати, не пользуется она также и понятиями «пресуппозиция», «коннотация» и т. п., не являющимися

элементами ЕСМ (соответствующие смыслы в ЕСМ выражаются оборотами «все люди знают...», «многие люди могут сказать...»). Однако очевидно, что критика в статье А. Павловой и М. Безродного относится вовсе не к терминологии и что ЕСМ Вежбицкой и Годдарда их также не устраивает.

Знаменательно, что А. Павлова и М. Безродный как-то не обращают внимания на тот очевидный факт, что русский язык принадлежит к языкам «европейского стандарта» и, как следствие, имеет с другими языками «европейского стандарта» гораздо больше общих черт, чем различий. По-видимому, инструментарий семантического анализа, который был известен во времена Б. Уорфа, вообще не позволял обнаружить какие бы то ни было различия языковых картин мира разных языков «европейского стандарта», и лишь методы современной семантики позволили некоторые из таких тонких различий выявить. К настоящему времени из языков «европейского стандарта» больше всего мы знаем об английской, русской и польской языковых картинах мира, да и в отношении этих языков сведения далеко не полны. Но и того, что мы знаем, довольно, чтобы с уверенностью говорить: ни о каком «особом» месте русского языка на фоне других европейских языков говорить нет оснований (точнее, есть черты, присутствующие только русскому языку, но, вероятно, то же относится к любому другому языку).

Характеризуя методы Вежбицкой и ее российских коллег, А. Павлова и М. Безродный пишут: «...мишень рисуется вокруг вонзившейся стрелы». Однако, как мы видели, стрелы, выпущенные в статье А. Павловой и М. Безродного, либо просто улетают куда-то вдаль, либо поражают изобретенные ими же фантомы, а сама статья оставляет чувство недоумения.

Это недоумение только усиливается при знакомстве со вставками, которые внесены в новую редакцию их статьи. Зачем-то цитируется длинный абзац из книги В. Н. Малышева об «одиночестве» русских и противопоставленности «русского мира» всему остальному миру — что А. Павлова и М. Безродный хотели иллюстрировать этой цитатой, осталось непонятно. Или они пишут: «Эпоха „суверенной демократии“ учит не удивляться выходу в свет пособий по „русской логике“ и „православной арифметике“». Само сочетание «суверенная демократия» было изобретено лет пятьдесят тому назад кем-то из идеологов современной российской власти (скорее всего, Владиславом Сурковым), какое-то время активно обсуждалось и высмеивалось и с тех пор почти полностью забыто. Зачем понадобилось его реанимировать и какое отношение оно имеет к теме статьи, остается столь же непонятным. Более того, непонятна и связь «суверенной демократии» и выхода в свет названных пособий: кажется, что пособия пишутся индивидуальными авторами и какие бы то ни было демократические процедуры (будь то «суверенные» или «не суверенные») к их написанию отношения не имеют. Что же касается до самих пособий, трудно по названию понять, о чем в них говорится. Скажем, сочетание «русская логика» кажется забавным, но ему можно придать разумный смысл, причем не один. Так, сходное по фор-

мальной структуре сочетание *Russian linguistics* в названии журнала указывает на науку о русском языке; это же сочетание неоднократно используется в английском переводе статьи А. Павловой и М. Безродного как переводной эквивалент выражения *российская лингвистика*. Слово *русский* в сочетании *русская логика* могло бы быть употреблено иронически, как в устаревшем в силу «неполиткорректности» выражении *женская логика*. В любом случае это имеет мало отношения к заявленной теме статьи.

Итак, «обзор» А. Павловой и М. Безродного дает полностью искаженное представление о современной российской лингвистике. Помимо множества фактических неточностей, в статье намеренно размываются все критерии: сочинения акад. Фоменко и труды акад. Апресяна ставятся в один ряд; цитаты из серьезных лингвистических работ (пусть иногда спорные) перемежаются беспомощными в лингвистическом отношении рассуждениями. Таким образом, в целом статья А. Павловой и М. Безродного может рассматриваться как проявление распространившейся в последнее время постмодернистской «игры на понижение».

Мне трудно сказать, насколько недовольство А. Павловой и М. Безродного положением дел в современной российской лингвистике можно рассматривать как один из многочисленных примеров ламентаций на тему «раньше было лучше». Со всех сторон нам сообщают, что по сравнению с советским временем и уровень жизни упал, и с нравственностью дело обстоит не лучшим образом, и грамотность снижается, и язык портится, и, как теперь оказывается, и лингвистика зашла куда-то не туда. Мне же вспоминаются знаменитые строки Алексея Толстого, написанные почти 140 лет тому назад:

Брось же, Миша, устрашенья,
У науки нрав не робкий,
Не заткнешь ее теченья
Ты своей дрянною пробкой!

ЛИТЕРАТУРА

Апресян В. Ю. Семантика и прагматика судьбы // Компьютерная лингвистика и интеллектуальные технологии : тр. Междунар. конф. «Диалог 2006» (Бекасово, 31 мая—4 июня 2006 г.). — М., 2006.

Апресян Ю. Д. Интегральное описание языка и системная лексикография. — М., 1995.

Беликов В. И. Учебник русского (Зализняк Анна А., Левонтина И. Б., Шмелев А. Д. Ключевые идеи русской языковой картины мира: Сборник статей) // Отечественные записки. 2006. № 2.

Белюсова В. Lost in translation // Новый мир. 2011. № 2.

Вежбицкая А. Имеет ли смысл говорить о «русской языковой картине мира»? (Патрик Серио утверждает, что нет) // Динамические модели: слово, предложение, текст. — М., 2008. С. 179; 185.

Виссон Л. Русские проблемы в английской речи. Слова и фразы в контексте двух культур. — М., 2007.

Гладкова А. Русская культурная семантика: эмоции, ценности, жизненные установки. — М., 2010.

Гухман М. М. Э. Сепир и «этнографическая лингвистика»: об одной из реакционных концепций в современном американском языкознании // Вопросы языкознания. 1954. № 1.

Зализняк Анна А., Левонтина И. Б., Шмелев А. Д. Ключевые идеи русской языковой картины мира. — М., 2005.

Келли К. [пер. с англ. М. Маликовой] Рец. на книги: Зализняк Анна А., Левонтина И. Б., Шмелев А. Д. Ключевые идеи русской языковой картины мира. М., 2005 и Гудков Л. Негативная идентичность. М., 2004 // Антропологический форум. 2007. № 6.

Ларина Т. В. Категория вежливости и стиль коммуникации: сопоставительное исследование английских и русских лингвокультурных традиций. — М., 2009.

Левонтина И. Б. «Посмотри на руссаго человека, найдешь его задумчива»: откуда есть пошла русская душа? // Полит.ру. 2005. URL: <http://www.polit.ru/culture/2005/11/28/russoul.html>.

Левонтина И. Б. Русский со словарем. — М., 2010.

Овсянников В. В. Американские проблемы в русском менталитете // Вісник СумДУ. 2006. № 11 (95). Т. 1.

Павлова А. В., Безродный М. В. Хитрушки и единокор: образ русского языка от Ломоносова до Вежбицкой // Toronto Slavic Quarterly. 2010. № 31. URL: <http://www.utoronto.ca/tsq/31/bezrodny31.shtml>.

Плунгян В. А., Рахилина Е. В. «С чисто русской аккуратностью...» (к вопросу об отражении некоторых стереотипов в языке) // Московский лингвистический журнал. 1996. Т. 2.

Словарь русского языка. Т. 1. — М., 1981.

Соловьев В. М. Тайны русской души: вопросы; ответы; версии : кн. для чтения о русском национальном характере для изучающих русский язык как иностранный. — М., 2002.

Шмелев А. Д. Новомосковская школа концептуального анализа // Научное наследие академика Ф. Ф. Фортунатова и современное языкознание. — Петрозаводск, 2004.

Яковлева Е. С. Фрагменты русской языковой картины мира. Модели пространства, времени и восприятия. — М., 1994.

Lakoff G. Women, Fire and Dangerous things: What categories reveal about the mind. — Chicago, 1987.

Pavlova A., Bezrodnyj M. How to Catch a Unicorn? The Image of the Russian Language from Lomonosov to Wierzbicka // Toronto Slavic Quarterly. 2010. № 32. URL: http://www.utoronto.ca/tsq/32/tsq_32_pavlova_bezrodnyj_how_to_catch_a_unicorn.pdf.

Rathmayr R. Pragmatik der Entschuldigungen: Vergleichende Untersuchung am Beispiel der russischen Sprache und Kultur. — Köln usw., 1996.

Wierzbicka A. Understanding cultures through their key words: English, Russian, Polish, German, and Japanese. — Oxford, 1997.

Wierzbicka A. English: Meaning and culture. — Oxford, 2006;

Wierzbicka A. Experience, Evidence, and Sense: The Hidden Cultural Legacy of English. — Oxford, 2010.

Wierzbicka A. Lexicography and conceptual analysis. — Ann Arbor, 1985.

Статью рекомендует к публикации д-р филол. наук, проф. А. П. Чудинов

РАЗДЕЛ 1. ТЕОРИЯ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ЛИНГВИСТИКИ

УДК 81'276.1:811.161.1

ББК Ш100.3

ГСНТИ 16.21.27

Код ВАК 10.02.19

Л. В. Балашова
Саратов, Россия

L. V. Balashova
Saratov, Russia

ПРЕЦЕДЕНТНЫЕ ФЕНОМЕНЫ ПОЛИТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА В СОВРЕМЕННЫХ РУССКИХ СОЦИОЛЕКТАХ

PRECEDENT PHENOMENA OF POLITICAL DISCOURSE IN MODERN RUSSIAN SOCIOLECTS

Аннотация. Анализируется использование прецедентных феноменов политического дискурса в современных русских социолектах; характеризуются тематические группы, регулярно пополняющие социолекты, их концептуальное наполнение и основные функции в социолектах.

Abstract. The author analyses the usage of precedent phenomena of political discourse in modern Russian sociolects; defines the main thematic groups, which regularly enrich the sociolects, their conceptual filling and singles out the main functions of mass media precedent phenomena in the sociolects.

Ключевые слова: политический дискурс; прецедентный феномен; русский язык; социолект.

Key words: political discourse; a precedent phenomenon; the Russian language; sociolect.

Сведения об авторе: Балашова Любовь Викторовна, доктор филологических наук, профессор кафедры теории, истории языка и прикладной лингвистики.

About the author: Balashova Lubov Victorovna, Doctor of Philology, Professor of the Chair of Language Theory and History, and Applied Linguistics.

Место работы: Саратовский государственный университет им. Н. Г. Чернышевского.

Place of employment: Saratov State University n.a. N.G. Chernyshevsky.

Контактная информация: 410012, г. Саратов, ул. Астраханская, д. 83, 11 корп., каб. 207.
e-mail: sarteorlingv@yandex.ru.

Многие исследователи лингвокультурного направления [Караулов 1986; Костомаров, Бурвикова 1994; Красных 1998; Гудков 1999; Черноморец 2009] подчеркивают, что в языковой картине мира особое место занимают прецедентные феномены — единичные (личности, события, артефакты, географические объекты), тексты (высказывания, лозунги, крылатые выражения) и целые миры (исторические и воображаемые, художественные) [Слышкин 2004: 10].

Одним из самых активных источников прецедентных феноменов для современной русской картины мира становится политический дискурс, поскольку «интенсивное развитие информационных технологий, возрастающая роль средств массовой информации, все большая театрализация политической деятельности способствуют повышению внимания общества к политическому дискурсу» [Будаев, Чудинов 2006: 11]. Более того, данный дискурс начинает оказывать влияние на развитие русского языка в целом [Чудинов 2007; Немирова 2010], в частности его лексико-семантической системы.

Безусловно, специфика функционирования прецедентных феноменов в языке во многом определяется социальным стратом, в котором они используются [Балашова 2011: 370—449]. По данным, собранным нами в специальных жаргонных, сленговых словарях, в общении с носителями военного жаргона, молодежного и сетевого сленга (всего более 300 единиц), политические прецедентные феномены играют важную роль в формировании и функционировании современных социолектов.

Анализ внутренней формы рассматриваемых лексем и фразеологизмов показывает, что носители современных жаргонов и сленга активно используют политические прецедентные феномены разного типа, причем каждый из них имеет ряд

особенностей проникновения в социолекты и функционирования в них.

Примечательно, что самыми востребованными оказываются советизмы (свыше 75 % единиц). Ничего удивительного в этом нет, поскольку за долгий период существования СССР данные единицы (прежде всего благодаря идеологической пропаганде, СМИ) стали частью языкового сознания значительной части российского общества. После распада Советского Союза политические деятели, общественно-политические СМИ, массмедиа в целом регулярно возвращаются к этому периоду развития нашего общества, ср.: *На следующий день, когда я вытаскивал из ранца выданную всем накануне для чтения книжку „Наш Ильич“, обложка ее зацепилась за крючок ранца, и линия разрыва прошла через улыбающееся лицо нашего Ильича* [Бильжо 2007]; *Так же обязательно был в районе колхоз „Заветы Ильича“ или „Ленинский путь“* [Агишева 2007]; *И если, к примеру, в 30-х годах где-то в Москве заранее определяли, сколько врагов народа в Подольском районе, то органы именно такое количество вредителей и находили* [Азольский 1998].

Исследователи отмечают активизацию использования данного типа прецедентных феноменов в современной публичной речи: «Текущая языковая ситуация свидетельствует о завершении стратегически заданного блокирования языкового кода. Под влиянием фактора событийности (например, выборы, проведение съезда; идеологически значимая юбилейная дата; спортивная победа) внедрения в российскую жизнь символов, ритуалов, политических и организационных практик советского образца в речевой оборот возвращаются опознавательные вербальные знаки советского» [Купина 2010: 86].

Среди советизмов можно выделить несколько групп, активно используемых в социолектах в качестве источников метафоризации.

Более половины советизмов связаны с различными этапами развития СССР.

В частности, большую роль играют тексты, публицистические клише и отдельные символы (личности, события, артефакты), встречающиеся в речах, трудах революционных деятелей (прежде всего В. И. Ленина), в документах и СМИ той эпохи, а также в политико-агитационных текстах более позднего периода, используемых для героизации Великой Октябрьской революции, Гражданской войны и первых лет становления СССР (ср.: *коммунар, коммуна, барабанщик революции, политкаторжанин, старый большевик/коммунист, красноармеец, буревестник революции, Красная Армия, Красное Знамя, красная звезда, пролетарское самосознание, аграрный вопрос*).

Приведем примеры. По вопросу об экономическом учении Маркса: К. Каутский: „Экономическое учение Маркса“ (многочисленные русск. издания), его же: „**Аграрный вопрос**“, „Эрфуртская программа“ и многочисленные брошюры [В. И. Ленин. Карл Маркс (1913)]. На многих заводах бастовавшие рабочие требовали вместо ромашки **красную звездику** [Правда. 1922.04.11]. Отличных результатов достиг также коллектив сельхозартели „**Заря коммунизма**“ [Советская Россия. 1969. 04.01].

Достаточно активно данные прецедентные феномены используются в современном политическом дискурсе: *Дед моего одноклассника, старый большевик и самоотверженный завсегда-тай пионерских сборов, обычно со значением рассказывал о босоногом детстве* [Труд-7. 2006. 06.15]; *Вы пишете о маниакальной подозрительности Дзержинского, верившего, что угроза режиму исходит не только от Запада, но и от образованного сословия, „буржуазных спецов“ в самой России* [Абаринова, 2003]; *Мой отец — тоже Григорий Гагарин — после большевистской революции, когда его чуть не расстреляли комиссары, эмигрировал из России и в 1924 году перебрался в Америку* [Бай 2007]; *Тренер — пожилая дама — сразу сообщила, что ухаживала за лошадью Буденного* [Смехов 2001].

Активность данных идеологем в политическом дискурсе, наряду с употреблением в школьных и вузовских курсах по истории, социологии, способствует широкому использованию этих советизмов как источника социолетной метафоры (ср. употребление подобных прецедентных единиц в социолектах: *Бабушка, старый коммунист!* ‘о слишком правильном, «положительном», дисциплинированном молодом человеке»; *барабанщик революции* ‘активный, примерный курсант’; *пролетарий* ‘хронический алкоголик (употребляющий, как правило, суррогаты спирта)»; ‘неудачник’; *пролетарский (рабоче-крестьянский) болт* ‘мастер на производстве’).

Наиболее востребованными в социолектах оказываются идеологемы, связанные с увековечиванием памяти о В. И. Ленине: жизнь вождя, мемориальные комплексы, пропагандистские лозунги, конкретные артефакты, ставшие символами мудрости проводимой лидером большевиков политики. Например, в советских детских изданиях, радио- и телепередачах пропагандистского харак-

тера регулярно рассказывалось о семье вождя (ср.: *детство Ильича*), а в СМИ для взрослых — о его работе по подготовке революции в Разливе, где он жил в шалаше (ср.: *Ленин в шалаше; Ленин в Разливе*), о возвращении в Россию в 1917 г., когда он с броневика у Финляндского вокзала в Петрограде произнес знаменитые «Апрельские тезисы» (ср.: *трескаться с броневичка; апрельские тезисы*).

Устойчивость данных идеологем подтверждается их регулярным использованием в современной общественно-политической прессе: *На октябрьских звездочках был мальчик Володя Ульянов* [Труд-7. 2007.03.16]; *Ленин был взгроможден толпой в 1917 году на броневик возле Финляндского вокзала, где он провозгласил свои знаменитые „Апрельские тезисы“, ставшие „бизнес-планом“ будущего Октябрьского переворота.* [Октябрь: катастрофа нации...]; *И не в названии улиц да местной газеты „Заветы Ильича“ дело, а в особом „деревенском“ менталитете* [Труд-7. 2000.08.01]; *Историко-культурный музейный комплекс в Разливе (проще говоря — ленинский „Шалаш“), похоже, обретает вторую молодость* [Лебедева 2007]; *14 ноября 1920 года в деревне Кашино впервые в СССР зажглась „лампочка Ильича“* [Челябинск // Новый регион-2. 2005.11.15]; *Сначала был ленинский план ГОЭЛРО, потом — сталинская индустриализация, и наоборот быть никак не могло* [РИА Новости. 2006.03.14].

Следует отметить, что семантика сленговых единиц, восходящих к данным прецедентным феноменам, очень часто, на первый взгляд, практически не связана со значением прецедентных феноменов и их идеологическим наполнением (ср.: *аграрный вопрос; красный богатырь; Ильич; хороший мальчик Володя* ‘мужской половой орган’; *пролетарский (рабоче-крестьянский) болт* ‘мужской половой орган большого размера’; *отсоси у Ленина* ‘выражает отказ, несогласие, нежелание что-либо делать’; *антидюринг* ‘нечто странное, абсурдное’; ‘мужской половой орган’).

Вместе с тем в мотивации сленгового метафорического значения у прецедентных феноменов данного типа есть определенная система.

Так, чрезмерное восхваление революции, ее вождя (в первую очередь В. И. Ленина) в советской пропаганде приводит к тому, что уже в СССР, особенно в брежневскую эпоху, многие символы революции воспринимаются иронически. После распада СССР эта тенденция усиливается, чему активно способствовали многие СМИ, с успехом обыгрывавшие и обыгрывающие такие клише, ср.: *Иван Петрович <Рыбкин> просто набирался сил перед решающим этапом борьбы, катаясь на лыжах, или, как Ленин в Разливе, строчил письма соратникам* [Виноградов 2004]; *На исходе первой ночи я встала на стул, как Ленин на броневик, и произнесла речь о великой империи под названием Россия* [Асламова 2007]; *Электричество в дома поступает от трансформатора, расположенного в зоне, и когда вечером в колонии включают освещение „периметра“, в жилищах по соседству лампочки Ильича предательски тускнеют* [Старостин 2007]; *Приезжают сю-*

да вовсе не ради памяти Ильича, а чтобы вкусно поесть в ресторане с тематической революционной кухней [Лебедева 2007]; Так же, как обязательно был в районе колхоз „Заветы Ильича“ или „Ленинский путь“ [Агишева 2007]; Колхоз „Фитнес Ильича“ приглашает на сбор картофеля [Козин 2007].

Подобное явление наблюдается и в социолектах, только жаргонная экспрессия более четко выражена, а система ассоциаций грубее и острее: трескать с броневичка 'произносить патриотические лозунги'; Ленин и дети 'полная чужь'; детство Ильича 'о чем-либо несурразном, нелепом поступке'.

Ставшее крылатым ленинское определение социализма «советская власть плюс электрификация всей страны» делает прецедентными используемые в сленге сочетания план ГОЭЛРО; лампочка Ильича. Часто повторяемый в прессе ленинский афоризм о том, что каждая кухарка должна научиться управлять государством, приводит к формированию идеологемы, включенной в метафорическую социолектную метафорическую систему, кухарка с шутливо-иронической семантикой — 'женщина-руководитель'.

В современных средствах массовой коммуникации фиксируются указанные идеологемы, причем их часто используют для характеристики сегодняшних экономических и социальных реалий: 14 ноября 1920 года в деревне Кашино впервые в СССР зажглась „лампочка Ильича“ [Челябинск // Новый регион-2. 2005.11.15]; Сначала был ленинский план ГОЭЛРО, потом — сталинская индустриализация, и наоборот быть никак не могло [РИА Новости. 2006. 03.14]; Это повинуется одному ленинскому принципу, что даже кухарка может управлять страной [Новый регион-2. 2007.08.28]; Столичные власти воплощают старый ленинский лозунг на новый лад: не каждая кухарка способна управлять государством, но любая мать, вышедшая из декретного отпуска, сможет руководить своей собственной фирмой [Труд-7. 2007.07.18].

Наибольшую активность по увековечиванию памяти В. И. Ленина СМИ проявляли в юбилейные годы, что порождало такие сленговые единицы, как остолетить; остоюбилеить; отметить столетие и др. Именно в эти годы в прессе велись специальные передачи под шапками «Ленин с нами», «Ленинские места», «По ленинским местам», используемыми в современном сленге.

Стремление советской пропаганды «очеловечить» образ вождя привело к появлению целой серии прецедентных текстов (из воспоминаний, художественной литературы и кинофильмов о вожде, ср. книгу для детей «Ленин и дети», культовый фильм «Ленин в Октябре»), которые продолжают функционировать в этой функции в современных СМИ, ср.: В конце 80-х в центре города Омска над забором психиатрической лечебницы гордо реял плакат: „Ленин с нами!“ [Известия. 2005.11.24]; Про то, что „Ленин и теперь живет всех живых“ и что „Партия и Ленин — близнецы-братья“, Маяковский напишет в том же 1924 году в поэме „Владимир Ильич Ленин“ [Труд-7. 2003. 06.08]; Кому не известно горьков-

ское высказывание о Ленине: „Прост, как правда“ [Звезда. 2003. № 2]; Для нас он [Ленин] вечно живой. — Вечно живой! [Звезда. 2003. № 2].

Современные СМИ активно иронизируют над этими лозунгами и обыгрывают их, ср.: Хотя, конечно, прекрасно знаем, что Ленин, хоть он и вечно живой, не придет уже никогда [Столица. 1997.07.29]; Мы посетили практически все края, где мистер Абрамович родился, учился, жил, работал — от Сибири до Москвы, а также другие страны, — сообщает Доминик. Прямо-таки поездка по ленинским местам! Все же ответ кажется мне уклончивым, и я продолжаю нажимать: — Но вряд ли сам Абрамович поведал вам сей факт [Комсомольская правда. 2006.11.29]; За Нагано мы чехам отомстили сполна. Проиграв первые два матча Кубка Карьяла, наши хоккеисты в шестой раз подряд победили сборную Чехии. В дни Октябрьской революции хоккейный „революционер“ Владимир Плющев отправился по ленинским местам — в Финляндию [Комсомольская правда. 2002.11.12]; Первый — Иван Рыбкин, бывший глава Совбеза, на мой взгляд, причастный к позорной капитуляции 1996 года, а ныне разъезжающий, как он сам выразился, „по ленинским местам Швейцарии“ и ведущий переговоры с А. Закаевым, на которые он не имеет никаких полномочий [Труд-7. 2002.08.29].

Аналогичные процессы наблюдаются при включении прецедентных феноменов в социолектную метафорическую систему: а глаза такие добрые-добрые 'о том, кто делает что-либо крайне неприличное, некультурное'; зря, батенька, зря: преинтереснейшая штучка, красная, пролетарская 'в ответ на чей-либо отказ посмотреть на что-либо, купить, потрогать что-либо'; вечно живой 'мужской половой орган'; живет всех живых 'мужской половой орган'; прост как правда 'дурак, идиот'.

Следует отметить, что многие из таких прецедентных текстов, с одной стороны, попадают в жаргоны и сленг через посредство популярных анекдотов о вожде, а с другой — подвергаются намеренному искажению юмористического характера (просто, по-человечески, как Ленин на толчке 'напрямую, без хитрости, без рисовки'; запах Ильича 'запах политуры, суррогатного спирта, который пьют опустившиеся алкоголики ввиду дешевизны'; 'запах тюремной камеры, солдатской казармы').

Аналогичным образом воспринимаются мемуары в честь вождя (ср.: мавзолей 'винный магазин'; прикинуться чучелом Ульянова 'притвориться кем-либо; сделать отсутствующее выражение лица; сделать вид, что ничего не понимаешь; спрятаться'; 'модно, крикливо одеться, расфуфыриться'), а также другие революционные прецедентные феномены (ср.: жопа Дзержинского 'не что плохое, некачественное'; отмечать столетие лошади Буденного 'пить без повода'; утюг коммунизма 'крейсер «Аврора»; крейзер «Аврора» 'человек со странностями; дурак, идиот').

Сталинизм как комплекс идеологем отражен в социолектных номинациях, связанных с несколькими агитационными кампаниями того периода.

Во-первых, это пропаганда успехов в социалистическом развитии промышленности и сель-

ского хозяйства (коллективизации, стахановского движения и др.), а также различного рода героических событий, подаваемых в советской прессе как достижение социализма (ср.: *единоличник; кулак; подкулачник; раскулачить; бай; безлошадный; колхоз; колхоз „Красный лапоть“; смычка города и деревни; стахановец; горбатый Стаханов; челюскинец*).

Во-вторых, это использование прецедентных текстов (перифраз, газетных лозунгов, агиток), связанных с культом личности Сталина и с политическими репрессиями этого периода (ср.: *отец народа; лучший друг физкультурников; болтун — находка для шпиона; японский шпион; вражеская разведка*).

Включение указанных прецедентных феноменов в современную языковую картину мира подтверждает их функционирование в сегодняшних СМИ. Ср.: *Как же, — скрипит, — помню и как раскулачивали, и как высылали. Но один тут остался — подкулачник. Во-он в том доме живет* [Известия. 2006.09.12]; *Бессмысленность стахановских, виноградовских и иных рекордов многократно описана в перестроечной прессе, а в „Первых на луне“ Гоноровского и Ямалева рекордсмен-стахановец в порыве трудового энтузиазма разносит весь цех* [Известия. 2007.11.08]; *Если бы на дворе были бурные двадцатые годы прошлого века, то в пользу Виктора Алексеевича говорила бы „смычка города и деревни“ — слесарь, а затем рудокоп, то есть чистый пролетарий, затем стал крестьянином, правда, в качестве директора племенного совхоза „Раздолье“* [Труд-7. 2007.09.13]; *Про Сталина он говорил шаблонными фразами вроде „отец народов“, иногда мне казалось, что он иронизирует* [Комсомольская правда. 2007.03.24]; *Сделали же они в стране основной объединяющей идеей идею борьбы с врагами — ходи и озирайся, будь бдителен, болтун — находка для шпиона* [Труд-7. 2007. 08.31]; *„Враг Народа“ — специфический термин, отсылающий нас к временам сталинского периода истории, — выразил мнение Данилин* [Новый регион-2. 2007.11.27].

В составе социолектной метафорической системы данные прецедентные феномены, как правило, утрачивают свой «зловещий» или «триумфально-патриотический» смысл, подвергаясь шутливо-ироническому переосмыслению, хотя мотивация переносом связана именно с идеологическим содержанием советизмов, ср.: *враг народа* 'презерватив'; *происки империализма* 'неудача, невезение'; *японский разведчик* 'хитрый, загадочный человек'; *Отец народов; лучший друг физкультурников* 'об авторитарном руководителе'; *многостаночница* 'женщина, имеющая несколько любовников'; *стахановец* 'слишком активный человек; энтузиаст, вызывающий раздражение или насмешку у окружающих'; *дать/давать стране угла* 'совершить / совершать что-либо экстраординарное; сильно удивить всех'.

События Великой Отечественной войны отражены в СМИ двояким образом. Во-первых, употребляются прецедентные тексты и имена агитационной кампании 1941—1945 гг. и последующих лет (ср.: *смерть врагам; красный партизан;*

до последней капли крови); во-вторых, используется советская и современная пропаганда подвига советского народа в борьбе с фашизмом, в том числе озвучиваемая на встречах с ветеранами, в воспоминаниях о простых солдатах и полководцах (ср.: *блокадник; их знали только в лицо* <крылатая фраза о советских разведчиках в тылу врага>; *битва за Москву; Сталинградская битва; ветеран; ветеранить; вечный огонь; никто не забыт и ничто не забыто*).

Приведем примеры. *Они довольно бойко называли имена пионеров-героев и даже смогли вспомнить, что Валя Котик был моряком, Марат Казей и Леня Голиков — партизанами, а Володя Дубинин жил в Керчи* [Новый Регион-2. 2006.05.19]. *Мы не сдадим им крейсера, ни самих себя и будем сражаться до последней возможности и до последней капли крови* [РИА Новости. 2006.07.28]. *После успеха под Вязьмой и Брянском они посчитали, что битва за Москву уже выиграна* [Труд-7. 2006.11.11].

В социолектах эти и аналогичные феномены также подвергаются шутливо-ироническому переосмыслению, причем иногда подобная трансформации выглядит кощунственной: *битва за Москву; Сталинградская битва* 'большое скопление людей, столпотворение; длинная очередь (как правило, с давкой и толкотней)'; *Брестскую крепость защищать* 'о пожилых людях, которые входят в общественный транспорт в переднюю дверь и отказываются проходить в салон, загораживая тем самым выход другим пассажирам'; *Валя Котик* 'человек, сказавший или сделавший глупость'; *вперед, на мины!* 'пошли; айда!'; *уйти в подполье* 'забраться под одеяло для занятия оральным сексом'; *политрук* 'алкоголик, употребляющий суррогат спирта, в том числе политуру; опустившийся алкоголик'; *пал смертью храбрых; все умерли, осталась только Таня* 'об ученике, сбежавшем с урока'; *вечный огонь* 'зажигалка'; 'газовая конфорка, которую не выключают, когда в доме отсутствуют спички'; *смерть врагам* 'о странном, шумном, взбалмошном поведении'; *несколько фрагментов из жизни Рокоссовского* 'полная ерунда' — по фамилии одного из полководцев Великой Отечественной войны, маршала К. К. Рокоссовского; *братская могила: упасть, обнять и заплакать* 'толстая женщина'; *куда бежать листовки клеить?* 'что делать; куда идти? — вопрос задается в общей суматохе, неразберихе'.

Еще кощунственнее может быть трансформация в социолектах прецедентных текстов: *до последней капли спермы* 'до полного завершения, до конца'; *за половые заслуги* 'медаль «За боевые заслуги»'; *налепить (нарисовать, поставить) звездочку на задницу* 'одержать очередную победу в любовных делах' — по аналогии с традицией, сложившейся во время Великой Отечественной войны, рисовать звездочки на истребителе, танке по числу подбитых фашистских танков или сбитых фашистских самолетов; *крепьши Бухенвальдский* 'об очень худом человеке'; *считайте меня сионистом* 'реплика перед каким-либо опасным, рискованным действием, поступком' — переделка ставшего прецедентным текста заявления о вступлении в партию перед особенно опасным бо-

ем, заданием — «считайте меня коммунистом»; молчи, я воевал, я трижды герой мира 'ироническое самовосхваление'; дважды дятел Советского Союза 'глупый человек; дурак, идиот' — по образцу «дважды герой Советского Союза».

С одной стороны, подобные формальные и семантические трансформации отражают ироническое отношение носителей социолектов к любой официальной пропаганде, а с другой — свидетельствуют об определенном конфликте между старшим и младшим поколением в современном российском обществе.

Хрущевский период в социолектной метафорической системе получает отражение в единицах, связанных с двумя наиболее значимыми пропагандистскими кампаниями того времени — покорением космоса и развитием сельского хозяйства (освоением целины и массовыми посевами кукурузы). Следует, однако, отметить, что именно эти события порождают целую серию анекдотов, которые и становятся «посредниками» между советскими СМИ и современными социальными идиомами, что способствует снижению пафосности исходных прецедентных феноменов (ср.: *Байконур* 'пивной бар' — от названия космодрома; возможно, связано с тем, что над кнопкой разлива пива была надпись «пуск», метафорически ассоциируемая со стартовым устройством; *сексодром «Байконур»* 'гостиница «Космос»; *космонавт* 'заключенный, занимающий место на верхнем ярусе нар, койки'; 'милиционер в шлеме, в каске, охраняющий места проведения массовых мероприятий'; 'тот, кого посылают на очень трудное дело, кем заведомо жертвуют, а также тот, кто берет на себя ответственность за все; «козел отпущения»; 'ученик, ловко сбегающий с занятий'; *таких не берут в космонавты* 'выражение неодобрения, презрения в чей-либо адрес, осуждение чего-либо'; *если очень захотеть, можно в космос полететь* 'о сильном желании, сокровенной мечте'; *мягкой посадки вашей батарееке!* 'пожелание, напутствие'; *пусть послужит кукуруза для Советского Союза* 'о чем-либо несуразном, абсурдном' — пародирование пропагандистских лозунгов времен Н. С. Хрущева; *поднять/вспахать целину* 'совершить половой акт с девственницей'; *целинник* 'мужчина, совершающий половой акт с девственницей'; *ударник комтруда* 'большая совковая лопата').

Показательно, что ироничный социальный контекст во многом связан именно с употреблением идеологем в современной политической публицистике, ср.: *Если раньше среди призывников фиксировалось много наркоманов и ВИЧ-инфицированных, то сейчас ребята страдают хроническим алкоголизмом. „Но таких не берут в космонавты. Армии некогда отучать от пьянства“, — заявил Кудрявцев* [Итоговый выпуск (вечерний). 19.05.05. 18:30. Екатеринбург // Новый регион-2. 2005.05.20]; *Таких не берут в космонавты. Я попробовал немного усложнить задачу и решил во время всех ответов кашлять, учащенно дышать и напрягаться* [Герасименко. 2001]; *Может быть, потому, что кроссоверу больше идет бампер с низкой „юбкой“ и залепанные грязью колеса ему не к лицу, а может быть,*

дело в том, что никаких специальных приспособлений для освоения целины не предусмотрено [Селекция по-немецки]; *Такое впечатление, что профессиональных фермеров становится все меньше: либо иностранцы, либо горожане „целину“ поднимают* [Козья морда].

Время брежневского застоя получает отражение в виде различного типа социолектных единиц, опирающихся на прецедентные тексты из СМИ того периода.

Во-первых, используется пропаганда достижений в развитии народного хозяйства, отражаемая в прессе повседневная жизнь общества — социалистическое соревнование на производстве, посевные и уборочные кампании, строительство жилья, служба в армии, празднование идеологических дат.

Носители идиомов используют готовые или трансформированные лозунги, названия газетных и телевизионных рубрик, публицистические клише и др.: *БАМ* 'комплекс недостроенных объектов; «долгострой»; *послать на БАМ* 'нецензурно выругать кого-либо'; *битва за урожай* 'студенческая сессия'; *вспашка озимых* 'неаккуратная штриховка' (худ.-граф.); *не отходя от кассы* 'во время полового акта; не прерывая полового акта (о действиях мужчины)'; *сдать под ключ* 'донести в милицию или ФСБ на кого-либо'; *наш колхоз выполнил план по удою коз* 'работа выполнена' — напевается на популярный мотив из рок-оперы «Jesus Christ — Superstar»; *стоять у мартена* 'готовить еду; возиться на кухне'; *граница не знает покоя* 'о заборе вокруг воинской части'; *и спать охота, и родину жалко* 'о смене караула в армии'; *кузница кадров* 'роддом'; *труба — народу (стране)!* 'о неизбежном крахе, провале' — травестирование лозунга трубопрокатчиков; *доска почета* 'лицо с синяками, ссадинами, шишками'.

Мотивация семантики социолектных единиц во многом опирается не только на тексты политического дискурса периода брежневского застоя, но и на современную общественно-политическую прессу, ср.: *Полученная „не отходя от кассы“ энергия будет использоваться для выработки водорода из морской воды, а водородное топливо складироваться, а затем переправляться танкерами на большую землю* [Солнечный остров]; *И началось: график жесточайший, два раза в неделю оперативки, давай-давай!.. Как БАМ. Как любая стройка...* [Скойбеда. 2007]; *Но с его сочным баритоном в то время полагалось исполнять плакатно-лирический репертуар про БАМ, Магнитку и комсомол* [Соседов. 2007]; *Особенно мерзли металлурги „Запорожстали“, привыкшие к жаркому пламени мартенов* [Ильченко. 2007]; *Для пополнения рядов предложено „агитировать авторитетных, узнаваемых людей, но не забывать и о тех, кто стоит у мартена“* [Итоговый выпуск (вечерний). 20.09.05. 19:10. Челябинск // Новый регион-2. 2005.09.21]; *Поэтому учительское лето — это „трудовая четверть“ на огороде, битва за урожай на отдельном участке земли* [Учителей ждут грядки]; *В свое время привычным штампом было выражение „битва за урожай“, а сейчас мы говорим о борьбе за выживание самого села* [Володин. 2003].

Во-вторых, большую роль играют активно освещаемые в прессе того периода съезды КПСС, пропаганда мудрого руководства партии, в частности регулярное награждение Л. И. Брежнева орденами, восхваление выпущенных под его именем воспоминаний о войне, подъеме целины, ср.: *в свете решений КПСС; руководящий орган; благо партии — дело народа; Малая земля* (по названию книги Л. И. Брежнева о Великой Отечественной войне). В сленге фиксируется пропагандируемая прессой дружба народов и активизация борьбы с выездом евреев из страны, с западными радиостанциями, вещающими на СССР: *дружба народов; антисемит; вражий голос; голос из-за бугра; железный занавес*.

Эти прецедентные феномены активно используются в современном политическом дискурсе: *Летом 1964 года руководящими органами страны было принято решение о создании принципиально новой информационно-музыкальной радиостанции „Маяк“* [1 августа]; *Руководящие органы на местах хранили гробовое молчание* [Китайский рай...]; *Историческую Сталинградскую битву мы долгое время показывали одно-сторонне — „в свете решений КПСС и указаний партии“* [Ильичев 2001]; *Призываю и президента, и оппозицию работать на единение, на благо народа* [Ющенко оказался перед досрочным выбором]; *Зияд САМЕДЗАДЕ: „Нефтяные доходы — во благо народа“* [Говорят депутаты Милли Меджлиса]; *В 1980 году в Кремле за книги „Малая земля“ и „Возрождение“ Леониду Брежневу была вручена Ленинская премия* [Коллонтай сыграла Юлия Борисова]; *На руках вождя — девочка, а в руках у нее книжка. Вероятно, „Малая земля“. Или портрет Иосифа Сталина* [Фомина 2005]; *И в компании с другими „вражьи головами“ стал для жителей СССР альтернативным источником информации* [Агишева 2007]; *Если так, то не собираемся ли мы вновь отгородиться от остального мира информационным „железным занавесом“?* [Вся власть советам по нравственности?].

В социолектах эти прецедентные феномены, естественно, подвергаются переосмыслению. Их новая семантика однозначно свидетельствует о пренебрежительном отношении современных носителей жаргонов и сленга к коммунистической идеологии (не случайно многие из таких единиц называют то, что связано с «телесным низом»), например: *руководящий орган, член политбюро* ‘мужской половой орган’; *голоса из-за бугра, вражий голос* ‘об урчании в животе’ — от первичного сленгового значения ‘западные радиостанции’.

В-третьих, характерная особенность СМИ брежневского периода — активная пропаганда здорового образа жизни, повышения культурного уровня советских людей, что получает отражение в целом ряде популярных лозунгов, а также в том, что многие имена спортсменов, писателей, ученых становятся прецедентными. Именно они используются в современных социолектах (*Келдыш, Жаботинский; встать на лыжи; мама, папа, я — спортивная семья; книга — лучший подарок; дети — цветы жизни*), но с традиционной утратой пафосности советской пропаганды (ср.: *книга —*

лучший подарок ‘фраза, традиционно произносимая при вручении имениннику бутылки спиртного’; *встать на лыжи* ‘заняться проституцией’ — от пропагандируемого в советские годы занятия лыжным спортом, ср. популярные заголовки в газетах типа «Вся семья встала на лыжи»).

Последний этап в развитии СССР (перестройка) отражен в сленге через посредство знаковых имен, а также новых публицистических клише, связанных с переосмыслением ряда событий советской истории, напр.: *Горбачева очередь; жертва красного террора; жертва классовой борьбы*. Эти темы активно обсуждаются и в современной общественно-политической прессе: *Убийство царской семьи Николая II было прологом к красному террору, плавно перешедшему в террор сталинский, прологом к кровавым десятилетиям* [Лебедина 2007]; *Потом в „поручиках Голицыных“ и „корнетах Оболенских“ увидели исключительно благородных рыцарей, жертв красного террора* [Рычкова 2006].

В современных жаргонах и сленге достаточно регулярно используются общие идеологемы, пропагандирующие марксизм-ленинизм, интернационализм, а также различного рода прецедентная терминология, отражающая риторику советского периода, — в исходном или трансформированном виде (ср.: *вся жизнь — борьба: до обеда с голодом, после обеда — со сном; братский; братские народы; будь проще — и люди (сами) к тебе потянутся!*; *„дай“ будет при коммунизме, а сейчас „продай“; имя в истории положительное; прихлопнутый „Капиталом“; читать классиков марксизма-ленинизма; капитализм загнивает, и при этом весьма недурно пахнет; размножаться в коллективе; коммуниздить; как перед всей (пионерской) линейкой; пионерить; пионерия; устроить большой пионерский костер; металлстам нечего терять, кроме своих цепей; все наши люди, кроме товарища негра; тупик коммунизма; флаг тебе в руки!; школа коммунизма*).

Примечательно, что из прецедентных феноменов, связанных с мировой историей, в социолекты проникают лишь те, которые отражают идеологическую борьбу Советского Союза в различные периоды его развития: *дацзыбао; хунвейбин; Великий Кормчий; Кимирсен, изведу, замуचाю, как Полпот Кампучию; остров Свободы; Пиночет; пиночетки*. Это тем более интересно, что в современном политическом дискурсе данные идеологемы используются не столь регулярно, как вышеназванные советизмы, хотя примеры их употребления можно обнаружить в общественно-политической прессе, ср.: *Но зато с таким презервативом очень удобно под одеялом книжки запрещенные читать, прокламации всякие, дацзыбао* [За торговлю презервативами...]; *Молодежная оппозиция называет „нашистов“ не иначе как духовными наследниками советских комсомольцев и китайских хунвейбинов* [Фальямов, Шаханова 2007]; *Впрочем, из более либерального Гонконга биографию Великого кормчего тысячами экземпляров ввозят в Китай... сами же партработники* [Харитонов 2007]; *В то же время Куба продолжает оставаться емким рынком для российских машин, оборудования, запчастей сы-*

рья и материалов, поскольку десятилетиями на **остров Свободы** завозилась именно российская техника [ЛУКОЙЛ изучает возможность строительства НПЗ на Кубе]; *Против Пиночета* были выдвинуты обвинения в убийствах и похищении людей, однако Верховный суд Чили постановил, что бывшего диктатора невозможно судить по причине его психического состояния [Судьбы диктаторов XX века].

Наконец, в современных социальных идиомах фиксируются обобщенные номинации СМИ советского периода в исходном и измененном виде, причем используются газеты, журналы, радио- и телепрограммы не только идеологического, но и научно-популярного, культурного характера, ср.: *агитка; боевой листок; пионерская зорька; блокнот тунеядца* (измененное название журнала «Блокнот агитатора»); *в мире животных; очевидное — невероятное*. Как и в случае с другими тематическими группами, в социолектах эти прецедентные феномены иронично переосмысляются: *выше пояса — в мире животных; ниже пояса — очевидное — невероятное* 'о южанах, кавказцах, чаще — грузинах'.

Продуктивность данных прецедентных феноменов в сленге во многом связана с их активным использованием в российском политическом дискурсе как в историческом, так и в современном «политическом» контексте: *На стенах — партийные агитки, по стилю и качеству похожие на журнал „Работница“ застойных времен*. [Гамов, Ворсоби́н, Баранец, Аниськин 2007]; *Незадолго до начала предвыборной кампании один из каналов показал несколько телевизионных агиток, которые идеологи ЦИК зарубили* [Беднов 2007]; *Гораздо больше, по-моему, шансов увидеть уже в ближайшие месяцы „Коммерсант“ боевым листком* [Чугаев 2005]; *Один учредитель, депутат местного районного Совета Владимир Польский, практически полностью „подмявший“ независимое издание под себя, превратив его в своего рода боевой листок* [Карапетян 2003]; *Однако мало кто знает, что в прошлом Юля еще и девочка-ведущая незабвенной „Пионерской зорьки“ на Всесоюзном радио* [Кудрикова 2007]; *„В мире животных“ — программа архаичная, она перестала вписываться в формат, но мне по нраву такой уютный домашний стиль* [Мигулина 2007].

Функции массмедийных советизмов в современном сленге основаны на общих для социальных идиолектов особенностях. Как отмечают исследователи, сленг — «это своеобразный вызов скуке и невыразительности в языке» [Липатов 2010: 74], отражающий творческие потенции носителей идиолекта, их стремление к игре и экспрессии [Невзорова-Кмеч 2004: 205]. При этом многие сленгизмы, построенные на метафорическом и метонимическом переносе, основаны на разрыве логико-семантических связей «обозначающего и обозначаемого; и чем больше этот разрыв, тем ярче эмоциональный эффект сленгизма-экспрессива» [Липатов 2010: 74].

В отношении советизмов это проявляется в следующем.

Во-первых, как и в других тематических сферах, значительно чаще, чем в литературном язы-

ке, формируется внешняя, или звуковая метафора, которая часто совмещается с частичной словообразовательной [Гак 1988: 14], причем носители социолектов используют весь образный экспрессивный потенциал новой внутренней формы (ср.: *инженер бараньих туш* 'о мяснике' — трансформированное *инженер человеческих душ; в свете решений КПСС* 'об обесточенном ИТУ, микрорайоне'; *декреты писать* 'быть в декретном отпуске'; *политрук* 'алкоголик, употребляющий суррогат спирта — политуру'). В ряде случаев такая игра связана с литературным метафорическим значением одного из компонентов прецедентного текста (ср.: *битва за урожай* 'большое скопление людей, столкновение'; 'сессия' — от *урожай* 'результат'; *школа коммунизма* 'тюрьма' — от *школа* 'приобретение опыта, выучка').

Во-вторых, в целом очень продуктивно ироническое обыгрывание несовместимости исходного и переносного значений. Первичное значение обычно представляет собой идеологему, один из символов советского социализма, пафосный газетный штамп, тогда как метафорическое характеризует неприглядную сторону человеческого бытия (ср.: *продразверстка, партвзносы* 'испражнения'; *октябрьская звездочка* 'компания алкоголиков'; *огни коммунизма* 'крематорий').

Экспрессивность часто базируется на актуализации первичного языкового слоя идеологемы или системы ассоциативных признаков, связанных именно с первичным языковым (неидеологическим) значением слова (ср.: *красная звезда, гости из красной Башкирии, красный день календаря* 'менструация'; *вечный огонь* 'зажигалка'; *работник органов* 'гинеколог'; *боец невидимого фронта, краснознаменный, красный богатырь, маяк коммунизма, красный партизан, пик коммунизма* 'мужской половой орган'). Иногда такая игра осложняется дополнительными ассоциативными признаками, связанными обычно с несоответствием идеологического и социолектного значения прецедентных текстов (ср.: *наш колхоз выполнил план по удою коз* 'работа выполнена'; *в свете решений КПСС* 'об обесточенном ИТУ, здании, микрорайоне'). Особенно часто с использованием идеологем именуется половые органы, секс и испражнения: с одной стороны, это связано с карнавализацией «низа», с другой — с высмеиванием пафосности советской пропаганды и идеологем в целом (ср. сленговое использование фразеологизма *купаться в пафосе* 'пользоваться успехом; поживать на лаврах; наслаждаться жизнью').

В ряде случаев в социолектах формируются концептуальные метафоры. Устойчивым является восприятие процесса обучения в школе, вузе, а также службы в вооруженных силах как сталинского террора или фашистского нашествия. Достаточно красноречива также прочная ассоциация советских символов с абсурдом и нелепостью, а советских героев, активистов — с асоциальными элементами, психически неадекватными людьми, ср.: *тимуровец, челюскинец* 'человек, склонный к неадекватному, часто глупому поведению'; *краснознаменный* 'глупый'; *мичуринец, революционер* 'бездельник'; *ворошиловский стрелок* 'попрошайка; нищий'; *бухарин, нарком, пролетарий, стака-*

новец 'опустившийся алкоголик'; *интербригада* 'группа валютных проституток'.

Второй пласт политических массмедийных прецедентных феноменов, как было отмечено, связан с современной российской публицистикой и отражен в современных социолектах значительно реже (около 25 % единиц), причем источник прецедентности здесь несколько иной.

Упомянуты первые лица руководства России периода президентства Б. Ельцина, чья деятельность активно обсуждалась в российской прессе начала XXI в. (Черномырдин, Чубайс, Гайдар), а также президент и премьер-министр В. В. Путин и возросшая угроза терроризма (ср.: *терроризнуть* 'попросить, выпросить, заставить кого-либо дать что-либо'; *террорист* 'человек, одержимый чем-либо'), а также публицистические клише, присущие ультраправой прессе (ср.: *вот что жиды с русским человеком делают; масонский жидомолец; замуты еврейские/жидовские/масонские; жидомасон*).

В отличие от советизмов, социолектное значение данных единиц ориентировано именно на концептуальное осмысление политических феноменов. Так, члены правительства ельцинского периода ассоциируются у носителей сленга со сложным экономическим положением страны и ее простых граждан, с «диким капитализмом», разгулом преступности и коррупции: *нагайдарить* 'наворовать'; *Чубайс* 'как бранное слово'; *приватизировать* 'своровать, ограбить'. Ср. типичные конструкции, в которых употребляются данные прецедентные феномены в современной общественно-политической прессе: *С нами (Россией) будут считаться при одном условии: если мы будем развивать экономику, развивать оборону, бороться с пятой колонной, которая продолжает душить страну: господин Чубайс уже в этом году добьет лучшую энергетическую систему в мире* [Зюганов2008]; *Но разве эти чубайсы и гайдары что-то построили сами?* [Бирюлин 2008]; *Но Черномырдин оседлал газовую трубу, и забросил все остальное* [Зубков станет новым Путиным]; *По рассказам очевидцев, подсудимый говорил, что мир захватило жидовское правительство во главе с королевами Дании, Англии, Нидерландов; что Библия — книга иудейского фашизма, жидомасонами являлись Петр Первый, Папа Римский...* [Скойбеда. Смерть антифашиста из кунсткамеры].

Единственное исключение составляет фигура В. В. Путина, который, если судить по использованию данного антропонима в социолектах, воспринимается как фактически единственный реально действующий политик современной России (*Путину позвони; без Владимира Владимировича вопроса не решить* 'о сложной, часто неразрешимой ситуации — например, о «зависшем» компьютере'), противопоставленный остальной политической элите. Номинация с этим антропонимом тоже носят шуточный и/или ироничный характер, но эта экспрессия направлена на других политических деятелей: *Не-Путин, Путин местного разлива* 'о плохом, безынициативном местном руководителе (областного, городского и районного и т. п. масштаба), который подчеркивает свою

близость к федеральному руководству, но не доказывает этого своими поступками'.

Другое направление переноса — восприятие деятельности политического руководства и правительств как абсурда, нелепости с отсутствием какого-либо смысла (ср.: *отчерномырдить, отчубайсить* 'совершить какой-либо странный, экстравагантный поступок'). Наибольшую «популярность» в сленге имеют Черномырдин и Чубайс, которые чаще других политиков данного периода становились объектом журналистских репортажей, причем в семантике единиц отражена не только их профессиональная деятельность, но и специфика публичных выступлений: *черномырдинизм* 'какое-либо неправильное употребление слова, нарушение грамматических или стилистических правил'. Аналогичные высказывания регулярно фиксируются в общественно-политической прессе начала XXI в.: *Бывший российский премьер, а ныне посол на Украине Виктор Черномырдин неплохо играет на баяне, лет 15 назад даже участвовал в фестивале „Звезды баяна и аккордеона“. ... Черномырдину гармонь подарили? Лучше бы подарили справочник по русскому языку...* [Бирюков 2007].

Антисемитская риторика ультраправых массмедиа, напротив, вызывает у носителей сленга шуточно-ироническое отношение. Сленговая семантика таких единиц базируется именно на ироническом отношении к самим экстремистам, ср.: *вот что жиды с русским человеком делают* 'о чем-либо неудавшемся'; *замуты еврейские/жидовские/масонские* 'путаница; сложная ситуация; интриги'; *жидомасон* 'о любом человеке'.

Итак, преобладающим направлением переносов в сфере политических массмедийных прецедентных текстов является снижение «сферы применения» феномена, что отражает общие тенденции в формировании социолектной метафорической системы. Кроме того, семантика соответствующих социолектных единиц достаточно четко отражает идеологию современного носителя социолекта.

С одной стороны, средний носитель жаргона и/или сленга знаком с политической историей России XX в., достаточно хорошо разбирается в современной политической обстановке в стране и мире. Не случайно мотивация социолектной семантики политических прецедентных единиц и текстов опирается (хотя иногда весьма оригинальным образом) именно на политическую составляющую этих феноменов.

С другой стороны, средний представитель социолектов разного типа явно стремится противопоставить себя социально-идеологическому официозу, намеренно исключает себя из политической жизни страны, тем самым в значительной степени выражая недоверие всей информации, которая находит отражение в российском политическом дискурсе в целом.

ЛИТЕРАТУРА

- Анищенко О. А. Словарь русского школьного жаргона XIX века. — М., 2007.
 Аристова Т. С. [и др.]. Словарь образных выражений русского языка. — М., 1995.
 Балашова Л. В. История русской метафоры: когнитивный аспект. — Saarbrücken : LAP Lambert Academic Publishing GmbH & Co. KG, 2011.

- Баранов А. Н., Караулов Ю. Н. Словарь русских политических метафор. — М., 1994.
- Белов Н. В. Словарь молодежного и Интернет-сленга. — Минск, 2007.
- Будаев Э. В., Чудинов А. П. Метафора в политическом интердискурсе. — Екатеринбург, 2006.
- Вальтер Х., Мокиенко В. М., Никитина Т. Г. Толковый словарь русского школьного и студенческого жаргона. — М., 2005.
- Грачев М. А. Словарь современного молодежного жаргона. — М., 2006.
- Гудков Д. Б. Прецедентное имя и проблемы прецедентности. — М., 1999.
- Елистратов В. С. Словарь русского арго (материалы 1980—1990-х гг.). — М., 2000.
- Елистратов В. С. Толковый словарь русского сленга. — М., 2007.
- Ермакова О. П., Земская Е. А., Розина Р. И. Слова, с которыми мы все встречались : толковый слов. рус. общего жаргона. — М., 1999.
- Караулов Ю. Н. Роль прецедентных текстов в структуре и функционировании языковой личности // Научные традиции и новые направления в преподавании русского языка и литературы. — М., 1986.
- Компьютерный сленг // Википедия. URL: <http://ru.wikipedia.org/wiki/>.
- Коровушкин В. П. Словарь русского военного жаргона. — Екатеринбург, 2000.
- Костомаров В. Г., Бурвикова Н. Д. Как тексты становятся прецедентными // Русский язык за рубежом. 1994. № 1.
- Красных В. В. Виртуальная реальность или реальная виртуальность? (Человек. Сознание. Коммуникация). — М., 1998.
- Купина Н. А. Советизмы сегодня: семантика и функции // Проблемы лексической семантики. — М., 2010.
- Липатов А. Т. Сленг как проблема социолектики. — М., 2010.
- Мокиенко В. М., Никитина Т. Г. Большой словарь русского жаргона. — СПб., 2001.
- Невзорова-Кмеч Е. Пути развития польского молодежного жаргона (на материале словаря Б. Хацинского “Wyraźony słownik najmłodszej polszczyzny”) // Проблемы фразеологической и лексической семантики. — М., 2004.
- Немирова Н. В. Экономический кризис в зеркале прецедентности // Политика в зеркале языка и культуры. — М., 2010.
- Никитина Т. Г. Молодежный сленг : толковый слов. — М., 2009.
- Никитина Т. Г., Роголева Е. И. Региональный словарь сленга (Псков и Псковская область). — М., 2006.
- Скляревская Г. Н. Толковый словарь современного русского языка. Языковые изменения конца XX столетия. — М., 2001.
- Словарь компьютерного сленга Дениса Садошенко. URL: <http://lib.gin.ru/doc/i/20307p.html>.
- Слышкин Г. Г. Лингвокультурные концепты и метаконцепты. — Волгоград, 2004.
- Словарь молодежного и Интернет-сленга : толкование более 10 000 слов и выражений. — Минск, 2007.
- Словарь тюремно-лагерного блатного жаргона : речевой и графический портрет советской тюрьмы. — М., 1992.
- Химик В. В. Большой словарь русской разговорной экспрессивной речи. — СПб., 2004.
- Черноморец М. В. Лингвокультурные концепты германских канцлеров : автореф. дис. ... канд. филол. наук. — Волгоград, 2009.
- Чудинов А. П. Метафорический образ России в политическом дискурсе // Политический дискурс России — 9. Лица и маски. — М., 2007.
- Шинкаренко Ю. Базарго. Жаргон уральских подростков. — М., 1998.
- Юганов И., Юганова Ф. Словарь русского сленга : сленговые слова и выражения 60—90-х годов. — М., 1997.
- ИСТОЧНИКИ**
- 1 августа // РИА Новости. 2007. 1 авг.
- А. Коллонтай сыграла Юлия Борисова // Труд-7. 2007. 31 мар.
- Абаринов В. А был ли Рейли? // Совершенно секретно. 2003. 3 апр.
- Агишева Г. Вы «вражки голоса» слушали? // Труд-7. 2007. 16 февр.
- Агишева Г. Фотограф из Ютановки // Труд-7. 2007. 20 июня.
- Азольский А. Лопушок // Новый Мир. 1998. № 8.
- Асламова Д. Польша: дан приказ идти на Запад // Комсомольская правда. 2007. 20 июн.
- Бай Е., Вашингтон. Проект «Зебра» // Известия. 2007. 24 дек.
- Беднов С. Эх, не хватает цыган!.. // Труд-7. 2007. 17 нояб.
- Бильжо А. День учителя // Известия. 2007. 24 дек.
- Бирюков С. Джаз-банда лидеров к гастроям готова? // Труд-7. 2007. 12 авг.
- Бирюлин А. Алексей Пушкин: Ельцин не был освободителем // Труд-7. 2008. 12 янв.
- Виноградов А. Нем, как Рыбкин // РБК Daily. 2004. 9 февр.
- Володин В. Сеять хлеб, а не долги // Труд-7. 2003. 15 апр.
- Вся власть советам по нравственности? // РИА Новости. 2008. 22 янв.
- Гамов А., Ворсобинов В., Баранец В., Аниськин А. Жириновский ел поросенка, а Немцов сражался с микрофоном // Комсомольская правда. 2007. 4 дек.
- Герасименко С. Сделает ли детектор лжи чиновников честными? // Комсомольская правда. 2001. 21 дек.
- Говорят депутаты Милли Меджлиса // Известия. 2006. 31 окт.
- За торговлю презервативами в столице можно загреметь в тюрьму // Комсомольская правда. 2001. 16 июл.
- Зубков станет новым Путиным // Новый регион-2. 2007. 14 сент.
- Зюганов: План Путина приведет к распаду России // Новый регион-2. 2008. 06 мар.
- Ильичев М. Сталинградский дневник: уроки правды // Труд-7. 2001. 10 июл.
- Ильченко С. Как Бортко запорожцев побрил // Труд-7. 2007. 27 окт.
- Карапетян П. Что в «Зеркале»? // Труд-7. 2003. 28 авг.
- Китайский рай или гражданская война — южноуральские политики выдвигают версии, чем могла обернуться победа ГКЧП // Новый регион-2. 2006. 18 авг.
- Козин В. А фитнес — на закуску. После секса? // Комсомольская правда. 2007. 22 мая.
- Козья морда // Труд-7. 2007. 30 авг.
- Кудрикова В. Все начиналось с «Пионерской зорьки»... // Труд-7. 2007. 27 июн.
- Лебедева К. Идеи Ленина не торжествуют, но работают // Известия. 2007. 23 июл.
- Лебедина Л. Эдвард Радзинский: «Без покаяния нам не жить» // Труд-7. 2007. 10 нояб.
- ЛУКОЙЛ изучает возможность строительства НПЗ на Кубе // РИА Новости. 2008. 27 февр.
- Мигулина К. Николай Дроздов: «Овсянка вкуснее бегемота» // Труд-7. 2007. 30 нояб.
- Октябрь: катастрофа нации или повивальная бабка истории? // РИА Новости. 2007. 25 окт.
- Рычкова О. Факты против сенсаций // Труд-7. 2006. 9 авг.
- Селекция по-немецки // РБК Daily. 2007. 23 окт.
- Скойбеда У. Москва, которую мы потеряли // Комсомольская правда. 2007. 12 нояб.
- Скойбеда У. Смерть антифашиста из кунсткамеры // Комсомольская правда. 2004. 10 авг.
- Смехов В. Театр моей памяти // Известия. 2001. 4 нояб.
- Солнечный остров // РБК Daily. 2007. 3 дек.
- Соседов С. О деньгах можно не думать, когда они не нужны // Труд-7. 2007. 2 авг.
- Старостин В. Назад в избушки // Известия. 2007. 27 нояб.
- Судьбы диктаторов XX века. Справка // РИА Новости. 2008. 14 янв.
- Учителей ждут грядки // Труд-7. 2004. 1 июн.
- Фалаямов Р., Шаханова П. «Наши» в правительстве // РБК Daily. 2007. 11 окт.
- Фомина О. 15 тысяч долларов за канарейку // Комсомольская правда. 2005. 25 окт.
- Харитонов М. Мао снова слушает нас // Комсомольская правда. 2007. 10 окт.
- Чугаев С. «Коммерсант», готовься к бою? // Комсомольская правда. 2005. 15 июн.
- Ющенко оказался перед досрочным выбором // РИА Новости. 2007. 2 апр.

Статью рекомендует к публикации д-р филол. наук, проф. А. П. Чудинов

Е. Н. Басовская
Москва, Россия

Е. N. Basovskaya
Moscow, Russia

**ПОЛИТИЧЕСКИЙ НАМЕК
В СОВЕТСКИХ ГАЗЕТНЫХ ПУБЛИКАЦИЯХ
О РУССКОМ ЯЗЫКЕ**
(на материале
«Литературной газеты» 1950—1970-х гг.)

**POLITICAL HINT
IN THE SOVIET NEWSPAPER ARTICLES
ON THE RUSSIAN LANGUAGE**
(on the basis
of the “Literaturnaya Gazeta” 1950—1970)

Аннотация. Демонстрируется, как недовольство советским строем и требования свободы слова и отмены цензуры на страницах «Литературной газеты» приняли вид чуждой политике дискуссии о языке.

Ключевые слова: политический намек; косвенное высказывание; чистота языка; литературный язык; просторечие; подтекст.

Сведения об авторе: Басовская Евгения Наумовна, доктор филологических наук, профессор кафедры литературной критики Института массмедиа.

Место работы: Российский государственный гуманитарный университет.

Контактная информация: 125993, г. Москва, ГСП-3, Миусская пл., д. 6.
e-mail: jeni_ba@mail.ru.

В течение долгого времени мне не дает покоя соображение, высказанное профессором И. А. Стерниным в отзыве об автореферате моей диссертации. Назвав натяжкой «утверждение о том, что выступления писателей и творческой интеллигенции в защиту культуры речи представляли собой „доступное в условиях жесткой цензуры средство неявного выражения инакомыслия“», И. А. Стернин возражает: «Скорее это просто проявление общекультурной позиции интеллигенции». Замечание глубокоуважаемого коллеги заставило меня вернуться к анализу публикаций «Литературной газеты» советского периода, посвященных так называемой «чистоте языка», и вновь задаться вопросом, содержался ли в некоторых из них политический намек.

Проблема состояния и развития русского языка освещалась «Литературной газетой» с разной степенью интенсивности на протяжении всего ее существования в советский период. С начала 1930-х до второй половины 1950-х гг., в пору становления и расцвета советского тоталитаризма, для газеты были характерны два типа материалов лингвоэкологической направленности. Первый — директивный, отражающий официальную точку зрения. Это могла быть передовая статья или текст, подписанный крупным партийным деятелем, известным писателем или ученым. В публикации обязательно содержались лозунги общего характера (один из самых известных сформулирован М. Горьким: «В числе грандиозных задач создания новой, социалистической культуры перед нами поставлена и задача организации языка, очищения его от паразитивного хлама» [Литературная газета. 1934. № 16. С. 1]), а также критика явлений, негативно оценивавшихся официальной идеологией, например вульгарной «кулацкой» речи в 1930-х гг. или «космополитической» тяги к заим-

Abstract. It is shown how dissatisfaction of the Soviet regime, demands of the freedom of speech and abolition of censorship were transformed in the Literaturnaya Gazeta into discussions of language problems without any reference to politics.

Key words: political hint; indirect utterance; purity of the language; literary language; colloquial language; implied sense.

About the author: Basovskaya Evgenia Naumovna, Doctor of Philology, Professor of the Chair of Literary Critic, Faculty of Journalism.

Place of employment: Russian State University for the Humanities.

ствованиям в конце 1940-х гг. Второй тип материала о языке — узкокритический. В заметках ученых и читательских письмах отражалось неприятие тех или иных конкретных речевых явлений — ошибок в ударении, словоупотреблении, формообразовании и т. д. И в том и в другом случае общая направленность развития русского языка при социализме или не рассматривалась, или оценивалась позитивно. Характерна в этом отношении статья А. А. Караваевой «Животворное слово», напечатанная в 1950 г. По словам автора, при социализме русский язык достиг недостижимых образцов «строгой чистоты, яркой и разящей точности, сжатости, простоты и ясности» [Литературная газета. 1950. № 62. С. 3].

Со второй половины 1950-х гг., в период «оттепели», в посвященных языку материалах «Литературной газеты» обнаруживается новая тенденция. Представители интеллигенции начинают все чаще и решительнее выражать неудовлетворенность состоянием русского языка советской эпохи, обнаруживая не отдельные проблемные точки, а системные сбои в его развитии. В качестве поворотной можно рассматривать статью А. К. Югова «Эпоха и языковой пятачок» [Литературная газета. 1959. № 7—8. С. 2—3]. Писатель не просто выступил в защиту диалектизмов и просторечия, но высказал резкое общее суждение: несмотря на то что страна уже сорок лет строит коммунизм, редакторы по-прежнему мешают литераторам «писать народным языком».

Югова решительно поддержал прозаик Г. Ф. Шолохов-Синявский. В традиционной по форме, насыщенной патетическими лозунгами статье он указал тем не менее, что редакторы настаивают «выхолощенный», «зализанный» язык [Литературная газета. 1959. № 32. С. 3]. Вскоре к голосам предшественников присоединился

В. А. Закруткин [Литературная газета. 1959. № 42. С. 2—3]. По его словам, редакторы «объявили какую-то странную „холодную войну“ литературному русскому языку, который представляется как нечто полностью отрешенное от народа».

Здесь показательно употребление политического газетизма «холодная война», традиционно применявшегося советской прессой для характеристики одной из форм антагонистического противостояния (конфронтации) двух систем — капитализма и социализма [Мокиенко, Никитина 1998: 90]. Метафорически используя столь богатое политическими ассоциациями словосочетание для характеристики взаимоотношений авторов и редакторов в советских издательствах, В. А. Закруткин явно переводит разговор о русском языке в политическую плоскость. Более того, писатель ставит вопрос, который, безусловно, можно, но не обязательно расценивать как риторический: «А кто узаконил борьбу против живого языка?» Для советского читателя ответ был очевиден: все происходившее в стране «узаконила» Коммунистическая партия. Нетрудно было догадаться и о том, кто такие вредоносные «редакторы», ставшие объектом беспощадной критики со стороны Югова, Шолохова-Синявского и Закруткина. Ведь не отдельно взятые литературные редакторы определяли редакционную политику, а партийное руководство.

Еще более дерзкая мысль прочитывалась в рассуждении Б. Н. Тимофеева: «...Хранителем чистоты русского языка выступают не радио, не солидные издания, а живой „простонародный язык“» [Литературная газета. 1960. № 25. С. 3]. Такое противопоставление советских средств массовой информации «простому народу» было в принципе недопустимо. Лишь подчеркнуто неполитическая лингвистическая проблематика оправдывала подобную антитезу.

Следовательно, сделавшиеся столь энергичными в конце 1950-х — начале 1960-х гг. выступления «Литературной газеты» в защиту живого народного русского языка приобрели характер косвенного высказывания, понятного большей части аудитории политического намека.

Понятие «намека» трактуется в данной статье в соответствии с концепцией И. М. Кобозевой, отмечающей такие важнейшие свойства этого явления, как вербальность, интенциональность, косвенность, нетривиальность [Кобозева 2003: 18]. Рассматриваемые высказывания писателей, опубликованные на страницах «Литературной газеты», обладают, как мне представляется, всеми этими качествами. Они имеют форму текстов, т. е. вербальны; являются не спонтанными, а интенциональными — намеренными и обдумантыми (статьи написаны специально для газеты и подготовлены к печати); относятся к числу косвенных актов, но не к разряду тривиальных, таких, как вежливое пожелание в форме вопроса.

Названные И. М. Кобозевой «избыточными» характеристики намека — обоснованность и выводимость — также наличествуют в данном случае. Причина, заставляющая писателей прибегать к косвенным формам высказывания, очевидна — это жесткий идеологический контроль и цензура.

Несмотря на некоторую либерализацию в период «оттепели», в официальной печати СССР не могло содержаться радикальной критики советской действительности, в том числе и общего состояния русского языка при социализме. Тем более невозможно при отсутствии свободы слова открыто пожаловаться на отсутствие свободы слова. Бесспорна и *выводимость* — способность адресата получить имплицитную информацию косвенного высказывания. Десятилетия советской власти приучили читателей быть постоянно настроенными на волну политического иносказания. Этот навык аудитории А. Д. Синявский определил как «чтение сквозь газету» [Синявский 2001: 301].

Таким образом, в «Литературной газете» конца 1950-х — нач. 1960-х гг. возник новый речевой жанр — пространный сетование профессионального писателя на «редакторов», лишаящих его речевой свободы и препятствующих единению с народом.

Далее в обсуждении темы наступил длительный перерыв. Можно предположить, что это было связано со сменой главного редактора: первые решительные высказывания писателей о проблемах развития русского языка появились в «Литературной газете», когда ее возглавлял С. С. Смирнов. Затем должность руководителя недолгое время занимал В. А. Косолапов, а с 1962 г. «Литературную газету» более двадцати пяти лет возглавлял А. Б. Чаковский.

Уже в период его руководства газета вернулась к разговору о «злых силах», стесняющих развитие русского языка. Среди активных участников дискуссии, развернувшейся в 1965 г., вновь был писатель А. К. Югов, который на сей раз откликнулся на выступление академика В. В. Виноградова «Заметки о стилистике современной советской литературы» [Литературная газета. 1965. № 124. С. 2—3]. В статье известного лингвиста Югов упоминался в ряду тех, кто «не всегда достаточно осмотрительно» высказывался в защиту русского языка. Через несколько номеров «Литературная газета» поместила материал А. К. Югова под характерным названием «Океан за решеткой» [Литературная газета. 1965. № 128. С. 3]. Писатель обвинил академика и его единомышленников в намерении «засадить за решетку океан языка».

Более того, Югов уподобил современных защитников «чистоты языка» Сенковскому, Гречу и Каченовскому, а противопоставил их Пушкину и Буслаеву. Эта аналогия имела очевидный политический подтекст. О. И. Сенковский, Н. И. Греч и М. Т. Каченовский имели в официальной советской истории литературы репутацию реакционеров. В частности, в «Краткой литературной энциклопедии» о Сенковском говорилось, что в статьях и рецензиях он «обнаружил консервативность воззрений», о Грече — что после 1825 г. он «стал ярким монархистом и реакционером». Каченовскому не было посвящено отдельной статьи, но в энциклопедии упоминалось, что журнал «Вестник Европы», «редактируемый Каченовским, приобрел все более консервативное направление» [«Вестник Европы»]. А. К. Югов пользовался отработанным приемом советской пропаганды, обвиняя оппонента в реакционности взглядов. Но по

существо с антисоветских позиций выступал сам прозаик, а не подвергшийся его нападкам академик Виноградов. Именно Югов настаивал на необходимости отказаться от «прополочных посягновений» в отношении русского словаря, т. е. прекратить контролировать писательское словоупотребление и запрещать те или иные слова. Это было требование свободы слова, хотя и не в политическом, а в стилистическом значении данного термина. И оно заставляло читателей задуматься о свободе слова при социализме в целом.

Публикация Югова опять, как и за шесть лет до этого, дала старт дискуссии, в рамках которой прозвучало несколько идеологически близких выступлений. Самое яркое из них — статья А. И. Солженицына «Не обычай дегтем щи белить, на то сметана» [Литературная газета. 1965. № 131. С. 3]. Интересно, что в подцензурной газетной статье даже сторонник и мастер прямого публицистического высказывания Солженицын прибег к приемам, которые следует определить как политический намек. Во-первых, в начале статьи он упомянул о том, что письменная русская речь с петровских времен не раз страдала «от насильственной властной ломки». При желании читатель мог увидеть в этом намек, например, на проведенную большевиками реформу русской графики и орфографии. Во-вторых, по словам Солженицына, «еще не упущено изгнать то, что есть публицистический жаргон, а не русская речь. Еще не поздно выправить склад нашей письменной (авторской!) речи, так чтоб вернуть ей разговорную народную легкость и свободу». Писатель предлагает аудитории «Литературной газеты» такую схему: свобода индивидуально-авторской и народной речи противостоит диктату публицистического жаргона. А ведь жаргон этот льется — о чем в статье, конечно, не упомянуто — со страниц советской партийной печати.

Третий этап обсуждения вопроса о том, кто и зачем мешает свободному развитию русского языка, приходится на начало 1970-х гг., когда в «Литературной газете» открылась рубрика «Язык и время». В защиту языка от неназванных врагов и в этот раз активно выступили писатели почвеннического направления, или те, кого в критике именовали «деревенщиками». Так, В. В. Липатов подчеркнул, что язык страдает от «бюрократически-казенного» стиля, а вождь пролетарской революции зачитывался Далем и одобрял пополнение литературного языка областными словами [Литературная газета. 1971. № 34. С. 5].

Еще решительнее прозвучало выступление С. И. Шуртакова, прямо заявившего, что из газет, радио и телевидения человек черпает не хорошую речь, а непонятные термины и жаргон [Литературная газета. 1971. № 47. С. 7]. Читатель не мог не обнаружить в его статье «Шелуха и янтраное зерно» весьма прозрачного намека на неблагоприятное не только средств массовой информации, засоряющих язык народа, но и советской культуры в целом.

Показательно и то, что оппонент «деревенщиков» поэт Е. М. Винокуров, выступивший в защиту современной газетной речи, указал: «... Хороший

язык ... это не очищенный язык, не дисциплинированный, а язык богатый» [Литературная газета. 1972. № 7. С. 6]. Не соглашаясь с В. В. Липатовым и С. И. Шуртаковым в оценке конкретных речевых фактов, Винокуров присоединился к ним в неприятии внешнего по отношению к языку диктата.

Таким образом, на протяжении почти полутора десятилетий «Литературная газета» не раз обращалась к анализу проблем, порождаемых неправомерным вмешательством неких сил в развитие русского языка при социализме. Не имея возможности открыто говорить о цензуре и других формах идеологического давления на творческого человека в СССР, писатели предельно эмоционально сетовали на «редакторов». Если пользоваться классификацией, предложенной И. М. Кобозевой [Кобозева 2003: 19—20], следует говорить, вероятно, о преобладании в текстах «Литературной газеты» «намек через иносказание». Лишенные права критиковать фальшь и стереотипность советских СМИ, авторы статьей осуждали газетный язык. Выступления такого рода представляют собой не что иное, как косвенные высказывания, или одну из форм политического намека, характерного для публичной речи советского периода.

Возвращаясь к замечанию И. А. Стернина, хотелось бы подчеркнуть, что содержание рассмотренных публикаций, безусловно, несводимо к политическому намеку. Нельзя не согласиться с Н. А. Качаловой: «Суть намека как особого коммуникативного приема заключается в том, что именно ... вторичный смысл является подлинной целью... При этом возможность только буквальной интерпретации всегда в той или иной степени сохраняется» [Качалова 2009: 42]. Значительная часть читателей действительно воспринимала рассуждения писателей о богатстве диалектов, выразительности просторечия, усложненности и неэстетичности газетного и канцелярского стиля и даже о вредной деятельности редакторов «как проявление общекультурной позиции интеллигенции». В этом смысле форма намека выполняла свою важнейшую функцию — маскируя действительный смысл высказывания, делала речь бесконфликтной. Но те, чье мировоззрение допускало критическую оценку советских реалий, обладали сформированной коммуникативной и культурологической компетенцией для обнаружения намека и выведения скрытого смысла [Романова 2006: 152]. Готовность и желание выявлять и расшифровывать намеки были в числе важнейших причин популярности «Литературной газеты» у советской интеллигенции 1960—1970-х гг. Следует согласиться с А. Э. Чаковской, утверждающей, что «„Литературная газета“ была „глотком свежего воздуха“ для читателей, которые находили на ее страницах острую постановку проблем, дискуссионность, представление различных, подчас противоположных, точек зрения» [Чаковская 2008]. Необходимо, однако, добавить: не менее важен для читателя был подтекст, значительно более острый, чем прямое высказывание «Литературной газеты». Подтекст, выявляя который, советский человек ненадолго обретал иллюзию свободы слова.

ЛИТЕРАТУРА

«Вестник Европы» // Краткая литературная энциклопедия : в 9 т. / гл. ред. А. А. Сурков. — М.: Сов. энцикл., 1962. Т. 1. : Аарне — Гаврилов. URL: <http://feb-web.ru/feb/kle/kle-abc/ke1/ke1-0211.htm>.

Качалова Н. А. Намек как элемент речевого акта и речевого жанра // Известия Саратов. ун-та. Сер. Филология. Журналистика. 2009. Т. 9. Вып. 3. С. 40—43.

Кобозева И. М. Интенциональный и когнитивный аспекты смысла высказывания : науч. докл. по опубликованным трудам, представленный к защите ... д-ра филол. наук. — М., 2003.

Мокиенко В. М., Никитина Т. Г. Толковый словарь языка Совдепии. — СПб.: Фолио-пресс, 1998.

Романова Н. М. Намек как речевое средство комического. Прагматический аспект // Вестн. Курган. гос. ун-та. Сер. Гуманитарные науки. 2006. Вып. 2. № 3 (7). С. 150—152.

Синявский А. Д. Основы советской цивилизации. — М.: Аграф, 2001.

Чаковская А. Э. Деятельность международного отдела «Литературной газеты» в 1980—1985 гг. // Медиаскоп. 2008. № 1. URL: <http://www.mediascope.ru/node/73>.

Статью рекомендует к публикации д-р филол. наук, проф. А. П. Чудинов

Т. А. Гридина

Екатеринбург, Россия

Т. А. Gridina

Ekaterinburg, Russia

ЯЗЫКОВАЯ ИГРА

В ЖАНРЕ ПОЛИТИЧЕСКОГО ПРИКОЛА

Аннотация. Предлагается термин «политприкол» для обозначения не свойственного ранее политическому дискурсу жанра, основанного на языковой игре. Рассматривается генезис жанра, возводимого к поддевам детского фольклора. Политприколы анализируются и классифицируются с точки зрения тематики, мотивов и приемов языковой игры.

Ключевые слова: языковая игра; трансформация; ассоциативный потенциал; языковая личность; лингвокреативность; прикол; поддевка; смеховой фольклор.

Сведения об авторе: Гридина Татьяна Александровна, доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой общего языкознания и русского языка.

Место работы: Уральский государственный педагогический университет (Екатеринбург).

Контактная информация: 620017, г. Екатеринбург, пр. Космонавтов, д. 26, оф. 281.
e-mail: tatyana_gridina@mail.ru.

WORD GAME

IN THE GENRE OF POLITICAL JOKE

Abstract. The term «political joke» is offered to name the genre of political discourse built on the basis of word game, which was not typical of this kind of discourse. The genesis of the genre is described, its roots are found in children folklore. Political jokes are analyzed and classified from the point of view of theme, motive and ways of word game.

Key words: word game; transformation; associative potential; language personality; lingo-creativity; joke; tease; joke folklore.

About the author: Gridina Tatiana Alexandrovna, Doctor of Philology, Professor, Head of the Chair of General Linguistics and the Russian Language.

Place of employment: Ural State Pedagogical University (Ekaterinburg).

Современная языковая ситуация характеризуется высоким рейтингом деканонизированных форм речевого поведения, что выражается в том числе в активном использовании говорящими широкого регистра приемов языковой игры (ЯИ). «Игровые трансформации» обнаруживают неожиданные возможности интерпретации языковых знаков, выявляя их ассоциативный потенциал. Последний образуется всей совокупностью ассоциативных реакций, которая может возникать в сознании носителей языка в процессе использования, восприятия и порождения вербальных единиц, т. е. отражает весь спектр функционально-динамических репрезентаций знака, сопряженный с присвоением языковых значений и форм конкретными носителями языка (с учетом гендерных, возрастных, этнических, социальных, культурных, когнитивных и т. п. факторов, влияющих на ассоциативный тезаурус языковой личности) [Гридина 1996, 2008].

Основополагающий принцип ЯИ, с нашей точки зрения, заключается в актуализации психологически релевантных для носителей языка многовалентных ассоциативных связей знаковых единиц и намеренном использовании нестандартного кода их употребления, восприятия и порождения (при «обнаружении» и одновременном переключении, ломке ассоциативных стереотипов с помощью специальных лингвистических приемов). В этом смысле ЯИ может быть определена как особая форма лингвокреативного мышления [Гридина 1996], в основе которого лежат ассоциативные механизмы, позволяющие создавать нечто новое на базе уже познанного.

Экспансия ЯИ в современных коммуникативных практиках проявляется прежде всего в том, что она приобретает все большую свободу, «легализуется» в общественном сознании. Яркое тому свидетельство — чрезвычайно возросшая популярность малых жанров ЯИ, которые получают полуофициальные «терминологические» обозначения: антипословицы (В. М. Мокиенко), афона-

ризмы (ср. соответствующую рубрику «Литературной газеты»), приколы («Русское радио»).

Содержание последнего термина в его новой функциональной ипостаси требует специального комментария. В традиционном игровом (преимущественно детском) фольклоре *приколу* в известной степени соответствует жанр *поддевки*, которая определяется как некий «искусственный диалог, где следует ожидать возможности быть пойманным (поддаться на слове) совершенно неожиданно для себя» [Виноградов 1978: 175]. Один из коммуникантов, «шутки ради», чтобы посмеяться, «поддевает» своего собеседника и ставит его в смешное положение; «поддетый» может оказаться новичком, не знающим этой шутки: *Федя, скажи „поп“.* — *А че? Ну, скажу „поп“.* — *Твой отец клоп* [Капица, Колядич 2002: 109—111]. Трансформация жанра «поддевки» в условиях современной языковой ситуации (под влиянием новой информационной среды и изменений в социально-политической сфере) придает ему черты *прикола* — остроумного высказывания, построенного на эффекте обманутого ожидания, ассоциативной провокации [Гридина 1996].

В новом социальном контексте *прикол* выступает как жанр «фольклорных молодежных субкультур (наряду с мультками, фенечками, стёбом)» [Щепанская 1993].

В недавно вышедшей «Энциклопедии отечественных приколов» [Кожевников, Тихонова 2010] отмечается, что *прикол* — условное название для достаточно разных по своей «установке» высказываний. Общим для всех единиц такого рода является представление мысли в парадоксальной форме, что побуждает адресата к декодированию содержащегося в ней прямого и косвенного «смысла» (намек, подтекста, отсылки к конкретной или типовой ситуации и более широкому ассоциативному фону, с ней связанному).

В настоящее время этот жанр проникает в том числе в сферу политической коммуникации, в свя-

зи с чем можно выделить в особую тематически ориентированную группу — *политприколы* (термин наш. — Т. Г.). *Политприкол* как остроумное высказывание с «политической подоплекой» дает возможность выразить «технику» и функции языковой игры в выражении социальной оценки применительно к событиям политической жизни.

Материал для анализа извлечен нами методом сплошной выборки из «Энциклопедии отечественных приколов» А. Ю. Кожевникова, Т. Б. Тихоновой [Кожевникова, Тихонова 2010]. (Отметим, что в этом «энциклопедическом» издании активно используются данные словаря В. М. Мокиенко «Антипословицы русского народа» и другие источники современной афористики. При цитировании этих источников нами приводятся соответствующие авторские ссылки из издания: [Кожевников, Тихонова 2010]).

Среди *политприколов*, представленных в данной книге, можно выделить две группы: 1) непреднамеренные приколы, своего рода политические «ляпсусы», иногда неожиданно точные (соответствуют ситуации «А как хорошо сказал, не подумавши!» — А. И. Брежнев); ср., напр.: *Реформы находятся на таком этапе, когда они не видны* (В. Черномырдин); 2) остроумные высказывания на политические темы разных авторов (в том числе самих политиков) — афоризмы на социально-политические темы (на злобу дня), напр.: *Адвокаты делятся на две категории: одни хорошо знают закон, другие — судью subscribe.ru* (А. В. Лаврухин).

Нас будут интересовать прежде всего политприколы второго типа, преднамеренно создающие парадоксально-игровое «напряжение», содержащие «ловушку», рассчитанную на способность адресата считать некую импликацию, иносказание, нестандартный языковой код (иначе говоря, *политприколы* как жанровая форма языковой игры).

Политприколы охватывают довольно широкий спектр актуальных для современного социума «реалий», отражая оценочные векторы их восприятия. Охарактеризуем наиболее типичные тематические сферы и типы социальных оценок, проявленные в жанре политприкола, с учетом используемой «техники» языковой игры.

ОТНОШЕНИЕ ГРАЖДАН РОССИИ К ДРУГИМ СТРАНАМ И НАЦИЯМ (РЕАЛИЗАЦИЯ АНТИТЕЗЫ «У НИХ — У НАС» КАК ЧАСТНОГО СЛУЧАЯ ПРОТИВОПОСТАВЛЕНИЯ «СВОИ — ЧУЖИЕ»). В рамках данной оппозиции наблюдается ряд мотивов, отражающих стереотипные представления о чертах национального характера иностранца. Весьма популярным мотивом, темой, разрабатываемой в политических афоризмах, является образ **Америки и американцев**.

Америка — хорошая страна, но лично для меня в ней есть один недостаток — американцы. Актуализированный в высказывании парадокс (противопоставление *Америка — американцы*) на уровне бытового сознания вызывает мысль о чужеродности для русского человека образа жизни и поведения американцев. Ср., в частности, юмористические миниатюры М. Задорнова, в которых высмеивается «несообразительность» американцев в сравнении со «смекалкой» наших соотечественников.

Мотив противопоставления национальных черт русских и американцев весьма популярен в жанре «политприкола». Напр.: *Американцы работают, если платят хорошо. Русские работают, если платят — хорошо!* (Вальтер, Мокиенко 2005: 29). Смеховой эффект в данном случае построен на намеренном смещении логического ударения, меняющем смысл формально тождественных сегментов в первой и второй части высказывания. Игровая семантико-синтаксическая «контравверза» смоделирована постановкой тире в качестве средства выдвигания (акцентирования) «новой» ремы. Так, в первой фразе актуализирован смысл «американцы хорошо работают за хорошую зарплату = и только при этом условии»; вторая часть высказывания содержит импликацию «русские привыкли работать „задаром“, за идею, а если им еще и платят за работу, то это хорошо»; возможна и другая интерпретация: русские работают спустя рукава, довольствуясь даже малым вознаграждением. Такое неоднозначное «прочтение» формально тождественных структур создает эффект ЯИ, основанный на конструктивном принципе *ассоциативного контраста* (здесь и далее классификация принципов ЯИ дана по следующим работам: [Гридина 1996; 2008]).

Представлен в жанре политприкола и **мотив эмиграции российских граждан в Америку**: *Судя по количеству людей, уезжающих в США, у них там еще не все штаты заполнены* (Е. Микунов). Фраза обыгрывает омонимию слова *штаты*: штаты — рабочие места (*заполнение штатов* — обеспечение вакантных мест на предприятии кадрами) и *штаты* — пространственно-географическое понятие (Соединенные Штаты Америки; штат Алабама и т. д.). *Ассоциативное наложение* как конструктивный принцип ЯИ создает эффект неоднозначности высказывания, в частности затушевывая мысль о возможных **политических** причинах эмиграции.

Мотив экономической «нестабильности» американской экономики (на фоне экономического кризиса в России): *У каждого свои проблемы: у них — бешеные коровы, у нас — бешеные цены на говядину* (М. Бордюков). Обыгрывание многозначности прилагательного *бешеный* (намеренное столкновение прямого и переносного значений) создает эффект *ложной ассоциативной идентификации* — сравнения на разном основании.

Активно эксплуатируется (обыгрывается) в жанре политического прикола **тема национализма** (в различных его проявлениях): *Национализм — это не любовь к своей нации, а ненависть к чужой* (И. Н. Шевелев). Антонимическая игра создает дефиницию парадоксального типа (переворачивание привычной логики через «отрицательную идентификацию»: *ненависть к чужой нации не есть любовь к своему народу*).

В каждой нации есть свои евреи (М. Генин). В данном случае обыгрываются ассоциации, связанные с оценочными этностереотипами, что создает «считываемый» игровой подтекст (ср., например, устойчивые ассоциаты *еврей — Иуда, предатель, хитрый*). В основе данного «прикола» лежит легко выводимая импликация: еврей — не столько национальность, сколько оценочный «яр-

лык». Однако применение этой афористической фразы может быть различным в связи с широким спектром коннотаций ключевого слова *евреи*: например, для указания на «изгоев» в виде представителей определенной нации (при актуализации пропозиции «евреи — гонимый, страдающий народ»); смысл выражения содержит и намек на то, что евреи (люди, им подобные) недостойны доверия (прецедентом является факт предательства Иуды); при этом евреи обладают умом и «пройдошливостью», способностью добиваться карьерного и коммерческого успеха.

«ПРОФАНИРОВАНИЕ» ЦЕННОСТЕЙ СОВЕТСКОГО СТРОЯ — одно из актуальных направлений юристической экспансии в сфере политического дискурса.

Осмысление в ироническо-оценочном ключе лозунгов советской эпохи: *Мы создали такой крепкий экономический фундамент, с которого сдвинуть экономику нелегко* (С. Крытый). Намеренно смоделированный эффект обманутого ожидания («ассоциативной провокации» [Гридина 1996]) в данном случае обнаруживает противоречие между декларативными заявлениями о преимуществах советской экономики и ее реальным («плачевным») состоянием (весьма далеком от «процветания»). «Ассоциативное наложение» (одновременное восприятие прямого и переносного смыслов) клишированных формул *крепкий экономический фундамент* и *сдвинуть экономику* (с крепкого экономического фундамента) моделирует игровой нонсенс.

Перекодирование (дискредитирующая «расшифровка») советской символики. Ср.: *Серп и молот — коси и забивай* (fomenko. ru). *Серп и молот*, как известно, олицетворяют власть трудового народа, союз рабочих и крестьян (колхозников). При игровой (нарочито парадоксальной, эпатажирующей) «расшифровке» символов *серп* и *молот* актуализируется их прямой (буквальный) смысл (*серп* — орудие для косьбы; *молот* — рабочий инструмент, используемый для нанесения удара большой силы при ковке) и одновременно ассоциативный смысл, наведенный сближением с императивами *коси* (ср. *косить* в выражении *смерть косит*) и *забивай* (ср. выражение *забивать насмерть*). Эти коннотации отсылают к ситуации политических репрессий («выкашивания» и «подавления» так называемых врагов народа), профанируя саму идею «демократии» в тоталитарном советском государстве. Ср. также: *Трудно не слушать того, кто выступает на броневике* (Вальтер, Мокиенко 2005: 50). Отсылка к прецедентной ситуации (выступление В. И. Ленина на Финляндском вокзале с броневика) создает необходимую пресуппозицию для отождествления советской власти с военной диктатурой.

Дискредитации подвергается в политприколах советские идеологемы «слуги народа», «служить народу», обращения «товарищи» и «господа».

Служить народу настолько трудно, что без прислуги не обойтись (А. В. Лаврухин). В данном выражении обыгрываются оценочные коннотации паронимических глаголов *служить* и *прислуживать*. Ассоциативная выводимость как конструктивный принцип ЯИ предполагает вос-

приятие мотивированности наименования в зависимости от наведенного мотиватора [Гридина 1996]. Столкновение перифразы *слуги народа* (мотивационно восходящей к *служить народу* 'отдавать все свои силы на благо общества, народа') с лексемой *прислуга* (мотивационно связанной с глаголом *прислуживать* в прямом значении 'находиться в услужении у кого-либо') создает эффект смыслового «перевертыша». С одной стороны, это намек на то, что дорвавшиеся до власти партийцы превратились из *слуг народа* в настоящих *хозяев жизни*, захвативших все высокие государственные посты и диктующих народу свою волю; с другой — намек на тех, кто готов «прислуживать» любой власти, чтобы находиться у «кормушки» (ср. систему политических мер, направленных на подавление свободы слова в тоталитарном советском государстве, в частности поощрение всеобщего «доносительства»).

Данный **«политсюжет»** получает развитие в обыгрывании статусных номинаций *товарищи* и *господа*, последняя из которых якобы манифестирует «подлинное» уважение к человеку (повышение его статуса в условиях нового, демократического общества), а на деле соответствует ситуации, когда реальными «господами» становятся те, кто, не гнушаясь никакими средствами, сделал финансовую или политическую карьеру: *Сколько товарищей потеряли на пути в господа!* (В. Сумбатов). Коннотации слова *господа*, не раз сменявшиеся в свете политических установок с положительных на отрицательные, в игровом политдискурсе обнаруживают новый (амбивалентный) оценочный потенциал: слово выступает в функции обращения с «семантикой» *уважительности* и одновременно в функции отрицательно-оценочного квалификатора социального (имущественного) расслоения современного общества.

В группе «политприколов» обыгрываются и дискредитируются идеологические клише советского строя ***строительство светлого будущего, смотреть в будущее, дорога в светлое будущее***: *Строительство светлого будущего — это всегда незавершёнка* (С. Жижина); *Слишком светлое будущее непрактично* (Г. Малкин); *Наше завтра светлее, чем наше вчера и наше сегодня* (Вальтер, Мокиенко 2005: 174); *Темное прошлое постоянно бросает тень на светлое будущее* (Б. Зорькин); *В будущее надо смотреть с оглядкой* (А. И. Брежнев); *Будущее приходит и уходит, а прошлое остается* (А. Минаев); *Не оказалась бы дорога в светлое будущее кольцевой* (Г. Павлов); *Политические бури сносят и флюгера, показывавшие направление* (А. И. Брежнев). Эффект ЯИ строится на переключении высокой тональности идеологем в сниженный (обытовленный, профанный) регистр: клишированное выражение *строительство светлого будущего* буквально соотносится с предикатом *незавершёнка*, ассоциативно отсылающим к ситуации *жилищного строительства* (долгостроя, невыполнения запланированного в срок); клише *светлое будущее* подвергается буквализации при помощи предиката *непрактично* («обытовленный образ» *светлого будущего* соотносится с пресуппозицией *светлое быстро пачкается* — об одежде; ас-

социативная идентификация создает импликатуру: обещание светлого будущего — фантом, не имеющий ничего общего с реальностью); замена выражения *светлое будущее* синонимом *наше завтра* в составе компаративной конструкции *Наше завтра светлее, чем наше вчера и наше сегодня* пародирует «оптимистичные» максимы советской эпохи (ср. слова из известной песни «Птица счастья завтрашнего дня»: «Завтра будет лучше, чем вчера»); обыгрывается также оппозиция идеологических штампов *светлое будущее* — *темное прошлое*, последнее *бросает тень* на светлое будущее, заставляет *смотреть в будущее с оглядкой*; тупиковый вариант *дороги в светлое будущее* задает ассоциативная идентификация с *кольцевой дорогой*: *Не оказалась бы дорога в светлое будущее кольцевой* (Г. Павлов); наконец, *стремление* в светлое будущее уподобляется стихии (политической буре), которая *сносит флюгера, показывающие направление* (А. И. Брежнев). В последнем примере использована метафорическая техника ЯИ, актуализирующая оценочный подтекст.

В основе дискредитирующих игровых тактик в жанре политприкола нередко лежит синтаксическая или семантическая закодированная **оценочная антитеза**. Ср., например, обыгрывание сопоставительно-противительных конструкций *не столько... сколько*: *Патриот не столько хочет за что-то умереть, сколько кого-то убить* (Г. Малкин). Оппозиция смыслов *умереть за что-то* — *убить кого-то* в этом высказывании выражает оценку **псевдопатриотизма**. В другом афоризме на эту тему парадоксально противопоставляются синонимы *родина* и *отечество*: *Истинный патриот за отчество и родины не пожалеет!* (Вальтер, Мокиенко 2005: 342). Обыгрывание энантиосемии глагола в выражениях *не пожалеть (жизни) за родину* (отдать жизнь за отчество) / *родины не пожалеть* (= предать родину, ирон. поступиться моральными принципами ради сиюминутной выгоды) создает эффект ассоциативного наложения и содержит импликатуру: демонстрация *любви к отчеству* еще не есть проявление истинного патриотизма (в данном афоризме, в частности, содержится намек на готовность псевдопатриота «родину продать» ради политической карьеры).

Иронизация на грани стёба (издевки) производится над словом *партия* в значении 'политический орган советской власти': *Партия: лес рук и пни голов* (А. И. Брежнев). В данном афористическом определении оценочной дискредитации подвергается идея однопартийного тоталитаризма. Аллюзия на ситуацию «единогласного» голосования (на съездах КПСС) выражена экспрессивным предикатом *лес рук*, ассоциативно подкрепленным окказиональной тематически тождественной метафорой *пни голов* (о безоговорочно, бездумно подчиняющемся партийным директивам и *поднимающем руки* большинстве). Ср.: *Партия нового типа — это партия, которую возглавил новый тип* (Б. Зорькин) — политприкол, каламбурно обыгрывающий двусмысленность словосочетания *новый тип*, выступающего в разных синтаксических позициях. Это создает импликатуру: декларируемое принципиальное отличие партии нового типа

от предыдущих на деле оборачивается лишь формальной сменой политического лидера.

Оценочно-дискредитирующая функция ЯИ в жанре политприкола проявляется в парадоксальном сближении, казалось бы, несопоставимого с охватом различных аспектов содержания идеологически маркированных номинаций.

ПОЛИТИЧЕСКИЕ РЕЖИМЫ, ФОРМЫ ПРАВЛЕНИЯ, ИДЕОЛОГИЧЕСКИЕ УСТАНОВКИ.

Большевизм и фашизм — это, конечно, *борьба двух концов, а не двух начал* (А. Шполянский) — трансформация *борьба двух концов* в соотношении со своим антонимическим прототипом получает контекстуальный смысл «противостояние, не имеющее исторической перспективы» и служит средством идентификации двух противоборствующих политических режимов, обреченных «на провал и потерпевших крах» (ср. актуализированный буквальный смысл слов *конец* и *начало* в контексте приведенного высказывания). Ассоциативная идентификация содержит также импликатуру «урон, нанесенный нации „красным террором“ и сталинскими репрессиями, сопоставим с фашистскими зверствами и геноцидом».

Диктатура и демократия как формы правления характеризуются как в соотношении друг с другом, так и по отдельности: *Диктатура — демократия по-военному* (А. В. Лаврухин); *Диктатура — это политический монолог* (А. И. Брежнев). В первом эфемистическом определении иронически дискредитируется идея о «совместимости» демократии с военным принуждением (ср. аллюзии на выражения *военная демократия*, *диктатура пролетариата*, отсылающие к известной исторической ситуации). Во второй фразе акцентируется мысль о диктатуре как единовластии (диктатура как *политический монолог* не предполагает «ответной реплики», не учитывает мнения тех, кому «монолог» адресован).

Политические приоритеты разных групп социума — политическая активность/пассивность: *Мы не правые и не левые, потому что мы валенки* (fomenko.ru). Этот пример из рубрики «Приколы Русского радио» основан одновременно на деметафоризации (буквализации) значений идеологом **левые** — **правые** (сторонники политики левых или правых сил в политическом противостоянии) и метафорическом употреблении лексемы *валенки*. В данном случае актуализированный контекстом смысл слова *валенки* (пара, которую можно надевать на любую ногу) ассоциативно выражает идею *пассивности*, *глухого безразличия* так называемого электората (ср. выражения *сибирский валенок* и *прикинуться сибирским валенком*). ЯИ основана на эффекте ассоциативной провокации (обманутого ожидания). Глубина считывания данной импликатуры может быть разной, в частности можно интерпретировать прикол как своеобразную декларацию «нейтралитета», позиции невмешательства, осторожности, основанной на исторических прецедентах (прежде всего, сталинских репрессиях за политическую «неблагонадежность», инакомыслие). Ср.: *Многие из тех, кто опередил свой век, вынуждены были ожидать его в местах не столь отдаленных* (И. Есипова). ЯИ подчеркивает абсурд-

ность ситуации, выстраивая неожиданную ассоциативную дугу между прогнозируемым и реализованным смыслом высказывания (опередить свой век — ожидать его в местах не столь отдаленных). *Опередившие свой век* отнюдь не те, кто достоин уважения (за ум, талант, проявленную инициативу), а те, кто негоден правящей власти (политические «противники» Сталина и инакомыслящие граждане), чья инициатива оборачивается трагедией для них — ссылкой в лагеря (ср. эвфемизм *ожидать в местах не столь отдаленных*).

Ожидание перемен (политических, социальных) и одновременно боязнь последствий этих перемен — трагическое противоречие нашего времени. Ср.: *Все хотят, чтобы что-нибудь произошло, и все боятся, как бы чего не случилось* (Б. Окуджава). Синонимы *произойти* и *случиться* в данном случае превращаются в контекстуальные «опозиты», создавая игровой эффект восприятия фразы.

Данная статья не претендует на исчерпывающее описание всех тематических и мотивных составляющих жанра политприкола. Однако совершенно очевидно, что этот жанр вполне вписы-

вается в игровой дискурс современной языковой ситуации, демонстрируя новые функции ЯИ — дискредитацию, профанизацию, иронизацию, эвфемизацию как средство косвенного выражения политических оценок. Воистину, применительно к жанру политприкола справедливы слова: *В шутку иногда можно сказать то, о чем даже подумать страшно* (А. И. Брежнев).

ЛИТЕРАТУРА

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

Гридина Т. А. Языковая игра в художественном тексте. — Екатеринбург, 2008.

Виноградов Г. С. Детский фольклор // Из истории русской фольклористики. — Л., 1978.

Капица Ф. С., Колядич Т. М. Русский детский фольклор. — М. : Флинта : Наука, 2002.

Кожевников А. Ю., Тихонова Т. Б. Энциклопедия отечественных приколов. — М. : Олма Медиа групп, 2010.

Щепанская Т. Б. Символика молодежной субкультуры : опыт этнографического исследования системы 1986—1989 гг. — СПб., 1993.

Статью рекомендует к публикации д-р филол. наук, проф. Н. И. Коновалова

Е. А. Кожемякин
Белгород, Россия

E. A. Kozhemyakin
Belgorod, Russia

**ПРОИЗВОДСТВО ЗНАНИЯ
В ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ:
СОЦИАЛЬНО-ЭПИСТЕМОЛОГИЧЕСКИЙ ВЗГЛЯД**

**KNOWLEDGE PRODUCTION
IN POLITICAL DISCOURSE:
A SOCIAL-EPISTEMOLOGICAL VIEW**

Аннотация. Политический дискурс рассматривается как комплекс условий текстопорождающих практик, эффектом которых является производство определенного типа знания. Анализируются основные познавательные операции, реализуемые в политической дискурсивной практике — репрезентация, категоризация, интерпретация и конвенция.

Abstract. Political discourse is described in the paper as a set of conditions for text constructing practices which effect in production of a certain type of knowledge. The article discusses such main cognitive operations to specify the political discourse practice as representation, categorization, interpretation and convention.

Ключевые слова: институциональный дискурс; политический дискурс; социальная эпистемология; эпистемические практики; политическая коммуникация; познавательные стратегии.

Key words: institutional discourse; political discourse; social epistemology; epistemic practices; political communication; cognitive strategies.

Сведения об авторе: Кожемякин Евгений Александрович, доктор философских наук, профессор кафедры журналистики и связей с общественностью, доцент, факультет журналистики.

About the author: Kozhemyakin Evgeny Alexandrovich, Doctor of Philosophy, Professor of the Chair of Journalism and Public Relations, Assistant Professor, Faculty of Journalism.

Место работы: Белгородский государственный университет.

Place of employment: Belgorod State University.

Контактная информация: 308015, г. Белгород, ул.Победы, 85.
e-mail: kozhemyakin@bsu.edu.ru.

Современные представления в гуманитаристике о характере и «порядке» формирования знания в различных речевых практиках можно выразить в ряде тезисов: познание не в меньшей, а возможно и в большей степени имеет отношение к его социальным условиям, чем к познающему субъекту (его психическим свойствам и индивидуальному опыту) и к объекту познания; познание социально, а значит, детерминировано и обусловливается действием социальных сил — власти, институтов, интересов; знание «производится» в социально детерминированном процессе познания, а не только выводится из субъективных характеристик или объекта; знание создается в ходе дискурсивной практики и выражается в виде текстов, форма и содержание которых конституируются социальными нормами познания.

Исходя из этих допущений, определенная дискурсивная практика, в ходе которой вырабатывается тот или иной тип знания, определяется социально и институционально. Знание, характерное для религии, не сводимо, а часто и не сопоставимо с политическим знанием не столько в силу несовпадения их логико-формальных признаков или содержательного компонента, а в силу различных социальных детерминант производства. Вследствие различий социальных контекстов знания одно и то же сообщение, транслируемое, например, в рамках религиозной и политической коммуникации, будет интерпретировано по-разному. В свете этого лингвистика разрабатывает неклассический, социально-эпистемологический фокус исследования, при котором в качестве предмета исследования выбираются языковые единицы как репрезентанты не объективного мира, а конвенциональных (социальных, институциональных) норм. Фактически речь идет о дискурс-анализе, «телеология» которого состоит в поиске внеязыковых оснований языковых феноменов, порождающих определен-

ные (характерные для определенной социокультурной среды) типы знания.

Политический дискурс в таком контексте представляется одним из наиболее ярких и продуктивных смыслопорождающих феноменов, характерные особенности которого явным — более явным, чем, например, в случае с научным или религиозным дискурсами — образом демонстрируют социальную обусловленность знания, конструируемого его средствами. В этой работе мы обсудим некоторые существенные когнитивно-эпистемические механизмы политического дискурса, предварив анализ общим описанием данного вида дискурса.

В современных (преимущественно критических) теориях дискурса достаточно часто имплицитно или эксплицитно утверждается идея об абсолютно («тотально») дискурсивной природе политики (см., например, работы Э. Лаклау, Ш. Муффа, Л. Чулиараки и др.). В таком понимании все политические процессы, отношения, явления сводятся исключительно к дискурсивной практике: политика есть только поле мышления, говорения и восприятия, в то время как конкретные действия являются не чем иным, как «посредниками» дискурсивных процессов. Очевидно, что это является своеобразной интерпретацией мысли Фуко о властном характере дискурса; однако подобная трактовка идей французского философа требует ревизии. Опираясь на концепцию аутопоетической социальной системы Никласа Лумана, современные эпистемологи рассматривают политический дискурс как форму общества и культуры. Так, обращение президента к гражданам следует рассматривать не как точку соприкосновения политического процесса и идеологической дискурсивной практики, а как дискурсивную форму политики. Политика такова, как она представлена в конкретных дискурсивных моделях своего существования. При этом часто принцип по-

литической деятельности заложен в самой речемыслительной (дискурсной) деятельности.

Под *политическим дискурсом* в этой статье понимается *регламентируемая определенными историческими и социокультурными кодами (традициями) смыслообразующая и смысловоспроизводящая деятельность, направленная на формирование, поддержание и изменение отношений доминирования и подчинения в обществе.*

Центральным «узлом» этого типа дискурса является его подчиненность властным практикам и целям — удержанию, воспроизводству, перераспределению власти. Собственно, все специфические черты политического дискурса, связанные с созданием и трансляцией особого типа знания, обусловлены этой подчиненностью, т. е. телеологически и прагматически детерминированы. При этом нельзя не учитывать особенности предметной области политического дискурса, в котором ключевое место занимает концепт «власть». Согласно Е. И. Шейгал [Шейгал, 2004], производство политических высказываний и принятие политических решений связано с процессами объективации и «реификации» властных отношений в обществе. С этой точки зрения политический дискурс, с одной стороны, обладает высоким генеративным потенциалом, что выражается в таких его качествах, как *медийность, информативность, институциональность*, с другой — основывается на создании *эффекта инкорпорации власти*, ее перевода во «внутренний план», интериоризации. Кроме того, специфика политического дискурса отражается в характере отношений между властью и субъектом: эти отношения понимаются как сугубо ролевые, что позволяет делать утверждение о *театральности* политики и политического дискурса. Как отмечает Е. И. Шейгал, «театральность политического дискурса связана с тем, что одна из сторон коммуникации — народ — выполняет в ней преимущественно роль не прямого адресата, а адресата-наблюдателя, который воспринимает политические события как некое разыгрываемое для него действие» [Шейгал 2000]. Помимо театральности, специфика политического дискурса может быть описана в терминах *фантомности, фидеистичности, эзотеричности, дистанцированности и смысловой неопределенности*. Кратко поясним их.

Поскольку основной целью политики является получение и удержание власти, особое значение приобретают дискурсные формы, работающие на создание эффекта сакральности сказанного. Такие свойства, как фантомность, фидеистичность, эзотеричность являются ключевыми в политическом дискурсе, что позволяет провести аналогии с религиозным дискурсом. Именно эти свойства создают сакральный эффект присутствия власти как силы, одновременно материальной и интериоризованной. Говоря об интериоризации власти, следует иметь в виду психический процесс и результат «согласия» с властью и ее «принятия», в то время как сама власть в ее субстанциональном понимании мыслится в категории дистанцированности. Власть всегда «где-то там», и в то же время ее действие мы ощущаем «здесь и сейчас». Дистанцированность является неотъемле-

мой чертой властных отношений и усиливает эффект сакральной удаленности, величия и возвышенности представителей власти. Тот же эффект достигается за счет смысловой неопределенности — одной из характерных прагматических черт языка политики, служащего не для обмена информацией, а прежде всего для воздействия на адресата. В связи с этим Е. И. Шейгал выделяет такое качество политического дискурса, которое связано с магической функцией политического дискурса в том ее понимании, которое предложил Ролан Барт в известной работе «Мифологии» [Барт 2000]: политический дискурс не просто констатирует положение дел, но «заклинает» таким образом, что референции политических высказываний становятся частью реальности; магия политики подразумевает, что слово рассматривается как часть самого предмета. Понятно, что такой «магический язык» разделяют и «профессионально» используют «посвященные», с чем связано еще одно свойство политического дискурса — эзотеричность. Язык политического дискурса более или менее однозначно распознается и воспринимается аудиторией, но при этом она может испытывать определенные затруднения в интерпретации ряда популяризованных понятий. Так, понятия «демократия» или «государственные интересы» обладают известным коммуникативным эффектом, однако их семантический потенциал характеризуется значительной степенью неопределенности и размытости значения, по крайней мере для большинства адресатов. Семантическая неопределенность политической лексики компенсируется ее высокой оценочностью: *коммуникативный эффект политического дискурса связывается в первую очередь с эмоциональной, а не рациональной вовлеченностью адресатов политических сообщений.*

Эти свойства особенно ярко проявляются в ритуальных жанрах политического дискурса (инаугурационное обращение, юбилейные выступления, традиционные речи и др.). Д. Гудков следующим образом поясняет сущность ритуальных жанров: «В ритуальных жанрах фатика замещает информативность, вербальные составляющие текста подчинены форме сообщения и отличаются незначимостью. ...<Они> прежде всего, ориентированы на выражение идеи интеграции, единения народа» [Гудков 1998: 45].

Перечисленные ключевые специфические черты политического дискурса коррелируют с его базовыми когнитивно-эпистемическими особенностями. Рассмотрим их подробнее.

Для политического, как и для иных институциональных дискурсов, характерны способы эмпирической аргументации; однако в политическом дискурсе преобладает подтверждение следствий, в то время как, например, для медицинского или научного дискурса характерны прямое подтверждение и использование примеров. Аргументы к традиции и авторитету, эмоциональное внушение, агональность политического дискурса в очередной раз демонстрируют точки его соприкосновения с религиозным и педагогическим дискурсами. Арсенал аргументативных техник, используемых в политике, свидетельствует о принципиальной невозможности верификации политических сужде-

ний, об их фантомности и фантастичности. Собственно, фантомы и фантазии, как было показано выше, составляют ядерные элементы политического дискурса, ключевым из которых является феномен власти. В данном случае нетрудно обнаружить аналогии с феноменом религиозной веры в дискурсе религии.

Поскольку политический дискурс используется во властных целях, то очевидна тенденция к охвату массовой аудитории за счет идеологического противопоставления целевой аудитории иной, такой же массовой, но «чужой» социальной категории. Иными словами, речь идет о разделении социального поля на «своих» и «чужих». В этом отношении одним из наиболее типичных для политического дискурса способов познания является генерализация, обобщение, при котором происходит упрощение категорий по принципу их объединения: например, разнородные части целевой аудитории политического дискурса представляются как имеющие ряд существенных объединяющих черт, в то время как разъединяющие их качества демонстрируются как несущественные или вовсе игнорируются. Одной из таких генерализованных категорий политического дискурса является категория «народ». Однако такому же обобщению подвергается и противопоставляемая целевой аудитории группа. В этом измерении политический дискурс демонстрирует диалогическое противопоставление «верной» («своей») и «неверной» («чужой») точек зрения.

Важно отметить, что в когнитивно-эпистемическом отношении политический дискурс отличается от иных типов дискурса тем, что оценка истинности высказываний осуществляется на основе, во-первых, оценки их авторства и, во-вторых, оценки их соответствия центральной (идеологической) точке зрения на ключевые объекты дискурса. Если для религиозного дискурса одним из ключевых критериев «приемлемости» высказывания является его соотнесенность с субъективным опытом веры, то для политического — его соответствие прецедентным высказываниям группы «власти». С другой стороны, мы отмечаем и точки пересечения между политическим и религиозным дискурсами: таковыми является «презумпция истинности» тех высказываний, которые соответствуют догматическим установкам и/или картине мира, принятым в социальном институте (например, идеологическим установкам в политике или церковным догмам в религии).

Дискурс власти фиксирует распределение «статусов истинности» не только между различными высказываниями, но и между различными авторами дискурса. В самом крайнем проявлении подобной сегментации политических сообщений на «верное знание», «ошибочное мнение», «ложь», «заблуждение», а также на тех, кто заведомо продвигает перечисленное, политический дискурс функционирует в тоталитарных обществах в форме идеологически-пропагандистского дискурса.

Этим тенденциям «принуждения к правильному знанию» и истинностной оценки высказываний по принципу оценки автора подчиняются все основные познавательные операции: репрезентация, категоризация, интерпретация и конвенция.

Политическая *репрезентация* как способ познания представляет собой не отражательную процедуру по отношению к объективной политической реальности, а опосредованные институциональными нормами, языком, стереотипами и т. д. восприятие и представление объектов, которым приписывается политический статус. Репрезентировать в политическом дискурсе означает не просто выразить с помощью языковых средств и механизмов образ реальности, но предопределить его содержание и возникновение в сознании адресата, что достигается с помощью целенаправленного и осознанного использования определенных знаково-символических форм. Политик, репрезентируя, не столько представляет образ реальности, существующий в его сознании, сколько демонстрирует то, каким должен быть образ реальности. В этом смысле репрезентация как познавательная операция выполняет конструирующую функцию в политическом дискурсе. Политические высказывания, формально содержащие в себе операторы репрезентации («я думаю, что...»; «мне представляется, что...»; «нам кажется, что...»), фактически реализуются так, как если бы они содержали операторы долженствования («необходимо, чтобы...»; «требуется, чтобы...»), а описание ситуации фактически реализуется как ее проектирование. Идеи Хайдеггера о том, что практические повседневные действия, единственно доступные нашему восприятию непосредственно, требуют специального языка и определенных моделей экспликации, подтверждаются на примере политического дискурса. Политический общественный институт действительно располагает специфичным языком, применение которого к повседневности может способствовать построению особой политической картины мира, в которой доминируют не обобщения повседневного опыта, а убеждения и верования идеологического порядка.

Если ключевой момент генерализации и репрезентации как когнитивных операций политического дискурса заключается в выделении, а также языковом выражении границы легитимного и «справедливого» мира (различение «своих» и «чужих»), то основной задачей *категоризации* как познавательной операции разделения на роды и виды, классы и типы объектов является сегментация выделенных в результате генерализации семантических пространств. «Свои» наделяются определенными свойствами, которые позволяют однозначно отличать их от «чужих». Распределение политических идентификаций, «реестр ценностей», иерархизация смыслов — всё это характеризует операции категоризации в политическом дискурсе. Категоризировать в политическом дискурсе — значит упорядочить поле репрезентаций таким образом, чтобы были поддержаны основные политико-идеологические ценности и цели. Именно идеологические и институционально закреплённые ценности той или иной политической системы являются критерием осуществления операции категоризации.

Более подробно вопросы категоризации мира политики рассмотрены Е. И. Шейгал в работе «Семиотика политического дискурса» [Шейгал

2004]. В общих чертах выводы проведенного ею исследования сводятся к следующему. Семиотически-дискурсивное поле политики располагает достаточно широким спектром различных знаков, которые отражают особенности категоризации опыта в сознании субъектов дискурса. К подобным знакам Е. И. Шейгал относит знаки ориентации (политические номинации, термины, политическая символика и т. д.), знаки интеграции (национально-государственные символы, «инклюзивные наименования» политических объектов — «Общее дело», «Наш Дом Россия»), агональные знаки (маркеры «чуждости», инвективные номинации, пейоративы, ярлыки).

Политическая категоризация, с точки зрения Т. ван Дейка, строится на базе определенных идеологических ментальных схем, которые и включают такие категории, как групповая идентичность (конструируемая чаще всего на этнической основе), цели (например, дистанцирование, противостояние, консолидация), ценности и нормы, статусные отношения (превосходство и «исключительное право» «своей» группы), ресурсы (власть, территория, благосостояние и прочие) [Dijk 1998]. Каждая из этих категорий подчиняется политическим целям достижения и поддержки власти за счет общественного мнения, индивидуальных и коллективных убеждений и верований, коллективно разделяемых ценностей. Как утверждал Р. Барт, «язык — это средство классификации, и всякая классификация есть способ подавления» [Барт 1994: 548].

Одним из наиболее важных способов категоризации в политическом дискурсе мы считаем историзацию как своего рода расчленение действительности на прошлое, настоящее и будущее. Конструирование темпоральной преемственности, последовательности и перспективности предстает как создание трех измерений субъекта дискурса — прошлого, настоящего и будущего, — причем их линейное расположение характеризуется как некоторое движение от простого к сложному, от несовершенного к идеальному, от неверного к истинному; негативный полюс такой линейности всегда расположен в прошлом, бифуркационный период (с постулируемой необходимостью индивида делать «правильный политический выбор», а следовательно «выбирать свое и общее будущее») — в настоящем, а идеальное и желаемое положение дел — в будущем. Помимо очевидной функции создания смысложивизненной перспективы (а значит, стимулирования практических действий индивида), такая схема категоризации времени в политическом дискурсе позволяет сравнить его с религиозным дискурсом, в котором картина мира сегментизируется схожим образом: «греховное прошлое» — «тяжелое настоящее» с модусом ответственности за выбор и принятие решения — спасение и блаженство в будущем. «Эсхатологические настроения» политического дискурса объясняются главным образом своеобразным способом легитимации власти, в соответствии с которым власть представляет оправдание и обоснование самой себя в эмпирически не наблюдаемом будущем, что позволяет ей снять вопрос верификации истинности собственных высказываний: факты будущего не проверяемы, в них следует поверить и

ждать их свершения. Поэтому политические высказывания настолько богаты обещаниями: обещать — значит отсрочить проверку искренности позиции говорящего и истинности его высказываний. Собственно, сам вопрос доказательств становится второстепенным в политическом дискурсе, уступая вопросу о потенциальной доказуемости и доверия (веры) содержанию дискурса адресанта.

Операция *интерпретации*, заключающаяся в «переводе формальных символов и понятий на язык содержательного знания» [Микешина 2007: 137], представляется одной из базовых познавательных операций в политическом дискурсе. Ее значимость объясняется преимущественно тем, что субъект политического дискурса находится в интердискурсивном пространстве, наполненном различными смыслами, значениями, знаками, ценностями, репрезентация которых может совпадать в различных дискурсивных средах, а категоризировать которые не всегда достаточно для успешной ориентации в дискурсе. Политические стратегии и технологии часто подразумевают обращение к до-рефлексивному опыту, к экзистенциальному уровню существования индивида. В свете этого политический дискурс во многом опирается на «пред-рассудки и пред-мнения» (Гадамер) и представляет собой ту сферу, в которой реализуются «схематизмы опыта» и осуществляется понимание, основанное на культурном и социальном опыте адресатов.

Интерпретации в политическом дискурсе ориентированы на создание и воссоздание реальности, факты которой организуются и упорядочиваются определенным образом. Более того, фактом в политическом дискурсе объявляется то, что соответствует определенной (идеологической) картине мира. Формальным элементом политической интерпретации является смысл, который, согласно Максиму Веберу, состоит в том, чтобы сделать возможными определенные точки зрения и оценки [Вебер 1995: 32].

Механизм политической интерпретации может быть раскрыт на основе идей Дональда Дэвидсона, утверждавшего, что интерпретация речевого акта подразумевает понимание «нереализованных диспозиций говорящего», включающих в себя убеждения, намерения, желания адресанта. Характер реализации диспозиций представляет собой вербализацию докоммуникативных состояний, тогда как сами состояния могут быть охарактеризованы как довербальные. Соответственно манипулятивный характер политической интерпретации проявляется в том, что, «приписывая» адресанту определенный набор речевых актов, вербализуя его «нереализованные диспозиции», политик, по сути, моделирует сами диспозиции и намерения говорящего. Таким образом, политическая интерпретация нацелена не столько на понимание объективной реальности или установок и намерений говорящего, сколько на оказание влияния и стимулирование слушающего. Любое интерпретирующее высказывание политического дискурса может быть оценено как «истинное» при условии его соотнесенности с идеологической картиной мира. Косвенным аргументом в пользу этого, как утверждает Е. Г. Задворная, является отсутствие презумпции искренности субъекта: «в

рамках данной (политической — Е. К.) дискурсивной сферы истинностная оценка легко переходит из области неконтролируемых заблуждений в область приписываемой оппоненту сознательной лжи (фальсификации, дезинформации и т. п.)» [Задворная 2001: 240].

В реализации указанной стратегии интерпретация в политическом дискурсе имеет ряд интенциональных характеристик, на которые указывает Е. И. Шейгал: эвфемизация и дисфемизация как способы уклонения от истины, прогностическая эзотеричность, референциальная неопределенность. На наш взгляд, все перечисленные и прочие характеристики (например, перформативность) политической интерпретации свидетельствуют о том, что ее ключевым механизмом является связывание индивидуальных убеждений и мнений с коллективным политическим знанием. Позиция индивида подстраивается и включается в легитимную картину мира, поддерживаемую конкретной идеологией (понимаемой в узком смысле как система идей, обусловленных интересами правящего класса) политического института. В свою очередь, это необходимо для унифицирования и интеграции индивидов в единое политическое поле.

Конвенция как познавательная операция связана с аспектом нормирования политического института. Как и любой другой институт, политика базируется на комплексе норм-конвенций, носящих искусственный характер. По утверждению Л. Микешиной, «нормативные высказывания — это вид оценочных суждений, регулирующих деятельность и коммуникации людей на основе соглашения. В конечном счете, они базируются на признании той или иной социально апробированной системы ценностей» [Микешина 2007: 150—151]. Вопросы достижения и удержания власти, ключевые для политического дискурса, решаются преимущественно в конвенциональном поле, причем это поле отличается высокой подвижностью: одни нормы, регулирующие познание в сфере политики, сменяются другими, и часто стремительно. Характерной особенностью политического дискурса является то, что не существует или практически не встречается преемственность и эволюция нормативной сферы, как это отмечается в отношении научного или даже религиозного дискурса. Довольно часто в истории мы можем обнаружить примеры того, как со сменой политического режима приходят новые политические нормы, отрицающие предыдущие. При этом вряд ли приходится говорить о ревизии или переоценке конвенций предыдущего политического порядка: поскольку смысл изменения политического режима состоит в перераспределении власти, то отношение к политическим оппонентам и к их нормативным системам мыслится исключительно как критически-оценочное.

Обратим внимание на то, что политические нормы-конвенции безусловно связаны с вопросами этики в большей степени, нежели нормы, основанные на соглашении, в иных дискурсивных сферах. Поскольку политические проблемы власти есть не что иное, как вопросы доминирования и подчинения, то права человека суть то, что как

ограничивает, так и обуславливает конвенциональный механизм политического дискурса. Результаты наблюдения и измерения в дискурсе политической культуры определяются принятыми соглашениями, искусственно установленными законами, соответственно в политике велик риск волюнтаристской позиции по отношению к правам и свободам личности. Так, например, ряд социальных характеристик, таких, как социальное положение, общественное мнение или образ жизни, не имеет четких критериев измерения, и их содержание в значительной степени зависит от гипотезы или интересов субъекта политического дискурса; действия, которые следуют из политического решения, принятого на основе оперирования этими социальными характеристиками, могут существенно ограничить свободы личности.

Итак, во-первых, политический дискурс ориентирован не столько на «отражение» объективной реальности, сколько на ее создание и воссоздание, и эпистемические операции в значительной степени подчинены этой особенности политики. Даже строго описательные, на первый взгляд, цели политического дискурса реализуются с широким использованием оценочно-экспрессивных средств, перформативов и прогностических элементов, которые позволяют воссоздавать отношения доминирования и подчинения.

Во-вторых, цель конструирования политической реальности достигается в политическом дискурсе с помощью оперирования неоднозначными и нестрого определенными представлениями об объектах, понятиями, а также представлениями об адресатах политических высказываний. Организация политической дискурсивной практики такова, что «размытость» потенциальной аудитории парадоксальным образом способствует включению в поле адресатов все большего числа индивидов.

В-третьих, при достаточно однообразных «стратегиях» реализации политического дискурса институт политики использует довольно широкий спектр «тактик»: инструменты политического дискурса гораздо богаче политических целей, что обуславливает манипулятивный характер дискурса, в частности возможность вуалировать базовую цель достижения и удержания власти.

ЛИТЕРАТУРА

- Барт Р. Избранные работы. Семиотика. Поэтика. — М. : Прогресс, 1994.
- Барт Р. Мифологии. — СПб., 2000.
- Вебер М. Критические исследования в области наук о культуре // Культурология. XX век : антол. — М., 1995.
- Гудков Д. Ритуалы и прецеденты в политическом дискурсе // Политический дискурс в России — 2 : материалы раб. совещания. — М. : Диалог-МГУ, 1998.
- Задворная Е. Г. Дискурсивные эпистемические трансформации // Постмодернизм : энцикл. — Минск, 2001.
- Микешина Л. Эпистемология ценностей. — М. : Росспэн, 2007.
- Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса. — М. : Гнозис, 2004.
- Шейгал Е. И. Театральность политического дискурса // Единицы языка и их функционирование : межвуз. сб. науч. тр. — Саратов : Изд-во СГАП, 2000. Вып. 6.
- Dijk, T. A. van. Political discourse and political cognition // Paul A. Chilton & Christina Schäffner (Eds.). Politics as Text and Talk. Analytical approaches to political discourse. — Amsterdam : Benjamins, 2002. P. 204—236.

Статью рекомендует к публикации д-р филол. наук, проф. Н. Б. Руженцева

Й. Сипко

Прешов, Словакия

J. Sipko

Prešov, Slovakia

РУСИНЫ: ПОЛИТИЧЕСКИЕ И ЭТНОКУЛЬТУРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ

Аннотация. Рассматривается история и этнокультурные особенности русинов, приводятся их национальные песни, характеризуется язык. Обсуждаются перспективы поиска русинами национальной идентичности.

Ключевые слова: восточные славяне; русины; этнос; этноним; этнокультура; русинский язык.

Сведения об авторе: Сипко Йозеф, профессор, директор Института русистики и славянских языков.

Место работы: Прешовский университет.

Контактная информация: Ul. 17. novembra 15, 080 01 Prešov, Slovakia.

e-mail: sipko_j0@unipo.sk.

RUSINY: POLITICAL AND ETHNO-CULTURAL PECULIARITIES

Abstract. History and ethno-cultural peculiarities of Rusiny is discussed, their national songs are mentioned, and their language is characterized. Perspectives of the search for national identity by Rusiny are dwelt upon.

Key words: Eastern Slavs; Rusiny; ethnic group; ethnonym; ethnic culture; the Rusiny's Language.

About the author: Sipko Josef, Professor, Director of the Institute of the Russian and Slavic Languages.

Place of employment: University of Presov in Presov.

1. КАРПАТЫ — РОДИНА РУСИНОВ. Пересмотр национальных отношений в Словакии после 1989 г. — один из общественно-политических и лингвокультурных феноменов современности. Национальный вопрос до «бархатной революции» 1989 г. решался на основании официальных постановлений партийных и государственных органов, согласно которым русинов считали составной частью украинского народа. Коренные изменения начала 1990-х гг. привели к новой постановке в стране *национального вопроса*. В Конституции Словацкой Республики, образовавшейся после разделения Чехословакии в 1993 г., русины объявляются самостоятельным этносом. Переписи населения 2000 и 2011 гг. показали, что к русинам относит себя значительная часть населения. Все больше людей заявляют о своих русинских корнях. В то же время о русинах все еще очень мало знают не только их ближайшие соседи, но и другие восточные славяне.

В научной классификации восточных славян приводятся только русские, украинцы и белорусы. Однако с незапамятных времен в Карпатах живет четвертый восточнославянский народ, известный под разными названиями с основой *-рус-*: *рутены*, *руснаци*, *русняки* и (этот этноним сегодня наиболее распространен) *русины*. Их язык, история, культура, фольклор, образ жизни, вероисповедание и менталитет уже не одно столетие представляют собой неповторимый этнокультурный феномен Центральной Европы. Они самым тесным образом связаны с *Карпатским регионом*, который протянулся от северо-восточной Словакии и южной Польши вдоль словацко-украинской границы до Румынии. Не случайно один из их этнонимов — *карпатороссы* — связан именно с *Карпатами*. Это восточнославянское племя до наших дней проживает в долинах и на склонах прекрасных Карпат. Одна из исторических версий их происхождения говорит о том, что непосредственными предками русинов были *белые харваты*, жившие в Карпатском регионе еще в период Киевской Руси. Предки современных русинов населяли Карпатский регион в то время, когда в западной Словакии и южной Моравии образовалась Великоморавская держава, принявшая миссию Кирил-

ла и Мефодия. Небезынтересно и то, что до наших дней русины в своих церковных обрядах придерживаются кирилло-мефодиевской традиции, хотя большая часть Словакии после распада Великой Моравии в начале X в. стала католической. Очевидно, первичное карпаторосское население появилось за счет миграции с востока, главным образом с территории, которая в наше время является белорусско-украинским пограничьем.

В русинских легендах как верховный русинский правитель конца X в. указывается ужгородский князь *Лаборець*. Его княжество находилось в той части Карпат, в центре которой ныне располагается *Ужгород*. Князь *Лаборець* упоминается в летописях и исторических документах, а также в художественной литературе и фольклоре. Он со своей дружиной сражался с наступающими мядьярскими племенами и погиб в 996 г., когда мядьяры, проходя через карпатские перевалы, занимали нынешнюю территорию Венгрии и постепенно присоединяли к ней значительную часть современной Словакии:

На борьбы трехдневной поле

Ночь прервала долгий бой.

Лаборець булат смертельный

Спустил, как поневоле

Долг, назначенный судьбой.

Русского оружия сила

Вспять, как молния удар,

Ужград обогрела,

Полк враждебный отразила

Храброю рукой бояр.

У мадьяр потери втрое,

Не один навек умолк,

Но противника тьма тьмуца —

День со дня в святом отбое

Уменьшался русский полк.

И. Сильвай, «Львоборець»

1.1. Русины и их соседи. В этнокультуре русинов можно найти много следов соседства русинов с другими народами, в первую очередь в народных песнях, которые до сих пор считаются русинскими, несмотря на то, что их происхождение часто нерусинское.

This continuation is the result of the projekt implementation: *Establishing a Center of Excellence for Linguaculturology, Translation and Interpreting* supported by the Research and Development Operetional Programme funded by the ERDF.

© Сипко Й., 2011

Вспоминается такая история. Будучи на научной конференции в Минске, я принял участие в заключительном концерте. В какой-то момент со сцены объявили: „А теперь вы услышите белорусскую народную песню 'Ой, ишла я гори груньом'“. После этого прозвучали известные и дорогие сердцу каждого русина слова и музыка:

Ой, ишла я гори груньом,
Де мий милый оре с плугом.
Несла я му исти, пити,
Что вин буде говорити.

И наився, и напився,
Коло плугу посадився.
А что милый, что не ореш,
Что ми дашто не говориш.

А я сижу, тай думаю,
Что не шумну жену маю.
А чом я ти, чом не шумна,
Кидь я твоя жена любя.

Для меня это стало большим сюрпризом, поскольку эту мелодию у нас считают нашей народной песней. Кому же она на самом деле принадлежит? Наверное, и белорусам, и нам, русинам, так как наши общие предки, или их часть, проживали вместе еще в период Киевской Руси.

О многих этнокультурных заимствованиях говорят произведения русинских авторов, которые были в значительной степени русифицированы: многие представители русинского национального движения считали, что письменным языком русинов должен стать русский. Один из самых известных русинских национальных деятелей и поэтов, А. И. Павлович, в одном из стихотворений в обобщенной поэтической форме показывает судьбу русинов-славян, которые целые столетия находились под гнетом своих соседей. В особенности сложным межкультурным феноменом считается соседство русинов с мадярами и немцами: русины, как и западные славяне в целом, в тысячелетнем соседстве с ними испытали многое, что сохранилось в народной памяти до наших дней. Целые поколения русинов чувствовали свою принадлежность к Востоку, хотя в результате политических решений они очутились в другой этнокультурной и политической среде:

МАДЬЯРАМ

Судьбой брошенные к Дунаю,
В Паннонии вселились вы, —
По кочующему обычаю
Кушали хлеб нашей жатвы.

Братья! Мы не требуем от вас,
Чтоб не были мадярами,
Чтоб вы жертвовали ради нас
Вашей природы свойствами.

Вам велит самосохраненье
Умножать семью мадяров,
Искать в болезни исцеленье,
Присосать славянскую кровь.

И мы считаем долгом святым
Народную жизнь сохранять.
Но мы не можем и не хотим
Себя погубить, продавать.

Братья! Вы пережили с нами
Уже почти тысяч годов,
Но вы остались мадярами,
Орудием злых соседей.

Повода не давали славяне
К ненависти к вам, мадярам,
Но вас подуцали римляне,
Немцы, чтоб вы вредили нам.

И вы, веденные немцами,
Решили славян истреблять,
Преторгнув всякий союз с нами,
Стали свирепо ратовать.

Мы не станем мадярами,
Нас Немция не поглотит, —
Мы останемся славянами,
Дух славы это говорит.

1871

1.2. Славянская идея и русины. В стихотворении А. Павловича отражается славянская идея, в первую очередь мысль об эмоциональности, душевности, гостеприимности, страданиях и вере русинов. Национальные деятели русинов, как и других славянских народов, прекрасно понимали, что их мечты о достойной жизни могут осуществиться лишь в единстве с другими славянами. Поэт называет наших недругов братьями и верит, что дух славы поможет русинам сохранить свою народную жизнь. В связи с этим примечательно, что Слава была почитаемым символом и для словаков. Великий словацкий поэт Ян Коллар эту идею раскрывает в известной поэме «Дочь славы». А национальный деятель словаков Андрей Глинка после того, как в 1918 г. распалась Австро-Венгрия и образовалась Чехословакия, заявил: «Тысячелетний брак с мадярами не удался».

Великий чешский художник XIX—XX вв. А. Муха создал цикл полотен под названием «Славянская эпопея», которые в наше время реставрируют чешские специалисты. Еще относительно недавно одним из главных банков в Чехословакии был банк под названием Славия. И на воротах наших домов по деревням и городам висела табличка с надписью: *Poistené bankou Slávie — Застраховано банком Славия*. Спортивные клубы в университетах называются Славия Прага, Славия Братислава, Славия Прешов, Славия Кошице.

Известный современный словацкий кинорежиссер Юрай Якубиско готовит фильм под названием «Словацкая эпопея». В центре сюжета — славянская идея, первая часть эпопеи должна изображать жизнь наших предков в дохристианский период. Сам автор в еженедельнике «Život» — «Жизнь» (2011. № 10), раздумывая над нашей общей историей, говорит: «U našich predkov bol najvyšším Bohom Rod. Preto máme tak mnoho slov s týmto koreňom». — «У наших предков высшим Богом был Род. Поэтому у нас много слов с этим корнем — Rodina (семья), rod (род), rodný (родной), narodeniny (день рождения), rodiť (рожать), pôrodnica (родильный дом), príroda (природа)».

Подобный подход декодирует наше прошлое, мечты, может быть романтические, к сожалению, трудно осуществимые, но все-таки вызывающие надежду на славянское единство как на великий

этнокультурный феномен. Судьбы наши в конце концов подтверждают, что славянская идея актуальна также в 3-м тысячелетии, хотя многим кажется утопичной. Однако уже сам факт ее существования красноречиво свидетельствует о ее ценности в наши дни.

В Карпатском регионе происходили важные исторические события. Здесь часто менялись государственные границы, исчезали с карты одни государства и образовывались другие. Старики в моей русинской деревне Каменка часто повторяли, что, прожив всю жизнь в одной деревне, они успели побывать гражданами шести государств! Это наталкивает на мысль, что у политических концепций, связанных с идеей славянского единства, нет реальных перспектив. Настоящую пользу приносят только регулярные контакты представителей славянских народов в области культуры, науки, молодежного движения, как это демонстрируют фонд «Русский мир», образовательная организация «Этносфера», организация «Диалог культур» в Градце Кралове, мероприятия ГАСК в Москве, Белоградские встречи, научные конференции «В поисках эквивалентности» в Прешове, Братиславские встречи и др.

2. ЭТНОКУЛЬТУРА РУСИНОВ. Этнокультурные особенности народов ярче всего обнаруживаются в их языке, в историческом образе их жизни, в менталитете и т.д. Русины главным образом занимались овцеводством и скотоводством, для чего находили благоприятные условия на склонах и в долинах Карпат. В средние века были составной частью так называемой **валашской колонизации**, которая дошла даже до южной Моравии. Еще и сегодня один из регионов в Моравии называется «Валашско», а целый ряд деревень в Средней Словакии соблюдает кирилло-мефодиевские обряды, хотя их жители речь своих русинских предков уже забыли. Главной целью этой колонизации было заселение горных регионов Словакии после монгольского нашествия.

2.1. Связь русинов с природой. Так как экономика русинско-валашской культуры была связана прежде всего с овцеводством, то жизнь русинов подчинялась определенному циклу. Ранней весной они выгоняли овец на *поляны*, *майданы*, горные луга, пасли их, производили продукты из овечьего молока и шерсти, косили сено на зиму. Для этой цели у них были в горах свои хозяйства, домики (*хыжки*). Почти все население лето проводило в горах, на *полянах*, на лугах, осенью люди возвращались в деревни. На *полянах* наших Карпат возникли прекрасные русинские песни, которые поются и сегодня. В них чувствуется связь русинов с *карпатскими полянами*, т. е. лугами-полями, которые они «отвоевали» у природы. В одной из песен девушки поют о красоте *полян*, которая соответствует красоте *хлопцев*:

*Поляна, поляна,
Вершком мальована,
Кто же ей мальовав,
Фарбы не жаловав.*

*Поляна, Поляна,
На поляни копци,
Якы то пркрасны,
Тоты нашы хлопци.*

Один из самых известных фольклорных фестивалей называется *Маковицка струна*. Название связано с градом Маковица и с печальной судьбой многих крепостных русинов, олицетворенной в песне про бедную вдову, которая вынуждена ходить с грудным ребенком на *паньске* (барщина). Трагическая интонация подобных песен связана еще и с тем, что панями в карпатских градах-крепостях были представители других народов:

*Коли мурували билу Маковицю,
То гнали на паньске убогу вдовицю...*

Осенью наши предки с отарами ходили на *долняки*, т. е. в южные равнинные регионы страны, где продавали овец, поскольку на *долняках* овцеводства почти не было, а продукты и изделия из них были очень полезны и относительно дешевы. Кроме того, особенно в XIX—XX вв., осенью большинство мужчин ходило на заработки в экономически более развитые регионы Австро-Венгрии и Европы, например в современную Чехию, Германию, Францию.

Лето было веселой порой года: летнее солнце, хороший урожай, удачная работа в поле. В это время года часто раздавались на наших *полянах* и в наших деревнях прекрасные, веселые, исполненные юмора песни о любви:

*Эй, хлопци луки косят,
Эй, бабы исти косят,
Эй, и я бы носила,
Эй, кидь немам фраиру.*

У русинов летний сон был очень коротким. Просыпались на рассвете, около 3 часов, а то и раньше, мужчины шли 5—7 и больше километров пешком на *поляны*, косили до обеда. Жены приходили позже, везли обед и детишек в телегах (на обед чаще всего был густой суп со сметаной, капустой, колбасой, вареники (*пирогои*) и галушки), гнали скот. Семья на *поляне* обедала. Так приветствовали соседей:

*Боже помагай, сусиде!
Дай Боже и вам.*

Работа продолжалась до вечера. Плохо, если случались дожди, грозы, в Карпатах иногда страшные. Однако русины привыкли к тяжелым условиям жизни. Пастухи выходили с коровами и овцами на поля и поляны каждый день, несмотря на непогоду, и находили время танцевать и петь о любви:

*Эй, по ниже кошара,
Кукучка кукала,
Дай ми бача сыра,
Буду с тобов спала.*

2.2. Русинское дротарство. Особая страница жизни русинов связана с *дротарством*. *Дротари* были ремесленниками, которые умели изготавливать посуду из листового металла и проволоки, называвшихся *дрот*, *дрыт*. От этого слова образовано и их название — *дрытаре*, *дротаре*. Дротарство было кочевым ремеслом, занимавшиеся им люди ходили по многим странам, кто-то *дрытари* в России, некоторые дошли даже до Китая. Естественно, их судьба была очень сложной, ведь *дрытаре* вынуждены были каждый вечер проситься к кому-нибудь переночевать. Часто им приходилось ночевать зимой в коровниках среди скота, бывало и хуже. Иногда *дрытари* создавали мастерские, брали внаем помещения, куда воз-

вращались в конце недели. Хозяева считали их почти что домашними.

О наших *дрытарях* осталось много воспоминаний. Типичный *дрытарь* — это мужчина любого возраста с огромной *крошней* на плечах, которая весила 20, 30, а то и больше килограммов. В ней хранились инструменты и готовые изделия, предназначенные на продажу. Обычно к Рождеству Христову (7 января по Юлианскому календарю) *дрытари* возвращались домой. Когда наши деревни наполнялись вернувшимися *дрытарями*, это был большой праздник. В своих больших рюкзаках они приносили родным подарки: женам — платки, детям — конфеты. Правда, *Рождественская радость* была не во всех *дрытарских* семьях. Бывали случаи, когда по разным, в том числе трагическим, причинам, *мой дрытарь не пришов*. Таким образом, жены и дети *дрытарей* жили в постоянных циклах расставания, ожидания встреч и разлук. Эта сторона русинской жизни отразилась в *дрытарских* ностальгических и жалобных песнях жен о своих милых, которые, отправляясь в дорогу, наказывают женам быть хорошими хозяйками. Под Рождество Христово жены, ожидая своих милых, смотрели *на каплицу* (церквушка в конце деревни, из-за которой появлялись возвращающиеся *дрытари*). Но не всем приводилось увидеть супруга — бывало, *дротарь засидится в корчме и уже не с чем ему возвращаться к семье:*

*Пышов милый здрытом,
Швитом вандровати.
А ми лем приказав
Добрый газдовати.*

*Газдый, мила, газдый,
Бы́ с пригаздвала,
Жебы́ с старый овец
З новым присыпала.*

*Уж дрытаре идут,
Уж сут при каплицу.
А мого милого
Лишыли в Быстрици.*

*Дрытаре, дрытаре,
Что по вас остане,
По вершках шляпаи,
По корчмах грайцари.*

У следующей песни тот же мотив — *дивчата* и жены плачут о своих милых *дрытарей*, которые пошли на заработки в *Будапешт* и обещали вернуться с *грайцарями* (деньгами), хотя некоторые из них на своих *дрытарских* дорогах променяют милую на вино:

*Кед повандрюме
З Пешту до Будина,
Даме си наляти
До погара вина.*

*А тото винечко
По погари скаче,
Не една дивчина
За дрытарьом плаче.*

*Не плачте дивчата,
Не плачте за нами,
Бо мы ся вернеме
З Пешту з грайцарями.*

После праздников *дрытари* снова отправлялись *вандрувати по белу свету*. И опять грустные минуты расставания *со слезами на глазах*. Жены вели хозяйство, заботились о детях и ждали своих мужей-*дрытарей*. Те приходили весной, обычно к Пасхе, чтобы помочь вспахать землю, посеять зерно, посадить картошку. Приходили не все. Некоторые возвращались только к началу июля, когда начинался сенокос на наших *полянах*. Так и продолжался этот цикл разлук и возвратов, который был связан в первую очередь с хозяйственной жизнью русинов в Карпатах.

3. Русинская идентичность. Поскольку в Карпатском регионе часто менялись политические и государственные системы, нередко русины оказывались разделенными государственными границами. Русины и сегодня разбросаны по всем странам Карпатского региона. В результате разделенности национальная культура русинов развивалась с трудом. Но, несмотря на это, выдающиеся представители русинов разрабатывали идею идентичности русинского народа и русинской культуры.

3.1. Русинский язык. Особенным является вопрос о *русинском языке*. Он однозначно принадлежит к восточнославянской языковой группе. В русинских диалектах, как и в восточнославянских языках, наблюдается полногласие: *молоко, ворона, корова, поляна, молотити, колотити, косити, копати, орати, возити, грабати, голодовати*, — но эти и подобные слова произносятся без типичной для русского языка редукции. Данный языковой факт сближает русинские диалекты с украинскими. В то же время в русинских диалектах часто чередуются гласные *ы, и, у*: *выз-виз, кынь-кынь-кунь, рык-рик, вын-вин-вун, быв-був-был*, — чего не было ни в украинском, ни в русском, ни в белорусском языках.

В русинских диалектах особенно часто употребляется гласный *ы*, что демонстрирует связь с древнеславянским периодом языковой эволюции. Например, некоторые формы местоимений в русинских диалектах звучат так: *ты, мы, вын(вин), вы, мый (мий), твой (твий), нашы, вашы, котрый, даякый, вшелякый, высокый, низкый*.

В целом ряде других русинских лексем тоже встречается данный гласный: *сытый, великий, сильный, сын, бык, дым, стыл, кыл, пыск, сыр, ныи (ни) — нет, дьвы (дьви) — две*.

Естественно, у некоторых из приведенных форм имеются варианты. Поскольку, как сказано выше, русины жили и живут в пяти-шести-семи государствах, трудно создать единый кодифицированный русинский язык, хотя по-русински уже в прошлые века писались книги — художественные произведения, учебники и даже научные труды.

Больше всего нанесла ущерб русинскому национальному возрождению политика отдельных государств, которые не признавали русинов самостоятельным народом. Не случайно иногда говорится, что *русины — это курды Средней Европы*.

3.2. «Акция Висла». После Второй мировой войны из Южной Польши, с северных склонов Карпат, были выселены практически все польские *русины-лемки* (от слова *лем* — *только*). Это *настоящая трагедия русинов*. В течение двух ча-

сов они должны были взять необходимый багаж и сесть в грузовики, на которых их вывезли — часть на Украину, часть в Прибалтику. Эта ликвидация русинской культуры в Южной Польше называлась «Акция Висла».

Людей насильно заставили покинуть тысячелетнюю карпатскую родину, свои дома с неповторимой деревянной архитектурой, прекрасные деревянные храмы. Те русинские храмы, которые остались, сегодня включены в список ценнейших памятников ЮНЕСКО. То, что произошло — *настоящее преступление*. Представителей русинской интеллигенции, в первую очередь священников и учителей, заключили в бывшие нацистские концлагеря, а те кресты на кладбищах, на которых были надписи на кириллице, вырывали из земли, тракторами ровняли могилы. По некоторым подсчетам, было выселено около 200 тыс. русинов-лемков. В результате такой политики, говоря современным языком, *зачистки*, в этом регионе Польши сегодня проживает лишь около 5 тыс. русинов-лемков. Произошла ликвидация неповторимой этнокультуры польских карпатороссов.

Еще живут старики, которые помнят эти события. Пан Иконяк из деревни Явырки мне об этом много рассказывал. Ему во время «Акции Висла» было 15 лет, он бежал и годами скитался по Польше. Много позже он смог вернуться на свою родину. На мою просьбу написать о тех событиях он ответил: «Кому это сегодня нужно? Я все должен взять с собой в могилу».

В наше время в русинской деревне Явырки живет только несколько пожилых русинов, деревня переименована в турбазу, а на домах быших русинских хозяев-газдив виднеются рекламные надписи: *Кока-Кола, Пепси-Кола, Хамбургер, Секонд Хэнд...*

Русины-лемки оказались полностью беззащитны перед чужой политической волей. Им остался только *плач* по родной земле:

ПЛАЧ ЛЕМКА

*Плаче Лемко в чужой земли,
Кедь ништо невидить.
Плаче Лемко в чужым краю,
На лавочки сидить.*

*Плаче Лемко на чужыни,
Йе без своего дому,
Бо свий лишив у Карпатах
А сам незнать кому.*

*Плаче Лемко за своим краєм,
Слзы по лиці стикають,
Плаче Лемко за лисом, гайом,
За ярками, до рик ся вливають.*

М. Коневал

3.3. Русины и мир. Даже сегодня правящие круги Украины не признают русинов. Во Львове на мой вопрос о русинах один чиновник ответил: «Таких нема. Це видумка в Карпатах». При этом не одно столетие известно, особенно на Закарпатской Украине, движение карпатороссов-русинов. Когда после Первой мировой войны в 1918 г. этот регион (по линии Ужгород — Мукачево) вошел в состав Чехословакии, русинская идея стала развиваться более свободно. В отдельных

регионах Восточной Словакии и Закарпатской Украины были созданы *Русские дома*, которые финансировались местным русинским населением и нашими эмигрантами из Америки. Появились свои основные школы и гимназии, тоже называвшиеся *русскими*. У национально-культурного движения русинов были определенные перспективы, но оно ограничивалось материальными возможностями и экономическим состоянием региона. Десятки тысяч людей эмигрировали в Америку, чтобы найти работу. *Эмиграция* русинов представляет собой еще одну важную страницу их истории. Известна песня русинов-эмигрантов:

*В Америци добрий,
В Америци здраво,
Лем же в Америци,
Веселости мало.*

Веселость является важнейшей чертой национального характера русинов. Веселость как противостояние тяготам жизни и открытость миру отразилась в том, что русины быстро заучивали и переделывали на русинский лад песни соседей — словацкие, чешские, сербские, русские, польские, венгерские. Одной из самых любимых наших народных песен стала та, которую пели солдаты Первого украинского фронта под руководством маршала И. С. Конева в январе 1945 г., освобождая наш регион:

*Распрягайте хлопцы кони,
Та лягайте спочивать,
А я пиду в сад зеленый,
Сам криниченьку копать.*

*Копав, копав, криниченьку,
У зеленому саду,
Чи не выйде дивчинонька,
Рано, в ранци по воду.*

*Вышла, вышла, дивчинонька,
Рано, в ранци воду брать,
А за нею козаченько,
Веде коня напувать.*

Сегодня, по некоторым данным, в США живет около 600 тыс. потомков русинов. Кстати, известный художник поп-арта Энди Уорхол (по-русински — Анди Вархол) происходит из русинской деревни Микова. Его родители знали только русинский язык, другими языками не владели.

В деревне Каменка, из которой родом автор настоящей статьи, еще в середине XIX в. проживало 2 500 русинов. В наше время там есть лишь около 1400 жителей. Большинство из прежних обитателей — «за океаном». Там у русинов свои *русские церкви*, являющиеся центром национально-культурной жизни и в наши дни. Еще относительно недавно русины в Америке называли свои церкви *русско-венгерскими, греко-русско-венгерскими*, подразумевая, что их карпаторосская родина — в Венгрии, а вера у них *русская*. В связи с этим возникает особый феномен национально-культурного движения русинов — идея русскости, находящая отражение в фамилиях и топонимах: *Руснак, Русинко, Русич, Руско, Русиняк, Руске, Руска Поруба, Руска Воля, Руска Нова Вес, Русовце* и т. д.

3.4. Русины в Словакии. Как известно, после Второй мировой войны Закарпатье было присое-

динено к Советской Украине, в результате чего русины опять оказались разделены. Начался период насильственной *украинизации* русинов. Официально было объявлено, что все русины — это украинцы, в русинских деревнях украинский язык стал обязательным. Тогда многие русины при официальной переписи населения записывались словаками.

Ассимиляция русинов была неизбежна, она продолжается и сейчас, хотя после общественно-политических перемен, начавшихся в 1989 г., движение русинов возобновилось. Русины в Словакии считаются самостоятельным этносом. У них есть своя организация — *Русиньска оброда*, в 1995 г. был кодифицирован русинский язык, на нем издаются книги, газеты, журналы, выходят радио- и телепередачи.

В Прешовском университете существует самостоятельный *Институт русинского языка и русинской культуры*, уже есть первый доцент русинистики (доц. А. Плишкова, канд. филол. наук), проводятся регулярные международные научные мероприятия по русинистике.

В Прешове действует русинский *Театр им. Александра Духновича*, великого народного деятеля и русинского поэта. В этом театре ставят и великих русских классиков на русинском языке. У русинов Словакии есть своя *писательская организация*.

Неповторимая национальная культура русинов является во всей своей красе на *фольклорных фестивалях*; к числу самых известных относятся фестиваль в городе Свидник (проводится ежегодно в середине июня) и фестиваль в деревне Каменка (ежегодно в начале июня). Проводится также целый ряд региональных фестивалей, выставок и балов в Восточной Словакии.

В ходе предпоследней переписи населения 2000 г. (последняя перепись прошла в 2011 г., но ее результаты станут известны только в 2012 г.) около 50 тыс. жителей Словакии в анкете записали своим родным языком русинский. Русины Словакии и других стран Карпатского региона — Польши, Украины, Венгрии, Сербии, Румынии — сотрудничают в рамках *Свитовой рады Русинив (Всемирного совета русинов)*. К ним присоединяются также русины из других стран, в первую очередь потомки эмигрантов из Америки.

Историческая судьба сформировала из русинов скромный, трудолюбивый и по своей натуре веселый народ. Все русинские праздники заканчиваются русинским гимном на слова А. Духновича:

*Я русин быв, есмь и буду,
Я родився русином,
Русский род свий не забуду,
Зостану его сыном.*

В моей деревне Каменке имеется еще свой особый гимн, которым заканчиваются все каменские праздники:

*Дай же Боже добрый час,
Як у людей так у нас,
И в счастливую годину,
Розвеселив родину.*

Мы просим у Всевышнего *добрый час для всех людей*. Веками сильные мира сего про русинов забывали и вспоминали про них только в военные времена, когда нужно было пополнять армии русинскими новобранцами. Тысячи наших русинских предков только в эпоху военных конфликтов XX в. переходили на сторону России. Многие из них благодаря этому выжили, в их числе и мой дед по матери Йосиф Лихвар, который, будучи женатым и имея одного ребенка, моего дядю Йосифа, был послан на восточный фронт как солдат австро-венгерской армии. В первые дни войны он и многие другие сдались русским, и это спасло им жизнь. Домой он вернулся только в 1920 г., вместе с десятками тысяч чехо-словацко-русинских легионеров, через Сибирь и Америку. Он свободно говорил на нескольких языках, в том числе на русском, был прекрасным рассказчиком и певцом. Некоторые его рассказы о России я записал еще в школьные годы, и они были напечатаны в литературных журналах. Наши легионеры мечтали скорее вернуться домой, но в России началась гражданская война, и на некоторое время они оказались ее участниками. В июле 1918 г., через неделю после того, как была казнена семья последнего российского императора, Николая II, они заняли Екатеринбург. Не всем удалось вернуться в родные края.

Во время визита в Екатеринбург на конференцию по политической лингвистике, проводимую кафедрой профессора А. П. Чудинова, с особым чувством постоял я у памятника нашим легионерам на Михайловском кладбище. Чешские, словацкие и русинские легионеры остались лежать далеко от своей родины, от родных Карпат. Но те, кто вернулся домой, в том числе и русинские хлопцы, много рассказывали об увиденном в России и других далеких странах. В их характере было познавать мир, но они:

**И ЧУЖОГО НАУЧАЛИ,
СВОЙОГО НЕ ЗАБЫВАЛИ!
ЛИТЕРАТУРА**

Ладьжінський Ш. Русиньскы перлы — трьома голосами. — Пряшів : Русиньска оброда на Словеньску, 2009.

Павлович А. Избранные произведения. — Прешов : Изд-во КОУТ, 1955.

Плишкова А. Русиньский язык на Словеньску. — Пряшів, 2008.

Кручинин А. М. Сражение за Тагил в 1918 году. — Екатеринбург, 2008. (Очерки истории Урала. Вып. 52.)

Ксеняк Миколай. Жмені родной землі. — Пряшів : Сполок русиньских писателів, 2009.

Чижап И. Народне весіля Русинів выходной Словакии. — Свидник, 2006.

Fedor M. Z dejin gréckokatolickej cirkvi v Československu. 1945 — máj 1950. — Košice : Byzant, 1993.

Rusini — história, súčasnosť a perspektívy / zost. A. Du-leba, J. Hlavinka, S. Konečný, Lipinský. — Bratislava : Združenie inteligencie Slovenska, 2006.

Šoltés P. Tri jazyky, štyri konfesie. Etnická a konfesionálna pluralita na Zemplíne, Spiši a v Šariši. — Bratislava : HU SAV, 2009.

Статью рекомендует к публикации д-р филол. наук, проф. Н. Б. Руженцева

Т. И. Стеклова
Новосибирск, Россия

Т. I. Steksova
Novosibirsk, Russia

РЕЧЕВОЙ ЖАНР ОБЕЩАНИЯ В ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

SPEECH GENRE OF PROMISE IN POLITICAL DISCOURSE

Аннотация. Рассматривается речевой жанр обещания, характерный для предвыборной политической коммуникации, и его судьба в послевыборный период. Выделяются процессы модификации и мутации, приводящие к изменению исследуемого жанра, и их прагматические эффекты.

Abstract. Speech genre of promise characteristic of election political communication, and its destiny after election campaign are disclosed. Processes of modification and mutation, which lead to changes of the genre under study, and their pragmatic effects are specified.

Ключевые слова: политическая коммуникация; речевой жанр; обещание; модификация; мутация.

Key words: political communication; speech genre; promise; modification; mutation.

Сведения об авторе: Стеклова Татьяна Ивановна, профессор, доктор филологических наук, профессор кафедры современного русского языка, Институт филологии, массовой информации и психологии.

About the author: Steksova Tatiana Ivanovna, Professor, Doctor of Philology, Professor of the Chair of Modern Russian Language, Institute of Philology, Mass Information and Psychology.

Место работы: Новосибирский государственный педагогический университет.

Place of employment: Novosibirsk State Pedagogical University.

Контактная информация: Россия, 630126, г. Новосибирск, ул. Виллюйская, 28.
e-mail: steksova@inbox.ru.

Политическая коммуникация, как отмечал А. П. Чудинов, это «речевая деятельность, ориентированная на пропаганду тех или иных идей, эмоциональное воздействие на граждан страны и побуждение их к политическим действиям для выработки общественного согласия, принятия и обоснования социально-политических решений в условиях множественности точек зрения в обществе» [Чудинов 2003: 11]. Политическая коммуникация воплощается в политическом дискурсе, который в целом можно представить как сумму предвыборного и, условно говоря, «послевыборного» дискурса. Давая определение дискурса, Э. Бенвенист обращал внимание на необходимость учета ментальных процессов и экстралингвистических факторов, на соотношение дискурса с говорящим и слушающим, с коммуникативным намерением говорящего воздействовать на слушающего [Бенвенист 1974: 51]. Именно экстралингвистические факторы, коммуникативные намерения субъектов речи и определяют репертуар речевых жанров в политической коммуникации.

Предвыборный дискурс уже привлекал внимание исследователей. Отмечены такие его особенности, как смысловая неопределенность, манипулятивность [Халатян 2011], мифотворчество [Стеклова 2004]. Уже выявлены жанровые предпочтения политиков-кандидатов, создан и уточнен перечень предвыборных жанров [Халатян 2011], среди которых отмечен и жанр обещания.

Данный речевой жанр, как известно, относится к императивным, коммуникативная цель которых устремлена в мир реальных действий, а существо сводится к указанию на характер осуществления неосуществленных действий автором, адресатом или третьими лицами [Шмелева 1997]. Его главной особенностью является исполнительский характер, т. е. дающий обещание берет на себя добровольное обязательство сделать что-либо. Ср.: **ОБЕЩАНИЕ** — добровольное обязательство что-нибудь сделать. **ОБЕЩАТЬ** — дать (давать) обещание в чем-нибудь. Внушать

надежду на что-нибудь [Ожегов, Шведова]. Соответственно говорящий должен быть в состоянии выполнить обязательство, неисполнимые обещания не имеют ценности. Как известно, предвыборная агитация очень часто базируется на обещаниях народу претендентов на власть, ведь, как справедливо отметила А. Б. Халатян, «партия, идущая к власти, должна убедить избирателей в необходимости отдать свой голос ее представителю как единственно достойному кандидату на высший политический пост страны» [Халатян 2011: 180].

Согласно вышеприведенным словарным определениям, обещать — внушать надежду на что-нибудь. Надежда и заставляет избирателей отдавать свои голоса за того, кто дал им обещание сделать что-либо в их интересах. При этом, по мнению О. А. Солоповой, «большинство программ видятся очень несбалансированными — обещания „быстрого счастья“ не подкрепляются анализом последствий для реализации как краткосрочных, так и долгосрочных проектов» [Солопова 2008: 59]. Самыми яркими обещаниями, которые давала власть, в памяти моего поколения являются обещание Н. С. Хрущева (*Наши дети будут жить при коммунизме*), М. С. Горбачева (*К 2000 году каждая семья будет жить в отдельной квартире! и Искореним пьянство*) и обещание нынешней власти обеспечить каждого ветерана Великой Отечественной войны к Дню Победы благоустроенным жильем. Отметим, что все обещания естественным образом ориентированы в будущее, и данные обещания имеют конкретные временные границы. Как показала жизнь, ни одно из упомянутых обещаний не было выполнено полностью. Факт невыполнения названных обещаний очевиден и не требует доказательств. Невыполнение обещаний подрывает веру в политиков, снижает их авторитет, порождает ироническое восприятие адресатами обещаний: *обещанного три года ждут, грозилась синица море зажечь, после дождей в четверг, вилами на воде писано, бабушка надвое*

сказала, выбери X и будет тебе счастье. Адресаты считают, что политики, обещая что-либо, *вкручивают мозги, втирают очки*. Вероятно, именно поэтому современные действующие политики реже дают опрометчивые обещания. Неслучайна публикация в АИФ (2011. № 34) следующего анекдота: *Умный политик — не тот, кто обещает и выполняет, а тот, кто обещает, но не называет сроков*.

Задача данного исследования — определить, какое место занимает заявленный жанр в политическом дискурсе «послевыборного» периода и что происходит с этим речевым жанром в речи тех, кто уже реально обладает властью.

Итак, исходная формула обещания включает следующие элементы: *кто* (в нашем случае — политик) *обещает кому* (в нашем случае — народу) и *что* (обычно конкретное действие). Наблюдения свидетельствуют о трансформации данного речевого жанра в политической риторике лидеров. Можно наметить несколько возможных трансформаций.

Смена объекта обещания. На место конкретных обещаний, которые легко проверить, приходят неопределенные обещания с использованием таких слов, как *значимые, необходимые, ближайшие*: *Чтобы сделать этот процесс более значимым, мы примем в ближайшее время необходимые решения; Соответствующие поправки в законодательство я внесу в парламент в ближайшее время* [Медведев], — или единиц «идеологического» плана: *Мы непременно возьмем с собой в будущее всепоглощающую жажду социальной справедливости, вдохновившую наших дедов и отцов на великие свершения. Мы восстановим и укрепим дружбу братских народов, лежащую в основе могущества нашей Державы, закаленную в сражениях Великой Отечественной и преступно разрушенную могильщиками Советского Союза. Мы добьемся возрождения общенационального единства, которое утверждается на превосходстве общественных интересов над личными и превращает народ в несокрушимую соборную общность* [Зюганов]. Очевидно, что исполнение таких обещаний с трудом поддается проверке. Причем в подобных примерах персональность говорящего заменяется на «размытое» *мы*, лишенное конкретики. Г. А. Зюганов обещает не лично от себя, а от имени Коммунистической партии, следовательно, исполнение обещания спросить не с кого. В связи с этим можно выделить следующую трансформацию, а именно **смену субъекта обещания**, приводящую к **утрате исполнительского характера речевого жанра**. Как уже было отмечено, субъектом обещания всегда является говорящий. В случае смены субъекта при сохранении императивности речевой жанр теряет признак исполнительности. Можно выделить такие группы: с частичной утратой и с полной утратой данного признака.

В обещаниях Д. А. Медведева наблюдается частичная деперсонализация. Так, используя инфинитивную конструкцию с нулевой позицией субъекта: *Главный вывод: чтобы предотвратить дальнейшую деградацию коммунального хозяйства и одновременно повысить эффективность использования энергии в жилищно-*

коммунальный сектор, нужно активнее привлекать частный капитал, — Медведев дополняет ее личной конструкцией: *Необходимые поручения на эту тему я уже дал* [Медведев]. Отметим при этом, что Д. А. Медведев берет на себя ответственность за раздачу поручений (*Исполнение этих поручений я продолжу контролировать лично*), а обязанность исполнения данного обещания перекладывается на других, опять-таки анонимных лиц. Обещания В. В. Путина всегда даются с использованием местоимения *мы*: *Что касается трагедий в нашей стране, мы, безусловно, будем самым тщательным образом бороться с этими явлениями и жестко карать всех преступников, которые пытаются подорвать и доверие к России и расшатать нашу политическую систему*. Таким образом, В. В. Путин дает обещание не сам, а от лица всей властной системы, следовательно, за результат, за исполнение данного обещания никто конкретно не несет ответственности. Как известно, нередко обещания даются федеральными властями, а выполнение обещанного возлагается на региональные власти, которые оказываются не готовыми к этому. Поэтому возможной и частотной становится фраза регионального чиновника: *кто вам обещал, к тому и обращайтесь*.

Ко второй группе отнесем те случаи, в которых при сохранении модальности долженствования высказывания совершенно как бы «обезличиваются», указывается на необходимость, нужность выполнения какого-либо действия, но не называется предполагаемый исполнитель: *Во-первых, необходимо наладить постоянную и системную антикоррупционную экспертизу законодательства. ... Надо избавить правовое поле от пустых деклараций, от норм толкования и внутренних противоречий... Надо поставить чиновника в строгие процедурные рамки, а результаты его деятельности открыть для гражданского общества, для людей, по сути, для налогоплательщиков, оплачивающих из своего кармана услуги государственного аппарата* [Путин]. Как видим, в инфинитивных конструкциях позиция субъекта вербально не выражена, исполнитель необходимого действия не назван, а следовательно, не с кого потом спросить отчет о выполнении обещаний. К подобным результатам приводит и использование страдательных конструкций, при котором в фокусе внимания оказывается объект обещания, а не его исполнитель: *А бюджет и установленные законом внебюджетные фонды обязаны стать для власти единственной формой образования и распространения денежных средств* [Путин]. Такая полная обезличенность обещаний характерна для политического дискурса В. В. Путина.

Замена предиката, организующего жанр обещания, приводит уже не к модификации, а к мутациям жанра. Так, в речи «оппозиционных» политиков на смену предвыборному жанру обещания приходит императивный жанр **требования**: *КПРФ и все патриотические силы России требуют: пора остановиться и встать на позицию твердой защиты наших национальных интересов... КПРФ требует решительного поворота в сто-*

рону объединения с Белоруссией [Зюганов]. Говорящий меняет позицию политика, обладающего властью, на позицию адресата (народа, не обладающего властью), получившего обещания и требующего их исполнения.

Кроме того, наблюдается **мутация** речевого жанра «обещание» в **речевой жанр лозунга**. Лозунг — это речевой жанр политической сферы, представляющий собой призыв или общую идею, связанную с актуальными проблемами социальной жизни. Утрата личной ответственности за исполнение обещаний приводит к тому, что жанр обещания в политическом дискурсе чаще всего заменяется жанром лозунга с семантикой **долженствования**: *Российская политика в отношении стран СНГ должна наконец обрести целенаправленный, системный характер* [Зюганов]. Использование пассивных конструкций в подобных высказываниях полностью устраняет действующих лиц и уводит от ответственности. Как верно отмечала Т. В. Шмелева, «в современной политической ситуации лозунг из жанра директивного (императивного) превратился в декларативный (информативный)» [Шмелева 2003: 315]. Это положение можно проиллюстрировать примерами из речи Д. А. Медведева: *Наша цель — повысить к 2020 году энергоэффективность экономики на 40 процентов; Забота о пенсионерах, защита детей, поддержка людей с ограниченными возможностями — прямая обязанность властей всех уровней, — В. В. Путина: Главная задача — снижение заболеваний и смертности... Вместе мы победим!... Не будем бросать людей один на один с проблемами, — и Г. А. Зюганова: Пора начинать действовать.*

Переход от императивности к информативности вообще характерен для современного политического дискурса. От обязательств политики все чаще уходят в сторону констатаций.

Констатация намерений. *Мы бы хотели, чтобы у нас была зрелая политическая система, чтобы у нас была многопартийная система с ответственными политиками, которые могут прогнозировать развитие страны и ответственно действовать не только в период выборов и после них, а и на длительную историческую перспективу. Вот будем к этому стремиться... Россия намерена строго выполнять взятую на себя обязательство... Россия строго придерживается и намерена в дальнейшем придерживаться Договора о нераспространении ядерного оружия и многостороннего режима контроля за ракетными технологиями* [Путин]. Как видим, и здесь намерения деперсонализированы, речь ведется от имени всей России, следовательно, ответственность за неисполнение намерений всегда можно возложить на другого. Кроме того, в ближайшие три года мы **планируем** направить на совместную исследовательскую деятельность ведущих университетов с промышленными компаниями около 30 миллиардов рублей [Медведев].

Констатация готовности. *Мы готовы честно конкурировать* [Путин].

Констатация заинтересованности. *Но мы заинтересованы в том, чтобы развивалось*

гражданское общество в самой России, чтобы оно ругало власти, критиковало, помогало власти определять свои собственные ошибки, корректировать свою политику в интересах людей [Путин].

Констатация возможности. *И сегодня у нас есть возможность наконец решить его окончательно, закрепить право собственности на землю за теми, кто на ней действительно работает* [Путин]. **Нам по силам** качественно изменить ситуацию за ближайшие несколько лет [Медведев].

Констатация обязанности. *Мы обязаны извлекать уроки из истории... Мы обязаны вместе хранить память о жертвах этого преступления... Мы просто обязаны использовать этот опыт партнерства...* [Путин]. *В этих условиях коммунисты как главная оппозиционная сила страны просто обязаны предложить обществу свою собственную, конструктивную геополитическую стратегию. Мы обязаны активно провести целую серию выступлений протеста* [Зюганов]. Как и в других случаях, здесь так же либо используется «неопределенное» *мы*, либо субъект долженствования вообще не обозначен: *Для многодетных семей должен быть создан режим наибольшего благоприятствования... Средства, получаемые на поддержку детей от благотворительных организаций, должны быть полностью исключены из налогооблагаемого дохода. ...У нас есть шанс построить новую, свободную, процветающую, сильную Россию. И я как Президент обязан сделать всё от меня зависящее, чтобы этот шанс был использован нами в полной мере* [Медведев].

Констатация необходимости. *При каждом доме ребёнка, в детских домах и коррекционных учреждениях необходимо создать попечительские советы, которые будут работать максимально открыто. ... Кроме того, учителям надо создать возможности для стажировки в лучших школах и повышения квалификации в ведущих вузах страны* [Медведев].

Переход от модуса императивности к модусу декларативности приводит к тому, что на место одного жанра приходит другой.

Замена обещаний на самопрезентацию. *Коммунисты, безусловно, способны вытащить Россию и из нынешней волчьей ямы, куда ее ввергли кремлевские горе-политики. У КПРФ есть воля, убежденность, традиции, опыт и кадры, способные решать задачи такого масштаба. Под руководством коммунистов и в союзе со всеми здоровыми национально-патриотическими силами Россия может быть спасена от дальнейшего порабощения и поднята с колен... Никто, кроме нас, не в состоянии разрабатывать теоретические основы и практические технологии для борьбы за власть в новых, столь резко изменившихся условиях* [Зюганов].

Итак, как показал анализ языкового материала, жанр обещания, характерный для предвыборного политического дискурса, в «послевыборный» период претерпевает ряд модификаций, связанных с заменой объекта обещаний, с утратой исполнительского характера жанра. Утрата императивности как

одного из основных жанрообразующих признаков, замена ее декларативностью приводят к мутации жанра обещания в жанры политического лозунга и самопрезентации.

ЛИТЕРАТУРА

Бенвенист Э. Общая лингвистика. — М. : Прогресс, 1974.

Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка. — М. : Азъ, 1992.

Солопова О. А. Образ будущего в программных документах политических партий // Политическая лингвистика. 2008. № 24.

Стексова Т. И. Мифотворчество в текстах предвыборных листовок // Критика и семиотика. 2004. Вып. 7.

Чудинов А. П. Метафорическая мозаика в современной политической коммуникации / УрГПУ. — Екатеринбург, 2003.

Халатян А. Б. Предвыборный дискурс// Политическая лингвистика. 2011. № 36.

Шмелева Т. В. Модель речевого жанра // Жанры речи. — Саратов, 1997.

Шмелева Т. В. Лозунг // Культура рус. речи : энцикл. слов.-справ. — М., 2003.

ИСТОЧНИКИ

Зюганов Г. А. Смотреть вперед! 2004.27.07.

Зюганов Г. А. К годовщине X Съезда КПРФ. 2005.06.07.

Зюганов Г. А. Как вернуть России доверие и уважение международного сообщества. 2006.06.09.

Зюганов Г. А. Русский социализм — ответ на русский вопрос. 2006.06.04.

Медведев Д. А. Послание Президента Федеральному Собранию. 2010.30.11.

Медведев Д. А. Выступление на заседании Петербургского международного экономического форума. 2011.17.06.

Медведев Д. А. Пресс-конференция Президента России. 2011.18.05.

Медведев Д. А. Россия, вперед! 2009.10.09.

Путин В. В. Выступление и дискуссия на Мюнхенской конференции по вопросам политики безопасности.

Путин В. В. Речь на XXII съезде Ассоциации крестьянских (фермерских) хозяйств и сельскохозяйственных кооперативов России (Тамбов, 02.03. 2011).

Путин В. В. Выступление на заседании Совета при Президенте РФ по борьбе с коррупцией. 2004.12.01.

Статью рекомендует к печати д-р филол. наук, проф. Н. И. Коновалова

РАЗДЕЛ 2. ПОЛИТИЧЕСКАЯ КОММУНИКАЦИЯ

УДК 81'373:811.161.1

ББК Ш100.3

ГСНТИ 16.21.27

Код ВАК 10.02.19

О. В. Борщева
Саратов, Россия

O. V. Borshcheva
Saratov, Russia

ОТНОШЕНИЕ К ТРУДУ В ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

(НА МАТЕРИАЛЕ РУССКОЙ ФРАЗЕОЛОГИИ)

Аннотация. Анализируется функционирование фразеологических единиц семантического поля «наличие/отсутствие трудовой деятельности» в дискурсе русских СМИ.

Ключевые слова: политический дискурс; фразеологическая единица; труд; русский язык.

Сведения об авторе: Борщева Ольга Владимировна, аспирант кафедры теории, истории языка и прикладной лингвистики.

Место работы: Саратовский государственный университет им. Н. Г. Чернышевского.

Контактная информация: 410012, г. Саратов, ул. Астраханская, д. 83, 11 корп., каб. 207.

e-mail: sarteorlingv@yandex.ru.

ATTITUDE TO WORK IN POLITICAL DISCOURSE

(ON THE BASIS OF RUSSIAN PHRASEOLOGY)

Abstract. The article analyzes functioning of the phraseological unit of the semantic field "presence/absence of work" in the discourse of Russian Mass media.

Key words: political discourse; phraseological unit, work; the Russian language.

About the author: Borshcheva Olga Vladimirovna, Post-graduate Student of the Chair of Language Theory and History, and Applied Linguistics.

Place of employment: Saratov State University n.a. N.G. Chernyshevsky.

e-mail: sarteorlingv@yandex.ru.

Одним из направлений исследований политической лингвистики является, как отмечает А. П. Чудинов, автономное изучение отдельных уровней современного политического языка (фонетики, лексики и фразеологии, синтаксиса).

Несомненный интерес представляет изучение функционирования в политическом дискурсе фразеологических единиц, которые, наряду с лексикой, лучше всего отражают процессы, происходящие в обществе: по мнению В. Н. Телия, фразеологический состав языка является зеркалом, «в котором лингвокультурная общность идентифицирует свое национальное самосознание» [Телия 1996: 9]. Вместе с тем любое национальное самосознание складывается в том числе из категорий, базовых для всего человечества. Одной из таких категорий является трудовая деятельность. Без нее не мыслит себя ни один человек, именно поэтому объектом нашего рассмотрения был выбран вопрос функционирования фразеологических единиц, входящих в семантическое поле «Наличие/отсутствие трудовой деятельности», в дискурсе русских СМИ. Материалом для исследования послужил газетный подкорпус Национального корпуса русского языка.

При анализе материала выяснилось, что субъектами труда могут выступать политические деятели, страны и народ. Наиболее частотными фразеологическими единицами являются *люди труда, место работы, не у дел, общественный деятель, плоды труда, выйти в отставку, вырабатывать/выработать норму, план, Герой Социалистического Труда, делать дело*. Однако большинство из них нейтрально и не содержит какой-либо оценки деятеля.

В политическом дискурсе число фразеологизмов со значением «наличие трудовой деятельности» превышает число фразеологизмов из семантического поля «Отсутствие трудовой деятельности» более чем в два раза. Часто единицы из пер-

вой группы встречаются в речи политических лидеров. Примечательно, что власть не только призывает народ работать засучив рукава, положить свой труд на алтарь политики (*Всем нам нужно засучить рукава и работать. Работать без всякого чванства. Это относится и ко мне, поэтому хочу объявить: если народ окажет доверие Дмитрию Анатольевичу Медведеву и избрет его президентом, то и я продолжу свою работу на посту председателя правительства [Путин согласился // РБК Daily. 2007.12.17]; Не очень убедительны и обещания правительства, призывающего „принести все на алтарь социальной политики“, погасить в этом году полностью задолженность перед пенсионерами и наполовину — перед работниками бюджетной сферы [Прокопчук Станислав. Когда же тронется «паровоз»? // Труд-7. 2000.07.26]*), но и сама всячески старается продемонстрировать готовность взвалить груз на свои плечи и заниматься делом, не думая об отдыхе: *Кремлю, естественно, импонирует тот факт, что Кадырову свойственно четкое понимание неотделимости Чечни от Российской Федерации, готовность взвалить на свои плечи тяжкий груз работы по стабилизации обстановки в регионе [Янченков Владимир. Чечню возглавил муфтий // Труд-7. 2000.06.14]; Даже по действующему российскому законодательству я далеко еще не достиг пенсионного возраста, сидеть дома, как у нас говорят, бить баклуши, было бы просто нелепо [Артем Аниськин, Александр Гамов. Владимир Путин: президентский срок 5-6 или 7 лет — вполне приемлемо // Комсомольская правда. 2007.06.05]; „Я думаю, что пока рановато“, — сказал президент, отвечая на вопрос о том, не хотел бы он отдохнуть и взять отпуск, учитывая его возможное назначение на пост премьер-министра в случае победы Дмитрия Медведева на президентских выборах [Путин после сложения полно-*

мочий намерен «отоспаться за годы галер» // РИА Новости. 2008. 02.14]. Однако наличие таких фразеологических единиц рядом с лексемами, обозначающими представителей лидеров страны, характерно либо для их собственной речи, либо для высказываний их сторонников: *А для чего у него (о президенте) министры? Он же не может всеми вопросами сам заниматься! И так мотается без отдыха из конца в конец по всей Руси великой, взваливает на свои плечи, хоть и широкие, тяжелую ношу* [Безрукова Людмила. «С Вовой Путиным дружим до сих пор» // Труд-7. 2007.03.01]; *...за 3,5 года работы с Путиным я был убежден, что мы правильные люди и делаем правильное дело, за эти годы мы добились многих успехов и выработали правильный вектор развития страны, сегодня он неверный* [Екатерина Головина. Касьянов пойдет в президенты // Известия. 2007. 12.24]. Противники действующей власти склонны употреблять фразеологизмы из семантического поля «Отсутствие трудовой деятельности»: *Нынешняя бессубъектная власть ничего путного не родит, сколько бы ни толкла воду в ступе* [Андрей Ванденко. Политолог Сергей Кургинян: Сильные жесты слабой страны // Комсомольская правда. 2003.08.05].

Примечательно наличие большого числа лексик со значением вербальной деятельности в непосредственной близости с фразеологическими единицами из поля «Наличие трудовой деятельности», т. е. власть демонстрирует свою работу на словах, а не на делах: *Хотя некоторые в Кремле заверяли: невзирая на отсутствие начальника, работа в ГКУ бьет ключом, в реальности же затянувшаяся пауза привела едва ли не к полному параличу управления* [Юрий Политов. Контрольное управление возглавил тихий хозяйственник // Известия. 2004. 05.28]; *Уже через полчаса покрытые бронзовым загаром главы думских комитетов рассказывали, как все лето не покладая рук улучшали условия труда бюджетников* [Михаил Виноградов. Госдума открыла новый сезон // Известия. 2007.12.24]; *Мы не сидим сложа руки. В рамках программы планируется осуществить 737 инвестиционных проектов — гласно, на конкурсной основе. Общий объем инвестиций должен составить 500 млрд рублей* [Анохин Павел. Федеральное наступление в южном направлении STIT: правительство России утвердило федеральную целевую программу «Юг России» // Труд-7. 2001. 10.12]; *Как раз перед выборами власть должна доказать людям, что не сидит без дела, изменяет жизнь к лучшему* [Андрей Седов. Министр финансов России в 1997—1999 годах, зам. председателя Комитета Госдумы РФ по бюджету и налогам Михаил Задорнов: Нефтедоллары прячут под сукном // Комсомольская правда. 2003.03.10].

Кроме того, политические лидеры часто ругают своих подчиненных: *В 2005-м ВВП уже открытым текстом назвал своих бюрократов „надменной кастой“. И попросил хотя бы упростить для народа приватизацию земли под собственными дачами. Чего уж легче-то? Целый год „каста“ ковыряла в носу и спохватилась объявить „дачную амнистию“ только когда пришло время следующего послания-2006* [Андрей Седов. Где президент

прячет философский камень // Комсомольская правда. 2006.04. 25]; *„Ситуация с контрабандой наркотиков, беженцами, торговлей людьми остается на уровне прошлого года. Там конь не валялся“, — сказал он. Президент также раскритиковал ситуацию с прослушиванием граждан* [Ющенко дал Службе безопасности Украины 10 дней на проверку заявления Зинченко // Известия. 2005.09.12]; *Оставив слушателей в легком недоумении (неужели удваивать ВВП — значит, его закапывать?), премьер с подачи Грефа (заявившего, что „щупать“, в смысле прогноза, нужно каждого министра) раскритиковал весь кабинет за неважную работу по удвоению валового продукта* [Алексей Виноградов. Фрадков закопает ВВП поглубже // РБК Daily. 2004.08.19]; *„Прокуратуре надо прекратить ловить мух“. Член политсовета Республиканской партии России Владимир Рыжков* [Что делать с теми, кто обещает воскресить погибших в Беслане детей? // Известия. 2005.09.21].

Критика представителей власти с употреблением фразеологических единиц из семантического поля «Отсутствие трудовой деятельности» так же широко распространена в СМИ: *политический аспект послания, адресованный жителям Ставрополья. Из него любопытствующие узнали, что их губернатор, оказывается, не горит на работе, а ежедневно подолгу играет в бильярд* [Ахромова Мария. Черногорова бьют под дых // Труд-7. 2007. 01.23]; *Рабочие городских служб определенно не горят на работе, по крайней мере, они обедают два часа* [Вячеслав Пьещух: Весна в Париже // Труд-7. 2005.04.28]; *Политики ловко жонглируют модными словечками, даже не давая себе труда объяснить, что же они понимают под ними* [Андрей Ванденко. Философ Александр Зиновьев: После Ирака Америка ударит по Китаю? // Комсомольская правда. 2003. 03.10]; *„Но правительство палец о палец не ударило, чтобы защитить партнерство“, — бросил он камень в огород министров, имея в виду недавний арест акций компании* [Алексеев Владимир. Еще одна попытка взлететь // Труд-7. 2005.09.23]; *Увы, депутат Госдумы от Эвенкии Геннадий Дружинин, который очень многое в предвыборную кампанию обещал, палец о палец не ударил, и сегодня стоит вопрос о его отъезде* [Рак Любовь. Дети тайги // Труд-7. 2001.10.18]. При этом чиновники практически всегда оцениваются как бездеятельные: *А кто же напишет инструкции для министерских чиновников, чтобы они занимались делом, а не валяли дурака?* [Инструкция для Починка // Известия. 2004.01.14]; *Сегодня председатель свердловской областной избирательной комиссии Владимир Мостовицков валял дурака в мэрии Екатеринбурга* [Итоговый выпуск (вечерний). 02.03.05, 19:10. Екатеринбург // Новый регион 2. 2005.03.03]; *По мнению уполномоченного по правам человека, депутатам Государственной Думы „от нечего делать“ пришлось заняться рассмотрением вопросов о праздничных днях* [Итоговый выпуск (вечерний). 08.12.04, 18:26. Екатеринбург // Новый регион 2. 2004.12.09]. Если же они работают, то только из корыстных побуждений: *Запах легких денег стимулировал мозговую деятельность чи-*

новников... Недавно в городе сменилась власть: избран новый мэр, который собирает свою команду [Мамедова Майя. «До президента дойдем!» // Труд-7. 2001.06.06]; Так уж повелось: чем выше чиновник поднимается по служебной лестнице, тем жилье его становится роскошнее и все ближе к Кремлю [Ольга Вандышева. У Касьянова квартира больше, чем дом Фрадкова // Комсомольская правда. 2006.11.18].

Интересным представляется то, что в политику стремятся уйти люди, занятые в других сферах деятельности (часто это шоу-бизнес или спорт): **Не валяю дурака — я иду наверняка!** Москва. Алла Пугачева: „Женщина, которая поет, в Москве порядок быстро наведет!“ — такой призыв достоин появляться на площадях и улицах столицы. Санкт-Петербург. Анастасия Волочкова: Как мастер танца и скандала, я губернатором бы стала [Юрий Снегирёв, Александр Мешков. Замолкнут трубы, сцены станут чисты, когда в политику уйдут артисты! // Комсомольская правда. 2004.01.20]; Думаю, в качестве члена Федерального собрания Леонид Васильевич будет способен **сдвинуть горы**. К кандидатуре главы Олимпийского комитета благоволит и спикер верхней палаты Сергей Миронов [Борис Титов, Татьяна Витебская. Президент станет сенатором // Известия. 2007.06.26]. В то же время политики не прочь заняться чем-нибудь другим. Об этом свидетельствует относительно частотное употребление в политическом дискурсе фразеологизма **литературный труд**: Однако после того, как кандидатуру Ройзмана вычеркнули из избирательных списков „Справедливой России“, **литературный труд депутата поступил в открытую продажу** [Дети пали жертвой пиара «Единой России»! — Самые крутые слухи недели // Новый регион 2. 2007. 10.08]; **Напрасно сетуют, что престиж литературного труда упал ниже некуда. Влиться в ряды молодых писателей стремятся даже те, кому собственной славы не занимать...** Вот Ирине Хакамаде тесно в рамках политики — она еще и книги пишет. То про особенности национального политика, то про секс в большой политике, а то и про любовь [Литература вне игры // Труд-7. 2007.10.03]; И вот на прилавках магазинов появилась книга рецептов с ее лицом на обложке. **Сей литературный труд посвящен восточной кухне. Отлично, кому как не женщине с японскими корнями писать о суси, сасими и прочих супах-мисо?** [Хакамада увлеклась восточной кухней // Комсомольская правда. 2007.03.14]; Владимир Жириновский, презентуя Америке свой очередной литературный труд „Иван, запахни душу!“, жестоко „пострадал“ от авиакомпании „Дельта“, разбившей ящик именной водки „Жириновский“ [Ахромова Мария. Прерванный взлет // Труд-7. 2006.10.03]; Но Рыжков, жаждающий написать литературный труд о жизни своей знаменитой землячки, достал ее пластинку даже в Японии [Ольга Герасименко, Василий Устюжанин. У депутата дел полно: рыбалка, серфинг, сад, кино... // Комсомольская правда. 2001.05.18]; Георгий ДАНЕЛИЯ, режиссер: — От нечего делать депутаты у нас книжки пишут про „Тату“. Если они являются героями в Рос-

сии, то что же у нас за страна такая? [Ахромова Мария. Депутат с «Татушками» // Труд-7. 2006. 07.26].

Хорошо прослеживается наложение оппозиций «власть — народ» и «умственный труд — физический труд». То есть власть занимается умственной деятельностью (*Президент Владимир Путин, открывая конференцию, сказал: „**Выработываемые юридические нормы должны учитывать интересы каждого государства, не допускать установления ограничений на экономический рост и социальное развитие**“* [Сидоров Анатолий. Без паники // Труд-7, 2003.10.01]; „**Таков выработанный нами план; все эти и многие другие программы рассчитаны на многие годы вперед, и ресурсы на их реализацию есть**“, — подтвердил он [Путин объяснил свой выбор в пользу «Единой России» // Известия. 2007.11.21]; Считаю, что политическую борьбу надо выносить за стены парламента, а внутри заниматься **плодотворной законотворческой деятельностью** [Севириков Валерий. Настоящих буйных мало // Труд-7. 2005.12.30]), а тяжелый физический труд остается народу (*И дети мои и внуки не смогут получить образование / и будут **гнуть спину** на панов / поэтому голосовала за коммунистов* [Беседа с социологом на общественно-политические темы (Самара) // Фонд «Общественное мнение», 2001]; *Высокие цены на рынке, мизерные зарплаты детсадовских работников, **каторжный труд** хлеборобов, скудные пенсии — в каждом случае Зубков тут же указывает на конкретного виновного (директора рынка, губернатора, министра сельского хозяйства и т. д.* [Александр Гамов, Андрей Седов. Зубков повторяет приемы Путина // Комсомольская правда. 2007. 09.28]; *Если, конечно, не потеряет образование и науку, не разрушит созданные **кровью и потом** нашего народа высокотехнологичные отрасли* [Лозунг «Ускорение» снова актуален // Труд-7. 2003. 04.26]).

Большинство найденных контекстов с фразеологическими единицами из семантического поля «Наличие/отсутствие трудовой деятельности» характеризует внутреннюю политику России, однако некоторые фразеологизмы (такие как *таскать каштаны из огня для кого-либо*) используются чаще всего для описания внешней политики России или политики других стран через противопоставление «свой — чужой»: *Он считает, что Москва, наученная горьким опытом из-за отказа молдавского президента от подписания „Меморандума Козака“ в 2003 году, „не хочет больше **таскать для Молдавии каштаны из огня**“* [Ради решения приднестровского вопроса Молдавия должна быть готова к уступкам, считает политолог // Новый регион 2. 2007.08.30]; *В связи со всем перечисленным выше неудивительно, что Россия дистанцировалась от нынешней избирательной кампании, не желая **таскать каштаны из огня для** весьма прагматичных украинских политиков* [Коалиция спринтера и стайера устроит Запад // Известия. 2006.03.03]; *Но союзники отнюдь не горят желанием **таскать для американцев каштаны из огня**, а лояльность иракцев вызывает большие сомнения* [Андреев

Анатолий. Ирак обернулся Афганом // Труд-7. 2003.11.04].

Для языка СМИ характерно использование трансформированных прецедентных текстов, в том числе и фразеологизмов, с целью привлечения внимания читателя. Достигается это путем замены отдельных компонентов фразеологических единиц, а также расширением их лексического состава: **Добывать свой хлеб „в поте лица чужого“**. Это хорошо умеет основной кредитор — МВФ. Создан (как и Всемирный банк) после Второй мировой войны для благородной цели — помощи бедным странам [Павлова Аза. Борис Кагарлицкий: Иногда деньги стоят слишком дорого // Труд-7. 2002.11.05]; **Правда, пока „нефтьедоллары“ нам добывать куда легче, чем хлеб насущный** [Неверов Александр. В Белом доме началась посевная // Труд-7. 2004.02.17]; **Но у КПРФ здесь есть преимущество — они имеют устойчивую репутацию оппозиционеров, и когда другие партии начинают работать на этом поле — они лишь носят каштаны из огня в копилку КПРФ** [Россия: думские выборы будут скучными, но затратными — мнение экспертов. Спецпроект «Нового Региона» // Новый регион 2. 2007.06.06]; **БТД — откровенно антироссийский проект, и можно было бы подтолкнуть озабоченный борьбой с коррупцией Вашингтон к извлечению каштанов из каспийского огня, а „руку Москвы“ побережь до лучших времен** [Нефтяной рычаг русской политики // Известия. 2005.06.01]; **Кодекс и труд все перетрут!** (Комсомольская правда. 2002.01.31). Кроме того, нередки случаи языковой игры и иронии: **Так что мы должны неустанно благодарить судьбу и ее вооруженный отряд, КГБ, за то, что на арене политического цирка вовремя появился талантливый и очень умный клоун, который профессионально валял дурака; валял в грязи, в навозе, в тине, — а потом пылесосил и сдавал куда следует** [Александр Архангельский. За что я благодарен Жириновскому // Известия. 2004.06.22]; **А именно: „жить стало лучше, жить стало весе-**

ле“ и „враг не дремлет“. Ну и плюс неизменный показ **плодотворной деятельности вице-премьеров и добрых дел великороссов** [Беднов Сергей. Держитесь, люди! Политики будет много // Труд-7. 2007.08.25]; **Самые видные, богатые здания, построенные в Брянске за последнее время, принадлежат областному отделению Пенсионного фонда и налоговой инспекции. Заслужили непосильным трудом? Но тех же налоговиков губернатор Николай Денин обвинил на днях в вялости** [Федосов Александр. Закон чиновничьего размножения // Труд-7. 2006.01.27].

Использование подобных выразительных средств в СМИ подтверждает особенность политического дискурса, его стремление к индивидуальному стилю, экспрессивности [Чудинов 2003]. Преобладание фразеологических единиц, описывающих наличие труда, не всегда говорит о его постоянном присутствии в деятельности политиков, о чем свидетельствует анализ контекстов. Таким образом, исследование функционирования фразеологизмов в текстах СМИ может помочь проследить изменение социально-политических условий и их оценку носителями языка.

ЛИТЕРАТУРА

- Алефиренко Н. Ф., Золотых Л. Г. Фразеологический словарь : культурно-познавательное пространство русской идиоматики. — М., 2008.
- Где труд, там и счастье : пословицы и поговорки / сост. А. Жигулев. — М., 1959.
- Даль В. Пословицы русского народа. — М., 1957.
- Жуков В. П. Словарь русских пословиц и поговорок. — М., 1991.
- Большой фразеологический словарь русского языка / отв. ред. В. Н. Телия. — М. : АСТ-ПРЕСС КНИГА, 2009.
- Фразеологический словарь современного русского литературного языка : справ. изд. : в 2 т. / под ред. проф. А. Н. Тихонова ; сост.: А. Н. Тихонов, А. Г. Ломов, А. В. Королькова. — М. : Флинта : Наука, 2004.
- Телия В. Н. Русская фразеология. — М., 1996.
- Чудинов А. П. Метафорическая мозаика в современной политической коммуникации. — Екатеринбург, 2003.

Статью рекомендует к публикации д-р филол. наук, проф. Л. В. Балашова

Л. В. Вдовиченко
Сургут, Россия

L. V. Vdovichenko
Surgut, Russia

**ИДЕОЛОГЕМЫ «ПОРЯДОК» И «ORDER»:
СПЕЦИФИКА УПОТРЕБЛЕНИЯ
В РОССИЙСКОМ И АМЕРИКАНСКОМ
ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ**

**IDEOLOGEM “ORDER”:
PARTICULAR CHARACTERISTICS OF ITS USE IN
THE POLITICAL DISCOURSE
OF RUSSIA AND THE USA**

Аннотация. Рассматривается идеологема как особый лингвокогнитивный феномен. Анализируется специфика употребления идеологемы «порядок» в российском и американском политическом дискурсе, устанавливается зависимость функционирования этой единицы от аксиологических характеристик партийных установок.

Abstract. In the article ideologem is examined as a special lingvocognitive phenomenon. The article also deals with the question of particular characteristics of ideologem “order” use in the political discourse of Russia and the USA, it defines the dependency relation of this use on axiological features of party policies.

Ключевые слова: идеологема; политический дискурс; порядок; аксиологичность; партийные установки.

Key words: ideologem; political discourse; order; axiological features; party policies.

Сведения об авторе: Вдовиченко Лариса Владимировна, старший преподаватель кафедры иностранных языков №1, факультет лингвистики.

About the author: Vdovichenko Larisa Vladimirovna, Senior Lecturer, the Chair of Foreign Languages №1, the Faculty of Linguistics.

Место работы: Сургутский государственный университет ХМАО — Югры.

Place of employment: Surgut State University KhMAO-Yugra.

Контактная информация: 628400, Сургут, ул.Ленина, 1, каб. 404.
e-mail: vdovichw@rambler.ru.

В настоящее время существует несколько подходов к изучению идеологемы как лингвокогнитивного феномена. Традиционный подход определяют как лингвистический, в его рамках разграничивают узкий (лексикологический — А. Э. Долгирев, С. А. Журавлев, Н. А. Купина, Т. А. Кутенева, С. Р. Омельченко, О. Е. Чернова, А. П. Чудинов и др.) и широкий (семиотический — В. В. Барсукова, Г. Ч. Гусейнов, Н. И. Клушина, А. В. Козлова, Е. Г. Малышева, Е. А. Нахимов и др.) подходы. В последние годы активно разрабатывается «когнитивно ориентированный» подход (Н. И. Клушина, А. А. Мирошниченко, Е. Г. Малышева, Е. А. Нахимов и др.). При когнитивном подходе «идеологема рассматривается как феномен, формирующий концептуальные схемы и категории, обуславливающий процессы восприятия, обработки и оценки получаемой информации о том или ином идеологически значимом объекте. Смысловое содержание и эмоциональная окраска идеологем могут неодинаково восприниматься адресатами, поскольку идеологемы репрезентируют специфический взгляд на соответствующую реалию» [Нахимов 2011: 194]. Сторонники лексикологического подхода под идеологемой понимают «языковую единицу, семантика которой покрывает идеологический денотат или настраивается на семантику, покрывающую денотат неидеологический» [Купина 2000: 183]. В настоящей статье идеологема трактуется как особая когнитивная единица, придающая установленную идеологическую нагрузку, окраску конкретному событию, факту, действию и имеющая повышенную степень аксиологичности, характеристики которой зависят от идеологических позиций, предписаний и партийных установок.

В данной статье рассматриваются идеологемы «порядок» и «order» и специфика их употребления в политическом дискурсе России и США. Идеологема «порядок»/«order» последовательно характеризуется положительным аксиологическим

модусом, но по-разному понимается носителями различных политических партий в России и США.

Идеологема «порядок» занимает важное место в русской национальной картине мира, а ее смысловые особенности можно объяснить как исторически сложившимися условиями формирования политической культуры, так и национальным менталитетом. Если следовать логике Анны Вежбицкой, говорящей о национальных культурных сценариях «порядка» с той или иной ценностной составляющей, то русский культурный сценарий «порядка» связан с ценностью вертикали власти, обеспечивающей достижение национальных интересов [Вежбицкая 1999]. В российском менталитете социальный порядок ассоциируется с государством, роль которого для большинства состоит в регламентации и придании порядка всем общественным отношениям. Порядок кажется тем основательнее и надежнее, чем больше государство издает законов и инструкций, подробно и детально определяющих все стороны жизни общества и индивида. Отсюда у русского человека «страсть к порядку» и готовность поддерживать государственную власть в деле «наведения порядка». Как отмечает Е. Бажанов, в России традиционно существует культ самодержца, строгого к своим, беспощадного к врагам: «Все уважаемые политические персонажи прошлого именно такие — Иван Грозный, Петр Первый, Николай I. Реформаторы, гуманисты — не в почете, ни Александр II, ни Никита Хрущев, ни Михаил Горбачев. Тоталитарные настроения подхлестываются неудовлетворенностью нынешней жизнью. Людям кажется, что Сталин навел бы порядок и восстановил бы социальную справедливость» [Бажанов 2010: 21].

Партийные лидеры, представители различных партий и движений выражают свое отношение к порядку в современной России. В политическом дискурсе сторонников партии «Единая Россия»

порядок отождествляется со стабильностью, со-зиданием, дальнейшим экономическим развитием, сохранением демократических институтов, конституционным федерализмом. Политический дискурс КПРФ в определении **порядка** апеллирует к такой высшей человеческой ценности, как справедливость: критикуя партию власти, коммунисты обозначают социальную несправедливость в стране и обществе как отсутствие порядка. В представлении сторонников ЛДПР **порядок** — это приверженность закону и учитывание национальных интересов.

Примечательно, что идеологема «порядок», обладая позитивной оценочной коннотацией, представляется настолько выразительной и емкой, что используется некоторыми партиями в партийных лозунгах и слоганах. К примеру, один из лозунгов Партии социальной справедливости — **«Порядок — Справедливость — Стабильность!»**. Ассоциативный ряд такого рода актуализирует значение идеологема. Партия социальной справедливости, созданная в 2002 г., в сентябре 2008 г. объявила о том, что целиком войдет в состав партии «Справедливая Россия». Годом ранее Партия социальной справедливости, демонстрируя лояльность к тогдашнему президенту В. В. Путину, заявляла: *Порядок — это сложившаяся при В. Путине система управления государством, которую некоторые политики называют „суверенной демократией“. Наш народ горой стоит за порядок. Лучше всего термин „порядок“ характеризует знаменитая фраза Столыпина, сказанная им о революционерах: „Им нужны великие потрясения, а нам нужна великая Россия!“ Нашему народу и нашей партии нужен такой ПОРЯДОК* [Лозунги партии социальной справедливости // Российская газета. 2007. 20 нояб.]. В период президентской кампании 2008 г. КПРФ также использовала данную идеологему, пытаясь наиболее убедительно агитировать избирателей: **«За порядок, справедливость, достаток. За Зюганова!»** [Официальный сайт КПРФ]. В 2008 г. бывшие члены Союза правых сил (СПС), Демократической партии (ДПР) и «Гражданской силы» на учредительном съезде единогласно проголосовали за создание всероссийской политической партии «Правое дело», главным лозунгом которой стал **«Свобода, собственность, порядок»** [Новые Известия. 2008. 7 нояб.]. Такое использование идеологема усиливает ее положительные характеристики.

Помимо этого, существуют партии и общественные организации, в названии которых присутствует идеологема «порядок». Организация **«Русский Порядок»** является *неполитическим, негосударственным самоуправляемым объединением русских людей, созданным ими в качестве средства самоорганизации Русского народа и решения задач по установлению Русского порядка на Русской Земле. Для достижения уставных целей Организация решает следующие задачи:*

– продвижение в обществе созидательных идеалов и ценностей единства, служения и **порядка**;

– борьба с проявлениями **беспорядка** и источниками хаоса» [http://www.poriadok.org/25.05.2007].

Лексема «русский» сама по себе обладает нейтральной оценочной коннотацией, но в составе словосочетания «русский порядок» придает лексеме «порядок» отрицательный прагматический потенциал. Содержание идеологема «порядок» в данном контексте определяется идеологическими и аксиологическими установками конкретной организации.

Политический дискурс оппозиционных партий содержит достаточно большое количество критических замечаний относительно порядка в стране, определяемого курсом партии «Единая Россия». В сентябре 2009 г. на сайте www.gazeta.ru была опубликована статья президента Российской Федерации Дмитрия Медведева «Россия, вперед», которая стала темой обсуждения на «круглом столе», проведенном представителями Кемеровской областной администрации с лидерами политических партий и движений 17 сентября 2009 г. Отразить свое отношение к вопросам, затронутым в статье, смогли руководители региональных отделений оппозиционных политических партий, действующих на территории области. Кемеровское региональное отделение ЛДПР представляли координатор отделения Дмитрий Савельев и заместитель координатора Наталия Гулина. Один из выступающих, критикуя антикризисную политику властей, задал справедливый вопрос: *Что вам (очевидно, имея в виду смычку власти и партии „Единая Россия“) еще нужно?! У партии власти есть все: и президент, всемерно поддерживающий „ЕдРо“, и премьер, руководитель этой самой партии, и ручной Совет Федерации, и большинство в Госдуме, и губернаторы, и депутаты всех уровней... Что вам мешает навести **порядок** в стране и поднять экономику?* [ЛДПР].

Координатор Липецкого регионального отделения ЛДПР Максим Халимончук высказывается еще радикальнее: *„ЕР“ — декоративное растение, возвращенное в кремлевских „парниках“. Декоративное потому, что тоже никаких плодов не приносит. Если у КПСС была мощная идеология, армия, промышленность, наука, то у „ЕР“, кроме имени Путина и касты чиновников, вообще ничего нет. Поэтому и ее век недолог: она живет, только пока для нее поддерживаются тепличные условия. Так что если сегодня мы пока еще находимся в оппозиции, то завтра уже у нас будет достаточно сил, чтобы с корнем вырывать „сорняки“, даже если они растут в кремлевских „теплицах“. Я уверен, что мы наведем **порядок** в стране и сделаем Россию великой державой, потому что лучшего „селекционера“, чем народ, не существует* [URL: http://www.ldpr.ru/partiya/regrf/lipetskaya_oblast/reg_event/11404/].

Критические замечания относительно порядка в современной России, равно как и свои представления о том, каким он должен быть, высказывают представители КПРФ. Геннадий Зюганов считает, что объективная реальность сегодняшней России отражает насущный социально-политический запрос большинства граждан, включая наиболее активную часть общества: *Этот запрос, прежде всего, заключается в требовании **социальной справедливости и порядка** — **порядка** в интересах большинства, а не в интере-*

сах чиновничества и олигархии [Зюганов Г. Право на революцию // Правда. 2009. 6 нояб.]. КПРФ настаивает на модернизации страны, модернизации не на словах, а на деле, которая должна быть проведена не в интересах чиновничьих и олигархических кланов, а в подлинно национальных интересах. Модернизации, в основе которой — **порядок**, справедливость, твердые социальные гарантии, национализация ключевых сфер российской экономики и изгнание из нее олигархии, строжайший контроль над бюрократией, над чиновничеством и неотвратимость наказания для тех, кто его заслуживает: коррупционеров, взяточников, тех, кто пренебрегает обязанностью служить народу и „конвертирует“ эту обязанность в личный бизнес [Там же]. Противопоставляя свои взгляды позиции «Единой России», КПРФ упрекает партию власти в том, что она, лишая общество возможности утвердить свои потребности, свою волю законными средствами, способствует переплавке социального недовольства и народного гнева в революционную энергию, сокрушающую **порядок**, который становится для народа невыносимым.

Таким образом, идеологема «порядок», широко используемая в политическом дискурсе современной России, эмоционально окрашена и репрезентирует аксиологические установки существующих политических партий. Подобная тенденция, как показывают результаты исследования, наблюдается также в политическом дискурсе США.

Смысловое варьирование идеологемы «order» обусловлено существованием двух наиболее известных и весомых политических партий США — Демократической и Республиканской. Барак Обама, нынешний президент США, 15-й от Демократической партии, олицетворяет, по мнению таких американских СМИ, как «New York Times», «The Washington Post», «Newsweek», «Time» и других, новый **порядок**, реформы и преобразования: *Obama is trying to emerge in the role as Restorer of **Order** — the deal-doer and peacemaker, the one who can bring hope by listening to everyone and working with anyone. — 'Обама старается вести себя как реставратор **Порядка** — деятель и миротворец, способный вселить надежду, прислушиваясь к каждому и работая с любым'* [Newsweek. 2008. 30.09]. Но наряду с лестными отзывами американский политический дискурс фиксирует изрядное количество критических замечаний, напр.: *For a guy whose campaign was renowned for **order**, Obama's Cabinet appointments have been a tad messy. But let's face it: he's the most powerful man in the world. — 'Для человека, чья кампания была известна стремлением к **порядку**, назначения в кабинете Обамы кажутся слегка непоследовательными. Но давайте смотреть правде в лицо: он — самый могущественный человек в мире'* [Time. 2009. 19.03]. Для тех, кто поддерживает Республиканскую партию, идеи демократов представляются нежизнеспособными, имеющими отношение к «старому **порядку**» в стране. Для республиканцев как для партии, стремящейся вернуть голоса избирателей и лидерство в стране, **порядок** отождествляется с законом, со стремлением к закону и, следова-

тельно, с принципами безопасности, справедливости и спокойствия в стране. Тадеус Г. МакКоттер, видный политик Республиканской партии, представляющий в палате представителей штат Мичиган, указывает на конкретные задачи, стоящие перед Республиканской партией, по наведению порядка в стране: *Our second task is to construct policies which through the rule of law will wrest **order** from the chaos. **Order** alone, and law, will not suffice to re-establish and retain our domestic tranquility and security. **Order** without law is oppression; and law without **order** is illusion. We must therefore have both law and **order**, because both are needed to seed the fruits of justice and peace. In seeking **order** and law (and, thus, justice and peace, tranquility and security), we must be heartened and guided by Greatest Generation's greatest virtue: their moral clarity. — 'Нашей второй задачей является создание политических стратегий, которые при главенстве закона из хаоса исторгнут **порядок**. **Порядка** недостаточно, чтобы восстановить и удержать состояние спокойствия и безопасности внутри страны. Как недостаточно и только закона. **Порядок** без закона — это тирания; закон без **порядка** — это иллюзия. Таким образом, должны быть и закон, и **порядок**, потому что и закон, и **порядок** необходимы для того, чтобы сеять семена справедливости и мира. В стремлении к **порядку** и закону (и, следовательно, к справедливости и миру, спокойствию и безопасности) нас должно воодушевлять и нами должно руководить величайшее достоинство величайшего поколения — моральная чистота'* [McCotter T. G. Greatest Generation's Greatest Virtue: Their Moral Clarity // URL: <http://www.humanevents.com/12.06.2006>].

Вместе с тем необходимо подчеркнуть, что понятие «order» занимает важное место среди ведущих идеологем как демократов, так и республиканцев, таким образом, «order» относится к числу значимых общенациональных идеологем.

Весьма показательными в плане противостояния демократов и республиканцев представляются ноябрьские промежуточные выборы в конгресс США 2010 г. По результатам выборов республиканцы получили большинство в палате представителей и укрепили свое положение в сенате (хотя большинство в верхней палате по-прежнему принадлежит демократам). Одной из основных причин триумфа республиканцев и поражения демократов называют упорное отвержение американцами инициатив Обамы. Следовательно, идеологические предписания Демократической партии по установлению нового порядка в стране, олицетворением которого выступает президент США, являются нежизнеспособными и, более того, терпят крах. 42 % американцев заявили, согласно опросу «The Washington Post-ABC News», что политика президента Обамы только ухудшает состояние дел в стране. Это на 15 % больше, чем в прошлом году. Впервые с 2002 г. основная масса избирателей надеется на республиканцев. Мониторинг американского политического дискурса показывает, что чем яростнее борьба за голоса избирателей и установление своего порядка в стране, тем ожесточеннее вы-

сказывания сторонников партий об оппонентах: *What throughout the decades of the Cold War was called the Liberal Establishment has been drained of ideas and meaning. It is what historians call an Old Order, a passing Old Order. The Democrats are an Old Order. It is time that the Republicans act with the vigour and confidence of a New Order.* — 'То, что за десятилетия холодной войны назвали либеральным истеблишментом, исчерпало себя из-за нехватки идей и смысла. Это то, что историки называют старым **порядком**, уходящим старым **порядком**. Демократы и есть старый **порядок**. Пришло время, чтобы республиканцы действовали со всей энергией и уверенностью нового **порядка**'. [Tyrrell R. E. Jr. Not a Normal Election. // URL: <http://www.humanevents.com/02.11.2006>]. Роберт Эмметт Тиррелл, сторонник неоконсерватизма, продолжает яростно нападать на демократов и их приверженность так называемому старому порядку: *An Old Order is passing and fighting desperately to maintain its dominance in the political culture. The Old Order and the angry left do remain at the top of the incoming Capitol Hill majority, and they are going to play the role that we have come to expect from them. The New Order, the order whose political reforms began with Ronald Reagan, continued through the Contract with America, and have been responsible for the economic growth of the past two decades.* — 'Старый **порядок** уходит, отчаянно сражаясь за сохранение своего господства в политической культуре. Приверженцы старого **порядка** остаются на вершине Капитолийского холма, но они будут играть ту роль, которую мы от них ожидаем. Новый **порядок, порядок**, политические реформы которого начались в период президентства Рональда Рейгана, продолжались в „Контракте с Америкой“ и способствовали экономическому росту последних двух десятилетий' [Tyrrell R. E. Jr. Democrats Ran as Conservatives // URL: <http://www.humanevents.com/09.11.2006>]. Не отстают и критики республиканцев и их политики: *Republican Party is disintegrating. However, the disintegration of the Party does not come from its stated platform, but from its politics. It amazes me how political the Republican establishment has become. The Party must be judged not on what it says but rather what it does. And what the Party does, is practice a set of politics which is self destructive and, in a very real sense, un-American. It is clear to me that the Republican Party is doing all it can to see that the country does not emerge from the current Recession in an orderly fashion. It is becoming a country where the natural order is being turned on its head. I would suggest that this change in the natural order is causing them tremendous heartburn. But what makes matters even worse is their current failure to have developed any serious solutions. All of the Republican actions have been shown to not work. And it appears the party is not prepared to change its positions. Therefore, I believe the Republican Party is in a disastrous state, but because of its mind set its actions would not change and the party will continue to disintegrate. That is too bad, because we do need at least two parties to keep things in balance. It just appears that the second party is not going to be called „Repub-*

lican“ — 'Республиканская партия разрушается. Однако разрушение партии происходит не из-за ее официально изложенной платформы, а из-за ее политики. Меня поражает, насколько политизированным стал республиканский истеблишмент. Партию должны оценивать не по тому, что она провозглашает, а скорее по тому, что она делает. Ито, что делает эта партия, представляет собой самоуничтожающую политическую деятельность и, по большому счету, партия ведет себя не по-американски. Мне ясно, что Республиканская партия делает все возможное, чтобы не увидеть, что страна возрождается после рецессии. Америка становится страной, где понятный **порядок** переворачивается с ног на голову. Предполагаю, такая перемена вызывает у них жуткую изжогу. Но что еще более ухудшает ситуацию, так это их провал в разработке каких бы то ни было серьезных решений. Ни одна из инициатив республиканцев не работает. Представляется, что партия не готова изменить свои принципы. Таким образом, я считаю: Республиканская партия находится в бедственном положении и продолжает разрушаться. А это слишком плохо, так как нам действительно нужны по меньшей мере две партии, чтобы сохранять баланс. Только, кажется, вторая партия более не будет называться „Республиканской“ [Williams R. Republican Party Is Disintegrating // URL: <http://socialmode.com/2009/03/23/the-republicanparty-is-disintegrating/> 23.03.2009].

При анализе смыслового варьирования исследуемых идеологем «порядок» и «order» обнаружены общие закономерности их использования в политическом дискурсе. В частности, наблюдается более интенсивное использование данных идеологем представителями оппозиционных партий для критики политики партии власти: «Единой России» — в России и Демократической партии — в США. В период предвыборных кампаний и в России, и в США, когда яростнее становится борьба за голоса избирателей, многие американские и российские политические лидеры говорят о том, что в стране нет порядка, и обещают его навести. Но российские и американские представления о «порядке» имеют существенные отличия, что отражается в особенностях смыслового варьирования исследуемых идеологем. Только в российском политическом дискурсе идеологема «порядок» активно используется в партийных лозунгах и слоганах («порядок и справедливость», «порядок и стабильность», «порядок и развитие», «согласие, порядок и созидание», «порядок и спокойствие в стране»). В политическом дискурсе России идеологема «порядок» особенно часто выступает в сочетании с определением «русский». Указанное сочетание приобретает ценностную политическую составляющую. В американском политическом дискурсе ценностную политическую составляющую имеют словосочетания «old/new order» (старый/новый порядок). В американском представлении о «порядке» важное место занимает гармоничное сочетание интересов государства с соблюдением прав и свобод граждан.

Специфическим свойством употребления идеологем «порядок» и «order» в политическом

дискурсе является их связь с национальным характером, с социальными и историческими условиями его развития. В России идеологема «порядок» выражает сильную власть, доминирование государственных интересов над личными, тогда как в США — следование закону, реализацию прав и свобод личности.

ЛИТЕРАТУРА

Бажанов Е. Сталин: ожившие мифы и отжившая реальность // Эхо планеты. 2010. № 18. С. 18—21.

Вежицкая А. Семантические универсалии и описание языков. — М. : Языки русской культуры, 1999.

Купина Н. А. Языковое строительство: от системы идеологем к системе культурем // Русский язык сегодня. — М., 2000. С. 182—189.

Нахимова Е. А. Прецедентные ономы в современной российской массовой коммуникации : теория и методика когнитивно-дискурсивного исследования : моногр. / ГОУ ВПО «Урал. гос. пед. ун-т». — Екатеринбург, 2011.

ИСТОЧНИКИ

Газета.ru. URL: <http://www.gazeta.ru>.

ЛДПР: Либерально-демократическая партия России.

URL: <http://www.ldpr.ru>.

Новые Известия.

Официальный сайт КИРФ. URL: <http://www.kprf.ru>.

Правда.

Российская газета.

Human Events. URL: <http://www.humanevents.com>.

Newsweek.

Poriadok.org. URL: <http://www.poriadok.org>.

Social Mode. URL: <http://socialmode.com>.

Time.

Статью рекомендует к публикации д-р филол. наук, проф. Е. В. Шустрова

М. В. Геворгян
Кемерово, Россия

M. V. Gevorgyan
Kemerovo, Russia

**АКТУАЛИЗАЦИЯ ТАКТИКИ
МАНИПУЛЯЦИИ ЛЕКСИКОЙ
В МАССМЕДИЙНОМ
ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ**

**ACTUALIZATION
OF LEXIS MANIPULATION TACTICS
IN MASS MEDIA
POLITICAL DISCOURSE**

Аннотация. Анализируется прием манипуляции лексикой, с помощью которого осуществляется создание необходимого образа политических лидеров или событий.

Abstract. The given article concerns the lexis manipulation method, with the help of which necessary images of political leaders and events are created.

Ключевые слова: массмедийный политический дискурс; информационная война; манипуляция лексикой.

Key words: political Mass media discourse; information warfare; lexis manipulation.

Сведения об авторе: Геворгян Мариам Вардановна, ассистент кафедры иностранных языков.

About the author: Gevorgyan Mariam Vardanovna, Assistant Lecturer of the Chair of Foreign Languages.

Место работы: Кемеровский государственный университет.

Place of employment: Kemerovo State University.

Контактная информация: 650043, г. Кемерово, ул. Красная, 6, 6 корп., каб. 6219.
e-mail: mariamgevorgyan@gmail.com.

Современные научные исследования все чаще становятся междисциплинарными. Это относится и к политической лингвистике. Политика настолько тесно связана со СМИ, что изучение языка СМИ невозможно без рассмотрения различных политических явлений. В настоящее время огромную роль играет отображение какого-либо политического лидера, события или шага в информационном пространстве. Главное место действия всех политических событий — СМИ.

Язык политики влияет на язык в целом. По мнению Е. К. Павловой, это обусловлено следующими факторами:

«— процессом «информатизации» общества, в результате которого языковой материал, получаемый субъектом через СМИ, превалирует над всеми другими. Если раньше язык и речь в массе формировались в значительной степени художественной литературой, то сейчас на первом месте стоит язык печатных и электронных СМИ, который пока еще недостаточно изучен;

— возросшим интересом широких масс к вопросам внутренней и внешней политики в связи со значительными изменениями в мире в конце XX — начале XXI в.;

— постоянным совершенствованием методов речевого воздействия на эмоционально-оценочное восприятие субъектом политической действительности» [Павлова 2003: 60].

Именно исследования в области политической лингвистики дают возможность выявить новые тенденции, приемы, особенности, изменения, появляющиеся в языке в связи с различными событиями, явлениями, процессами мира политики.

Часто изучение СМИ проводится на базе анализа дискурса. Одним из самых распространенных дискурсов является массмедийный политический дискурс. Данный вид дискурса «создается преимущественно профессиональными журналистами, но в нем так или иначе могут отражаться практики политиков и даже рядовых граждан» [Будаев, Чудинов 2006].

Анализ современного массмедийного политического дискурса позволяет выявить тенденции, а

также различные лингвистические феномены, которые возникают в информационном пространстве. Так, в последнее время все чаще во многих источниках встречается термин «информационная война», используемый в различных значениях, одно из которых подразумевает представление одних и тех же событий с полярных точек зрения. Например, «в зависимости от точки зрения на мировую политику одни и те же действия могут быть подведены либо под категорию проявлений сепаратизма, либо под категорию борьбы за национальное самоопределение. Кроме того, одна и та же ситуация может быть подведена под категории разной степени конкретности/обобщенности» [Кобозева 2008: 230].

Данное явление интересно исследовать в лингвистике, ведь для того чтобы представить то или иное событие в положительном либо отрицательном свете, необходимо уметь использовать различные языковые средства. В. М. Кобозева пишет, что «категоризация предполагает лексический выбор для выражения мысли о некотором положении дел. Слово выступает при этом как средство активации в сознании адресата не просто отдельного понятия, а целостной системы представлений, частью которой это понятие является (семантического поля, фрейма, сценария, стереотипа)» [Кобозева 2008: 230].

Таким образом, информационная война осуществляется в СМИ с помощью различных средств, которые включают распространенные техники манипуляции, пропаганды, дезинформации и т. д., предполагающие особый подбор лексики для создания необходимого образа каких-либо явлений, фигур, событий. В данной статье рассматривается реализация вышеописанных техник информационной войны с помощью приема манипуляции лексикой.

В статье Е. В. Горбачева «Борьба за лексику» упоминается особая роль лексики в массмедийном политическом дискурсе, ведь «политическая коммуникация характеризуется высокой частотностью употребления большого числа абстрактных ключевых слов, которые, как показывают иссле-

дования, весьма интуитивно и произвольно воспринимаются слушающими и имеют чрезвычайно широкий спектр значений» [Горбачев, цит. по: Шуманн 1987: 117]. Следовательно, СМИ тщательно подбирают лексические средства для номинации явлений либо политических фигур с целью создания необходимого образа, формирования стереотипа или ярлыка, поскольку «всегда есть разные способы сказать об одном и том же, и выбор никогда не бывает случайным» [Weiler, Barhett 1992: 4]. Одни авторы медиатекстов прибегают к ярким языковым приемам для достижения вышеописанных целей, а другие представляют информацию с помощью нейтральной лексики. Манипуляция лексикой — один из распространенных способов реализации целей языковой коммуникации в медиапространстве.

Рассмотрим подтверждающие это примеры из статей, посвященных предстоящим президентским выборам в России. Данная тема часто представляется в российских и зарубежных СМИ. Интрига заключается в том, кто будет следующим президентом: В. В. Путин или Д. А. Медведев. Выборы обсуждаются во многих источниках, но политические лидеры по-разному номинируются в каждом медиатексте.

В. В. Путина в различных зарубежных источниках обозначают следующими словосочетаниями: *the ex-KGB spy (Russia will turn into an African-style tinpot dictatorship if Putin wins another term as president, warns Gorbachev* [Dailymail. co.uk. 22.07.2011]; *a former KGB agent (Merkel Is Dancing With a Bear* [nytimes.com. 21.07. 2011]); *powerful Putin (Hedging Putin's Will* [rferl.org. 20.07.2011]); *Russia's paramount leader (Ahead of Election in March, Putin the Reformer Steps Up* [nytimes.com. 15.07.11]); *Russia's powerful prime minister (Medvedev wants to stay on as Russian president, says leading MP* [guardian.co.uk. 01.05.2011]).

Президента Д. А. Медведева зарубежные СМИ называют следующим образом: *his (Putin's) protégé Dmitry Medvedev (Russia will turn into an African-style tinpot dictatorship if Putin wins another term as president, warns Gorbachev* [Dailymail. co.uk. 22.07.2011]); *incumbent Medvedev (Hedging Putin's Will* [rferl.org. 20.07.2011]); *the market-friendly Medvedev (Power Struggle in Russia?* [economywatch.com. 14.07. 2011]); *his (Putin's) successor as president (Russia will hold 2012 presidential elections on March 4, a Central Election Committee official said on Thursday* [reuters. com. 21.07.2011]).

Использование подобных лексических средств номинации премьер-министра РФ служит не только информированию, но и построению определенного образа, который закрепляется за этим человеком. Например, указание бывшей должности Владимира Владимировича с использованием лексемы *spy* активизирует в сознании читателей довольно отрицательный образ человека, который может обладать такими качествами, как хитрость, изворотливость. Такой человек обычно не внушает доверия и вызывает опасения.

Прилагательные *powerful* (1), *paramount* (2) обладают следующей семантикой: 1) а) *having great power, prestige, or influence <a powerful leader>*; б) *leading to many or important deductions <a*

powerful set of postulates>; 2) *superior to all others : supreme <a matter of paramount importance>* [MWOD]. Данные прилагательные определяют Путина как очень влиятельного, могущественного политического лидера.

С помощью вышеуказанных лексических сочетаний создается общий образ В. В. Путина как опасного и очень влиятельного лидера.

При номинации Д. А. Медведева часто используется ссылка на В. В. Путина, в результате чего президент представляется как его протее или преемник, чем подчеркивается главенствующая роль премьер-министра. Рассмотрим дефиниции указанных оценочных лексем: *protégé — one who is protected or trained or whose career is furthered by a person of experience, prominence, or influence; successor — one that follows; especially: one who succeeds to a throne, title, estate, or office* [MWOD]. Согласно данным словаря, оба слова описывают человека, который достигает чего-то с помощью более влиятельного лица или следует за кем-то, т. е. использование данных лексем активизирует в сознании не только образ номинируемого, но и образ второй, более сильной фигуры, которая указывается в тексте, за счет чего образ президента связывается с В. В. Путиным.

Словосочетание *the market-friendly Medvedev* соотносит личность президента с его политикой в сфере рыночных отношений, которая рассматривается автором медиатекста как положительный факт. Лексема *friendly* не вызывает негативной реакции у читателя, скорее наоборот, указывает на хорошее качество и положительно характеризует Д. А. Медведева.

Фразу *incumbent Medvedev* — ‘действующий Медведев’ можно трактовать как нейтральную, но акцентирование внимания читателя на должности Дмитрия Анатольевича и его полномочиях в настоящее время не может быть случайным. Данное словосочетание противопоставляется другому (*powerful Putin*): *powerful Putin or incumbent Medvedev — ‘влиятельный Путин или действующий Медведев’*. Акценты во фразе расставляет таким образом, что внимание читателя фокусируется на определенных характеристиках рассматриваемых политических лидеров: Путин — влиятельный, могущественный, сильный даже вне президентского кресла; Медведев — действующий, т. е. обладающий определенными полномочиями по занимаемой должности.

Таким образом, подбор лексем при описании Медведева всегда ассоциирует президента с Путиным, притом Дмитрий Анатольевич предстает в невыгодном свете — как последователь премьер-министра или протее.

Безусловно, не во всех текстах адресата побуждают воспринимать информацию в намеченном автором ключе яркие ярлыки в оценочных номинациях политических лидеров. Многие медиатексты информируют, прибегая к нейтральному способу номинации.

Так, В. В. Путин представляется следующим образом: *prime minister Vladimir Putin, Mr. Putin (A new model army tears its clothes off for “amazing” Putin* [independent.co.uk. 18.07.2011]); *Russian prime minister Vladimir Putin (Russians swarm “the*

front" [globalpost.com. 23.07.2011]; *Putin Army urges Russian girls to strip off for PM* [thefirstpost.co.uk. 18.07.2011]). В приведенных примерах осуществляется нейтральная номинация с указанием имени и должности политического лидера. То же самое характеризует и ряд упоминаний Д. А. Медведева в разных источниках: *President Dmitri A. Medvedev, Mr. Medvedev (Merkel Is Dancing With a Bear* [nytimes.com. 21.07.2011]; *Ahead of Election in March, Putin the Reformer Steps Up* [nytimes.com. 15.07. 2011]; *Some Russians Happy To Back Status Quo In Election* [npr.org. 07.07.2011]).

Итак, мы продемонстрировали нейтральную и оценочную номинации политических лидеров в СМИ. При оценочной номинации минимальное количество лексических единиц позволяет имплицитно выразить большее количество информации о человеке, незаметно направить внимание читателя на определенный контекст, активируя в сознании адресата некий образ и ассоциации.

Таким образом, манипулирование лексикой позволяет авторам медиатекстов имплицитно вы-

ражать оценку, активируя в сознании читателя необходимый образ явления или человека.

ЛИТЕРАТУРА

Будаев Э. В., Чудинов А. П. Современная политическая лингвистика. — Екатеринбург, 2006. URL: <http://www.philology.ru/linguistics1/budaev-chudinov-06a.htm>.

Кобозева И. М. Лингво-прагматический аспект анализа языка СМИ // *Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования* : учеб. пособие / отв. ред. д-р филол. наук, проф. М. Н. Володина. — М. : Изд-во МГУ, 2008.

Павлова Е. К. Некоторые особенности номинации в языке политики США начала третьего тысячелетия // *Вестн. МГУ. Сер. 19 : Лингвистика и межкульт. коммуникация*. 2003. № 4.

Шуманн Й. Политический конфликт и языковая коммуникация // *Язык и идеология* : реф. сб. — М., 1987.

Weiler M., Barhett W. *Reagan and Public Discourse in America*. — The Univ. of Alabama Pr., 1992.

MWOD = Merriam — Webster's Online Dictionary. — URL: www.merriam-webster.com.

Статью рекомендует к публикации д-р филол. наук, проф. А. П. Чудинов

УДК 808.51

ББК Ш100.3

ГСНТИ 16.01.11; 16.21.07

Код ВАК 10.02.20

Н. В. Гурова

Пятигорск, Россия

N. V. Gurova

Pyatigorsk, Russia

**КАТЕГОРИЯ ПОБУДИТЕЛЬНОСТИ
И ЕЕ ФУНКЦИИ**

В ПОЛИТИЧЕСКОЙ КОММУНИКАЦИИ

Аннотация. Рассматривается универсальная понятийная категория побудительности, ее основные дифференцирующие характеристики и компоненты в контексте современных наук: теории коммуникации, лингвистики текста, прагматической лингвистики, лингвистики текста, прагматической лингвистики. Категория побудительности лежит в основе современной политической коммуникации, воплощается в самых разнообразных языковых формах, эффективно воздействует на массового адресата.

Ключевые слова: категория побудительности; императивность; директивные речевые акты; воздействие; политическая коммуникация.

Сведения об авторе: Гурова Наталья Владимировна, кандидат филологических наук, доцент (должность и звание) кафедры испанистики и межкультурной коммуникации.

Место работы: Пятигорский государственный лингвистический университет.

Контактная информация: 357532, г. Пятигорск, пр-т Калинина, 9.
e-mail: nataliagurova@yml.com.

**CATEGORY OF EXHORTATION
AND ITS FUNCTIONS**

IN POLITICAL COMMUNICATION

Abstract. The article highlights the problem of universal conceptual category of exhortation, its essential differential features and constituents in the context of the modern sciences, such as Theory of Communication, Text Linguistics, Linguistic Pragmatics and Political Linguistics. The category of exhortation forms the basis for the actual political communication, reveals itself in diverse linguistic forms and efficiently expresses the influence on the mass addressee.

Key words: category of exhortation; imperative; directive speech acts; influence; political communication.

About the author: Gurova Natalia Vladimirovna, Candidate of Philology, Assistant Professor of Spanish Studies and Cross-cultural Communication Department.

Place of employment: Pyatigorsk State Linguistic University.

В современном мире коммуникация является основным инструментом формирования информационного общества и трансформации политического дизайна власти.

Политика не существует вне человеческой деятельности, разных способов взаимодействия людей, вне коммуникационных действий, связывающих, направляющих и инновационизирующих общественно-политическую жизнь. Политическая коммуникация выступает своеобразным социально-информационным полем политики. Ее значение в политической жизни общества сравнимо со значением нервной системы для человека [Ирхин, Зотов, Зотова 2002].

Выполняя одну из главных функций политических систем, политическая коммуникация занимает центральное место в организации и структурировании политических процессов в обществе и детерминирует форму власти в социуме: «Политическая коммуникация оказывает влияние на распределение и использование власти благодаря тому, что она служит средством воздействия на сознание принимающих политические решения людей (избирателей, депутатов, чиновников и др.). Политическая коммуникация не только передает информацию, но и оказывает эмоциональное воздействие, преобразует существующую в сознании человека политическую картину мира» [Чудинов 2003].

Политическая жизнь в любом обществе невозможна без устоявшихся способов политической коммуникации. Политическая коммуникация подразумевает не одностороннюю направленность сигналов от элит к массе, а весь спектр неформальных коммуникационных действий в обществе, по-разному влияющих на политику.

Категория побудительности является неотъемлемой и значимой чертой политической коммуникации.

Описание категории побудительности — одно из наиболее динамично развивающихся направлений современной теории познания. Императив, рассматриваемый как одна из древнейших семантических универсалий, представлен практически во всех языках, во всех типах текстов и имеет глобальное значение в коммуникации и человеческой деятельности. Как справедливо отмечает А. В. Вельский, «общение немислимо без побуждения к действию. Люди непрерывно обращаются друг к другу с разнообразными побудительными фразами» [Вельский 1953: 83].

В связи с изменением научной парадигмы и утратой ведущей роли структурной лингвистикой, в основе которой лежит понимание языка как знаковой системы с четко выделяемыми структурными элементами и стремление к строгому описанию языка [Виноградов 2000], особую важность в настоящий момент приобретают вопросы, связанные с коммуникацией, прагматической ситуацией, фактором адресата и т. д.

В теории коммуникации четко дифференцируются термины «коммуникация» и «общение»: «коммуникация» понимается как обмен мыслями и информацией в форме речевых или письменных сигналов, «общение» — двунаправленный процесс, отражающий обмен мыслями, информацией и эмоциональными переживаниями. Общение является актуализацией коммуникативной функции языка в различных прагматических ситуациях. В то время как за общением закрепляются характеристики межличностного взаимодействия, за коммуникацией закрепляется дополнительное значение — информационный обмен в обществе [Бердникова, Гурова 2006: 11].

В современной лингвистической науке термины «императивность» и «побудительность» не-

редко используются синонимично: «*Императив, или побуждение*, — это сообщение о желании говорящего, чтобы адресат выполнил определенное действие, и попытка каузировать его выполнение адресатом» [Апресян 1995: 9].

Императив определяется в лингвистических словарях как «наклонение, выражающее просьбу, приказание говорящего или побуждение к совершению действия» [Розенталь, Теленкова 1985: 136—137]. Словарное определение этой категории дает представление о ней как о специализированных формах глагольного наклонения, имеющих значение повеления в широком смысле слова (приказа, просьбы и т. п.).

В монографии В. С. Храковского и А. П. Володина убедительно доказывается, что императив не является формой наклонения, не связан с модальной рамкой (т. е. не входит в оппозицию «индикатив / конъюнктив / императив»), а связан с коммуникативной рамкой (т. е. входит в оппозицию «повествование / вопрос / повеление») [Храковский, Володин 1986].

Императив (повелительное наклонение в лингвистике) является грамматикализованным средством выражения побуждения [Изотов 2007: 59]. Семантика императива — это «прямое волеизъявление говорящего, результатом которого, с точки зрения говорящего, должно стать совпадение пропозиционального содержания его высказывания с действительностью» [Касевич 2006: 554]. В императивных высказываниях адресант самим фактом своего высказывания «пытается каузировать совершение некоторого действия (эксплицитно указанного в этом высказывании)... При этом каузацию мы понимаем в самом широком смысле — как каузацию некоторого действия или состояния, прекращения или предотвращения действия или состояния, в общем, любого изменения в мире» [Гусев 2005: 16].

Императивность предполагает присутствие в тексте языковых средств со значением побуждения (волеизъявления) и связана со способностью текстовых средств выражать явные (прямые) авторские интенции волеизъявления, которые адекватно распознаются в тексте реципиентом. Императивность следует отнести к текстовым категориям первого порядка (включающим, наряду с императивностью, аргументативность и суггестивность), поскольку она обеспечивается непосредственно языковыми средствами текста и мало зависит от двух других категорий первого порядка [Шелестюк 2009].

Исследователи выделяют несколько модальных модификаций императивности: с индикацией вероятности каузируемого действия (например, приказ, разрешение, инструкция); с индикацией мотивированности каузируемого действия (например, просьба); с индикацией полезности для реципиента (например, совет); немаркированная императивность (например, предложение) [Изотов 2007]. Кроме того, императивность классифицируется в зависимости от того, выражается ли побуждение по отношению к получателю / получателям текста, к совместному действию отправителя и получателя или к действию субъекта, не участвующего непосредственно в коммуникации.

Все исследователи императивных конструкций отмечают их обязательную обращенность к адресату, диалогичность и направленность на программирование поведения реципиента. С категорией императивности, ее имплицитными и эксплицитными способами выражения несомненно связаны языковые особенности реализации понятия *побуждения* [Неустроев 2008]. Как отмечает Е. С. Сагалова, «...побуждение не следует приравнивать к императиву, поскольку императивность по своему значению уже , чем побудительность, и формы императива — лишь одно из средств актуализации побудительной модальности» [Сагалова 2009: 9].

Феномен побудительности закономерно приобретает статус категории, обобщающей специфический способ отражения действительности — через побуждение объекта к действию [Левус 1986]. Категория побудительности является коммуникативно-семантической категорией, обладающей соответствующими категориальными признаками.

В современной теории речевой коммуникации пока нет однозначного понимания коммуникативной категории, не выработаны принципы выделения и не определены статус и исчерпывающая номенклатура коммуникативных категорий. Под коммуникативными категориями понимаются «самые общие коммуникативные понятия, упорядочивающие знания человека об общении и нормах его осуществления» [Стернин 2002]. Коммуникативные категории участвуют в организации и регулировании коммуникативного процесса, имеют определенную структуру, собственное коммуникативное содержание и средства для его выражения.

По сравнению с побуждением, выражающим желание говорящего воздействовать на слушающего или третье лицо с целью изменения ситуации, термин «**побудительность**» имеет более широкое значение: **это свойство людей и других явлений действительности каузировать изменение окружающей действительности**. Категория побудительности рассматривается современной лингвистической наукой как функционально-семантическая категория с полевым принципом построения разноуровневых языковых единиц побудительной семантики.

Проблема побуждения к действию или достижения определенного состояния изучается зарубежными и отечественными лингвистами. В работах современных исследователей представлены различные подходы к структуризации категории побудительности.

Лингвисты предлагают учитывать при построении поля побудительности такие критерии, как количество действий и характер отношения к ним адресата/адресатов [Абрамов 1990; Davies 1986], семантическую структуру языковой единицы и ее функциональную характеристику [Рябенко 1975; Bolinger 1967; Bownan 1963; Broadie 1972; Morris 1960; Risselada 1993], принадлежность языковой единицы к определенному уровню языковой системы [Музыкантов 1988; Levenston 1989], необлигаторность/облигаторность исполнения побуждения [Sommerfeldt, Schreiber, Starke 1996] и т. д.

В отечественной лингвистике исследовались лексико-грамматические особенности императивных и/или побудительных предложений [Молчанова 1977; Новичкова 1981], их структура в историческом плане [Зернов 1971; Соколова 1952], интонационное оформление [Антипова 1984; Козьмин 1966; Ставицкая 1984; Юрова 1991; Гончарова 2009], эмоциональный аспект [Кисловская 1976; Ковыльникова 1972].

Считая правомерным отнесение категории побудительности к коммуникативно-семантическим, А. Ю. Маслова исходит из того, что реализация категории осуществляется посредством иерархически организованных и взаимодействующих **коммуникативных, прагматических и собственно лингвистических** составляющих [Маслова 2009].

Коммуникативная составляющая категории побудительности базируется на том, что **побуждение — неотъемлемая часть речевого общения**. Ее компонентами выступают информационный и прескрипционный, или директивный факторы.

Прагматическая составляющая категории побудительности предполагает исследование коммуникативных средств в отношении к человеку, а именно следующего: что происходит с человеком, когда от него исходит сообщение или он принимает его; от чего зависит форма коммуникации в каждом конкретном случае; в какой мере тип культуры обуславливает форму коммуникации. В рамках изучения прагматической составляющей категории побудительности концентрируется внимание на коммуникативной ситуации и цели, с которой происходит побуждение к действию.

Лингвистическая составляющая категории побудительности представлена совокупностью разноуровневых языковых средств, выражающих побудительное значение и организованных по принципу **функционально-семантического поля** (согласно положениям функциональной грамматики).

Категориальным основанием побудительности выступает категориальный смысл побуждения — общекатегориальное значение, которое складывается из набора значений отдельных коммуникативно-семантических групп, каждая из которых имеет коммуникативное содержание, обусловленное прежде всего коммуникативной побудительной целью. **Категориальный принцип системной организации** является иерархическим, репрезентирующим взаимодействие коммуникативных, прагматических, семантических и собственно языковых факторов [Маслова 2009: 8—10].

В исследовании А.Ю. Масловой рассматривается структура категории побудительности, представленная иерархически организованным трехплановым единством: планом содержания, планом выражения и планом трансляции.

План содержания — это суть категории побудительности, воплощение целевого аспекта процесса общения. И. П. Сусов пишет: «Побудительность есть коммуникативное значение, или, в иной терминологии, иллюкутивная сила, в которой находит воплощение целевой аспект языкового общения. Ее конкретное содержание раскрыва-

ется из анализа взаимодействия исходной ситуации, или начального положения дел, действия говорящего, оперирующего языковыми средствами, или речевого акта, действия слушающего по восприятию и пониманию речевого акта, или аудитивного акта, предметно-практического действия слушающего, направленного на достижение цели, поставленной говорящим, или практического акта, и конечного положения дел, результирующей ситуации» [Сусов 1988].

План выражения — это совокупность фонетических, супrasegmentных средств языка (интонации, тембра, громкости, скорости речи, паузации, молчания, придыхания и др.) и невербальных знаков коммуникации, которые могут сопровождать устную речь или функционировать самостоятельно. В письменной речи категория побудительности репрезентируется графикой или средствами интерпретирующего контекста.

План трансляции осуществляет связь между планом содержания и планом выражения категории побудительности, кодируя интенцию речевого акта коммуникантов посредством языковых знаков. Этот план проявляется в полевой организации средств языка, выражающих побудительное значение. Объединяясь на основе общности и взаимодействия семантических функций, разноуровневые языковые средства структурируются как функционально-семантическое поле.

Наряду с изучением функционально-семантического аспекта, значительный научный интерес представляет также исследование категории побудительности с текстолингвистических и прагмалингвистических позиций.

В контексте **лингвистики текста** побудительность рассматривается как категория, определяющая типичный для директивного текста набор языковых средств [Иванова, Рыболовлев 1990: 33]. Реализуя прагматическую функцию долженствования, она составляет основу функционально-стилистических отношений. Различные морфологические, лексико-грамматические, лексические и синтаксические средства актуализируют категорию побудительности, коррелируя с определенными типами и подтипами директивно-регулятивных текстов. Функционально-стилистическая принадлежность и коммуникативно-прагматическая направленность текста являются детерминантами в механизме отбора языковых единиц и их функционировании в директивно-регулятивных текстах [Большакова 2005: 6].

С **прагмалингвистической** точки зрения побудительность понимается как коммуникативное значение или иллюкутивная сила, конкретное содержание которой складывается из исходной ситуации, речевого акта, аудитивного акта, практического акта и результирующей ситуации [Сусов 1988: 125—126; Романов 1982].

Исследователи отмечают, что теория речевых актов предоставляет адекватный аппарат для описания вербальных способов выражения побудительности. Речевые акты, направленные на изменение поведения и состояния собеседника, являются побудительными, директивными или регулятивными актами. Побудительность в них выступает частью прагматического значения [Шилихина 1999].

В терминах теории речевых актов как базы прагматических исследований [Грайс 1985; Остин 1986; Серль 1986; Серль, Вандервекен 1986] **побуждение рассматривается как разновидность директивного речевого акта** [Романов 1982]. **Побуждение — это такой речевой акт**, который, как писал Дж. Р. Серль, «представляет собой попытки ... со стороны говорящего ... от весьма скромных до весьма агрессивных... добиться того, чтобы слушающий нечто совершил» [Серль 1986].

Директивность чаще всего интерпретируется как одно из значений побудительности [Яковлева 2005]. Директивность в своих формах выражает волеизъявление, направленное на собеседника. Ее первичной функцией является выражение побуждения во всех его оттенках: приказа, просьбы, приглашения и т. п., — вторичной же — выражение определенных логических отношений (возможности или допустимости, долженствования, утверждения и т. д.) [Долинин 1975].

Директивные, или побудительные речевые акты — это специфические типы речевых образований, отличающихся от остальных разновидностей высказываний своей специфической интенцией — волеизъявлением говорящего, чтобы совершилось/не совершалось определенное действие или имело место определенное положение дел. Они характеризуются наличием волевой составляющей в семантике и направленностью на регулирование поведения адресата. В них говорящий, называя определенное действие или состояние, стремится с большей или меньшей степенью настойчивости заставить адресата стать его исполнителем, т. е. изменить определенным образом существующее положение дел. Действительность в данном случае должна быть приведена в соответствие с высказыванием.

В традиции Дж. Л. Остина — Дж. Серля, *директивный речевой акт есть некое высказывание адресанта, которому последний придает директивную иллокутивную силу, позволяющую каузировать заранее предсказуемое изменение во внутреннем состоянии слушателя, а как результат этого — стимулировать конкретное действие адресата*.

Директивный речевой акт (как и любой речевой акт) анализируется с точки зрения семантических, синтаксических и прагматических характеристик.

Семантический аспект директивных речевых актов — называемое действие, которое предстоит совершить слушающему.

Синтаксический аспект изучения директивных речевых актов включает в себя различные способы выражения пропозиции и коммуникативной интенции говорящего (прямой или косвенной, эксплицитной или имплицитной, конвенциональной или неконвенциональной), а также различные синтаксические структуры, которые могут быть использованы для передачи целостного значения высказывания.

Прагматические характеристики директивного речевого акта — это совокупность коммуникативно релевантных факторов социально-психологического плана, а также собственно коммуникативные факторы, влияющие на выбор формы высказывания. К ним относятся распреде-

ление социальных ролей между коммуникантами, соотношение их социальных статусов, характер межличностных отношений, сфера общения, распределение собственно коммуникативных ролей и т. д. [Шилихина 1999].

Побудительный/директивный речевой акт является компонентом коммуникации, представляет собой сложный продукт, в образовании и функционировании задействованы оба участника коммуникации, непосредственный ситуативный контекст высказывания, социальная и языковая среда, к которой принадлежат коммуниканты, и общий для них культурно-исторический фон (т. е. лингвистические и экстралингвистические индикаторы) [Неустроев 2008].

Как отмечает Е. Е. Кубарева, «категория побудительности обладает чрезвычайно богатым арсеналом выразительных средств. Средствами языка можно выразить все оттенки эмоционально-побудительных значений — от самых мягких, просительных, некатегоричных, вежливых до самых резких, грубых, настойчивых [Кубарева 1977; Riselada 1993].

План содержания побудительности структурируется семантической и коммуникативно-прагматической составляющими. Систематизация проводится на уровне коммуникативно-семантических групп, которые, в зависимости от реализуемой интенции (цели коммуникации), объединяются в категориальные ситуации директивного, комиссивного и превентивного типов.

Исходное речевое намерение говорящего — инициатора побудительного речевого акта — связано с желанием предписать, регулировать определенным образом поведение адресата, заставить его выполнить требуемое действие. Эта интенция почти всегда (за небольшими исключениями) выражается эксплицитно. В интенциональной структуре побуждения заложено отчетливое стремление говорящего регулировать и направлять ход межличностных отношений таким образом, чтобы провести общение в желаемом им ключе — в духе кооперации, или же в духе конфликта. Это, как правило, сопровождается различными эмоциональными наслоениями.

В смысловой структуре побуждения комбинируются название определенного фрагмента действительности и желание говорящего относительно его изменения/неизменения. Таким образом, смысл каждого отдельного побудительного высказывания всегда складывается из пропозициональной и интенциональной составляющей, находящихся при различных средствах выражения побуждения в различных пропорциях.

Специфика побудительности такова, что само общее значение этой категории поддается яркой дифференциации в зависимости от силы интенции. Сила эта варьируется и проявляется в категоричности, нейтральности или мягкости побуждения.

Л. А. Киселёва отмечает, что языковые средства, закрепленные за какой-либо одной функцией, образуют особую иерархическую систему, или языковое поле. По ее словам, «побудительное поле» членится на такие подсистемы, как поле ка-

тегорического побуждения, поле смягченного побуждения, поле нейтрального побуждения» [Киселева 1971: 57]. По мнению автора, поле категорического побуждения состоит из таких подсистем, как поле приказа, поле команды, поле требования, поле запрещения. Поле смягченного побуждения состоит из следующих подсистем: поле просьбы, поле мольбы. Поле нейтрального побуждения включает в себя поле предложения, поле пожелания.

Наблюдения над интенциональной структурой языковых единиц, составляющих функционально-семантическое поле побудительности, показывают, что в них можно выявить инвариантное значение собственно побуждения и его дополнительные модификации по шкале настойчивости требования, категоричности/мягкости и времени выполнения действия — все это зависит от оценки говорящим объективных параметров ситуации: необходимости или обязательности побуждения, его уместности/неуместности, возможности адресата осуществить каузируемое действие и др.

Интенциональная структура побудительного речевого акта отличается неоднородностью и сложностью строения и включает в себя не только компоненты, направленные на достижение выполнения каузируемого действия и активизирования адресата для этой цели, но и добавочные значения, отражающие различные ипостаси личности говорящего, степень его заинтересованности в совершении действия, мотивацию и соответствующую аргументацию, стиль и манеру общения, различные маркеры межличностных отношений, показатели установок обоих коммуникантов на кооперацию или конфликт, маркеры различных эмоциональных реакций и т. д.

То, что все речевые (иллокутивные) акты нацелены на воздействие, подтверждается тем, что большинство речевых актов подразумевает наличие адресата.

На основании ряда прагматических признаков, отражающих наиболее существенные аспекты ситуации побуждения, выделяются три прагматических типа директивных речевых актов — *прескриптивы, реквестивы, суггестивы*. Прескриптивы подразумевают облигаторность действия, приоритетность говорящего. Реквестивы выражают приоритетность адресата, необлигаторность и бенефактивность действия для говорящего. Суггестивы указывают на приоритетность говорящего, необлигаторность и бенефактивность действия для адресата [Беляева 1992].

Речевые акты, предполагающие обратную связь, квалифицируются как сильные (побуждение, вопрос). К речевым актам, не задающим обратной связи, относятся утверждения, которые интерпретируются как слабые. **Сильные речевые акты — побуждение и вопрос — способны стимулировать ответные действия слушающего.** При этом они, в свою очередь, подразделяются на акты, эксплицирующие, с одной стороны, категорическое побуждение, с другой — некатегорическое. В подгруппу категорического побуждения входят речевые акты запрещения, требования и приказания, объединенные следующим общим смыслом: говорящий, в силу сво-

его более высокого социального статуса или же в силу физического или морального превосходства, навязывает свою волю подчиненному ему слушающему, ожидая в ответ безусловного исполнения повеления.

С содержательной точки зрения все побудительные речевые акты в зависимости от установки говорящего подразделяются на 1) побуждение со знаком «+» (требование и приказание) и 2) побуждение со знаком «-» (запрещение/предупреждение) [Шмелева 1990].

Универсальные характеристики директива как класса речевых актов заключаются в его доминантной характеристике выражения воли адресанта, в признании адресантом способности адресата понять и выполнить то, что ему говорится, в праве адресата не выполнить обращенный к нему директив, в усилении директива обертонами различной аргументации: с позиций силы, здравого смысла, эмоционального воздействия, манипуляции, со смягчением средствами вежливости.

В нашем понимании, побуждение является одновременно и речевым актом — ядром класса директивов, — и семантическим компонентом, содержащимся во всех иллокутивных актах, не относящихся к директивам.

Категория побуждения изучается на материале многих языков мира: *английского* [Беляева 1992; Депутатова 2004; Зернов 1971; Неустроев 2008; Сагалова 2009], *русского* [Андреева 1971; Кондзеля 1991; Саранцацрал 1993; Филатова 1997; Формановская 1984], *немецкого* [Абрамов 1990; Бикель 1968; Большакова 2005; Ковыльникова 1972; Козьмин 1966; Романов 1982; Рябенко 1975], *французского* [Долинин 1975; Муллаянова 1997; Корди 2009; Яковлева 2005], *испанского* [Андреев 2002; Закутская 2003; Пазухин 1966], *португальского* [Любимов 1984], *славянских языков* [Изотов 2007; Маслова 2009], *монгольского* [Абаева 2004], *лакского* [Абакарова 2003], *японского* [Хронополо 2007], *вьетнамского* [Нгуен 2000], *аварского* [Асхабалиева 2006], *татарского* [Бикбаева 2008] и др.

Подобные исследования побуждения и императивности ведутся в разноаспектном общелингвистическом плане и, в силу этого, отражают природу категории побудительности как лингвистической универсалии. Как отмечают Дж. Гринберг, Ч. Осгуд и Дж. Дженкинс, «за бесконечным поражающим многообразием языков мира скрываются общие для всех них свойства. При всем безграничном несходстве оказывается, что языки созданы как бы по единому образцу... Языковые универсалии по своей природе являются обобщенными высказываниями о тех свойствах и тенденциях, которые присущи любому языку и разделяются всеми говорящими на этом языке» [Гринберг, Осгуд, Дженкинс 2002: 118].

Понятнейшая категория побудительности объективируется в каждом из исследуемых языков средствами, принадлежащими к разным уровням языковой системы: морфологическому, фонетическому, синтаксическому, лексическому. Факт множественности способов и средств выражения категориальной семантики императивности в разноструктурных языках свидетельствует об универ-

сальной значимости понятийной категории побудительности для разных национально-культурных сообществ.

Побудительные/директивные речевые акты — универсальный продукт речевой деятельности. Специфика прескриптивных отношений между участниками речевого общения и способы их языкового оформления интенсивно изучаются на материале различных языков мира и в разных плоскостях. Это вполне объяснимо, учитывая, что побудительные высказывания имеют достаточно явную семантику и им присуще формальное разнообразие [Хабирова 2004]. В связи с этим предлагается рассматривать категорию побудительности как универсальную категорию языка.

Категория побудительности представлена во всех типах текстов и играет ведущую роль в политической коммуникации, которая приобрела свои современные очертания во многом благодаря тому, что применяемые в ней вербальные средства убеждения аудитории направлены на формирование готовности определенного коллективного адресата поддержать действия политика. *Без умения оказывать воздействие на слушателей политическая деятельность была бы невозможна* [Вознесенская 2010: 3].

М. В. Никитин и Е. Т. Юданова отмечают, что одна из главных задач политика — убедить население в правоте собственных взглядов, какой-либо политической концепции и т. п. Искусный оратор способен увлечь слушателей, заставить их чувствовать, а порой и делать то, о чем он говорит [Никитин, Юданова 2003: 192]. Среди множества методов и приемов, используемых в политической коммуникации, средствам побуждения и воздействия на массовое сознание избирателей отводится ведущая роль [Лубяной].

Убеждающая функция (функция воздействия, побуждения) является основной функцией политической коммуникации, в рамках которой общение носит интенциональный характер [Карасик 1992: 30], а воздействие может осуществляться посредством убеждения, логического обоснования необходимости чего-либо. Эффект речевого воздействия, побуждения к действию во многом обусловлен потенциальной вариативностью языка и интерпретации, так как язык допускает возможность вариативного отражения действительности средствами данного языка.

Международные связи предполагают взаимную пропаганду и убеждение. Для этих целей лингвисты выработали систему международной политико-дипломатической терминологии и использования универсальных категорий, среди которых ведущую роль играет категория побудительности. Это позволяет определить, насколько эффективно используются языковые средства воздействия, насколько текст отвечает принятым в другом языковом коллективе нормам массовой коммуникации.

Политическая коммуникация нацелена на то, чтобы вызвать в обществе определенную социально-политическую реакцию. Политический текст, как основной инструмент политической коммуникации, по мнению А. П. Чудинова, «воздействует на политическую ситуацию при помощи пропаганды определенных идей... и побуждает их

<реципиентов> к политическим правильным оценкам и консенсусу» [Чудинов 2008: 33]. С этим, по мнению специалистов, связана и эффективность политической коммуникации.

Коммуникативная природа акта воздействия положена в основу «политического влияния», так как любое обращение (письменное или устное, по радио или телевидению) представляет собой некий комплексный гиперкоммуникативный акт, в котором политик выступает всегда как субъект, а адресат — как объект такого воздействия. Интенция политического лидера, воплощенная в конкретные вербальные формы, получает реализацию в ответных действиях со стороны адресата.

Политическая коммуникация во многом определяется совокупностью воздействующих факторов, их комбинированием с целью усиления прагматического потенциала убеждения и побуждения массового адресата.

Категория побудительности — ведущая черта современной политической интеракции — эксплицитно и имплицитно воплощается в самых разнообразных языковых формах, эффективно выражает волю адресанта, призывая к реакции в виде определенного действия, является социально значимой, важной и востребованной реалией, недостаточно изученным и перспективным объектом для дальнейшего научного поиска.

ЛИТЕРАТУРА

- Абаева Ю. Д. Интонация побудительных высказываний в монгольских языках северо-восточного ареала Центральной Азии : автореф. дис. ... канд. филол. наук. — Улан-Удэ, 2004.
- Абакарова Н. М. Средства выражения побудительной модальности в лакском языке : автореф. дис. ... канд. филол. наук. — Махачкала, 2003.
- Абрамов Б. А. Функционально-семантическое поле побудительности в немецком языке // Функционально-типологические аспекты анализа императива. Грамматика и типология повелительных предложений / ИЯ АН СССР. — М., 1990. С. 8—12.
- Андреев О. А. Дирекциональность в испанском языке (грамматико-категориальный и когнитивно-концептуальный аспекты) : автореф. дис. ... канд. филол. наук. — Воронеж, 2002.
- Андреева И. С. Повелительное наклонение и контекст при выражении побуждения в современном русском языке : дис. ... канд. филол. наук / Ленингр. гос. пед. ин-т им. Герцена. — Л., 1971.
- Антипова А. М. Ритмическая система английской речи. — М., 1984.
- Апресян Ю. Д. Избранные труды. Т. 1 : Лексическая семантика. Синонимические средства языка. — М. : Школа «Языки русской культуры», 1995.
- Асхабалиева К. З. Императив аварского языка в функционально-семантическом освещении : дис. ... канд. филол. наук. — Махачкала, 2006.
- Беляева Е. И. Модальность и прагматические аспекты директивных речевых актов в современном английском языке : автореф. дис. ... д-ра филол. наук. — М., 1988.
- Беляева Е. И. Грамматика и прагматика побуждения: английский язык. — Воронеж : Изд-во ВГУ, 1992.
- Бердникова Л. П., Гурова Н. В. Стратегии в использовании интеррогативов в межличностной коммуникации : учеб. пособие. — М. : Пятигорск : РАО-ПГЛУ, 2006.
- Бикель М. М. Языковые средства выражения побудительности и их стилистическое значение (на материале

немецкого языка) : автореф. дис. ... канд. филол. наук. — Л., 1968.

Бикбаева Л. М. Система средств выражения побудительной модальности в татарском и русском языках : автореф. дис. ... канд. филол. наук. — Тобольск, 2008.

Большакова Т. М. Состав и функционирование прескрипций и прохибитивов в немецкоязычных текстах директивно-регулятивного типа (прагмалингвистический и социокультурный аспекты) : автореф. дис. ... канд. филол. наук. — СПб., 2005.

Васильева А. Н. Глагол в разговорной речи. Императив // Русский язык за рубежом. 1969. № 1. С. 39—44.

Вельский А. В. Побудительная речь // Учен. зап. Моск. пед. ин-та иностр. яз. им. М. Тореза. — М., 1953. Т. 6.

Виноградов В. А. Структурная лингвистика // Большой энцикл. слов. 2000. URL: <http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc3p/283334> (дата обращения: 15.08.2011).

Вознесенская Ю. В. Речевые стратегии конфликта в немецкой политической коммуникации (на материале парламентских дебатов в Бундестаге) : автореф. дис. ... канд. филол. наук. — СПб., 2010.

Гончарова О. В. Просодия русского побуждения в условиях кабардино-черкесской интерференции (экспериментально-фонетическое исследование) : автореф. дис. ... канд. филол. наук. — Пятигорск, 2009.

Грайс Г. Логика и речевое общение // Новое в зарубежной лингвистике. — М., 1985. Т. 16 : Лингвистическая прагматика. С. 217—238.

Гринберг Дж., Осгуд Ч., Дженкинс Д. Меморандум о языковых универсалиях // Зарубежная лингвистика. — М. : Прогресс, 2002. Т. 2. С. 118—131.

Гусев В. Ю. Типология специализированных глагольных форм императива: дис. ... канд. филол. наук. — М., 2005.

Депутатова Н. А. Стимулирующие реплики побудительной семантики в английском и русском речевом дискурсе : автореф. дис. ... канд. филол. наук. — Казань, 2004.

Долинин К. А. Коммуникативные варианты французского простого предложения. — Л., 1975.

Закутская Н. Г. Формальный и коммуникативный аспекты директивных речевых актов в испанском языке : автореф. дис. ... канд. филол. наук. — Воронеж, 2003.

Зернов Б. Е. История императивного предложения в английском языке (древне- и среднеанглийский периоды) : дис. ... канд. филол. наук. — Л., 1971.

Иванова И. В., Рыболовлев Н. Р. Роль категории повелительности в организации директивного текста (на материале польского, русского и немецкого языков) // Функционально-типологические аспекты анализа императива. — М., 1990. Ч. 2. С. 31—35.

Изотов А. И. К вопросу о полной парадигме чешского императива // В. А. Богородицкий: научное наследие и современное языковедение : труды и материалы Междунар. науч. конф. (Казань, 4—7 мая 2007 г.) / Казан. гос. ун-т ; Ин-т языкозн. РАН ; Ин-т лингвист. исслед. РАН ; Казан. гос. ун-т им. В. И. Ульянова-Ленина. — Казань, 2007. Т. 1. С. 59—61.

Изотов А. И. Функционально-семантическая категория императивности в современном чешском языке как прагмалингвистический феномен : автореф. дис. ... д-ра филол. наук. — М., 2007.

Ирхин Ю. В., Зотов В. Д., Зотова Л. В. Политология. — М. : Юрист, 2002.

Карасик В. И. Язык социального статуса / Ин-т языкозн. РАН ; Волгогр. гос. пед. ин-т. — М., 1992.

Касевич В. Б. Труды по языкознанию / Филол. фак. СПбГУ. — СПб., 2006.

Киселева Л. А. Язык как средство воздействия. — Л., 1971.

Ковыльникова В. П. Модификации интонационной структуры побудительных предложений под влиянием эмоциональной окраски в немецком языке : автореф. дис. ... канд. филол. наук. — М. : МГПИИЯ, 1972.

Кондзеля Е. С. Функционально-семантическое поле побудительности и реализация его конститuentов в русской речи : автореф. дис. ... канд. филол. наук. — Киев, 1991.

Козьмин С. Г. Интонация побудительных предложений в немецком языке // Коллоквиум по экспериментальной фонетике и психологии речи. — М. : МГУ, 1966. С. 289—315.

Корди Е. Е. Оптатив и императив во французском языке. — СПб. : Нестор-История, 2009.

Кубарева Е. Е. Эксплицитные и имплицитные побудительные конструкции в английском языке (в сопоставлении с русским) // Сопоставительный лингвистический анализ : науч. тр. — Куйбышев, 1977.

Левус Г. П. Логическое содержание категории побудительности // Функционально-семантический анализ языковых единиц. — Алма-Ата, 1986.

Лубяной Е. Методы манипулятивного воздействия телевидения на общественное сознание. URL: <http://black.pr-online.ru/article.asp?art=392> (дата обращения: 17.08.2011).

Любимов А. О. Средства выражения побуждения в современном португальском языке : автореф. дис. ... канд. филол. наук. — М., 1984.

Маслова А. Ю. Коммуникативно-семантическая категория побудительности и ее реализация в славянских языках (на материале сербского и болгарского языков в сопоставлении с русским) : автореф. дис. ... д-ра филол. наук. — М., 2009.

Молчанова Г. П. Лексико-грамматическая характеристика императивных предложений в современном английском языке : автореф. дис. ... канд. филол. наук. — М., 1977.

Музыкантов Г. Ф. Немецкие перформативные глаголы со значением совета в структуре перформативных реплик. 1988. URL: http://tverlingua.by.ru/archive/012/muzykantov_07_12.htm (дата обращения: 17.08.2011).

Муллаянова Г. И. Побудительная модальность: императивные ситуации и их реализация в современном французском языке) : автореф. дис. ... канд. филол. наук. — Н. Новгород, 1997.

Нгуен Т. М. Аспекты функциональной морфологии: функционально-семантическая категория побудительности в русском и вьетнамском языках : автореф. дис. ... д-ра филол. наук. — М., 2000.

Неустроев К. С. Способы выражения побуждения и воздействия (на материале современного английского языка) : автореф. дис. ... канд. филол. наук. — Ростов н/Д, 2008.

Никитин М. В., Юданова Е. Т. Языковая суггестия. Убеждение, манипуляция сознанием, гипноз // Перспективные направления современной лингвистики. — СПб., 2003.

Новичкова Р. Н. О сложных синтаксических структурах, содержащих императивную форму // Филологические науки : науч. докл. высш. школы. 1981. № 3. С. 75—78.

Остин Дж. Л. Слово как действие // Новое в зарубежной лингвистике. — М., 1986. Вып. 17. С. 22—129.

Пазухин Р. А. Повелительное наклонение в испанском языке : автореф. дис. ... канд. филол. наук / ЛГУ. — Л., 1966.

Розенталь Д. Э., Теленкова М. А. Словарь-справочник лингвистических терминов. — М. : Просвещение, 1985.

Романов А. А. Коммуникативно-прагматические и семантические свойства немецких высказываний-просьб :

автореф. дис. ... канд. филол. наук / Калинин. гос. ун-т. — Калинин, 1982.

Рябенко В. С. Функционально-семантическое поле побудительности в современном немецком языке : автореф. дис. ... канд. филол. наук. — Минск, 1975.

Сагалова Е. С. Функционально-семантическое поле побудительности в древнеанглийском языке : автореф. дис. ... канд. филол. наук. — Н. Новгород, 2009.

Саранцацрал Ц. Речевые акты побуждения, их типы и способы выражения в русском языке : автореф. дис. ... д-ра филол. наук / МГУ. — М., 1993.

Серль Дж. Что такое речевой акт? // Новое в зарубежной лингвистике. — М., 1986. Вып. 17. С. 151—169.

Серль Дж., Вандервекен Д. Основные понятия исчисления речевых актов // Новое в зарубежной лингвистике. — М. : Прогресс, 1986. Вып. 19. С. 242—263.

Соколова М. А. Выражение волеизъявления в русских бытовых и деловых памятниках 16 в. // Учен. зап. ЛГУ. № 161. Сер. филол. наук. — Л., 1952. С. 52—79.

Ставицкая Т. Е. Просодия английских диалогических единств с побуждением в разных экстралингвистических условиях (экспериментально-фонетическое исследование) : автореф. дис. ... канд. филол. наук / ОГУ. — Одесса, 1984.

Стернин И. А. Коммуникативное и когнитивное сознание // С любовью к языку. — М. ; Воронеж, 2002. С. 44—51.

Сусов И. П. Побудительность: деятельность-коммуникативное и функционально-семантическое представление // Императив в разноструктурных языках. — Л., 1988. С. 125—127.

Филатова Е. А. Побудительные высказывания как речевые акты в современном русском языке : дис. ... канд. филол. наук. — М. : МГУ, 1997.

Формановская Н. И. Способы выражения просьбы в русском языке. Прагматический подход // Русский язык за рубежом. 1984. № 6. С. 67—73.

Хабилова Н. М. Способы выражения побудительных интенций в татарском и английском языках : дис. ... канд. филол. наук / Казан. гос. пед. ун-т. — Казань, 2006.

Хронополо Л. Ю. Императивная семантика и средства ее выражения в современном японском языке : автореф. дис. ... канд. филол. наук. — СПб., 2007.

Храковский В. С., Володин А. П. Семантика и типология императива: русский императив. — Л. : Наука, 1986.

Шелестюк Е. В. Речевое воздействие: онтология и методология исследования : автореф. дис. ... д-ра филол. наук. — Челябинск, 2009.

Шилихина К. М. Вербальные способы модификации поведения и эмоционально-психологического состояния собеседника в российской и американской коммуникативных культурах : автореф. дис. ... канд. филол. наук. — Воронеж, 1999.

Шмелёва Е. А. Разрешение и запрещение как побудительные речевые акты // Функционально-типологические аспекты анализа императива. — М., 1990. Ч. 2. С. 66—71.

Чудинов А. П. Метафорическая мозаика в современной политической коммуникации. — Екатеринбург, 2003.

Чудинов А. П. Политическая лингвистика. — М. : Флинта : Наука, 2008.

Юрова Г. А. Модально-стилистическая обусловленность просодии директивных актов разрешения и запрета : автореф. дис. ... канд. филол. наук. — Пятигорск, 1991.

Яковлева Г. Г. Директивный дискурс в диалогическом пространстве разных языков: строевые и функциональные аспекты описания : автореф. дис. ... д-ра филол. наук. — Тверь, 2005.

Bolinger D. The Imperatives in English // To Honor Roman Jakobson. Vol. 1. — The Hague-Paris, Mouton, 1967.

Broadie A. Imperatives // Mind. 1972. Vol. 81. № 322. P. 179—190.

Bownan E. The Classification of Imperative Sentences in English // Studies in Linguistics. 1963. V. 17. P. 23—28.

Davies E. E. The English Imperative. — L., 1986.

Levenston E. A. Imperative structures in English Linguistics. — Hague-Paris, 1989. № 50.

Morris P. Imperatives and orders // Theoria. 1960. Vol. 26. № 3. P. 183—200.

Risselada R. Imperatives and other directive expressions in Latin: A study in the pragmatics of a dead language. — Amsterdam, 1993.

Sommerfeldt K.-E., Schreiber H., Starke G. Grammatisch-semantische Felder. Einführung und Übungen. — Langenscheidt, 1996.

Статью рекомендует к публикации д-р филол. наук, проф. П. И. Шлейвис

Ф. И. Дотдаева

Пятигорск, Россия

F. I. Dotdaeva

Pyatigorsk, Russia

**САМОПРЕЗЕНТАЦИЯ ПРЕЗИДЕНТОВ США
(НА МАТЕРИАЛЕ АМЕРИКАНСКОГО
ПРЕЗИДЕНТСКОГО ДИСКУРСА)**

**THE USA PRESIDENTS' SELFPRESENTATION
(ON THE BASIS OF AMERICAN
PRESIDENTIAL DISCOURSE)**

***Аннотация.** Анализируется аксиологический коммуникативно-ролевой аспект американского президентского дискурса. Выделяются коммуникативные ценностно-личностные микророльи самопрезентации президентов США, а также языковые средства с ценностной коннотацией и коммуникативные тактики и стратегии, при помощи которых актуализируются эти микророльи.*

***Abstract.** This article deals with description of the complex unity of the USA Presidents' personal microroles of selfpresentation. This unity is analyzed in terms of both political linguistics and axiological linguistics. The article also deals with consideration of linguistic means with value connotation and communicative tactics and strategies by means of which above-mentioned microroles are actualized in the USA presidential discourse.*

***Ключевые слова:** американский президентский дискурс; коммуникативные ценностно-личностные микророльи самопрезентации президентов США; ценности.*

***Key words:** American presidential discourse; communicative value personality microroles of selfpresentation by the USA presidents; value.*

***Сведения об авторе:** Дотдаева Фатима Идрисовна, аспирант кафедры английской филологии, преподаватель кафедры практики межкультурного общения Института международного сервиса, туризма и иностранных языков.*

***About the author:** Dotdaeva Fatima Idrisovna, Postgraduate Student of the Chair of English Philology, Assistant Lecturer of the Chair of Practice of Intercultural Communication of the Institute of International Service, Tourism and Foreign Languages.*

Место работы: Пятигорский государственный лингвистический университет.

Place of employment: Pyatigorsk State Linguistic University.

***Контактная информация:** 357532, Пятигорск, проспект Калинина, 9.*

e-mail: lady.perta@yandex.ru.

Образ, или имидж, современного государства являет собой сложное многоуровневое наложение символов, метафор, персоналий и т. д. Одним из главных символов страны может выступать фигура президента. Многообразие жанров, в содержании текстов которых раскрывается образ президента, образует пространство презентационного президентского дискурса.

Мы не ставим целью изучение имиджа президента, это прерогатива специалистов PR и политологов, но считаем необходимым рассмотреть отдельно этот важный аспект политической жизни с позиций политической лингвистики. Как известно, имидж представляет собой многомерное, многоаспектное явление, которое включает как лингвистические компоненты, так и экстралингвистические (стиль одежды, манера поведения, хобби, жесты, походка и т. п.).

Для исследования лингвистико-аксиологической составляющей имиджа политического лидера в качестве языкового материала послужили официальные выступления президентов США в течение 1933—2011 гг. Представляется, что дискурс президентов США в указанных временных рамках влияет на мировой политический дискурс и в настоящее время, что объясняет актуальность и востребованность исследований в данном направлении.

Для нашего исследования релевантны лингвистические составляющие имиджа президента США, а именно микророльи, с которыми тот или иной глава государства ассоциируется у аудитории, а также языковые средства с ценностной коннотацией, коммуникативные тактики, используемые американскими президентами для актуализации этих микророльей в рамках доминантной коммуникативной стратегии самопрезентации.

Термин «микророль» использован нами в значении составной части социально-политической макророльи президента.

Приступая к раскрытию данного вопроса, считаем необходимым отметить, что имплицитная информация обладает колоссальным воздействующим потенциалом ввиду того, что «легко воспринимается адресатом и оказывает влияние на формирование мнения о рекламируемом объекте в обход процедур аналитической обработки информации, осуществляемых человеком» [Пирогова, Паршин 2000: 74].

В рамках настоящей статьи были использованы следующие методы исследования: критический анализ дискурса, контент-анализ, методы семантического и контекстуального анализа, а также метод интроспективного анализа.

Введенное нами понятие *коммуникативные ценностно-личностные микророльи самопрезентации* представляет собой совокупность личностных черт и характеристик, в обладании которыми политики убеждают аудиторию. Следует отметить, что речь идет о создании имиджа политика, составляющими частями которого являются упомянутые коммуникативные ценностно-личностные микророльи его самопрезентации. То есть политик, в частности президент США, в действительности может и не обладать теми чертами характера и характеристиками, которые на коммуникативном уровне, как правило, латентно актуализируются в рамках его самопрезентации.

Представленный в настоящей статье список коммуникативных ценностно-личностных микророльей не ограничивается двумя-тремя пунктами. Это объясняется тем, что актуализация каждой коммуникативной микророльи направлена на определенную возрастную, гендерную и социальную

группу реципиентов: у людей разного пола, возраста и социального положения есть различия в ценностных ориентациях, с учетом чего и создается коммуникативный ценностно-личностный образ политика, впоследствии реализуемый им при помощи когерентных коммуникативных тактик и стратегий.

Изучению ролевой структуры политического дискурса посвящены работы таких отечественных и зарубежных ученых, как Е. В. Бакумова, Г. Г. Почепцов, О. С. Иссерс, М. В. Карнаухова, А. К. Михальская, К. Burke и др.; вместе с тем коммуникативно-ролевой аспект американского президентского дискурса не получил детального освещения в политической лингвистике.

Для обозначения ценностно-личностных микроролей известный российский специалист в области политической лингвистики А. П. Чудинов использует другой термин — «речевые маски», которые, по его мнению, необходимы современным политическим лидерам, чтобы добиться успеха у избирателей. При этом речевое поведение политика в значительной степени продиктовано его социально-коммуникативной ролью, которая, в свою очередь, зависит от его социального статуса, используемых им коммуникативных стратегий, тактик и речевых приемов [Чудинов 2009: 127].

У Н. И. Чигридовой находим термин «коммуникативные роли». По ее мнению, эти роли актуализируют взаимосвязь социальных характеристик личности и ее языка/речи [Чигридова 1999: 80].

Разработкой коммуникативных микроролей занимается зачастую не сам президент, а специалисты PR, «имиджмейкеры», составляющие речи политика, определяющие в том числе экстралингвистические компоненты имиджа. Очевидно, что вышеупомянутые специалисты не изменяют самого человека, а корректируют производимое им на аудиторию впечатление. При этом хорошо зарекомендовал себя метод разработки ценностно-личностных моделей с опорой на стереотипы.

По мнению С. Г. Кара-Мурзы, «одним из сложных стереотипов является имидж, — специально выстроенный в ходе целой программы действий стереотипный образ политика или общественного деятеля. В имидже главное не то, что есть в реальности, а то, что мы хотим видеть, что нам нужно» [Кара-Мурза 2000: 372]. То есть имидж, а в его составе и коммуникативные ценностно-личностные микророли самопрезентации, предполагает соответствие активным ожиданиям людей — активным стереотипам массового сознания.

В изученном языковом материале мы обнаружили следующие коммуникативные ценностно-личностные микророли самопрезентации президентов США: 1) Лидер 'Leader', 2) Защитник 'Defender', 3) Реформатор 'Reformer', 4) Борец 'Fighter', 5) Набожный человек 'Pietist', 6) Избранник народа 'Elected representative', 7) Заботливый семьянин 'Caring family man', 8) Патриот 'Patriot', 9) Продолжатель традиций, преемник 'Successor', 10) Ответственное лицо 'Responsible official', 11) Мудрый правитель 'Solon'.

Представляется, что изучение коммуникативных ценностно-личностных микроролей самопре-

зентации президентов США будет органичным и исчерпывающим при рассмотрении их в совокупности с используемыми для их актуализации языковыми средствами с ценностной коннотацией и коммуникативными тактиками и стратегиями.

Как отмечает А. П. Чудинов, «...современная лингвистика заимствовала термины „стратегия“ и „тактика“ из теории планирования военных действий. Коммуникативная стратегия и коммуникативная тактика представляют собой планирование речевой деятельности, отбор принципов, способов и приемов, которые обеспечат достижение успеха. При этом к стратегии относится планирование в максимально обобщенном виде и ориентация на изменение политических взглядов адресата, на преобразование его отношения к тем или иным теориям, событиям, людям [Чудинов 2009: 141].

Мы делаем акцент на ценностной составляющей рассматриваемых микроролей ввиду того, что только использование ценностно заряженной лексики позволяет политику убеждать аудиторию и побуждать к конкретным действиям (голосованию, вступлению в партию или иную организацию и т. д.).

Рассмотрим подробнее ценностно-личностные коммуникативные микророли президентов США и языковые средства с ценностной коннотацией, коммуникативные стратегии и тактики, при помощи которых указанные микророли актуализируются.

1. ЛИДЕР (LEADER). Вне всяких сомнений, глава любой страны, а тем более президент США — страны, претендующей на очень многое в современном мире, должен всегда выглядеть достойным лидером, ввиду того что именно на это рассчитывали его избиратели, отдавая за него свои голоса.

Для актуализации коммуникативной ценностно-личностной микророли «Лидер» с наибольшей частотностью президенты США используют в своих обращениях следующие языковые средства (и их грамматические формы): *to lead* 'лидировать', *leadership*, *lead* 'лидерство', *American leadership* 'американское лидерство', *power* 'власть', *my power (as President)* 'в моей власти (на посту президента)', *American power* 'американская власть', *national power* 'национальная власть', *authority* 'авторитет, власть'.

Примером использования концепта-ценности *to lead* для актуализации коммуникативной ценностно-личностной микророли «Лидер» может служить отрывок из инаугурационной речи Дж. Кеннеди: *With a good conscience our only sure reward, with history the final judge of our deeds, let us go forth to lead the land we love, asking His blessing and His help, but knowing that here on earth God's work must truly be our own* [Kennedy, 1961]. — *С верой в то, что после суда истории несомненной наградой за наши дела будет наша чистая совесть, давайте пойдём вперед и поведем за собой страну, которую мы любим, прося Его благословения и Его помощи, но помня, что здесь, на Земле, дела Господа — это наши собственные дела.*

В приведенном примере хотелось бы отметить не только готовность президента Кеннеди

идти вперед и вести за собой страну, но и то, что он призывает всех помнить, что США, а имплицитно — сам Дж. Кеннеди, будет с благословления Господа Бога выполнять на Земле Его работу. Коммуникативная ценностно-личностная микророль «Лидер» в данном примере актуализируется при помощи фразового глагола-библейзма *go forth* (отправляться в путь, особенно с какой-либо целью) и глаголом *to lead* (вести, возглавлять).

Л. Джонсон в своей инаугурационной речи для актуализации коммуникативной микророли «Лидера» использует глагол *to lead* и устойчивое выражение *do one's best* (приложить максимум усилий): *I will repeat today what I said on that sorrowful day in November 1963: "I will lead and I will do the best I can"* [Johnson 1965]. — *Я повторю сегодня слова, которые я сказал в тот скорбный день в ноябре 1963: „Я буду управлять, я буду делать все, что в моих силах“.*

Ввиду того что президенты США избегают частой и явной самопрезентации в коммуникативной микророли «лидера», актуализация ими этой микророли в изученных нами обращениях ограничена глаголом *to lead*, существительными *power* и *authority*. Это объясняется тем, что чрезмерная коммуникативная эксплицитная самоидентификация президента как лидера предполагает демонстративный отрыв от большинства населения, от избирателей, и президенту столь декларативно-навязчиво «демократической» страны, как США, акцентировать излишнее внимание на данной коммуникативной ценностно-личностной микророли некорректно. Наоборот, американские президенты всячески убеждают свою нацию в равенстве абсолютно всех перед Богом, перед законом и т. д. Например, президент Д. Эйзенхауэр использует глагол *to rule* (править) с негативной коннотацией: *It decrees that we, the people, elect leaders not to rule but to serve* [Eisenhower, 1953]. — *Это определяет то, что мы — нация — избираем глав страны не для того, чтобы они правили, а для того, чтобы служили.*

В следующем примере президент Дж. У. Буш использует глагол *to lead* и, надо заметить, скромностью при этом не отличается: *If our country does not lead the cause of freedom, it will not be led* [Bush, 2001]. — *Если наша страна не будет возглавлять борьбу за свободу, никто ее не возглавит.*

Дж. У. Буш, говоря *our country* (наша страна), имплицитно говорит о себе, как о главном радете за свободу на этой планете, используя коммуникативную тактику семантического переноса. То же самое наблюдаем в следующем высказывании президента Р. Рейгана: *We have resumed our historic role as a leader of the free world* [Reagan, 1985]. — *Мы выступаем вновь в нашей исторической роли лидера свободного мира.*

В следующем примере действующий президент США для актуализации ценностно-личностной микророли «лидера» использует концепт *power* (власть), точнее — выражение *my power as President of the United States*, и такие коммуникативные тактики, как обещание и уверенная идентификация собственного мнения: *But I can promise you this: I pledge to do everything in my power as*

President of the United States to keep the American people safe [Obama 2009i]. — *Но я могу вам обещать: я клянусь делать все, что входит в мои властные полномочия на посту президента США, для обеспечения безопасности американцев.*

2. ЗАЩИТНИК (DEFENDER). Поскольку одной из важнейших ценностей, как витальной, социальной, так и политической, является безопасность, представляется рациональной коммуникативная самопрезентация президента в ценностно-личностной микророли «защитника» интересов избравших его граждан и государства в целом.

Для актуализации коммуникативной ценностно-личностной микророли «защитника» в выступлениях президентов США, по нашим наблюдениям, используются следующие языковые средства с положительной ценностной коннотацией в значении «защищать» (включая их грамматические формы): *defend, protect, safeguard, stand up for, uphold, preserve, plead, support*.

Ярким примером коммуникативной самопрезентации в ценностно-личностной микророли «защитника» является следующее высказывание президента Дж. У. Буша, в котором он использует глагол *to protect*: *My most solemn duty as President is to protect the American people* [Bush 2005d]. — *Мой священный долг в должности президента — защищать американский народ.*

В другом своем утверждении из первой инаугурационной речи Дж. У. Буш обещает защищать не только интересы США, но и союзников. Таким образом, он завуалированно сообщает, что является главным защитником не только Америки, но и других стран (но только тех, которые поддерживают его международную политику), чем в некотором смысле принижает способности глав других государств защищать интересы своих стран и одновременно преувеличивает свои. Другими словами, президент намеренно искажает представление реципиентов о своей деятельности на международной арене: *We will defend our allies and our interests* [Bush 2001]. — *Мы будем защищать наших союзников и наши интересы.*

В приведенном примере Дж. У. Буш для актуализации коммуникативной ценностно-личностной микророли «Защитник» оперирует лексемой *to defend* и использует коммуникативную тактику обещания защищать союзников и интересы, а также тактику семантического переноса: говоря *we (мы)*, сорок третий президент США имеет в виду себя.

Для американских президентов характерно обращение не только к жителям США и даже не только к жителям стран-союзниц, но и ко всему миру, что демонстрирует, например, президент Р. Никсон во втором инаугурационном обращении, также используя лексему *defend*: *We shall do our share in defending peace and freedom in the world* [Nixon 1973]. — *Мы, со своей стороны, будем защищать мир и свободу во всем мире.*

В следующем примере президент Дж. У. Буш актуализирует две микророли: «Лидер» и «Защитник», — используя для этого лексемы с ценностной коннотацией *authority* (власть) и *defense* (защита) соответственно: *And I'm grateful that the Congress listened to my concerns and retained the*

authority of the President to put the right people in the right place at the right time in the defense of our country [Bush 2002]. — *И я признателен Конгрессу за то, что там выслушали мои доводы и поддержали власть президента, в полномочия которого входит назначать нужных людей в нужном месте, в нужное время в целях защиты нашей страны.*

Необходимо также отметить использование в приведенном примере аргументативной коммуникативной тактики — апелляции к авторитетам (the Congress) и тактики повтора на стилистическом уровне (put the *right* people in the *right* place at the *right* time) для убеждения реципиентов в том, что все действия Дж. У. Буша на посту президента абсолютные и правильные.

3. РЕФОРМАТОР (REFORMER). Коммуникативная ценностно-личностная микророль «Реформатор» необходима в создании образа президента современного государства. Это обусловлено тем, что в любой стране большая часть населения ожидает перемен к лучшему и, избирая очередного президента, надеется на новый, более действенный подход со стороны нового главы государства к решению актуальных проблем. Для удовлетворения этих ожиданий избирателей президент коммуникативно реализует в процессе самопрезентации микророль «реформатора», человека с новым мышлением, понимающим, что времена меняются и требуют развития, обновления. Наглядным примером этому служит следующее высказывание Б. Обамы: *For the world has changed, and we must change with it* [Obama 2009a]. — *Ввиду того, что мир изменился, мы должны меняться вместе с ним.*

Для актуализации коммуникативной ценностно-личностной микророли «Реформатор» президенты США используют такие языковые средства с положительной ценностной коннотацией, как *to reform* (проводить реформы), *to reorganize* (реорганизовывать), *to renew* (реконструировать), *to revitalize* (восстанавливать), *to change* (изменять), *to restore* (возрождать, восстанавливать) и др.

Следует отметить, что в зависимости от степени актуальности тех или иных проблем президенты США делают акцент на необходимости проведения реформ в соответствующих областях общественной жизни. Например, Б. Обама в своем Обращении к нации от 24 февраля 2009 г. говорит о необходимости реформ в сфере медицинского обслуживания, социального страхования, а также в системе сберегательных счетов американцев: *Comprehensive health care reform is the best way to strengthen Medicare for years to come, and we must also begin a conversation on how to do the same for Social Security, while creating tax-free universal savings accounts for all Americans* [Obama 2009d]. — *Комплексная реформа системы здравоохранения — лучший способ повысить действенность „Медикэр“ на годы вперед. И мы также должны начать обсуждение реформы программы „Социальная защита“, одновременно создавая не облагаемые налогом универсальные депозитные счета для всех американцев.*

4. БОРЕЦ (FIGHTER). Данная коммуникативная ценностно-личностная модель отвечает ожидани-

ям избирателей, желающих видеть на посту президента человека, способного бороться как с социальной несправедливостью и недостатками в государственном аппарате внутри государства, так и с угрозами во внешнеполитическом пространстве. Примером может служить отрывок из инаугурационного обращения Б. Обамы: *...for those who seek to advance their aims by inducing terror and slaughtering innocents, we say to you now that our spirit is stronger and cannot be broken; you cannot outlast us, and we will defeat you* [Obama 2009a]. — *...тем, кто пытается достичь свои цели, поддерживая террор и убийства невинных людей, мы заявляем, что наш дух стал сильнее и нас не сломить, вы не сможете оказать нам сопротивление, мы уничтожим вас.*

Коммуникативная ценностно-личностная микророль «борца» актуализируется в американском президентском дискурсе при помощи следующих языковых средств с ценностной коннотацией, проявляющейся в контексте дискурса: *to fight* (бороться), *to defeat sb. (sth.)* (наносить поражение кому-либо (чему-либо), уничтожать), *to struggle* (бороться), *to battle* (бороться), *to oppose* (противостоять) и т. д.

В данном случае то, с кем, чем объявляют борьбу президенты США, зависит от актуальной в определенный период внутри- и внешнеполитической обстановки. Если в приведенном выше примере президент Б. Обама использует коммуникативную тактику обещания разгромить террористов и их приспешников, то, например, президент Дж. Картер использует ту же речевую тактику, но в качестве одних из важнейших врагов США на тот момент называет бедность, невежественность и несправедливость: *We will be ever vigilant and never vulnerable, and we will fight our wars against poverty, ignorance, and injustice — for those are the enemies against which our forces can be honorably marshaled* [Carter 1977]. — *Мы будем бдительны и не позволим себе слабости, и будем бороться с бедностью, невежественностью и несправедливостью, потому что это те враги, против которых нам следует направить наши силы.*

В приведенных отрывках из выступлений президентов Дж. Картера и Б. Обамы наблюдается «эволюция» антиценностей: на момент выступления президента Дж. Картера с инаугурационной речью актуальной была борьба с бедностью, невежеством и несправедливостью. В период, когда действующий президент США вступал в должность, на первом плане находилась, по его мнению, борьба с террористами и их приспешниками.

5. НАБОЖНЫЙ ЧЕЛОВЕК (PIETIST). Рациональность и релевантность реализации президентами США коммуникативной ценностно-личностной микророли «Набожный человек» обусловлены тем, что большинство населения Америки религиозно и, следовательно, им импонирует образ благочестивого, богобоязненного президента страны.

Актуализация микророли «набожного человека» в американском президентском дискурсе характеризуется высокой частотностью и реализуется с помощью различных интертекстуальных ссылок в виде цитат из Библии, а также посредством всевозможных обращений к Всевышнему: *the*

God, the Almighty God, the Lord, the Author, the Heavenly Father, the Maker of Heaven and earth, the Author of Liberty. Положительная ценностная сущность концепта *God* (Бог) и его синонимов представлена во всех без исключения примерах, выявленных нами в американском президентском дискурсе.

Изучение различных видов официальных обращений президентов США в период с 1933 по 2011 г. показало, что невозможно представить американский президентский дискурс без упоминания Бога, без взывания к Нему с просьбой о благословении Америки и/или своей деятельности на посту главы государства и т. д. Например: ... *with God's help, we can and will resolve the problems which now confront us* [Reagan 1981]. — ... с **Божьей** помощью мы сможем и будем решать проблемы, которые у нас сейчас имеются.

Набожность президентов США также проявляется в том, что редко какое из их официальных обращений заканчивается без упоминания Бога: *Thank you, God bless you, and God bless the United States of America* [Obama 2009e]. — *Спасибо, да благословит вас Бог, и да благословит Бог Соединенные Штаты Америки.*

6. ИЗБРАННИК НАРОДА (ELECTED REPRESENTATIVE). Президенты такой декларативно и навязчиво демократической страны, как США, не могут периодически не упоминать, что они избраны своим народом. Коммуникативная микророль «Избранник народа» актуализируется в американском президентском дискурсе при помощи существительного *election(s)*, глагола *elect* (избирать), причастия *elected* (избранный).

Ярким примером актуализации коммуникативной микророли «Избранник народа» в американском президентском дискурсе является высказывание президента Барака Обамы в обращении к нации от 21 мая 2009 г.: *I'm an elected official; I understand these problems arouse passions and concerns. ... But I have no interest in spending all of our time relitigating the policies of the last eight years. I'll leave that to others. I want to solve these problems, and I want to solve them together as Americans* [Obama 2009e]. — *Я — выборное лицо. Я понимаю, что эти проблемы вызывают бурную реакцию и беспокойство. ... Но я не заинтересован провести все наше время, снова и снова осуждая политический курс последних восьми лет. Пусть этим занимаются другие. Я хочу решить эти проблемы, и я хочу, чтобы мы решили их вместе, как американцы.*

В приведенном примере действующий президент США имплицитно показывает свое негативное отношение к политическому курсу Дж. У. Буша, чем актуализирует коммуникативную стратегию дискредитации предшественника на посту президента, и выражает готовность решить проблемы, которые накопились за время пребывания у власти сорок третьего президента. При этом в высказывании Барака Обамы используется коммуникативная тактика консолидации (*I want to solve them together as Americans*) с использованием «мы-дискурса», которая служит для противопоставления президенту Дж. У. Бушу и в то же время объединению его (Б. Обамы) с американским народом.

В следующем примере коммуникативную микророль «Избранник народа» репрезентирует президент Рональд Рейган: *You elected us in 1980 to end this prescription for disaster, and I don't believe you reelected us in 1984 to reverse the course* [Reagan 1985]. — *Вы избрали нас в 1980 г. для того, чтобы положить конец неотвратимо приближающейся катастрофе, и я не думаю, что вы переизбрали нас в 1984 г. для того, чтобы изменить курс.*

В приведенном примере сороковой президент США использует коммуникативную стратегию восхваления своих достижений, тем самым обосновывая, что проводимый им политический курс является единственно правильным. Это, по его мнению, доказывает и то обстоятельство, что американский народ переизбрал его на пост президента во второй раз. А это, в свою очередь, приводит нас к выводу о том, что таким образом Р. Рейган перекладывает ответственность за свои политические действия на посту президента на плечи людей, которые за него проголосовали, как бы говоря: «Я делаю только все то, чего вы от меня ожидаете».

В связи с этим представляется уместным привести здесь мнение доктора Пола Крэйга Робертса (Dr. Paul Craig Roberts), бывшего помощника министра финансов, редактора газеты «Уолл-стрит джорнал» (The Wall Street Journal), профессора политэкономии в Центре стратегических и международных исследований Джорджтауновского университета, который говорит, что политические выборы в США ничего не значат, так как обе политические партии США завязаны от одних и тех же влиятельных групп с особыми интересами, получая от них деньги на проведение избирательных кампаний. Самые влиятельные группы с особыми интересами — это военно-промышленный комплекс и комплекс госбезопасности, в который входят Пентагон, ЦРУ и обслуживающие их корпорации, Американско-Израильский комитет по общественным связям, нефтепромышленность, уничтожающая Мексиканский залив, Уолл-стрит (инвестиционные банки и хеджевые фонды), страховые компании, фармацевтические компании и сельскохозяйственные компании, производящие еду сомнительного содержания [Робертс 2010].

7. ЗАБОТЛИВЫЙ СЕМЬЯНИН (CARING FAMILY MAN). Считается само собой разумеющимся, что президент должен служить примером для своих избирателей не только в профессиональном плане, но и в личной жизни — в семейных отношениях. Для актуализации микророли «заботливого семьянина» (Caring family man) президенты США используют следующие языковые средства в положительном ценностном контексте: *family(-ies)* 'семья (семьи)', *father* 'отец (отцы)', *brother(s)* 'брат(ья)', *mother* 'мать (матери)', *sister(s)* 'сестра (сестры)', *grandchildren* 'внук(и)', *child (children)* 'ребенок (дети)': ...*I know we can be better fathers and better brothers and better mothers and sisters in our own families* [Obama 2009h]. — ...я знаю, мы можем быть лучшими отцами, и лучшими братьями, и лучшими матерями, и лучшими сестрами внутри наших семей.

Кроме того, ссылки на традиционные ценности (семья, будущее детей), апелляции к эмоци-

ям, родительским чувствам являются эффективными коммуникативными тактиками, которые используются президентами США для самопрезентации в микророли «заботливого семьянина»: 1) *And I think we have a duty to worry about our children and our grandchildren* [Bush 2005c]. — *И я думаю, мы должны заботиться о наших детях и внуках*; 2) *But I had some breaks. That mother of mine, she gave me love; she pushed me, she cared about my education; she took no lip; she taught me right from wrong. Because of her, I had a chance to make the most of my abilities. I had the chance to make the most of my opportunities. I had the chance to make the most of my life* [Obama 2009b]. — *Но у меня были преимущества. Это все моя мама, она одарила меня любовью, она направляла меня, она занималась моим образованием, она не позволяла себе быть неискренней, она научила меня отличать правильное от неправильного. Благодаря ей у меня была возможность применить свои способности. У меня была возможность пользоваться перспективами. У меня была возможность добиться в жизни самых больших успехов.*

В приведенном примере президент Б. Обама использует кооммуникативные тактики с ценностной коннотацией: апелляции к родительским чувствам (that mother of mine...), повтор (she...; I had a chance to make the most of...) и апелляции к эмоциям (she gave me love; she pushed me, she cared about my education).

8. ПАТРИОТ (PATRIOT). Само собой разумеется, президент любой страны должен быть патриотом своей родины, более того, он должен быть образцом патриотичного отношения к Родине. Для президентов такой многонациональной страны, как США, самопрезентация в микророли «патриота» особенно актуальна.

Для реализации этой коммуникативной ценностно-личностной микророли президенты США используют такие выражения с ценностной коннотацией, выводимой из контекста, как *beloved country, beloved land, devotion to country, the land (the place) we love, our nation*. Среди ценностных языковых средств, служащих для вербализации самопрезентации в названной микророли, используются лексемы *patriotism, love, devotion* и т. д.: *Patriotism means equipped forces and a prepared citizenry* [Eisenhower 1953]. — *Патриотизм — это экипированные войска и зрелое гражданское общество.*

Наравне с лексическими средствами президенты США для актуализации микророли «патриота» используют и коммуникативные тактики и стратегии. Например, президент Дж. Г. У. Буш в своей инаугурационной речи говорит о том, что Америку нельзя не любить, используя при этом коммуникативную тактику апелляции к эмоциям: *America today is a proud, free nation, decent and civil, a place we cannot help but love* [Bush 1989]. — *Сегодня Америка — это гордая, свободная нация, достойная и цивилизованная, это дом, который мы не можем не любить.*

В приведенном примере президент Дж. Г. У. Буш объединяет себя с аудиторией при помощи местоимения *we*, чтобы подчеркнуть свою

солидарность, общность со своими согражданами, тем самым актуализируя «мы-дискурс» и используя коммуникативную тактику консолидации.

Необходимо также отметить, что в данном примере для самопрезентации в микророли «патриота» президент Дж. Г. У. Буш использует такие концепты-ценности, как *proud* (гордый), *free* (свободный), *decent* (достойный), *civil* (цивилизованный), ценностная коннотация которых выводима из контекста высказывания.

Обращение к упомянутой тактике консолидации для актуализации микророли «Патриот» — обычное явление в обращениях президентов США. Например, президент Б. Обама в Обращении к нации использовал интегрирующее выражение *every American who is sitting here* (каждый американец) с той же целью: *But I also know that every American who is sitting here tonight loves this country and wants it to succeed* [Obama 2009d]. — *Но я также знаю, что каждый американец, который сидит здесь в этот вечер, любит эту страну и хочет, чтобы она процветала.*

В приведенном примере следует отметить также использование президентом Б. Обамой коммуникативной тактики апелляции к эмоциям (*every American ... loves this country*) для имплицитной самопрезентации в коммуникативной ценностно-личностной микророли «патриота».

Для нашего исследования представляет интерес следующее высказывание из первого инаугурационного обращения президента Дж. У. Буша: *America has never been united by blood or birth or soil. We are bound by ideals that move us beyond our backgrounds, lift us above our interests and teach us what it means to be citizens* [Bush 2001]. — *Америка не объединена ни кровным родством, ни происхождением, ни территорией проживания. Мы связаны идеалами, которые двигают нас вперед, поднимают нас выше наших интересов и учат нас тому, что значит быть гражданами.*

Приведенный пример показывает, что у сорок третьего президента США весьма своеобразное представление о Родине, патриотизме, так как значения этих концептов для него сведены к неким абстрактным идеалам. Точнее будет сказать, что концепт Родина не представлен в американском президентском дискурсе, как видно из приведенных примеров, для глав государства ценность представляет страна (*country*), нация (*nation*), тогда как, например, для россиянина концепты «Родина», «Отечество» являются несомненными ценностями и прямо связаны с концептом «Патриотизм». С большой долей вероятности можем предположить, что под идеалами в данном случае подразумевалась американская национальная идея — Американская мечта, к которой, как известно, стремится большинство жителей США.

Мы, вслед за Л. П. Бердниковой, считаем, что «американская мечта — понятие растяжимое, прямого определения не существует. В зависимости от контекста может означать разные варианты.

Американская мечта — это обозначение:

- высокого жизненного стандарта (собственный дом, высокооплачиваемая работа),
- славы,

– перехода в более высокий социальный класс,
– но может также указывать на интеллектуально полноценную жизнь» [Бердникова 2010: 41].

В словаре «АВВУ Lingvo 12» находим следующее определение «американской мечты»: *идеалы свободы и открытых возможностей для всех, основанные на вере в безграничные возможности США и их исключительное место в мире, которыми руководствовались, согласно официальной американской политической мифологии, „отцы-основатели“ (Forefathers, Founding Fathers) Соединенных Штатов Америки. В широком понимании: американские ценности, от самых высоких до простой мечты американца о собственном доме* [Электронный словарь АВВУ Lingvo 12]. Проще говоря, американская мечта — это мечта о богатстве в любом его понимании.

В свете вышесказанного мы приходим к выводу, что своеобразие представления о патриотизме Дж. У. Буша основывается на концепции американского индивидуализма, которая отражает представление об американцах как о людях, привыкших рассчитывать только на собственные силы и возможности (*self-reliance*) и воспитывающих в таком же духе своих детей [Электронный словарь АВВУ Lingvo 12].

Возвращаясь к клише «американская мечта», мы обнаруживаем его и у президента Б. Клинтона в его второй инаугурационной речи: ***May those generations whose faces we cannot yet see, whose names we may never know, say of us here that we led our beloved land into a new century with the American Dream alive for all her children; ... with America's bright flame of freedom spreading throughout all the world*** [Clinton 1997]. — *Могут ли те поколения, чьих лиц мы пока не видим, чьих имен мы, возможно, никогда не узнаем, сказать о нас, что мы вели нашу любимую страну в новый век, где Американская мечта осуществима для каждого ее ребенка, ... с американским ярким светом свободы, распространяющимся по всему миру.*

Помимо клише «американская мечта», в приведенном примере сорок второй президент США для самопрезентации в микророли «патриота» использует выражение *beloved land* (любимая страна). Консолидирующую функцию здесь выполняют местоимения *we* (мы), *us* (нас). Но наибольший интерес вызывает часть высказывания об «американском свете свободы, распространяющемся по всему миру», которая свидетельствует, что и его правительству «тесно» в пределах своей страны, и оно стремится к мировому господству, прикрываясь возвышенными, пафосными выражениями (*America's bright flame of freedom — американский яркий свет свободы*), которые выполняют манипулятивно-идеологическую функцию.

9. Продолжатель традиций (SUCCESSOR). Как отмечает Е. В. Бакумова, для американского политического портрета частотным является обращение к идее преемственности поколений: герой политического портрета предстает как преемник, ученик более опытного и знающего политика, продолжатель дела национальных лидеров. Этим подчеркивается идея приверженности национальным ценностям, необходимость их сохра-

нения и дальнейшего прославления [Бакумова 2002: 85].

Всем известен такой трюизм, как «без прошлого нет будущего». Это помнят и отражают в своих выступлениях президенты США с целью имплицитной самопрезентации в ценностно-личностной микророли «Продолжатель традиций».

Для актуализации данной коммуникативной микророли в американском президентском дискурсе используется концепт-ценность *tradition* (традиция), ценностная коннотация которого отражена в контексте дискурса президентов США.

Ссылка на традиции является коммуникативной тактикой, тем более в случае использования в ценностном контексте, как, например, в высказывании президента Дж. У. Буша во втором инаугурационном обращении: *Yet because we have acted in the great liberating tradition of this nation, tens of millions have achieved their freedom* [Bush 2005a]. — *Кроме того, так как мы действовали в соответствии с великой освободительной традицией этой нации — стремлением к свободе, — десятки миллионов людей получили свободу.*

В следующем примере президент Дж. У. Буш, как обычно, не отличается скромностью и, помимо упоминания о существующих традициях, говорит, что он дает начало новым традициям: *With a simple oath, we affirm old traditions and make new beginnings* [Bush, 2001]. — *Простой клятвой мы подтверждаем преданность давним традициям и даем начало новым.*

Президент Б. Обама в следующем отрывке использует коммуникативную тактику апелляции к авторитету президента Дж. Ф. Кеннеди:

This morning, I'm reminded of words President Kennedy spoke in another time of uncertainty. «Do not pray for easy lives. Pray to be stronger men. Do not pray for tasks equal to your powers. Pray for powers equal to your tasks» [Obama, 2009b]. — *Этим утром мне напомнили о словах президента Кеннеди, которые он произнес в другое беспокойное время: „Не молитесь о легких судьбах. Молитесь о том, чтобы быть сильнее. Не молитесь о задачах, равных вашим возможностям. Молитесь о возможностях, равных вашим задачам“.*

10. Ответственное лицо (RESPONSIBLE OFFICIAL). Первое лицо государства, как известно, обладает широким спектром полномочий и прав, в то же время на его плечах лежит большая ответственность. Данное обстоятельство не обходит вниманием в своих выступлениях главы США. В рамках коммуникативной стратегии восхваления своих положительных качеств и достижений американские президенты используют речевую тактику самоидентификации в роли «ответственного лица», при этом нередко указывается на исключительную ответственность, которую несет президент.

Для актуализации коммуникативной микророли «Ответственное лицо» в американском президентском дискурсе используется концепт с ценностной коннотацией *responsibility* (ответственность) и его грамматические формы.

Примером актуализации президентом США коммуникативной микророли «Ответственное лицо» служит высказывание действующего президента Б. Обамы: *For ultimately, the buck stops with*

me. As President, I have a **solemn responsibility** to **protect** our nation and our people. And when the system fails, it is my **responsibility** [Обама 2010]. — Подведу итогу: я являюсь конечной инстанцией. Так как я — президент, моя святая **обязанность защищать** нашу нацию и наш народ. И когда в системе происходит сбой, **ответственность** несу я.

В приведенном примере наравне с микроролю «Ответственное лицо» действующий президент США актуализирует коммуникативную ценностно-личностную микроролю «Защитник».

В следующем примере действующий президент США говорит о том, как ответственно он подошел к вопросу о размещении американских войск на территории Афганистана, ввиду того что этого шага требовала «ситуация в Афганистане и Пакистане» (*the situation in Afghanistan and Pakistan*). Тем самым Б. Обама распространяет сферу своей ответственности далеко за пределы государства, президентом которого был избран: *There is no more solemn duty as President than the decision to deploy our armed forces into harm's way. I do it today mindful that the situation in Afghanistan and Pakistan demands urgent attention and swift action* [Обама 2009с]. — *Нет более серьезного долга для президента, чем решение разместить наши вооруженные силы там, где опасно. Я делаю это сегодня, осознавая, что ситуация в Афганистане и Пакистане безотлагательно требует внимания и стремительных действий.*

Необходимо также отметить, что в приведенном примере сорок четвертый президент для актуализации коммуникативной ценностно-личностной микророли «Ответственное лицо» использует концепт *duty* (долг), близкий по значению к концепту *responsibility* (ответственность), при этом ценностная коннотация обоих концептов заложена в контексте высказываний.

В следующем примере прослеживается эволюция ценностей, так как бремя ответственности за весь мир действующий президент США в высказывании на совместной пресс-конференции с президентом Д. А. Медведевым разделяет с нашей страной, тогда как президенты США до него не доверяли этого никому, кроме себя самих: *And such powerful states as the United States of America and the Russian Federation have special responsibility for everything that is happening on our planet* [Обама 2009f]. — *А такие влиятельные государства, как Соединенные Штаты Америки и Российская Федерация, несут особую ответственность за все, что происходит на нашей планете.*

В следующем отрывке действующий президент США для актуализации коммуникативной ценностно-личностной микророли «ответственного лица» использует концепт *accountability* (ответственность), ценностная коннотация которого является из контекста: *We have to promote transparency, accountability, rule of law on which investments and economic growth depend* [Обама 2009g]. — *Мы должны поддерживать прозрачность, ответственность, принцип господства закона, от которых зависят инвестиции и экономический рост.*

11. МУДРЫЙ ПРАВИТЕЛЬ (SOLON). Общеизвестно, что одним из ценных качеств главы государства является мудрость. Самопрезентация в коммуникативной ценностно-личностной микророли «Мудрый правитель» в американском президентском дискурсе является востребованной, и следовательно, выигрышной в любой исторический период.

Президенты США для актуализации этой коммуникативной ценностно-личностной микророли используют следующие лексические средства с ценностной коннотацией, реализуемой в контексте высказываний: *wise* (мудрый), *reasonable* (разумный), *sensible* (благоразумный), *rational* (рациональный), *prudent* (рассудительный), *discreet* (осмотрительный), включая их грамматические формы: *This is no unsolvable problem if we face it wisely and courageously* [Roosevelt 1933]. — *Это не является неразрешимой проблемой, если мы возьмемся за ее решение с мудростью и решимостью.*

В следующем примере президент Дж. У. Буш для актуализации микророли «мудрого правителя» помимо языковых средств *rational* и *reasonable* использует коммуникативную тактику апелляции к родительским чувствам, говоря о школах — образовании детей представляет важный вопрос для родителей (*what we will not do is allow schools to lower standards*): *And so, in other words, we'll be rational and reasonable, but what we will not do is allow schools to lower standards* [Bush 2006]. — *Итак, другими словами, мы будем рациональными и благоразумными, но чего мы не будем делать — это не позволим школам снижать стандарты образования.*

Также мы наблюдаем эксплицитную самопрезентацию в микророли «мудрого правителя» в следующем высказывании сорок третьего президента США: *But I'm wise enough not to second-guess the intentions of the United States Congress* [Bush 2005d]. — *Я достаточно мудр, чтобы не критиковать намерения Конгресса США.*

Подводя итог исследованию выявленных нами коммуникативных ценностно-личностных микроролей самопрезентации в американском президентском дискурсе (1) Лидер 'Leader', 2) Защитник 'Defender', 3) Реформатор 'Reformer', 4) Борец 'Fighter', 5) Набожный человек 'Pietist', 6) Избранный народа 'Elected representative', 7) Заботливый семьянин 'Caring family man', 8) Патриот 'Patriot', 9) Продолжатель традиций 'Successor', 10) Ответственное лицо 'Responsible official', 11) Мудрый правитель 'Solon') как составных частей «глобальной» реализации социально-политической макророли президента, мы приходим к следующим выводам.

В целях идентификации всех перечисленных коммуникативных ценностно-личностных микроролей мы выявили языковые средства (и их грамматические формы) с ценностной коннотацией, используемые американскими президентами для реализации каждой микророли, а именно: при осуществлении самопрезентации в микророли «лидера» (Leader) встречаются следующие концепты-ценности: *to lead, leadership, lead, American leadership, power, my power (as President), Ameri-*

can power, national power, authority; в микророли «защитника» (Defender) — *defend, protect, safeguard, stand up for, uphold, preserve, plead, support*; в микророли «реформатора» (Reformer) — *to reform, to reorganize, to renew, to revitalize, to change, to restore*; в микророли «борца» (Fighter) — *to fight, to defeat sb. (sth.), to struggle, to battle, to oppose*; в микророли «набожного человека» (Pietist) — *the God, the Almighty God, the Lord, the Author, the Heavenly Father, the Maker of Heaven and earth, the Author of Liberty*; в микророли «избранника народа» (Elected representative) — существительное *election(s)*, глагол *elect* и причастие *elect*; в микророли «заботливого семьянина» (Caring family man) — *family(-ies), father, brother(s), mother, sister(s), grandchildren, child (children)*; в микророли «патриота» (Patriot) — выражения *beloved country, beloved land, devotion to country, the land (the place) we love, our nation*, концепты-ценности *patriotism, love, devotion*; в микророли «продолжателя традиций» (Successor) — *tradition(s)*; в микророли «ответственного лица» (Responsible official) — *responsibility, duty, accountability*; в микророли «мудрого правителя» (Solon) — *wise, reasonable, sensible, rational, prudent, discreet*.

Реализация в дискурсе американских президентов перечисленных выше коммуникативных ценностно-личностных микроролей самопрезентации обусловлена тем, что актуализация каждой из этих микроролей направлена на удовлетворение ожиданий реципиентов — представителей различных возрастных, гендерных и социальных групп. Это объясняется тем, что у людей разного пола, возраста и социального положения существуют значительные различия в ценностных ориентациях, с учетом чего и создается коммуникативный ценностно-личностный образ президента, впоследствии реализуемый им посредством когерентных коммуникативных тактик и стратегий.

В исследованном нами американском президентском дискурсе в рамках доминантной коммуникативной стратегии самопрезентации выявлены следующие второстепенные коммуникативные стратегии: дискредитации предшественника на посту президента, восхваления своих достижений, интеграции, установления доверительных отношений с аудиторией. Для успешной реализации перечисленных коммуникативных стратегий президенты США используют в своих выступлениях такие тактики, как семантический перенос, обещание, уверенная идентификация собственного мнения, апелляция к авторитету, повтор, консолидация, апелляция к родительским чувствам, ссылка на традиции, апелляция к эмоциям, интимизация, мининарратив, косвенное побуждение, мьдискурс, самоирония.

Лингвистическое исследование коммуникативных ценностно-личностных микроролей самопрезентации в американском президентском дискурсе выявило высокий манипулятивно-идеологический потенциал этих лингвистических компонентов имиджа президента.

Представляется, что дальнейшее изучение коммуникативных ценностно-личностных микроролей самопрезентации политических лидеров является перспективным и востребованным на-

правлением в политической лингвистике. Свидетельством этому служит нарастающий интерес в обществе к языку глав государств, в частности президентов США, который влечет за собой желание не просто слушать и верить всему, что декларируется с политических трибун, но и понимать истинные цели и мотивы тех или иных политических коммуникативных действий.

ЛИТЕРАТУРА

Бакумова Е. В. Ролевая структура политического дискурса : дис. ... канд. филол. наук. — Волгоград, 2002.

Бердникова Л. П. Концепт «патриотизм» в американском политическом дискурсе // Материалы Междунар. конф. «Профессионально ориентированное обучение иностранному языку и переводу в вузе» / РУДН. — М., 2010. С. 38—43.

Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием. — М. : Эксмо, 2000.

Рекламный текст: семиотика и лингвистика / отв. ред. Ю. К. Пирогова, П. Б. Паршин. — М. : ИД Гребенникова, 2000.

Робертс П. К. «Чума для всего мира: США — это „несостоявшееся государство“» // Мировой экономический кризис : хроника и комментарий. URL: http://worldcrisis.ru/crisis/756423?PARENTURBR=wc_politics&PA-RENTORDER=-RITTEN%2C-PUBLISHED (дата обращения: 24.04.2011).

Чудинов А. П. Современная политическая коммуникация : учеб. пособие / Урал. гос. пед. ун-т. — Екатеринбург, 2009.

Чигридова Н. И. Речевое поведение и коммуникативные роли авторов деловых писем // Донской юридический институт: личность, речь и юридическая практика : сб. науч. тр. / ДЮИ. — Ростов н/Д, 1999. Вып. 2. С. 77—82.

Электронный словарь ABBYY Lingvo 12 (Английская версия). 2006.

ИСТОЧНИКИ

Bush G. H. W. Inaugural Address, January 20, 1989 // The American Presidency Project. URL: <http://www.presidency.ucsb.edu/ws/index.php?pid=16610#axzz1Uo6TZSki> (дата обращения: 16.05.2010).

Bush G. W. First Inaugural Address, January 20, 2001 // The American Presidency Project. URL: <http://www.presidency.ucsb.edu/ws/index.php?pid=25853#axzz1Uo6TZSki> (дата обращения: 19.08.2009).

Bush G. W. Remarks on Signing the Homeland Security Act of 2002, November 25, 2002 // The American Presidency Project. URL: <http://www.presidency.ucsb.edu/ws/index.php?pid=63129&st=&st1=#axzz1Uo6TZSki> (дата обращения: 14.04.2010).

Bush G. W. Second Inaugural Address, January 20, 2005a // The American Presidency Project. URL: <http://www.presidency.ucsb.edu/ws/index.php?pid=58745#axzz1Uo6TZSki> (дата обращения: 21.08.2009).

Bush G. W. Presidential Conversation on Social Security, Montana, February 3, 2005b // PresidentialRhetoric.com. URL: <http://www.presidentialrhetoric.com/speeches/02.03.05.html> (дата обращения: 21.08.2009).

Bush G. W. Press Conference, March 16, 2005c // The American Presidency Project. URL: <http://www.presidency.ucsb.edu/ws/index.php?pid=63360&st=&st1=#axzz1Uo6TZSki> (дата обращения: 19.08.2009).

Bush G. W. Renewing the Patriot Act, June 9, 2005d // PresidentialRhetoric.com. URL: <http://www.presidentialrhetoric.com/speeches/06.09.05.html> (дата обращения: 06.11.2008).

Bush G. W. No Child Left Behind & American Education: Address in North Carolina, Greensboro, October 18,

2006 // The American Presidency Project. URL: <http://www.presidency.ucsb.edu/ws/index.php?pid=82787&st=&st1=#axzz1Uo6TZSki> (дата обращения: 06.08.2009).

Carter J. E. Inaugural Address, January 20, 1977 // The American Presidency Project. URL: <http://www.presidency.ucsb.edu/ws/index.php?pid=6575#axzz1Uo6TZSki> (дата обращения: 06.10.2009).

Clinton W. J. Second Inaugural Address, January 20, 1997 // Bartleby.com — Great Books Online. URL: <http://www.bartleby.com/124/pres65.html> (дата обращения: 03.02.2010).

Eisenhower D. D. First Inaugural Address, Tuesday, January 20, 1953 // Bartleby.com — Great Books Online. URL: <http://www.bartleby.com/124/pres54.html> (дата обращения: 06.10.2009).

Johnson L. B. Inaugural Address, Wednesday, January 20, 1965 // Bartleby.com — Great Books Online. URL: <http://www.bartleby.com/124/pres57.html> (дата обращения: 25.10.2010).

Kennedy J. F. Inaugural Address, Friday, January 20, 1961 // Bartleby.com — Great Books Online. URL: <http://www.bartleby.com/124/pres56.html> (дата обращения: 15.07.2009).

Nixon R. M. Second Inaugural Address, Saturday, January 20, 1973 // Bartleby.com — Great Books Online. URL: <http://www.bartleby.com/124/pres59.html> (дата обращения: 15.07.2009).

Obama B. H. Inaugural Address, January 20, 2009a // The American Presidency Project. URL: <http://www.presidency.ucsb.edu/ws/index.php?pid=44#axzz1Uo6TZSki> (дата обращения: 15.07.2009).

Obama B. H. Weekly Address of the President to the Nation, February 14, 2009b // The White House. Washington. URL: <http://www.whitehouse.gov/blog/09/02/14/A-major-milestone/> (дата обращения: 15.07.2009).

Obama B. H. Statement by the President on Afghanistan, Tuesday, February 17, 2009c // The White House. Washington. URL: http://www.whitehouse.gov/the_press_office/Statement-by-the-President-on-Afghanistan/ (дата обращения: 15.07.2009).

Obama B. H. The State of the Nation: Address to a Joint Session of Congress, February 24, 2009d // PresidentialRhetoric.com. URL: <http://www.presidentialrhetoric.com/speeches/04.29.09.html> (дата обращения: 15.07.2009).

Obama B. H. The Challenges of National Security: Ad-

dress at the National Archives, May 21, 2009e // PresidentialRhetoric.com. URL: <http://www.presidentialrhetoric.com/speeches/05.21.09.html> (дата обращения: 15.07.2009).

Obama B. H. The President's News Conference With President Dmitry A. Medvedev of Russia, The Kremlin, Moscow, Russia, July 6, 2009f // The American Presidency Project. URL: <http://www.presidency.ucsb.edu/ws/index.php?pid=86378&st=&st1=#axzz1Uo6TZSki> (дата обращения: 23.09.2009).

Obama B. H. Remarks by the president at parallel business summit, Manezh Exhibition Hall, Moscow, Russia, July 7, 2009g // The American Presidency Project. URL: <http://www.presidency.ucsb.edu/ws/index.php?pid=86381&st=&st1=#axzz1Uo6TZSki> (дата обращения: 15.12.2010).

Obama B. H. Remarks at the NAACP 100th Anniversary Convention, July 16, 2009h // PresidentialRhetoric.com. URL: <http://www.presidentialrhetoric.com/speeches/07.16.09.html> (дата обращения: 30.11.2009).

Obama B. H. Remarks by the President to Joint Terrorism Task Force Staff Members, October 20, 2009i // The White House. Washington. URL: <http://www.whitehouse.gov/the-press-office/remarks-president-joint-terrorism-task-force-staff-members> (дата обращения: 15.04.2011).

Obama B. H. Remarks by the President on Strengthening Intelligence and Aviation Security, January 07, 2010 // The White House. Washington. URL: <http://www.whitehouse.gov/the-press-office/remarks-president-strengthening-intelligence-and-aviation-security> (дата обращения: 12.07.2010).

Reagan R. W. First Inaugural Address, Tuesday, January 20, 1981 // Bartleby.com — Great Books Online. URL: <http://www.bartleby.com/124/pres61.html> (дата обращения: 15.07.2009).

Reagan R. W. Address Before a Joint Session of the Congress on the State of the Union, February 6, 1985 // The Ronald Reagan Presidential Library. URL: <http://www.reagan.utexas.edu/archives/speeches/1985/20685e.htm> (дата обращения: 15.07.2009).

Reagan R. W. Second Inaugural Address, January 21, 1985 // Bartleby.com — Great Books Online. URL: <http://www.bartleby.com/124/pres62.html> (дата обращения: 15.07.2009).

Roosevelt F. D. First Inaugural Address, Saturday, March 4, 1933 // Bartleby.com — Great Books Online. URL: <http://www.bartleby.com/124/pres49.html> (дата обращения: 15.07.2009).

Статью рекомендует к публикации д-р пед. наук, проф. А. М. Акопянц

О. М. Коробкова
Москва, Россия

О. М. Korobkova
Moscow, Russia

**«СВОИ — ЧУЖИЕ»
В ДОРЕВОЛЮЦИОННОМ
ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ БОЛЬШЕВИКОВ
И СОВЕТСКОМ ТОТАЛИТАРНОМ ДИСКУРСЕ**

**«FRIENDS AND FOES»
IN PRE-REVOLUTIONAL POLITICAL DISCOURSE
OF BOLSHEVIKS AND IN THE SOVIET
TOTALITARIAN DISCOURSE**

Аннотация. Рассматривается динамика представлений о «своих» и «чужих» в политическом дискурсе большевиков предреволюционного и тоталитарного периодов. Установлено, что изначально «свои» и «чужие» разделялись по классовому и идеологическому признакам, затем на смену конкретным наименованиям пришло выражение «враг народа» с неопределенной семантикой, что позволяло отнести к «чужим» любого несогласного с политикой советской власти.

Abstract. Dynamics of representation of «friends» and «foes» in political discourse of Bolsheviks in pre-revolutional and totalitarian periods are discussed. It was proved that at first «friends» and «foes» were divided according to class belonging and their ideology. Later a notion «people's enemy» was introduced, which had an indefinite semantics that allowed to name a «foe» anyone who did not agree with the Soviet politics.

Ключевые слова: дискурс; тоталитарный дискурс; политическая коммуникация; оппозиция «Свои — чужие»; идеоглосса; Троцкий; Сталин.

Key words: discourse; totalitarian discourse; political communication; opposition «Friend - Foe»; ideogloss; Trotsky; Stalin.

Сведения об авторе: Коробкова Ольга Михайловна, аспирант.

About the author: Korobkova Olga Mikhailovna, post-graduate student.

Место работы: Московский педагогический государственный университет.

Place of employment: Moscow Pedagogical State University.

Контактная информация: г. Москва, м. Фрунзенская, ул. М. Пироговская, д. 1.
e-mail: olgakorobkova2009@yandex.ru.

Ключевым для данной статьи является термин «дискурс». Понятие дискурса находится в одном ряду с такими, как «язык» и «текст». Термин «дискурс» значительно уже, чем «язык», но в то же время шире, чем «текст». Под языком в данном случае понимается язык как хранилище информации, определенных знаний, свойственных его носителям, и, наконец, язык как средство общения. Ю. С. Степанов определяет дискурс как своего рода «язык в языке», существующий, однако, не в виде специальной грамматики и лексики, как обычный язык, а представленный в виде особой социальной данности, существующий «прежде всего и главным образом в текстах, но таких, за которыми встает особая грамматика, особый лексикон, особые правила словоупотребления и синтаксиса, особая семантика, — в конечном счете — особый мир» [Степанов 1995: 44—45]. Отличительной чертой, разграничивающей понятия языка и дискурса, является узкая тематика дискурса, т. е. то, что, говоря о дискурсе, мы все время относим его к определенной профессиональной области, например педагогике, политике, религии и др.

Содержание понятия «дискурс» шире, чем у понятия «текст», так как помимо текстов в общепринятом понимании дискурс также включает в себя контекст, к которому относятся: ситуация, при которой создавался текст; ситуация, при которой текст выполнял свою основную функцию — сообщение, убеждение, внушение. Исследователи отмечают: «Дискурс обозначает текст в неразрывной связи с ситуативным контекстом, определяющим все то, что существенно для порождения данного высказывания / текста, в связи с системой

коммуникативно-прагматических и когнитивных целеустановок автора, взаимодействующего с адресатом» [Чернявская 2003: 54]. В дискурсе один текст является звеном цепочки текстов определенной тематики. Например, в юридическом дискурсе обвинительное заключение прокурора опирается на текст соответствующего закона УК РФ, в свою очередь речь адвоката, направленная на защиту обвиняемого, полемизирует с обвинительным заключением прокурора.

Под политическим дискурсом традиционно понимается дискурс политики, к нему относят публичные выступления политиков, тексты законов, политические дебаты и др. Различается широкое и узкое понимание дискурса. Политический дискурс в широком понимании, помимо указанных выше текстов законов и выступлений политиков, включает в себя также публикации СМИ о политике. При узком понимании дискурс СМИ рассматривается как отдельный вид дискурса. Такой трактовки придерживается, например, А. Н. Баранов.

В современной лингвистической науке использование понятия «политический дискурс» часто сопровождается указанием временных рамок: политический дискурс эпохи перестройки, политический дискурс 1917 — нач. 20-х гг. и др. Часто данный термин уточняется именем политического лидера: политический дискурс Барака Обамы, Д. А. Медведева и др.

В данной статье будет рассмотрена оппозиция **свои — чужие** в дореволюционном политическом дискурсе большевиков и советском тоталитарном дискурсе. Цель настоящей работы, как уже указывалось, — на основании анализа лексиче-

Исследование выполнено при финансовой поддержке Министерства образования и науки РФ в рамках федеральной целевой программы «Научные и научно-педагогические кадры инновационной России на 2009—2013 гг.», государственный контракт № 14.740.11.0990.

© Коробкова О. М., 2011

ских средств сравнить и проследить, как изменилось представление о «своих» и «чужих» в рассматриваемые временные периоды.

К дореволюционному политическому дискурсу большевиков относятся сочинения и политические речи большевистских лидеров, в частности используемые в настоящей работе речи И. В. Сталина, опубликованные до того, как большевики пришли к власти, т. е. до революции 1917 г. Дореволюционный политический дискурс большевиков характеризуется жесткой критикой царской России, максимально четким разделением населения на социальные группы, классы.

Традиционно термин «тоталитарный дискурс» употребляется по отношению к эпохе, когда во главе СССР стоял И. В. Сталин. Рассмотрим историю понятия **тоталитарный**.

Понятие тоталитаризма возникло в первой четверти XX в., тоталитарным называли режим Муссолини в Италии. В толковом словаре лексема **тоталитарный** имеет следующее толкование: **ТОТАЛИТАРНЫЙ**, -ая, -ое; -рен, -рна (книжн.). Основанный на полном господстве государства над всеми сторонами жизни общества, насилии, уничтожении демократических свобод и прав личности. Т. режим. Тоталитарное государство [Ожегов 1952].

Применительно к советскому политическому строю 30-х гг. XX в. определение **тоталитарный** использовал Л. Д. Троцкий в работе «Преданная революция», описывая советскую власть как личную власть И. В. Сталина.

В книге «Русская идея» Н. С. Бердяев определяет как тоталитарное российское государство с абсолютистской монархической формой правления.

Тоталитарный дискурс — дискурс тоталитарного государства. Термин **тоталитарный дискурс** не содержит указания на время, так как время возникновения и существования тоталитарных государств в разных странах приблизительно одинаково: 20—30-е гг. XX в. Функционирование тоталитарного дискурса тесно связано с тем или иным лидером тоталитарного государства — Сталиным, Муссолини, Гитлером.

Для советского тоталитарного дискурса характерны «централизация пропагандистской деятельности, претензии на абсолютную истину, идеологизация всех сторон жизни, лозунговость и пристрастие к заклинаниям. Среди признаков тоталитаризма выделяют также ритуальность политической коммуникации, превалирование монолога „вождей“ над диалогичными формами коммуникации, пропагандистский триумфализм, резкую дифференциацию **своих и чужих**, пропаганду простых и в тоже время крайне эффективных путей решения проблем» [Чудинов 2006: 12—13].

В толковом словаре слово «свой» имеет значение «родной, связанный родственными или близкими отношениями, совместной жизнью, работой [Ушаков 2006: 940]. «Чужой» определяется следующим образом: «а) не родной, не нашей семьи, посторонний не свой // незнакомый, неизвестный (разг.-сниж.); б) далекий по духу, внутренне чуждый для кого-чего н., такой, с которым нет подлинной близости» [Ушаков 2006: 1192].

Оппозиция «Свой — чужие» в разных вариациях пронизывает всю культуру и является, по мнению Ю. С. Степанова, одним из главных концептов всякого коллективного, массового, народного, национального мироощущения [Степанов 2001: 126].

Понятие «свой» первоначально связано с осознанием кровного родства (это содержалось и в приведенном лексическом токовании слова «свой») некоторой группой людей (принадлежащих к роду, клану), в пределах которой человек одновременно осознает себя свободным от рождения, свободным по рождению и противопоставляет себя «другим» — чужим, врагам, рабам. Таким образом, понятия «свой» и «свободный человек» исконно связаны [Степанов 2001: 135—136]. В противопоставлении **своих и чужих**, согласно академику Ю. С. Степанову, можно выделить следующие элементы:

– *этнический компонент* — разделение на этносы, соответствующее языковым группам (славяне, германцы, кельты, итальянцы и т. д.). Дальнейшая история концепта протекает уже в рамках языковых данных;

– *национальный компонент*, включающий в себя следующие признаки: общность языка, территории, экономической жизни, менталитета, вероисповедания, исторического прошлого, культуры. Такое разделение уместно, когда идет речь о народе как совокупности граждан одного государства.

Возможность противопоставления граждан сложившегося российского государства чужим, иностранным, иноязычным гражданам: англичанам, германцам и др. — возникла с момента зарождения государственности у восточных славян в 882 г., когда, согласно норманнской теории, скандинавского князя Рюрика пригласили княжить в Новгород. *Чужой* предстает в виде иностранца. В основе противопоставления **своих и чужих** лежит политический принцип территориального деления государств.

Политический принцип является доминирующим в выделении **своих и чужих** также в тех случаях, когда говорят о противопоставлении различно настроенных групп граждан внутри отдельного государства. Примерами могут служить борьба между княжескими кланами в Киевской Руси, крестьянская война под предводительством Емельяна Пугачева, противостояние царской власти и революционных движений (таких, как народники, эсеры) в России конца XIX — нач. XX в. Во время Гражданской войны противостояние своих и чужих носило открытый характер, выражалось в масштабных военных столкновениях, захвате территорий. Образ политического противника соответствовал образу врага. В случае с революционными движениями противостояние носило скрытый характер, поскольку революционеры в основном вели подпольную работу, лишь изредка решаясь на открытый протест в виде забастовок на предприятиях, уличных беспорядков, носивших преимущественно очаговый характер. Образ врага является скрытым. На современном этапе в политической системе страны ярко выраженное противопоставление **своих и чужих** практически отсутствует. О противостоянии можно говорить

лишь применительно к политическим дискуссиям представителей оппозиционных партий. Образ чужого в таком случае представлен образом вполне конкретного политического противника.

Таким образом, традиционно представление о *своих* и *чужих* основывается на следующих принципах:

1) внешнеполитический принцип территориального деления государств: *свои* — граждане одного государства, *чужие* — иностранцы;

2) внутривнутриполитический принцип: *свои* — те, кто поддерживает власть, *чужие* — те, кто противится власти. *Свои*, как правило, это те люди, которые являются представителями власти, ее политической интеллектуальной элитой (идеологи, организаторы массовых действий, направленных на поддержку власти) или силовой опорой (армия, народная масса).

В языке любое понятие можно представить набором ключевых (семантически опорных) слов. Сам термин «ключевое слово» подразумевает две идеи: идею значительного семантического (тематического) веса для передачи смысла текста и идею обязательности присутствия, невозможности опущения, например при сжатии текста [Словарь языка Достоевского]. В «Словаре языка Достоевского» ключевые слова называются идеоглоссами. Идеоглосса — тематически выделенная единица текста. Идеоглоссы — это лексические средства выражения того, что является актуальным в создаваемой в тексте картине мира; в то же время идеоглосса — единица когнитивного уровня в структуре языковой личности.

Определим ключевые слова, раскрывающие значение понятия *свои* — *чужие* в дореволюционном политическом дискурсе большевиков и советском тоталитарном дискурсе. Понятие *свои* — *чужой* являлось основополагающим в теории большевиков, согласно которой общество делилось на враждебные друг другу классы.

Согласно толковому словарю, «класс — социальная группа, часть общества, объединенная общностью интересов вследствие одинакового отношения к средствам производства и противостоящая другим социальным группам в силу противоположности экономических интересов» [Ушаков 2006: 348]. Лексема *класс* сочеталась с прилагательными: *рабочий, эксплуататорский*, — с существительными: *пролетарии, капиталисты, помещики, буржуазия, эксплуататоры*.

Классовая теория разделяла российских граждан на *своих* и *чужих* еще в дореволюционные годы. Согласно модели мира, пропагандировавшейся российскими социал-демократами, общество являло собой противостояние пролетариев и капиталистов: *Современный строй является капиталистическим. Это значит, что мир разделен на два противоположных лагеря, на лагерь небольшой горстки капиталистов и лагерь большинства, — пролетариев. Пролетарии работают день и ночь, но тем не менее они остаются по-прежнему бедными. Капиталисты не работают, но тем не менее они богаты. И это происходит не потому, что пролетариям, будто бы, не хватает ума, а капиталисты гениальны, — а потому, что капиталисты забирают*

плоды труда пролетариев, потому, что капиталисты эксплуатируют пролетариев [Сталин. Анархизм или социализм (1907). Т. 1].

В соответствии с толковым словарем, пролетарий — (в капиталистических странах) наемный рабочий, лишенный права собственности на орудия и средства производства [Ушаков 2006: 71], капиталист — владелец капитала, капитал — стоимость, приносящая ее владельцу — капиталисту — прибавочную стоимость путем эксплуатации наемной рабочей силы [Ушаков 2006: 375]. При компонентном анализе значений данных лексических единиц можно выделить общую родовую сему — социальный статус человека.

Видовые семы содержат следующие дифференциальные признаки, основанием для которых служит отношение к результатам труда и средствам производства: *капиталист* — собственник производства, *пролетарий* — не собственник.

В приведенной цитате капиталисты и пролетарии противопоставлены друг другу, о чем свидетельствуют использованные в тексте антонимы:

пролетарии	капиталисты
большинство	меньшинство
работают	не работают
бедны	богаты

«Свои» — это пролетарии, рабочий класс (наемные рабочие). «Чужие» — капиталисты, буржуазия (собственники производства): *Состоятельная буржуазия — наш непримиримый враг, ее богатство зиждется на нашей бедности, ее радость — на нашей горе. Ясно, что ее сознательные представители будут нашими заклятыми врагами, которые попытаются сознательно разбить нас* [Сталин. Буржуазия ставит ловушку (1905). Т. 1]. В данном примере использовано притяжательное местоимение *наш*, которое передает семантику единства; местоимению *наш* противопоставлено местоимение *ее* в значении «относящееся к буржуазии». Противопоставление «наш — ее» сопровождается следующими антонимическими парами:

наш	ее
бедность	богатство
горе	радость

В то же время «свои» — это крестьяне, а «чужие» — помещики: *Крестьяне раз навсегда должны усвоить ту мысль, что с помещиками нужно вести исторг, а борьбу. Надо не читать ярмо крепостничества, а разбить его, чтобы навсегда уничтожить остатки крепостничества* [Сталин. Аграрный вопрос (1906). Т. 1].

Способом взаимодействия *своих* и *чужих*, согласно рассматриваемым текстам, является *борьба*. В толковом словаре лексема «борьба» имеет следующее толкование: «Борьба — от бороться — 1. стремиться уничтожить, искоренить» [Ожегов 1952].

В качестве синонимов лексемы «борьба» в рассматриваемых текстах используются следующие лексические единицы: *стачка, бойкот, саботаж, демонстрация, участие в представительских учреждениях* [Сталин. Анархизм или социализм (1907). Т. 1]. Приведем примеры употребления словосочетания «классовая борьба». *Современное общество раскалывается на два*

больших лагеря, каждый из лагерей организуется в отдельный класс, разгоревшаяся между ними **классовая борьба** с каждым днем углубляется и усиливается, и вокруг этих двух лагерей собираются все остальные группы [Сталин. Классовая борьба (1906). Т. 1]. Пролетариат не сможет достигнуть социализма примирением с буржуазией, — он обязательно должен стать на путь борьбы, и **эта борьба должна быть классовою борьбой**, борьбой всего пролетариата против всей буржуазии [Сталин. Анархизм или социализм (1907). Т. 1]. Цель классовою борьбы — проведение «решительной атаки на буржуазию, чтобы до основания разрушить капитализм. Именно таким главным и решающим средством является социалистическая революция [Сталин. Анархизм или социализм].

Идеология большевиков была основана на разрушении до основания старого мира и строительстве на его месте нового мира, в котором не будет богатых и бедных, будет всеобщее равенство. В связи с этим структура концепта «Свои — чужие» имеет следующую особенность: понятие **свои** соотносится с новым миром, поэтому **свои**, **свой** — то же самое, что **новый**, **новое**, а **чужие** — **старый мир**. Пропагандой нового мира являлась диктатура пролетариата, «новой» в данном случае являлась власть наиболее социально не защищенных и даже бесправных слоев населения: **Рабочие и крестьяне не имели никаких политических прав в царской России** [Краткий курс]. Оплотом старого мира является царское самодержавие, чужими являются все, кто так или иначе связан с бывшей властью, в первую очередь представители дворянского сословия. **Царское самодержавие являлось злейшим врагом народа. Царская Россия была тюрьмой народов** [Краткий курс: 6].

Опасным врагом являлась буржуазия, хотя большевики понимали, что прийти к социалистической революции можно только посредством буржуазной революции. **Состоятельная буржуазия — наш непримиримый враг, ее богатство зиждется на нашей бедности, ее радость — на нашей горе, Ясно, что ее сознательные представители будут нашими заклятыми врагами, которые попытаются сознательно разбить нас** [Сталин. Буржуазия ставит ловушку (1905). Т. I.: 179]. **Либеральная буржуазия не заинтересована в полной победе этой революции, так как ей нужна царская власть, как кнут против рабочих и крестьян, которых она боится больше всего** [Там же: 61]. **Царизм же, по их мнению, обязательно должен остаться как надежный оплот состоятельной буржуазии, который она использует против пролетариата** [Там же: 180]. **В программе-максимум говорилось о главной задаче партии рабочего класса — о социалистической революции, свержении власти капиталистов, установлении диктатуры пролетариата** [Там же: 180].

Несмотря на то что первыми в ряду **чужих** назывались выходцы из дворянского сословия, собственники земли, крестьянство большевики не рассматривали как движущую силу революции наравне с рабочими. *Всем известно, что город*

более развит, чем деревня, что город является вождем деревни, и, стало быть, всякое социалистическое дело должно начинаться с города [Сталин. Аграрный вопрос (1906). Т. 1].

Дело в том, что восстания рабочих были хорошо организованы, а крестьянский бунты — стихийны, более того, крестьянский слой населения не был однороден. *Крестьяне раз навсегда должны усвоить ту мысль, что с помещиками нужно вести исторг, а борьбу. Надо не чинить ярмо крепостничества, а разбить его, чтобы навсегда уничтожить остатки крепостничества. „Отобрать только часть“ — это значит заниматься починкой пережитков крепостничества, что несовместимо с делом освобождения крестьян.* [Сталин. Аграрный вопрос. Т. 1: 217]. *Уравнительное землепользование нуждается в имущественном равенстве, а среди крестьянства существует имущественное неравенство, уничтожить которое не в силах нынешняя демократическая революция* [Там же: 220]. *Крестьянство включает в себя массу полупролетарских элементов наряду с мелкобуржуазными. Это делает его тоже неустойчивым* [Ленин, т. VIII: 94, цит. по: Краткий курс].

В дореволюционном политическом дискурсе некоторые категории граждан не были определены ни как свои, ни как чужие. Так, неопределенное положение занимала интеллигенция. Во многом отношение к интеллигенции определялось тем фактором, что интеллигенция была лишена массовости, присущей пролетариату и крестьянству: *Никто не решится отрицать, что интеллигенция, как особый слой капиталистических обществ, характеризуется, в общем и целом, именно индивидуализмом и неспособностью к дисциплине и организации... Не пролетариату, а некоторым интеллигентам в нашей партии недостает самовоспитания в духе организации и дисциплины* [Ленин, т. VI, цит. по: Краткий курс].

Упоминалось об имущественном неравенстве крестьянства, однако определение зажиточного крестьянина как врага, подлежащего уничтожению, в раннем политическом дискурсе большевиков отсутствовало. В текстах рассматриваемого периода не встречается лексема «кулак» и ее производная — «кулачество».

Отношение к партиям — потенциальным конкурентам носит характер полемики. Либеральные и консервативные партии обозначены как классовые противники. С партией эсеров у большевиков были идеологические разногласия, касавшиеся главным образом движущей силы революции, которой эсеры видели крестьянство, а большевики настаивали, что ей должен стать пролетариат. Большевики мотивировали свою точку зрения тем, что крестьянство разрозненно и неорганизовано и способно только на стихийные бунты.

Вопрос о членстве в партии вызвал раскол внутри партии большевиков. Формулировка Ленина говорила, что членом партии может быть всякий, кто признает программу партии, поддерживает партию в материальном отношении и состоит членом одной из ее организаций. Согласно формулировке Мартова, необходимыми условиями членства в партии являлись признание програм-

мы и материальная поддержка партии, а участие в одной из организаций партии условием членства не называлось: считалось, что член партии может и не состоять в какой-нибудь организации партии [см. Краткий курс]. По мнению большевиков, «формулировка Мартова, в отличие от ленинской формулировки, широко открывала двери партии неустойчивым непролетарским элементам» [Краткий курс]. Словосочетанием «неустойчивые непролетарские элементы», на наш взгляд, можно обозначить главным образом дореволюционную российскую интеллигенцию, которая в ряду **своих и чужих** занимала неопределенное место — **не свои и не чужие** (отметим, что лексема «элемент» широко употреблялась в советском тоталитарном дискурсе).

Представление о **своих и чужих** в дореволюционном политическом дискурсе существенно отличается от характеристик данных категорий в советском тоталитарном дискурсе.

В тоталитарном государстве представление о **своих и чужих** имеет ряд особенностей:

1) открытость данной понятийной категории (постоянное пополнение новыми категориями **своих и чужих**; категория **чужие** развивается динамичнее, чем категория **свои**, отсюда постоянное пополнение данной категории новыми лексическими единицами;

2) отсутствие более или менее понятных границ между **своими и чужими**, что также находит отражение в языке в виде лексем и словосочетаний с размытой семантикой;

3) формирование в сознании граждан ненависти к **чужим**, использование эмоциональной лексики и лексики, содержащей негативную оценку;

4) пополнение категории **чужие** за счет категории **свои**, при этом используются такие лексические единицы, как имена собственные: указывается на конкретных лиц, потерявших доверие власти.

Чужие в советском тоталитарном дискурсе стали называться **врагами народа**. В советском тоталитарном дискурсе **враг народа** — емкое и часто используемое понятие, своего рода «формула», как впоследствии скажет Н. С. Хрущев. В основу понятия, как и прежде, положена борьба классов, но теперь принадлежность к враждебному классу не является первостепенной при создании образа врага. Образ врага народа представляется в советском тоталитарном дискурсе как образ «чужого среди своих». Таких **чужих**, если следовать логике власти, очень много; целью партии и советских граждан является разоблачение врагов.

В толковом словаре слово «враг» имеет следующее определение: «Враг — тот, кто находится в состоянии вражды с кем-нибудь, противник» [Ожегов 1952: 85]. По своему лексическому значению враг — это тот, кто выступает против кого-либо, чего-либо, в конкретном примере враг — это тот, кто выступает против народа (под народом в данном случае понимается все население СССР). Народ в этом определении воспринимается как неизменный союзник правящей партии и, конкретно, действующей власти.

Характерной особенностью является стремление власти во что бы то ни было отделить себя

от врагов, при этом стираются границы между политическими идейными врагами и врагами народа.

ВКП (б) росла и крепла в принципиальной борьбе с мелкобуржуазными партиями внутри рабочего движения — эсерами (а еще раньше с их предшественниками народниками), меньшевиками, анархистами, буржуазными националистами всех мастей, а внутри партии — с меньшевистскими оппортунистическими течениями — троцкистами, бухаринцами, национал-уклонистами и прочими антиленинскими группами.

ВКП (б) крепла и закалялась в революционной борьбе с всеми врагами рабочего класса, со всеми врагами трудящихся — помещиками, капиталистами, кулаками, вредителями, шпионами, со всеми наемниками капиталистического окружения [Краткий курс].

В данном примере называются и политические враги (политические партии, течения), и враги народа, т. е. враги рабочего класса, трудящихся.

Единственным средством взаимодействия власти и ее врагов, как было сказано ранее, является борьба. Согласно толковому словарю, борьба — «деятельность, направленная на преодоление, уничтожение чего-нибудь» [Ушаков 1996], а лексема «бороться» имеет следующие значения: «1. добиваться чего-нибудь, преодолевая препятствия; 2. вступать в противоречие, столкновение (о чувствах, стремлениях)» [Ожегов 1952].

В советском тоталитарном дискурсе борьба понимается прежде всего как стремление уничтожить противника. При этом стремление физически уничтожить распространяется как на классовых врагов (помещиков, капиталистов, кулаков и др.), так и на идейных врагов (меньшевиков, бухаринцев, троцкистов и др.).

Врагов народа условно можно разделить на две категории: внутрипартийных врагов и так называемых вредителей.

Внутрипартийными врагами становились большевики, которые не желали поддержать генеральную линию партии, вступали в полемику с И. В. Сталиным. Так, к числу врагов народа относятся уклонисты. Слово «уклонист» образовано от глагола «уклоняться» обозначающего в советском тоталитарном дискурсе уклон от генеральной линии партии. *Если линия одна, откуда получился такой факт, что тройка из Политбюро, Рыков, Бухарин и Томский, в своем голосовании в Политбюро сочла возможным воздержаться при принятии основных тезисов о пятилетке и о крестьянском вопросе? Разве это бывает, чтобы генеральная линия была одна у людей, а по основным вопросам хозяйственной политики одна часть товарищей воздерживалась от голосования? Нет, товарищи, таких чудес не бывает на свете [Сталин. О правом уклоне в ВКП (б) (1929). Т. 12].*

В советском тоталитарном дискурсе внутрипартийные враги часто были представлены сторонниками тех или иных большевистских лидеров: **бухаринцы, троцкисты, зиновьевцы** и др. **Вредительская и диверсионно-шпионская рабо-**

та агентов иностранных государств, в числе которых довольно активную роль играли **троцкисты**, задела в той или иной степени все или почти все наши организации — как хозяйствен-

ные, так и административные и партийные [Сталин. О недостатках партийной работы и мерах ликвидации троцкистских и иных двурушников (1937). Т. 14].

Таблица.

Лексические единицы с общим значением «враг — враги» в советском тоталитарном дискурсе

Лексемы со значением «враг — враги»	Словосочетания с лексемами со значением «враг»	Примеры употребления
1. Враг рабочего класса	Заядлые враги рабочего класса	Истекший год показал, что, несмотря на явную и тайную финансовую блокаду СССР, мы в кабалу к капиталистам не пошли и с успехом разрешили своими собственными силами проблему накопления, заложив основы тяжелой индустрии. Этому теперь не могут отрицать даже заядлые враги рабочего класса [Сталин. Год великого перелома (1929) Т. 12].
2. Враг	Классовый враг	О чем еще могут свидетельствовать это бешеное озлобление классовых врагов и этот неистовый вой лакеев капитала, как не о том, что партия действительно одержала решающую победу на самом трудном фронте социалистического строительства?
	Заклятый враг	Дразнить крестьянина-колхозника „обобществлением“ жилых построек, всего молочного скота, всего мелкого скота, домашней птицы, когда зерновая проблема еще <i>не разрешена</i> , когда артельная форма колхозов еще <i>не закреплена</i> , — разве не ясно, что такая „политика“ может быть удобной и выгодной лишь нашим заклятым врагам ? [Сталин. Головокружение от успехов (1930). Т. 12].
3. Кулак		Не менее смешным кажется другой вопрос: можно ли пустить кулака в колхоз. Конечно, нельзя его пускать в колхоз. Нельзя, так как он является заклятым врагом колхозного движения [Сталин. К вопросам аграрной политики (1929) Т. 12].
4. Враг народа		СНК СССР и ЦК ВКП (б) отмечают, что за 1937—1938 годы под руководством партии органы НКВД проделали большую работу по разгрому врагов народа и очистили СССР от многочисленных шпионских, террористических, диверсионных и вредительских кадров из троцкистов, бухаринцев, эсеров, меньшевиков, буржуазных националистов, белогвардейцев, беглых кулаков и уголовников, представлявших из себя серьезную опору иностранных разведок в СССР и, в особенности, разведок Японии, Германии, Польши, Англии и Франции [Сталин. Об арестах, прокурорском надзоре и ведении следствия (1938). Т. 14].

Вредитель — человек, причиняющий вред, тот, кто препятствует успехам социалистического строительства. Как правило, речь шла о вредителях на производстве и в сельском хозяйстве. „**Шахтинцы**“ сидят теперь во всех отраслях нашей промышленности. Многие из них выловлены, но далеко еще не все выловлены. Вредительство буржуазной интеллигенции есть одна из самых опасных форм сопротивления против развивающегося социализма [Сталин. О правом уклоне в ВКП (б) (1929). Т. 12].

Существовало убеждение, что вредители находятся повсюду. Утверждалось, что «вредители есть и будут, пока есть у нас классы, пока имеется капиталистическое окружение» [Сталин. Новая обстановка — новые задачи хозяйственного строительства (1931). Т. 13].

Образ врага в советском тоталитарном дискурсе представлен, как было сказано, достаточно большим количеством разнообразных категорий граждан, что во многом делает его недостаточно определенным, размытым. В политическом дискурсе **чужой** представляется исключительно как враг, переходные категории между *своими* и *чужими* полностью отсутствуют. Категория **чужие** является динамично развивающейся по сравнению с категорией **свои**. Пополнение категории

чужие происходит за счет категории **свои**. Пополнение категории **свои** не происходит, так как ее границы четко определены заранее по принципу следующих противопоставлений:

- 1) советский — не советский;
- 2) большевистский — не большевистский;
- 3) сталинский — не сталинский.

Таким образом, происходит постепенное сужение категории **свои** и пополнение категории **чужие** за счет категории **свои**. Так, в 30-е гг уже недостаточно быть большевиком, главное быть **угодным** действующей власти.

ЛИТЕРАТУРА

- Будаев Э. В., Чудинов А. П. Современная политическая лингвистика : учеб. пособие. — Екатеринбург, 2006.
- Водак Р. Язык. Дискурс. Политика. — Волгоград, 1997.
- Карасик В. И. Культурные доминанты в языке // Языковая личность: культурные концепты : сб. науч. тр. — Волгоград ; Архангельск : Перемена, 1996. С. 3—16.
- Купина Н. А. Тоталитарный язык: словарь и речевые реакции. — Екатеринбург ; Пермь : Изд-во Урал. ун-та ; ЗУУНЦ, 1995.
- Словарь языка Достоевского / Рос. акад. наук, Ин-т рус. яз. им. В. В. Виноградова ; гл. ред. чл.-кор. РАН Ю. Н. Караулов. — М. : Азбуковник, 2001.
- Степанов Ю. С. Альтернативный мир. Дискурс. Факт и принцип причинности // Язык и наука конца XX века :

сб. ст. под ред. Ю. С. Степанова — М. : Изд. центр РГГУ, 1995. С. 35—73.

Степанов Ю. С. Константы : слов. рус. культуры. Опыт исследования. — М. : Школа «Языки русской культуры», 1997.

Чабан Н. А. Концепт «Политика современной Украины» в вербальном воплощении (на материале газеты «The New York Times») / Черкас. гос. ун-т. — Черкассы : 1997.

Чернявская В. Е. Дискурс // Стилистический энциклопедический словарь русского языка / под ред. М. Н. Кожинной. — М. : Флинта ; Наука, 2003. — С. 53—55.

СЛОВАРИ

Ожегов С. И. Словарь русского языка. — М., 1952.

Фасмер М. Этимологический словарь русского языка : в 4 т. — М., 1986—1987.

Ушаков Д. Н. Большой толковый словарь современного русского языка. — М., 2006.

ИСТОЧНИКИ

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

Сталин И. В. Сочинения. Т 1. — М. : ОГИЗ ; Гос. изд-во полит. литературы, 1946.

Сталин И. В. Сочинения. Т. 11. — М. : ОГИЗ ; Гос. изд-во полит. литературы, 1949.

Сталин И. В. Сочинения. Т. 12. — М. : Гос. изд-во полит. литературы, 1949.

Сталин И. В. Сочинения. Т. 13. — М. : Гос. изд-во полит. литературы, 1951.

Сталин И. В. Сочинения. Т. 14. — М. : Писатель, 1997.

Статью рекомендует к публикации д-р филол. наук, проф. А. Д. Шмелев

И. О. Окунева
Москва, Россия

I. O. Okuneva
Moscow, Russia

**ПРИЕМЫ РЕЧЕВОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ
В ПЕЧАТНЫХ СМИ РОССИИ,
ВЕЛИКОБРИТАНИИ, США И КАНАДЫ**

**PERSUASIVE TECHNIQUES
IN THE PRESS OF RUSSIA,
GREAT BRITAIN, THE USA AND CANADA**

Аннотация. Рассматриваются приемы речевого воздействия, используемые в печатных СМИ России, Великобритании, США и Канады для усиления или ослабления воздействия сообщения на читателя, создания новых ассоциативных связей и перенесения субъективных оценок из одной когнитивной сферы в другую.

Abstract. The article outlines the persuasive techniques which are used in Russian, British, American and Canadian press to intensify or soften the impact of the message on the reader, to create new associations and to transfer subjective assessment of concepts from one cognitive sphere to another.

Ключевые слова: прием речевого воздействия; фоновые знания; стереотип; когнитивная метафора; стилистический прием; авторская оценка; ассоциация; пресса; СМИ; идеологическая направленность; лексические средства; дискурс.

Key words: persuasive technique; background knowledge; stereotype; cognitive metaphor; stylistic device; author's judgement; association; the Press; Mass media; ideological orientation; lexical means; discourse.

Сведения об авторе: Окунева Ирина Олеговна, кандидат филологических наук, доцент кафедры английского языка.

About the author: Okuneva Irina Olegovna, Candidate of Philology, Assistant Professor of the Chair of the English Language.

Место работы: Российский государственный гуманитарный университет (РГГУ, Москва).

Place of employment: Russian State University for the Humanities (Moscow).

Контактная информация: 125993, ГСП-3, г. Москва, Мусская пл., д. 6.
e-mail: sesh777@yandex.ru.

ВВЕДЕНИЕ. В печатных СМИ России, Великобритании, США и Канады приемы речевого воздействия наиболее часто преследуют следующие цели:

- создание образа деятеля (политического, религиозного, оппозиции и др.);
- характеристика видов деятельности в сфере политики, экономики и т. п.;
- оценка общества (простых граждан, «сильных мира сего», богатых людей).

Для удобства описания в данной статье мы разбили приемы речевого воздействия на следующие группы:

- 1) прямо апеллирующие к фоновым знаниям носителей языка с целью создания новых ассоциативных связей на основе уже существующих;
- 2) способы подачи информации с целью усиления или ослабления воздействия определенной информации на читателя.

Первые актуализируют в сознании читателя существующие стереотипы, идеологические, социальные и культурные ценности и нормы, указывают на сходства обстоятельств с имевшими место в истории общества. Они способствуют перенесению существующих в сознании читательской аудитории ассоциативных связей на новое сообщение и тем самым формируют у читателей нужную автору текста оценку характеризуемого объекта. К ним также можно отнести фразеологизмы, «народную мудрость» (крылатые слова, пословицы, поговорки, клише, афоризмы и т. п.). Ко второй группе относятся стилистические приемы (гипербола, аллегория, ирония, аллюзия, метонимия, оксюморон и др.), когнитивная метафора, принципы отбора и организации лексических средств в тексте.

1.1

К фоновым знаниям об истории страны относится память о событиях и деятелях недавнего прошлого, общеизвестные факты и реалии давней истории, мифологические и религиозные образы и события, получившие отражение в культуре народа.

В российской прессе при описании существующего положения дел в стране часто делается намек на сходство обстоятельств с имевшими место в ее истории: *Скоро начнут лица с общих фотографий вырезать* [Конец светской жизни // НГ. 2008. 01.02.]. Автор статьи указывает на традицию, существовавшую в СССР и нацеленную на уничтожение памяти о «врагах народа». ...*Сразу стало ясно, ... кому хочется поиграть в революцию — с прорывами милицейского оцепления, выходами на проезжую часть и прочими маленькими развлечениями из репертуара 90-х* [Загнанные в угол // НГ. 2011. 01.02.]. В приведенном примере апелляция к фоновым знаниям сочетается с когнитивной метафорой **ДЕТСКОЕ РАЗВЛЕЧЕНИЕ**, переданной словосочетаниями *поиграть в революцию, маленькие развлечения*, указывающими на несерьезность и незначительность акции.

Для указания на сохранившиеся до наших дней элементы традиционных отношений между господином и слугой автор статьи «ЛДПР ударила челом» использует историзмы: *Сам законопроект, по сути дела, представляет собой челобитную старшему товарищу с просьбой войти в положение **сырых и убогих*** [НГ. 2008. 01.02.]. В другой статье манера лидеров современной России распоряжаться государственным бюджетом

Работа выполнена при поддержке Министерства образования и науки Российской Федерации в рамках ФЦП «Научные и научно-педагогические кадры инновационной России» на 2009—2013 годы, мероприятие 1.3.1 — II очередь, Государственный контракт № 16.740.11.0290 от 07 октября 2010.

© Окунева И. О., 2011

том сравнивается с тем, как использовались и хранились накопленные средства в царской России: царем — в казне, простыми людьми — в глиняных кувшинах (*кубышка*): *Для того чтобы покрыть возникающую брешь в казне, планируется выйти на международный рынок* [Нефтяное благополучие // НГ. 2011. 01.02]; *И кубышка, оставленная про запас — Резервный фонд, — может быть израсходована довольно быстро — в ближайшие год-два* [Там же]. Автор статьи указывает на единоличность принятия важных для российской экономики решений (аллюзия: госбюджет — казна, лидеры современной России — царь-самодержец) и одновременно намекает на нехватку профессионализма (аллюзия: Резервный фонд — кубышка, чиновники — обыватели).

Характерные для страны свойства нередко передаются через обобщение ее исторического прошлого. Например, распространенная в российской действительности пассивность автором статьи «Россия не конкурент» передана следующим образом: *Стране по-прежнему необходимы структурные реформы, уверен Гуриев, но провести их не просто. В сытые времена у государства не хватает мотивации, в голодные — денег* [Вед. 2009. 20.05]. Указывая на существующие крайности, автор тем самым заостряет внимание читателей одновременно на наличии возможностей и отсутствии действий для их реализации.

Уход от ответственности в русском языке можно аллегорически передать, используя указание на легендарное поведение Понтия Пилата перед казнью Христа, как в следующем примере: *Для „Газпрома“ это как минимум самый простой выход из ситуации ... концерн обеспечил себе транзит за счет долгов Фирташа, которые сейчас ему затруднительно было бы взыскать, т. е. умывает руки* [Последняя услуга посредника // Вед. 2009. 22.01]. Фраза «умывать руки» намекает на безвыходность положения того, кто осуществляет это действие.

Концепт «Отказ от ответственности и сопровождающих ее рисков» довольно распространен в российской прессе и выражается такими устойчивыми словосочетаниями, как *бросить на произвол судьбы, сбросить с себя заботы, идти протоптанным путем* и др.: *Следует ли понимать, что государство просто бросает 90 % нынешних государственных вузов на произвол местных властей, от губернаторов до поселковых председателей?* [Мешок инструкций с запрятанной бомбой // НГ. 2011. 01.02]; *Авторы проекта закона „Об образовании“ идут протоптанным путем. В 2006 году Госдума РФ приняла Лесной кодекс, по которому государство сбросило с себя заботы о величайшем национальном богатстве страны — лесах. Один из результатов — национальное бедствие прошлого лета* [Там же]. В последнем примере обращает на себя внимание не только упомянутый концепт, но и то, как автор статьи проводит аналогии с недавними событиями в стране — принятием Лесного кодекса и несвоевременными действиями по предотвращению лесных пожаров.

Авторы статей часто апеллируют к фоновым знаниям сразу из нескольких сфер исторического

прошлого и включают в повествование другие приемы речевого воздействия. Выбор преимущественно обусловлен созданием единого концептуального образа в сознании читателей.

Приведем примеры. *Соборы „НГ“ попытались выяснить, каков кадровый потенциал местных оппозиционеров, готовы ли они взять на себя ответственность за судьбу региона или теплое местечко в региональной администрации — предел мечтаний для бунтарей провинциального масштаба* [Оппозиция в провинции: кризис идей и дефицит кадров // НГ. 2011. 01.02]; *...то и дело политики порывают с родными партиями и переходят в стан соперников. Главным же оружием региональных начальств стали синекуры, которые даются оппозиционерам, и те быстро прекращают свою „раскольническую“ деятельность, превращаясь в скромных служащих* [Там же]. Составляющие оппозицию госслужащие представляются в образах военных Российской империи, говорится об их кадровом потенциале, переходе в стан соперников, разрыве с родными партиями, одновременно их с иронией называют бунтарями провинциального масштаба, а их деятельность — «раскольнической», ассоциативно связывая ее с русскими бунтами. Ирония в первом случае передана ограничительным определением *провинциального масштаба*, во втором — использованием кавычек. В результате своей деятельности региональные оппозиционеры стремятся получить выгодное место — *теплое местечко*, мечта чиновников и других служащих в России с давних времен, или *синекуру*, церковную должность, приносящую хороший доход и не связанную с исполнением каких-либо обязанностей в странах Западной Европы в эпоху Средневековья.

Приведем еще один пример объединения в одном контексте обращения к историческому прошлому и напоминания о недавних событиях: *Не получится ли, что через несколько лет широкие народные массы осознают, что их отлучили от качественного высшего образования, а значит — от возможностей достойной деятельности и достойной жизни. И тогда в стране полыхнет так, что прошлогодние пожары покажутся мерцанием свечи* [Мешок инструкций с запрятанной бомбой // НГ. 2011. 01.02]. Автор с помощью языковой метафоры *отлучили от образования* и уподобления пожаров *мерцанию свечи* стремится создать возвышенный образ и вызвать у читателей ассоциацию со святым местом, уподобив ему сферу образования.

Упоминание о народных восстаниях в России встречается в зарубежной прессе. В статье «Democracy for Egypt», опубликованной в канадской газете «The National Post», есть следующие строки: *History is littered with revolutions — including Russia's in 1917, and Iran's in 1979 — that were hijacked by radicals* [NP. 2011. 01.02].

В британской прессе аллюзии на прошлый опыт часто делаются завуалированно. Преимущественно это апелляция к общеизвестной истине, долженствование в силу существующих, якобы всем известных причин и указание на стремление достичь одних целей, заведомо принимаемых об-

ществом, при фактическом преследовании других. Это объясняется неизменным британским консерватизмом, проявляющимся в стойкости определенных представлений, стереотипов и оценок в сознании людей.

В речи британцев, нацеленной на изменение определенной установки, используются модальные конструкции, заключающие в себе значение долженствования в силу существующих правил. Таким образом, указывается на общепризнанность новых идей или на их соответствие некому характерному признаку, традиционно присущему определенному явлению в известных обстоятельствах, напр.: *A new political year, and a whacking huge dollop of what is fast becoming the new conventional wisdom is tipped over Gordon Brown's head* [How British voters can start a revolution // DT. 2008. 03.01] — *Новый политический год и невероятно огромная порция быстро становящейся общепризнанной истины свалились на голову Гордону Брауну* [здесь и далее перевод наш — И. О.]. Британский журналист намеренно называет грядущие перемены «новой общеизвестной истиной» (*the new conventional wisdom*), чтобы создать в сознании читателя отношение к переменам как к уже свершившемуся факту, принятому обществом. Одновременно журналист упоминает о затруднительном положении Гордона Брауна и призывает читателей посмеяться над ним, изображая премьер-министра в неудобном положении с содержимым огромной ложки на голове (*whacking huge dollop is tipped over Gordon Brown's head*).

В другом фрагменте звучит следующий призыв: *Vision, once so much the coming hallmark of the new Prime Minister, is to be banished* [Там же] — *Дальновидность нового премьер-министра, когда-то обещавшая стать отличительным признаком соответствия своей должности, должна быть забыта*. Автор статьи не просто критикует поведение политика, но сразу предлагает путь решения существующей проблемы: *If Gordon Brown is to ascend from the slough of despondency into which he has plunged his Government by dilly-dallying over an autumn election, solid competence must be the order of the day* [Там же] — *Если Гордон Браун стремится подняться из трясины уныния, в которое он погрузился с вверенным ему правительством из-за своей нерешительности на осенних выборах, твердость позиции должна быть вынесена на повестку дня*.

Власть, дающаяся одновременно многим людям, часто, как оказывается, не дается никому, вместо этого люди теряют социальные гарантии и другие блага, которые они получали. В Великобритании под видом предоставления права выбора и конкуренции проводится реформа национального здравоохранения, по сути нацеленная на сокращение государственных расходов на эту сферу. Населению же это преподносится как передача власти в их руки. Развития событий привели к расколу в экономическом секторе, который метафорически назван британским журналистом "a clear dividing line running through our economy": *Mr Cameron added: I believe previous Conservative governments had some really good ideas about*

introducing choice and competition to health and education — so people were in the driving seat. ...The impression was given that there was a clear dividing line running through our economy, with the wealth creators of the private sector on one side paying for the wealth consumers of the public sector on the other [David Cameron denies he believes NHS is "second rate" // DT. 2011. 17.01].

В британском сознании право голоса с давних времен тесно связано с правом определять свою судьбу. Обладание голосом (*to have / give one's say*) и возможность высказаться (*to say one's piece*) важны и для политических деятелей, и для простых людей: *It is time to drop all the centrally run anti-social behaviour projects and give voters the big say* [How British voters can start a revolution // DT. 2008. 03.01]; *Tories prefer loyalty to the manifesto on which they were elected, not the Coalition Agreement, on which they were given no say* [Why are the Tories rebelling against the Coalition? // DT. 2011. 08.01].

Ограничение свободы британский журналист уподобляет распространенными когда-то продовольственно-промтоварными книжками и меню с ограниченным выбором товара, доступным в строго определенный период времени: *The first is to gain greater freedom from a centrally run ration book-type state service where there is a set menu, often a single item, that has to be consumed at a certain time ... Much of the Left has thrown up its hands in horror at such a suggestion — my own scheme for welfare reform had this element built into it* [How British voters can start a revolution // DT. 2008. 03.01]. Такая ситуация пугает левую оппозицию. Автор статьи высказывает мысль о том, что указанные меры можно спланировать заранее и ввести скрыто (*had this element built into it*).

Подобный способ осуществления перемен в политике встречается довольно часто. Явное усиление контроля всегда встречает острую неприязнь, этот процесс стараются провести как можно незаметнее, нередко объединяя осуществление контроля с обеспечением безопасности и заботы. Так, по словам британской прессы, американский президент Барак Обама стремится представить правительство в образе заботливой няни (*views government as a kindly nurse*), а народ — детей (*the people as the baby*), старается найти сходство между собой и народным любимцем, великим мастером общения Рональдом Рейганом, президентство которого характеризовалось шестью годами экономического процветания, самым низким уровнем безработицы и инфляции: *Obama, by contrast, views government as a kindly nurse and the people as the baby. According to his mindset, the people should submit to those in government who know better and whose role is to make decisions and control the purse strings. Despite the comical transparency of Obama's attempts to portray himself as the new Reagan, Democratic attempts to redefine the conservative hero as some kind of big cuddly jelly bean do leave Republicans with a dilemma. Reagan's sunny optimism was all about looking forward* [American Way US Republicans search for the new Ronald Reagan // DT. 2011. 06.02]. Однако нужно отметить, что внешне блестящая карьера Р. Рейгана

закончилась для страны дефицитом бюджета, ростом государственного долга и военных расходов.

В следующем примере обращает на себя внимание высказывание республиканского представителя комитета по вооруженным силам о том, что США не обладает королевской армией: *the United States does not have a King's army*. Этим высказыванием Roscoe Bartlett указывает на то, что служащие вооруженных сил США не находятся всецело во власти президента: *Representative Roscoe Bartlett, a Republican member of the House Armed Services Committee, said that "the United States does not have a King's army"* [Libya Barack Obama attacked from every political direction // DT. 2011. 22.03].

Американцам хорошо известно стереотипное представление о том, что британцы пьют теплое пиво. На самом деле пиво подается температуры погреба, называемой «комнатной температурой». Это, по-видимому, приводит к недопониманию. Сравнение крупнейшей британской нефтяной корпорации «Бритиш Петролеум» с температурой пива указывает на общеизвестность мнения о ее происхождении и интересах: *...to millions of non-Britons around the world, it may seem a distinction without a difference. Not only is BP based in London, but for a century its chief executives have all been British ... BP is as British as warm beer* [How British (Really) Is BP // NYT. 2010. 16.06].

Еще один стереотип о британцах, закрепившийся в американском сознании, — это стремление к замкнутости и закрытости в ведении всех дел, даже совместных с другими странами (*secretive in its operations*) и обтекаемые фразы в ответ на обоснованную критику в свой адрес (*doubletalk in responding to valid criticisms*). Эти культурные особенности закрепились у британцев на генетическом уровне ("these very British negatives are deeply embedded in its corporate DNA"): *Nor is there anything new about complaints that BP is secretive in its operations and given to doubletalk in responding to valid criticisms in host countries. This is certainly not the whole story, but these very British negatives are deeply embedded in its corporate DNA* [Там же].

Канадская пресса тщательным образом следит за событиями в Соединенных Штатах и Великобритании. Ухудшающаяся в настоящее время экономическая обстановка в Ирландии также не остается без внимания со стороны канадских журналистов. Экономическое чудо, начавшееся в Ирландии в 1990-х и длившееся до 2008 г., сравнивается с очень популярным в то время в стране шоу ирландского танца «Кельтский тигр» (*Celtic Tiger*), в котором ирландские танцы сочетались с элементами балета, фламенко, хип-хопа и сальсы. «Кельтский тигр» — это также экономический термин, использующийся для указания на резкий экономический рост Ирландии. Ныне тяжелое экономическое положение в Ирландии журналист сравнивает с крайне плохой физической формой прежде сильного Кельтского тигра: *The erstwhile Celtic Tiger, economic miracle of the late 20th century, is in awful shape, beset by the massive burden of rashly bailing out its entire banking sector, then having to be bailed out in turn by the European*

Central Bank and the International Monetary Fund [One step closer to European superstate // NP. 2011. 01.03].

1.2

В прессе на обоих языках распространено использование устойчивых сочетаний и крылатых выражений, берущих свое начало и в мифологии, и в речи людей. Эти выражения часто служат подчеркивают традиционность, особый колорит описываемого явления и нередко указывают на контраст с существующим положением вещей. В статье «Успешный церковный менеджмент», опубликованной в «Независимой газете», контраст между истинным предназначением Церкви и публичными дебатами, развернувшимися в связи с отставлением ее главами экономических интересов, представлен сочетанием крылатых выражений *бросать «правду-матку» в глаза, разрубить гордиев узел* с лексикой, характерной для экономической сферы и сферы конфликтов, далеких, казалось бы, от религии: *В лице митрополита Климента Церковь всегда предельно емко и жестко обозначает свои притязания. Его выступление на Рождественских чтениях 28 января — тому яркий пример. Никаких уверток, только „правда-матка“ в глаза* [Успешный церковный менеджмент // НГ. 2008. 01.02]; *Теперь же Министрство образования и науки якобы обещает православным компенсацию — новый блок в федеральном едином компоненте образования: „духовно-нравственную культуру“* [Там же]; *Латентный конфликт с Константинополем постоянно дает о себе знать, как разрубить гордиев узел — непонятно* [Там же].

Использование фразеологизмов дает возможность авторам прямо не указывать на существование определенных признаков объекта, но красноречиво намекнуть на них. В то же время фразеологические обороты содержат в себе народную мудрость и воспринимаются носителями языка как некая всем известная и потому непреложная истина. Приведем примеры использования фразеологизмов в российской прессе: *Такое могло произойти исключительно стараниями власти, загнавшей всех в угол* [Загнанные в угол // НГ. 2011. 01.02]; *Претензии правителей на всевластие, на политическую монополию — это и есть ярчайшее проявление безответственности, которая в конечном итоге приводит к утрате адекватного представления о ситуации, да и просто почвы под ногами. Подобно тому как это произошло на рубеже 1916—1917 годов с Николаем II и его женой ... Сегодняшняя власть, по-видимому, тоже мало задумывается о том, что своими действиями она лишает себя почвы под ногами* [Там же]; *По ее мнению, демонстрируя силу, она <сегодняшняя власть> спасает государство и общество, на деле же — способствует образованию единого оппозиционного фронта и пилит сук, на котором сама и сидит. Возможно, сук и впрямь очень прочный, и, чтобы допилить его, понадобится какое-то время. Но терпение и труд все перетрут* [Там же]; *<Правящей элите>... явно не хватает и чувства собственного достоинства — уж слишком подобоострастно она демонстрирует готовность*

бежать по первому свистку туда, куда ей укажут сверху [Там же]; *Ведь те, кто придет им на смену, вряд ли станут закрывать глаза на их былые прегрешения* [Там же].

Носителям русского языка известно высказывание А. А. Григорьева об особом значении А. С. Пушкина для России: «А Пушкин — наше всё». Автор статьи «Нефтяное неблагополучие» использует аллюзию на это высказывание, чтобы подчеркнуть важность нефти для российской экономики: *То, что нефть — это наше все, известно давно* [НГ. 2011. 01.02].

В прессе Великобритании и США также находим аллюзию на высказывание, известное многим носителям английского языка, *the vision thing*, обозначающее политическую неудачу осуществления широкомасштабных планов в долгосрочной перспективе. Она была произнесена президентом США Джорджем Бушем-старшим, предположительно, в ответ на предложение переключить свое внимание с краткосрочных целей на более широкомасштабные долгосрочные перспективы. На это предложение он саркастически ответил: “Oh, the vision thing.” С тех пор фраза часто цитировалась и стала условным обозначением обвинения Буша в том, что он не смог твердо и четко обозначить свою позицию по некоторым политическим вопросам. В современной прессе высказывание цитируется применительно к другим политикам и общественным деятелям с намеком на высокую вероятность неудачи, как, например, в названии статьи американской газеты «The Washington Post» о выдвижении на предстоящих выборах кандидатуры бизнес-леди Маргарет Уитман на пост губернатора Калифорнии *Meg Whitman’s “Vision Thing”* [WP. 2011. 23.04] или в статье британской газеты «The Guardian»: *The vision thing: ... David Cameron’s vision of a Conservative Britain in 2015 is a bit hazy. But it’s a lot clearer than Brown’s vision of a Labour Britain in 2015 ... a vision of the future that will appeal to the electorate* [2009 Gordon Brown’s Labour conference speech — live. 2011. 29.09.].

Хорошим примером сочетания обращения к памяти о прошлом народа США и использования разнообразных риторических приемов служит статья «Barack Obama’s “day that would never come”», написанная американцем для британской газеты «The Daily Telegraph» от 05.01.2008 о предвыборной кампании Барака Обамы. В статье автор положительно оценивает поведение и общее настроение выступления будущего президента США, хотя на момент написания статьи ее автор невысоко оценивает шансы Обамы на победу в предстоящих выборах, главным образом из-за наличия более сильных соперников. Помимо поведения, описываемого в следующих выражениях: *amusing, cheerfully optimistic, he eschewed stereotypes, he didn’t denounce his opponents*, — будущий президент использовал в своей речи близкие американскому мышлению языковые клише. Он говорит о себе как о *a “skinny kid with a funny name”*, называет США *“generous America”*, где возможно реализовать американскую мечту: *you don’t have to be rich to achieve your potential*, — с юмором отвечает о существующей тенденции в политике раз-

делять штаты на республиканские и демократические: *he denounced “the pundits who like to slice-and-dice our country into red states and blue states” (that is, Republican states and Democratic states)*. В последнем высказывании обращает на себя внимание метафора *slice-and-dice*: США сравниваются с пирогом, который ученые мужи (*the pundits*) режут на части (*slice*) и разыгрывают в кости (*dice*).

Наибольшее внимание слушателей привлекли следующие строчки, которые, по словам журналиста, позже неоднократно цитировались: *“We worship an awesome God in the blue... yes, we’ve got some gay friends in the red states. There are patriots who opposed the war in Iraq and there are patriots who supported the war in Iraq. We are all one people, all of us pledging allegiance to the Stars and Stripes, all of us defending the United States of America.”* Американский журналист замечает, что британцам такая речь покажется слишком напыщенной (*overblown*), однако для американца она представляет превосходное сочетание риторических комбинаций (*the rhetorical combination was brilliant*), удачно сделанных повторений (*the ringing repetitions*) и блестяще подобранных метафор (*soaring metaphors*). Эти излюбленные приемы афроамериканских проповедников и политиков использовались в сочетании с высказываниями отцов-основателей США (*the language of the Founding Fathers*) и выражениями, отражающими американскую мечту (“the American Dream”): *To the British ear it might sound overblown, but the rhetorical combination was brilliant: Obama had taken the ringing repetitions and soaring metaphors beloved of black preachers and politicians — and mixed them with the language of the Founding Fathers and the American Dream* [Barack Obama’s “day that would never come” // DT. 2008. 05.01].

В англоязычной прессе встречаются следующие выражения, характеризующие степень победы и полученного контроля: *Pyrrhic victory, gambit, to cut one’s coat according to the cloth, to create the Frankenstein’s monster*. Фразеологизм *Pyrrhic victory* обозначает успех, купленный дорогой ценой; победу, не оправдывающую понесенных за нее жертв; победу, равную поражению: *Harry Reid’s victory in Nevada is beginning to look rather Pyrrhic ... Harry Reid’s victory speech ... was drowned out by boos. What was heard wasn’t exactly a message of hope for people in a state with the worst unemployment, foreclosure and bankruptcy rates in the US* [Midterm elections 2010 live // DT. 2010. 03.11]. Напротив, *gambit* — начальный ход в состязании, влекущий за собой краткосрочные потери ради долгосрочной выгоды, — является выгодной тактикой в политической игре: *By putting measures on care of the elderly and disabled in the Queen’s Speech, Gordon Brown is using this legislation as his opening gambit in the election campaign* [The Queen’s Speech exposes Labour’s failures on health care and education // DT. 2009. 19.11]. Неполный контроль за ситуацией часто вынуждает идти на компромисс, *to cut one’s coat according to the cloth* ‘кроить пальто из имеющегося материала’, т. е. приспособливаться к ограничениям, не поддающимся контролю, и делать всё

возможное в существующих обстоятельствах: *The period of foreign aid is ending and we must now cut our coat according to our cloth* [BNC]; *If we do face a period of declining income then the Council must be prepared to cut its coat according to the cloth available* [BNC]. На ослабление контроля указывает такое поведение союзников, когда они уверяют в своей лояльности, поддержке, но на деле это никак не подтверждают. О такой ситуации скажут: *to pay lip service*.

Человек часто сам способствует созданию негативных обстоятельств и даже опасной ситуации, которая неожиданно выходит у него из-под контроля. Причиной этому часто служит искажение основополагающих принципов. О таком действии скажут *to create a Frankenstein*, при этом оценивают поступок создателя, а не монстра: *Too often, these proceedings get away with standing every honourable principle of British justice on its head. Such is the Frankenstein's monster created by Parliament in the 1989 Children Act* [Forced adoption another win for the child snatchers // DT. 2010. 21.11].

Перемены на политической сцене не всегда зависят от действий людей. Нередко они происходят неожиданно не только для наблюдателей, но и для самих участников. Можно одержать быструю победу (*springing to victory*, *to be swept back to power*), получить помощь в ущерб чьим-либо интересам (*to be aided by the demise of*), так же неожиданно потерять контроль или владение чем-либо (*to let something slip through one's fingers*): *The idea of the Conservatives springing to victory ... always seemed unlikely. It would take some explaining, then, were Ed Miliband to let this seat slip through his fingers* [Oldham and Saddleworth disaffected Lib Dems hold the key to this election // DT. 2011. 08.01]; *Labour swept back to power ... Their victory was aided by the demise of the Liberal Democrats* [What will the world be like in another 50 years // ST. 2011. 06.02].

В британской прессе довольно распространено выражение *hand in hand*, указывающее на совместные действия: *Mr Assange's self-regard and intolerance of being challenged hint at narcissism ... If Mr Assange is a touch crazy, that quality often travels hand in hand with outlandish bravery* [Julian Assange is a glamorous hero — for now // 2010. 17.12]. Автор статьи говорит о нарциссизме Джулиана Ассанжа, намекая на его самовлюбленность, эгоизм и самолюбование. Эту же аллюзию на греческий миф о Нарциссе, прекрасном молодом человеке, который был обречен влюбиться в собственное отражение в воде озера и умер от этой любви, использует журналист американской газеты «The New York Times»: *...such groups may reflect, say, Baby Boomer impatience, even narcissism, at odds with sacrifice and long-term thinking* [In Politics Live in the Present and Kick Problems to the Future // NYT. 2011. 01.01].

К риторическим приемам относится максима (от лат. *maxima regula (sententia)* 'высший принцип') — вид афоризма, который заключает в себе совет, звучащий как наставление. максима применяется для указания на непреложную истину, которой руководствуется или должен руководствоваться

человек в обществе. Нередко такие принципы получают распространение более чем в одной культуре. Примером может служить принцип *he who pays the piper calls the tune* — *кто платит, тот заказывает музыку* — *qui paie commande*, означающий, что «тот, кто вкладывает средства, вправе влиять на результат»: *Lord Williams of Elvel quoted the ACC chairperson, who described the new system thus: "The man who pays the piper calls the tune"* [BNC]; *De Gaulle was little interested in AFPs' He considered it normal that he who pays the piper calls the tune: "qui paie commande"* [BNC].

2.1

В англо- и русскоязычной печатной прессе широко распространены такие стилистические приемы, как гипербола, аллегория, ирония, аллюзия, метафора, метонимия, оксюморон и др. [Гальперин 1958]. Стилистические приемы используются для усиления или ослабления воздействия высказывания на читателя, выделения или сокрытия определенных характеристик описываемого объекта или явления.

Приемом усиления смысла служит гипербола: *Каждая точка на Черкизовском рынке означала остановившийся цех в России* [Начали с Исмаилова // Вед. 2009. 16.07]. Чтобы ослабить категоричность высказывания, но сохранить его воздействие на читателя или скрыть определенные стороны описываемого явления авторы статей часто используют аллегория, перифраз, иносказание, в основе которых лежит намек на одни стороны явления и умолчание о существовании других. Предполагается, что читатель догадается о невысказанном. Использование этих приемов дает возможность автору сказать то, что он не может сказать прямо, указать на нужные ему признаки, не называя самого предмета. Эти приемы также придают речи взволнованность. Например, о власти имущих скажут следующим образом: *Поэты соберутся в „квартирничке“ почитать друг дружке стихи. Крупные рыбы — у себя на дачах, на виллах, как прежде в баньках* [Конец светской жизни // НГ. 2008. 01.02]; *На полувековом юбилее бывшего журналиста и нынешнего члена „семьи“, куда позвали первые две сотни нынешних „благородных донов“ и куда заглянул на 20 минут сам самый, фотосъемка была строго запрещена* [Там же]. Подчеркивается присутствие тайны в жизни влиятельных людей: *Светской жизни сегодня нет. Новые власть имущие привыкли оставаться в тени по своей первой профессии* [Там же]; *Не говоря о богатых людях, которые темноту любят* [Там же]; *Люди за десять лет обрели такой увесистый бэкграунд темных дел, что всякое упоминание о себе в текущей летописи воспринимают как личное оскорбление* [Там же]; *Чем выше заборы, чем дальше от Кремля, тем спокойнее* [Там же].

В американской прессе состоятельных людей метафорически называют *fat cats*. Концепт «служить/подчиняться» может быть передан идиомой *carry the water*, употребляющейся по отношению к человеку, который делает необходимую, но трудную и/или неприятную работу от имени другого и вместо него, хотя в действительности предполагается, что последний сам должен осуществлять

эту деятельность: *Mr. Kirk has been a hard-working congressman and even carried water for Democrats ... <He> has lured donations from fat cats who would normally be in the Democratic fold* [In Senate Race the State G. O. P. Is Digging Its Own Hole // NYT. 2010. 01.01]. Работа, которую делал *Mr. Kirk*, заключалась в том, чтобы «соблазняя, завлекать пожертвования от упитанных котов, которые, как правило, сидят у демократов на коленях».

В канадской прессе политики, банкиры и управляющие крупными компаниями нередко характеризуются как жадные, бездушные люди, стремящиеся к власти и обогащению. Также указывается на наличие у них стадного чувства, тесной взаимосвязи между собой, стремлении привлечь нужных людей «под свою крышу» с целью укрепить свои позиции. Даже когда сильные мира сего конкурируют между собой, их объединяют основные интересы, связанные с обогащением. Способы достижения целей нередко напоминают поведение животных и передаются соответствующими метафорами: *...the electronics show is viewed as a glorious demonstration of the benefits of dog-eat-dog competition* [Capitalism's comeback // NP. 2011. 08.01]; *They <the banks> were responsible for property mania, elbowing each other out of the way to give developers access to their vaults* [One step closer to European superstate // NP. 2011. 01.03]; *If electronics executives were bankers they'd be regulated out of existence as greedy soulless corporate plunderers intent on filling their own pockets and driving their competitors out of business* [Capitalism's comeback // NP. 2011. 08.01]; *John Maynard Keynes was wrong about many things, but not about the herd mentality of bankers. Nevertheless, they also have a unique skill in persuading politicians that if they fall, everything falls* [One step closer to European superstate // NP. 2011. 01.03]. Суть поведения крупных деятелей политики и экономики в одной из статей канадской прессы передана следующим оксюмороном: *A famous economist once said that capitalism is creative destruction* [Capitalism's comeback // NP. 2011. 08.01].

Другой прием воздействия на читателя — ирония, которая возникает, когда слово или высказывание обретает в речи смысл, противоположный его буквальному значению или отрицающий его. Так происходит при использовании лексикой, характерной для области политики и управления, применительно к религиозной сфере: *Либеральной, „прогрессивной“ общественности, пожалуй, ближе митрополит Кирилл, образованный, старающийся выглядеть политкорректным дипломатом — настоящая медиаперсона. Но обстоятельства складываются так, что очки стремительно набирает его коллега — прямой и жесткий аппаратчик, ведающий патриаршей канцелярией, кадрами, призывший в отсутствие шефа быть на хозяйстве* [Успешный церковный менеджмент // НГ. 2008. 01.02]; *Он <митрополит Климент> успешнее и настойчивее, пусть и менее публично, лоббирует интересы Церкви. В ситуации, когда Церковь чувствует себя все вольготнее, такой менеджмент и такой менеджер могут*

оказаться для нее более приемлемыми [Там же]. Оба митрополита, подобно политическим лидерам, стремятся к власти. Средства, которыми они пользуются для достижения своей цели, обнаруживают сходство со способами, которыми используются политики и деятели шоу-бизнеса, чтобы добиться популярности. Журналисты иронично указывают на это сходство, используя по отношению к главам церкви такие языковые метафоры, как *звезда, медиаперсона, менеджер, звание влиятельной персоны в РПЦ: Но на сей раз не он <митрополит Смоленский и Калининградский Кирилл (Гундяев)> главная звезда* [Там же]; *Оба иерарха <митрополиты Кирилл и Климент> сегодня оспаривают друг у друга звание самых влиятельных персон в РПЦ. Вполне закономерно возникает вопрос: кто из них, выражаясь современным языком, более успешный менеджер?* [Там же]. Русская православная церковь намеренно обозначена аббревиатурой с целью вызвать в сознании читателей ассоциацию с названием государственного учреждения.

В прессе и публичных выступлениях ирония нередко служит средством дискредитации оппонента, представления его в невыгодном свете. В приведенном в начале данной статьи примере журналист оценивает стремление Барака Обамы перенять черты публичного имиджа своего предшественника Рональда Рейгана. Автор прямо говорит о смешном положении, в которое себя поставил нынешний президент, в стремлении усилить свою позицию, представив себя в образе нового Рейгана: *comical transparency of Obama's attempts to portray himself as the new Reagan*. Журналист с иронией оценивает попытки Обамы усилить привлекательность образа бывшего президента, сравнивая популярность Р. Рейгана с популярностью в его эпоху жевательных конфет *jelly beans*, также известных как любимые конфеты Р. Рейгана: *attempts to redefine the conservative hero as some kind of big cuddly jelly bean*.

Этим же приемом британский журналист пользуется для характеристики выступления Каддафи, называя его речь *Mumbo Jumbo*, что в переносном смысле обозначает «бессмысленное бормотание, бессмысленный текст», а в прямом — «идол некоторых западноафриканских племен, предмет суеверного поклонения, фетиш». Автор стремится создать в сознании читателей ассоциацию с племенным шаманом, который держит народ в неведении и суеверном страхе, чтобы скрыть настоящее положение вещей. По словам британского журналиста, власть в Ливии принадлежит ветвящейся, как крона дерева, семье Каддафи (*ramified family*): *For, despite his lofty talk of the "Libyan people", Gaddafi's philosophical mumbo jumbo occludes the fact that real power lies with him and his ramified family. They control armed might and the purse strings in a mono-economy based on oil and gas* [Gaddafi: Inside the mind of a tyrant // DT. 2011. 26.03].

Понятие дружбы особым образом осмыслиется британцами. Особенно это заметно в описаниях их отношений с французами. При этом даже при заверениях в дружбе проявляется давнее соперничество, о котором часто говорят с иронией,

границей с сарказмом: *Britain's relationship with France remains special. It relies on more than the undeniable attractions of Carla Bruni. Yesterday's anniversary was also, it happens, that of Waterloo, but little Mr Sarkozy is no Napoleon. More importantly, bellicosity is forgotten in friendly coexistence. And why not? Consumers in Britain have long embraced the charms of Gallic electricity, even if it leaves just a suspicion of garlic around the power sockets ... The thin Channel itself dictates that we two nations must live cheek by jowl — too close for comfort, but too close to quarrel* [Nicolas Sarkozy and David Cameron: entente spéciale // DT. 2010. 18.06]. — Британские отношения с Францией остаются особыми. Они зависят от большего, нежели неоспоримые прелести Карлы Бруни. Так случилось, что вчерашняя годовщина совпала с годовщиной Ватерлоо, но Саркози — не Наполеон. Важнее то, что драчливая агрессивность забыта в дружеском сосуществовании. А почему бы и нет? Потребители Британии давно пользуются приятной особенностью галльского электричества, даже несмотря на то, что оно оставляет чесночный запах у розеток электропитания ... Узость Ла-Манша сама по себе диктует то, что мы, два народа, должны жить бок о бок, не очень близко, чтобы чувствовать себя комфортно, но слишком близко для того, чтобы ссориться было не удобно. Из приведенного примера видно, что британский журналист говорит о необходимости и выгоде дружбы с Францией, но одновременно при помощи метафорического контекста выражает иронию в отношении этой дружбы. Ирония содержится в описании привлекательности Карлы Бруни, жены французского президента, которая в прошлом была моделью; в сравнении Саркози с Наполеоном; в намеке на сходство блеска от красоты Карлы Бруни и пользы от открытия материала для полупроводниковой электроники арсенида галлия (GaAs) французским химиком Полем Эмилем Лекоком де Буабодраном. Описание степени близости географического положения также обращает на себя внимание. Британцы ценят дистанцию между ними и французами и явно не собираются ее сокращать, однако считают целесообразной уменьшить ее до такой степени, чтобы ссоры стали не удобны.

Использование иронии в описании действий политического лидера нередко заставляет усомниться в его компетентности и, как следствие, служит ослаблению его позиции. С этой же целью нередко прямо высмеиваются его действия. Однако для того чтобы смягчить резкость высказывания, часто применяется когнитивная метафора: *Cameron's new idea can be put very simply. More than one tom fool has mocked the Tory leader <Mr. Brown> for spin without substance. But the substance can follow if the spin lights up the terrain of a new country that appeals. ... Here is both the threat and the opportunity for Mr. Brown. ... The electorate would take flight at such talk <of Mr. Cameron>* [How British voters can start a revolution // DT. 2008. 03.01]. Всеобщее мнение о поведении лидера Консервативной партии, или кратко тори, как о человеке заслуживающим насмешек, передано

фразой *more than one tom fool has mocked the Tory leader*, т. е. 'каждый дурак высмеивал лидера тори'. Поводом для насмешек послужили бессмысленные действия лидера, названные *spin without substance*, букв. 'бессмысленное кружение'. Также метафорически указывается на то, что кружение может наполниться содержанием, если подарит свет тем, кто о нем просит. Таким образом, лидер Консервативной партии Гордон Браун не только столкнулся с угрозой, но и получил возможность, которая обеспечена тем, что его соперник, Д. Кэмерон, высмеивая оппонента, отпугнет электорат так, что последний обратится в бегство (*would take flight*).

В прессе нередко встречается игра слов, заключающаяся в повторении одного слова в контекстах с противоположными значениями, например использование существительного *hand* в выражениях *to be on hand* (иметься в распоряжении) и *to get out of hand* (выйти из-под контроля): *Dozens of paramilitary Carabinieri police equipped with helmets, batons and riot shields were on hand to ensure the confrontations did not get out of hand* [Silvio Berlusconi Angry scenes outside Milan courthouse // DT. 2011. 06.04].

В американской прессе характеристика человека может быть передана как единичными стилистическими средствами, например аллегорией: *Mr. Martin is the vessel of the venom* [In Senate Race the State G. O. P. Is Digging Its Own Hole // NYT. 2010. 01.01] — '*Mr. Martin — сосуд с ядом*', — так и оригинальным сочетанием нескольких приемов, например метафоры и метонимии: *So touchy is 10 Downing Street about this question that Prime Minister David Cameron took time during a 30-minute call to firmly remind President Obama that BP is a global corporation, and that it long ago ceased calling itself "British Petroleum"* [How British (Really) Is BP // NYT. 2010. 16.06]. В примере прилагательное *touchy* 'раздражительный, обидчивый' используется по отношению к официальной резиденции премьер-министра Великобритании, находящийся по адресу *10 Downing Street*. Таким образом, происходит наложение нескольких стилистических приемов: метонимия, представленная фразой *10 Downing Street*, накладывается на языковую метафору *touchy*, употребленную по отношению к резиденции премьер-министра; тем самым нелицеприятная характеристика проецируется на самого премьер-министра, хотя он не называется прямо.

2.2

В настоящей статье мы вслед за Э. В. Будаевым и А. П. Чудиновым рассматриваем когнитивную метафору как феномен не лингвистический, а ментальный. Метафора заложена в понятийной системе человека и структурирует его восприятие, мышление и деятельность [Будаев, Чудинов 2007]. Таким образом, понятие когнитивной метафоры шире, чем метафоры как стилистического приема для «оживления уже стершейся или начинающей стираться образности» [Гальперин 1958: 127], базирующегося на «отношении предметно-логического значения и значения контекстуального, основанного на сходстве признаков двух понятий» [Там же: 125]. Метафора выступает од-

ним из важнейших приемов речевого воздействия в печатных СМИ [Будаев 2009; Будаев, Чудинов 2007; Окунева 2010; Чудинов 2001]. Что касается субъективной оценки, которую заключает в себе когнитивная метафора, в большинстве случаев она негативная [Окунева 2010]. Это справедливо и для российской, и для англоязычной прессы. Подробное описание использования когнитивной метафоры представлено в нашей статье «Виды и роль метафоры в печатных СМИ России, Великобритании, США и Канады (на материале газетных статей, посвященных проблеме взаимоотношений между государством, обществом и прессой)» [Окунева 2010]. В работе подробно характеризуется использование когнитивной метафоры и метафорического контекста как средства выражения авторской оценки в российской, британской, американской и канадской прессе, выявляются и четко называются метафоры, раскрывается их смысл и идеологическая направленность. В настоящей статье мы кратко перечислим когнитивные метафоры, наиболее характерные для российской и англоязычной прессы.

В российской прессе при оценке сферы политики используются следующие когнитивные метафоры: УГРОЗА, ЖИВОЕ СУЩЕСТВО, НЕНАСЫТНОЕ ЧУДОВИЩЕ, ИГРА, ОБЪЕДИНЕНИЕ, РАЗДЕЛЕНИЕ, ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ВЛАСТИ, деятельность государства описывается в таких терминах, как МАНИПУЛИРОВАНИЕ СОЗНАНИЕМ, ВОЕННЫЕ ДЕЙСТВИЯ, ВРЕДИТЬ, ОКАЗЫВАТЬ ВНИМАНИЕ, ПОДЧИНЯТЬСЯ, СТАЛКИВАТЬСЯ С ТРУДНОСТЯМИ, ОТКАЗ ОТ ОТВЕТСТВЕННОСТИ, ПРОИЗВОЛ, ВЫГОДНОЕ МЕСТО, торговая деятельность осмысливается в терминах ЖИВОЕ СУЩЕСТВО, НЕНАСЫТНОЕ ЧУДОВИЩЕ, ИГРА, УГРОЗА. Одни государственные деятели уподобляются САДОВОЙ КУЛЬТУРЕ, другие изображаются в образе САДОВНИКА. Когда речь идет об обществе, используются когнитивные метафоры РАЗДЕЛЕНИЕ, ЛИШЕНИЕ, ДЕТСКОЕ РАЗВЛЕЧЕНИЕ, ТРУДНОСТЬ, НЕХВАТКА ВНИМАНИЯ, ПОДЧИНЯТЬСЯ, СТИХИЙНОСТЬ. Богатые люди характеризуются языковыми метафорами когнитивно-метафорических областей ВЛИЯНИЕ и ТАЙНА. Совсем недавно в прессе появилась нехарактерная для русского сознания оценка религиозных деятелей, содержащаяся в следующих когнитивных метафорах: СТРЕМЛЕНИЕ К ИЗВЕСТНОСТИ И ВЛАСТИ, АКТИВНАЯ ПОЛИТИКА.

Пресса Великобритании, США и Канады во многом сходна, что обусловлено одной языковой системой. Например, для трех стран характерно особое внимание к когнитивной метафоре УСПЕХ vs ПРОВАЛ, ВОЙНА, СПОРТИВНОЕ СОТЯЗАНИЕ, ИГРА. Однако географические, экономические, социальные и политические особенности привели к возникновению существенных различий в языковом сознании носителей этих лингвокультур.

Британская пресса отдает предпочтение когнитивным метафорам КОМПЕТЕНТНОСТЬ, ТРАДИЦИОННОСТЬ и ПРАВИЛЬНОСТЬ, МЕДЛИТЬ, КОНТРОЛЬ, ПРЕДВЕСТНИК, ОБЪЕДИНЕННЫЕ УСИЛИЯ, ТЕАТР, ДРУЖБА (преимущественно проявляющаяся косвенно), ОБМАН (как одно из самых страшных обвинений), ИГРА В ШАХМАТЫ И КАРТЫ.

В американской прессе можно выделить следующие метафорические области: ГРАНИЦА, СОЮЗ, ПРОЯВЛЕНИЕ ВРАЖДЕБНОСТИ, ПРИСПОСОБЛИВАТЬСЯ, МАГИЯ, ПОЛИТИКА — ТРАНСПОРТНОЕ СРЕДСТВО, ПОЛИТИКА — АЗАРТНАЯ ИГРА, ГОСУДАРСТВО — ДОМОВЛАДЕНИЕ, ПОРЯДОК В ГОСУДАРСТВЕ — ПОРЯДОК В ДОМЕ, ПОДАВЛЕНИЕ, ДУШИТЬ, ЧУДОВИЩЕ, УПОРСТВО, УСИЛИЕ, СОПРОТИВЛЕНИЕ vs ПОДАТЛИВОСТЬ, НЕСАМОСТОЯТЕЛЬНОСТЬ/ ЖЕРТВА, СЛУЖИТЬ / ПОДЧИНЯТЬСЯ, ЧЕЛОВЕК.

Для канадской прессы характерны следующие когнитивные метафоры: ЖИВОЕ СУЩЕСТВО/ ЧУВСТВУЮЩИЙ ОРГАНИЗМ, ОСОБЫЙ СОЮЗ/ ОБЪЕДИНЕНИЕ, ТРУДНОСТИ И ИХ ПРЕОДОЛЕНИЕ, ИСКУССТВО/ЗРИТЕЛЬНЫЙ ОБРАЗ, ПРИРОДНЫЕ СТИХИИ, БЕСПОРЯДОК.

2.3

Для успешного усиления или ослабления воздействия определенной информации на читателя важны не только удачно подобранные стилистические средства, своевременные обращения к фоновым знаниям носителей языка и яркие образы, созданные когнитивными метафорами, — очень важно удачно подобрать и организовать основной набор лексических средств в тексте.

В российской прессе используются следующие приемы усиления смыслов:

– повтор синонимов с определенной коннотацией, часто негативной: *В это же время зародился непрозрачный и нецивилизованный рынок челночной торговли. Правда, в последние годы доля товаров **теневоего происхождения** (подпольные цеха или нелегальный ввоз) стала сокращаться* [Начали с Исмаилова // Вед. 2009. 16.07];

– уподобление образу, вызывающему отрицательные ассоциации: *Говорить о какой-то победе над **контрафактом** и **контрабандой** можно будет только после закрытия еще нескольких десятков „**подобных клоак**“* [Там же].

С целью ослабления воздействия на читателя определенной информации или сокрытия некоторых подробностей авторы статей нередко используют такие средства:

– гиперонимы, т. е. лексику с широким и/или абстрактным значением: *Пресс-секретарь Путина Дмитрий Песков **подтверждает или опровергает это не стал, ответил лишь, что премьер участвовал в обсуждении „различных схем урегулирования задолженности украинской стороны“**, но детали — у „Газпрома“ и „Нафтогаза“. **Сделки в любом случае взаимовыгодные**, добавляет чиновник Белого дома* [Последняя услуга посредника // Вед. 2009. 22.01];

– снижение регистра, т. е. описание официальных отношений лексикой, применяемой в разговоре о ситуациях бытовой сферы: *Это доказывает та же ситуация с „Черкизовским“, объясняет он: пока Путин не **обратил внимание на этот рынок, серьезных претензий у властей к нему не было** [Начали с Исмаилова // Вед. 2009. 16.07]; К тому же и выборы **на носу**, в ходе которых наверняка **появится соблазн дать населению очередную порцию льгот или пособий** [Нефтяное благополучие // НГ. 2011. 01.02];*

– заимствованную лексику: *Придет и время салонов, в которых будут **аккумулироваться** глупо недовольные нынешним режимом* [Конец светской жизни // НГ. 01.02.2008]; *Несмотря на кажущийся расцвет экономики, именно закат светской жизни предвещает будущую **рецессию** всего социального организма* [Там же].

В британской прессе часто используется прием номинации. Отбираемый при номинации признак, лежащий в основе наименования, создает внутреннюю форму последнего, тем самым один и тот же объект может получать разные названия в зависимости от ведущего признака [БСЭ].

Власть предоставляет привилегию давать официальные наименования ситуациям, людям и их действиям, в которых содержится нужная номинатору оценка. Поддержка ООН, обладающей властью (*firmly in the driving seat, gripping this emerging picture*), позволяет действующему премьер-министру Великобритании Дэвиду Кэмерону называть мятежников, выступающих против правительства, восставшими (*rebels*), а свои действия, направленные на налаживание контакта с ними, возможно с целью оказания поддержки, правильными и должными (*proper contact, proper discussions*): *David Cameron said the UN should be “firmly in the driving seat” on post conflict planning. He said: I really think they should be **gripping** this emerging picture and working with those agencies that have managed to get through to places like Misurata and Ajdabiyah and elsewhere. We are actually now in **proper contact** with the rebels and a Foreign Office official is now having **proper discussions** with them* [Libya as it happened March 28 // DT. 2011. 29.03].

Для носителей английского языка уличение в обмане является одним из самых серьезных обвинений, поэтому в речи указание на невыполнение данных обещаний дается косвенным образом (*There are three huge **fault lines in this strategy**. First, **ignoring the repeated promises** on “the vision thing” **will not prove a way out of the Government’s unpopularity*** [How British voters can start a revolution // DT. 2008. 03.01]) либо выражается идиоматически: *Those companies that have **pulled the wool over the Government’s eyes**, gaining huge sums of taxpayers’ money but providing little or no work-based training, would soon be out of business* [Там же] (*pull the wool over (someone’s) eyes* — «пустить пыль в глаза кому-то», «скрывать свои истинные мотивы, искусно прикрываясь добрыми намерениями, с тем чтобы достичь цели»).

Ценность определенного качества часто подчеркивается в призывах к его проявлению в поведении: *...solid competence **must be the order of the day*** [Там же].

В американской прессе используются следующие способы создания у читателей нужной автору оценки, не всегда соответствующей реальности:

– использование ссылки на чьи-либо слова, подобранные определенным образом;

– вербальное указание на сомнение в правдоподобности определенной информации, например: *Rebel leaders **said** the attacks <of the government forces> **smacked of desperation, and the***

*ease with which at least one assault, on the western city of Zawiyah, **was repelled** raised questions about **the ability of the government to muster a serious challenge to the rebels’ growing power*** [Qaddafi’s Forces Hit Back at Rebels // NYT. 2011. 28.02];

– введение метафор, вызывающих у читателя чувства и ощущения, субъективные по своей сути: *The **diehards** appear to believe that anything is **fair game** when it comes to preventing **what they deem murder*** [In Senate Race the State G. O. P. Is Digging Its Own Hole // NYT. 2010. 01.01];

– использование кавычек с целью вызвать сомнение у читателей в правдоподобности сказанного. Использование кавычек также может совпадать с оформлением цитаты: *In an interview with ABC News, Colonel Qaddafi said he was fighting against “**terrorists**,” and he accused the West of seeking to “**occupy Libya**.” He gave no hint of surrender. “**My people love me**,” he said. “**They would die for me**.”* [Qaddafi’s Forces Hit Back at Rebels // NYT. 2011. 28.02].

В качестве еще одного примера рассмотрим письмо американца, опубликованное в газете «The New York Times», и ответ редакции на него. Не все американцы поддерживают действия властей. В одном из писем довольно смело и аргументированно высказывается сомнение в оправданности некоторых действий:

*It is **disturbing** that the Pentagon is “repositioning Navy warships” for possible military intervention. This is **the basis** for a great deal of anti-American **sentiment**. Even with good intentions, our motives are often suspect when we use **a military option**, and even those whose side we may take (for the moment) will soon **chafe under foreign intervention**.*

***No one likes armed foreigners on their soil** for any reason, or at least not for long. Our general support for the Libyan rebels may be good, but **the use of the military** just looks like **a grab for power** to much of the rest of the world. **Military force is not an answer**. When will we learn?*

James R. Knaub Jr. Arlington, Va., March 1, 2011 [How Should the U. S. Respond to the Libyan Turmoil // NYT. 2011. 02.03].

Автор письма сочетает следующие приемы речевого воздействия: прямую апелляцию к чувствам (*disturbing, is the basis for anti-American sentiment*), косвенное обращение к чувствам, выраженное метафорически (*chafe under foreign intervention, a grab for power*), указание на общеизвестную истину (*No one likes armed foreigners on their soil*), использование лексики с более широким значением для смягчения категоричности высказывания, т. е. гиперонимов (*a military option, the use of the military, military force is not an answer*), параллелизм — тождественное расположение элементов речи в смежных частях текста, которые, соотносясь, создают единый поэтический образ (*disturbing — sentiment, a military option — military force, foreign intervention — armed foreigners on their soil, whose side we may take — our general support*), риторический вопрос (*When will we learn?*).

Редакция газеты отвечает не на все письма, но те, в которых содержатся мнения, противоречащие основной идеологической направленности

издания, не остаются без внимания. На приведенное выше письмо редакция ответила статьей «Qaddafi's Forces Hit Back at Rebels». Прокомментируем некоторые языковые приемы, содержащиеся в ней. Статья начинается с того, что лидер Ливии Каддафи представляется в образе сильного противника, способного дать отпор (*struck back*), обладающего специально обученными войсками (*special forces*), регулярной армией (*regular army troops*) и, по словам повстанцев, военными истребителями (*fighter jets*). При этом о населении Ливии ничего не говорится. Создается такое впечатление, что воюют с одним человеком, который обостряет враждебность (*escalation of hostilities*) и ведет Ливию к гражданской войне (*brought Libya a step closer to civil war*): *Col. Muammar el-Qaddafi's forces struck back at his opponents on three fronts on Monday, with special forces, regular army troops and, rebels said, fighter jets, in an escalation of hostilities that brought Libya a step closer to civil war* [Qaddafi's Forces Hit Back at Rebels // NYT. 2011. 28.02].

Силам повстанцев дается две оценки. С одной стороны, утверждается, что они способны дать отпор армии Каддафи, с другой — не отрицается возможность участия на стороне повстанцев войск извне (*the Pentagon began repositioning Navy warships to support a possible humanitarian or military intervention*) и принятия других политических и экономических мер (*Secretary of State Hillary Rodham Clinton bluntly told the Libyan leader to surrender power "now, without further violence or delay"*): *But the rebels dismissed the attacks as ineffectual, and Colonel Qaddafi faced a growing international campaign to force him from power, as the Obama administration announced it had seized \$ 30 billion in Libyan assets and the European Union adopted an arms embargo and other sanctions* [Там же].

В то же время сообщается о нестабильном положении лидеров повстанцев (*unsettled rebel leaders*). Однако их действия оцениваются положительно (*they are close to liberating the country*), а действия Каддафи связываются с бомбежкой городов Ливии (*including fighter pilots willing to bomb Libyan cities*), что закрепляет в сознании читателя негативную ассоциацию: *The attacks by the colonel's troops on an oil refinery in central Libya and on cities on either side of the country unsettled rebel leaders — who have maintained that they are close to liberating the country — and showed that despite defections by the military, the government may still possess powerful assets, including fighter pilots willing to bomb Libyan cities* [Там же].

Несмотря на довольно смелую и независимую внешнюю политику, США не упускают возможности оправдать свои действия благими намерениями (например, распространением свободы и демократии). Еще ряд приемов формирования положительной оценки действий, к которым можно относиться двояко, — это упоминание наличия влиятельных союзников (Европы, международных организаций), ссылка на мнение мирового сообщества, формирование логической связи через создание аналогии, не всегда оправданной: *Along with many European nations, the U. N. and global*

public opinion, the U. S. has a moral responsibility to condemn Israel's violence. Turkey is closely monitoring the U. S. response. As Foreign Minister Ahmet Davutoglu noted, this is not a choice between Turkey and Israel. It is a choice between right and wrong, between legal and illegal [This Israeli Government Has Gone Too Far // NYT. 2010. 02.06].

В Канаде общество склонно выступать в роли стороннего наблюдателя, а не активного деятеля в политической жизни страны. Дискуссии о политике служат канадцам своего рода развлечением [Окунева 2010: 144]. Поэтому важным элементом как канадской прессы, так и политики, является создание привлекающих внимание образов, описание интересных, но не всегда ключевых событий, т. е., в целом, произведение впечатления на аудиторию. Приведем примеры: *A further festival of misinformation about the Keystone XL pipeline was on display by professional activists in Lafayette Park opposite the White House yesterday, including the peddling of alarmist factoids* [Egypt, Harper, Obama and oil // NP. 2011. 05.02]; *Already, the long-time autocrat has dismissed his cabinet and appointed a vice-president (a novelty under his rule). But as the protestors know, this is window dressing: Egypt will not be free until Mr. Mubarak himself is out of power* [Democracy for Egypt // NP. 2011. 01.02].

И в прессе, и в политике не все происходящие события освещаются в равной степени. От одних внимание зрителей отвлекается (*the eyes of the world are turned toward*), другие описываются более подробно, а некоторые области, требующие внимания, намеренно игнорируются (*turned a blind eye*): *Instead they cooked the books to avoid limits and the ECB turned a blind eye* [One step closer to European superstate // NP. 2011. 01.03]; *While the eyes of the world are understandably turned toward North Africa, Iranian executions have escalated dramatically* [Iran's execution binge // NP. 2011. 01.02].

ЗАКЛЮЧЕНИЕ. В статье было рассмотрено, как приемы речевого воздействия используются в печатных СМИ России, Великобритании, США и Канады с целью усиления или ослабления воздействия сообщаемой информации на читателя, создания новых ассоциативных связей на основе уже существующих и переноса субъективных оценок из одной когнитивной сферы в другую.

В российской прессе для перенесения существующих в сознании читательской аудитории ассоциативных связей на новое сообщение наиболее часто указывается на сходство обстоятельств с имевшими место в истории страны, используются историзмы, аллегории, фразеологизмы, делается обобщение исторического прошлого, нередко в форме афоризмов или максим.

В британской прессе приоритет отдается так называемой общеизвестной истине, считающейся традиционной и общепризнанной на данный момент. При обращении к фоновым знаниям носителей языка, как правило, указывается на традиционные представления, устойчивые стереотипы и общепринятые оценки, долженствование в силу существующих всем известных причин. Нередко преследование одних целей намеренно скрывается за стремлением к другим. В речи британцев

часто используются модальные конструкции, нередко в форме призыва, заключающие в себе значение долженствования в силу установленных правил. Критика существующей ситуации преимущественно сопровождается предложением пути решения проблемы. Право голоса исторически ассоциируется со свободой, к сохранению которой британцы относятся очень трепетно.

В американском сознании усиление контроля со стороны правительства встречает острую неприязнь, поэтому этот процесс внешне стараются представить в виде обеспечения безопасности. История нового времени США и Канады приблизительно равна по продолжительности. Однако в американской прессе апелляция к историческому прошлому страны встречается значительно чаще, чем в канадской. В США особенно сильно проявляется культ президентов страны. В канадской прессе распространено обращение к истории Великобритании и США, встречаются упоминания исторических событий, происходивших в Ирландии, России и других странах.

В прессе Великобритании и США часто встречаются оценки, дающиеся странами друг другу. Так, в британской газете журналист приводит высказывание представителя оппозиции партии нынешнего президента США о том, что американский президент не король, намекая на большую для США тему — их не столь богатую, по сравнению с Европой, историю. В ответ в прессе США встречаются упоминания активной экспансивной политики Великобритании.

Для носителей английского языка уличение в обмане является одним из самых серьезных обвинений, поэтому в речи концепт «Обман» нередко представляется иносказательно, например через указание на невыполнение данных обещаний.

И в прессе, и в политике не все действительно события освещаются в равной степени. От одних внимание читателей отвлекается, другие описываются более подробно, а некоторые области, требующие внимания, намеренно игнорируются.

В англо- и русскоязычной прессе используются устойчивые сочетания и крылатые выражения, восходящие к мифологии и речи людей. Эти выражения часто служат для того, чтобы подчеркнуть традиционность, особый колорит описываемого явления и указать на контраст с существующим положением вещей. Авторы статей часто апеллируют к фоновым знаниям сразу из нескольких сфер исторического прошлого и включают в повествование другие приемы речевого воздействия. Выбор преимущественно обусловлен созданием единого концептуального образа в сознании читателей.

Приемы речевого воздействия широко применяются в печатной прессе в обоих языках. Они служат способом формирования у читателей субъективной оценки и актуализации в сознании читателей идеологических, социальных и культурных ценностей, оказывают влияние на предпочтения читательской аудитории. Приемы речевого воздействия включают в себя стилистические средства языка, когнитивную метафору, способы отбора и организации лексических средств и информации в тексте.

В англо- и русскоязычной прессе широко распространены такие стилистические приемы, как гипербола, аллегория, ирония, аллюзия, метафора, метонимия, оксюморон и др. Основу ряда стилистических приемов, таких, как аллегория, перифраза, иносказание, составляет намек на одни стороны явления и умолчание о существовании других. Предполагается, что читатель догадается о неназванном свойстве.

В российской прессе для усиления воздействия на аудиторию также используются следующие приемы: повтор синонимов с определенной коннотацией, часто негативной; уподобление образу, вызывающему отрицательные ассоциации. Чтобы ослабить воздействие или скрыть некоторые детали, авторы статей нередко используют гиперонимы, заимствованную лексику, лексику другого регистра.

В британской прессе распространены приемы номинации, иронии и игры слов, заключающейся в повторении слова в контекстах с противоположными значениями.

В американской прессе авторская оценка создается при помощи использования ссылки на чьи-либо слова, подобранные определенным образом; вербального указания на формание в правдоподобности определенной информации; введения метафор, вызывающих у читателя нужные автору ассоциации; использования кавычек, нацеленного на то, чтобы вызвать у читателя сомнение.

Важной характеристикой канадской прессы является создание привлекающих внимание образов, описание интересных, но не всегда ключевых событий с целью развлечь и произвести впечатление на аудиторию. Для этого журналисты используют разнообразные сочетания метафорических образов, аллегория и гиперболизацию.

В целом стиль ведения дискуссий в российской прессе можно охарактеризовать как ироничный, с частым обращением к истории страны и прозрачными намеками, выраженными различными стилистическими приемами. Речь британских журналистов отличается внешней сдержанностью. Однако в текст статьи нередко включаются отдельные абзацы, содержащие в себе иронию, нацеленную на дискредитацию образа оппонента или создание негативной оценки событий или ситуаций. Речь, получающая широкое одобрение со стороны американской аудитории, британцами будет воспринята как слишком напыщенная. Американцы отдают предпочтение оригинальным сочетаниям риторических комбинаций, гиперболам, удачно сделанным повторам, блестяще подобранным метафорам, использованием в речи высказываний отцов-основателей США и близких американскому мышлению языковых клише, отражающих американскую мечту. Это излюбленные приемы проповедников и политиков США. На основе анализа канадской прессы можно заключить, что в Канаде общество преимущественно играет роль стороннего зрителя, наблюдающего за событиями в англоязычных странах и мире. Роль СМИ заключается информировании об этих событиях в наиболее занимательной для читателя форме. Поэтому журналисты используют в своей речи неожиданные комбинации метафори-

ческих образов, разного рода умолчания, создающие интригующий эффект, и воскрешают в памяти читателей воспоминания о событиях, связанные с сильными эмоциями.

ЛИТЕРАТУРА

British National Corpus = BNC. URL: <http://www.natcorp.ox.ac.uk/> (дата обращения: 10.09.2010).

The Daily Telegraph = DT. URL: <http://www.telegraph.co.uk/>.

The Guardian =G. URL: <http://www.guardian.co.uk/>.

The National Post = NP. URL: <http://www.nationalpost.com/>.

The New York Times = NYT. URL: <http://www.nytimes.com/>.

The Sunday Telegraph = ST. URL: <http://www.telegraph.co.uk/>.

The Washington Post = WP. URL: <http://www.washingtonpost.com/>.

Большая Советская Энциклопедия = БСЭ. URL: <http://bse.sci-lib.com/>.

Будаев Э. В. Сопоставительный анализ политической метафоры // Изв. Урал. гос. ун-та. 2009. № 3 (67). С. 106—114.

Будаев Э. В., Чудинов А. П. Методологические грани политической метафорологии // Политическая лингвистика. 2007. № 1 (21). С. 22—31.

Ведомости = Вед. URL: <http://www.vedomosti.ru/>.

Гальперин И. Р. Очерки по стилистике английского языка. — М. : Изд-во лит. на иностранных яз., 1958.

Независимая Газета = НГ. URL: <http://www.ng.ru/>.

Окунева И. О. Виды и роль метафоры в печатных СМИ России, Великобритании, США и Канады (на материале газетных статей, посвященных проблеме взаимоотношений между государством, обществом и прессой) // Политическая лингвистика. 2010. № 4 (34). С. 135—145.

Чудинов А. П. Россия в метафорическом зеркале: когнитивное исследование политической метафоры (1991—2000). — Екатеринбург, 2001.

Статью рекомендует к публикации д-р филол. наук, доц. Э. В. Будаев

Е. Б. Плаксина

Екатеринбург, Россия

Е. В. Plaksina

Ekaterinburg, Russia

**ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА РЕАЛИЗАЦИИ
ВОЗДЕЙСТВУЮЩЕЙ ФУНКЦИИ ЗАГОЛОВКОВ
(НА МАТЕРИАЛЕ РОССИЙСКОЙ
И ФРАНЦУЗСКОЙ ПРЕССЫ)**

**LANGUAGE MEANS OF REALIZATION
OF INFLUENCE FUNCTION OF HEADLINES**

Аннотация. *Описываются языковые средства воздействия заголовков российской и французской прессы на адресата. Рассматривается использование в заголовках прецедентных феноменов.*

Abstract. *Language means of expression of influence in Russian and French press headlines are described. The use of precedent phenomena is discussed.*

Ключевые слова: *политическая коммуникация; политический дискурс; воздействующая функция заголовка; прецедентные тексты.*

Key words: *political communication; political discourse; influence function of a headline; precedent texts.*

Сведения об авторе: *Плаксина Елена Борисовна, кандидат филологических наук, старший преподаватель кафедры русского языка и методики его преподавания в начальных классах.*

About the author: *Plaksina Elena Borisovna, Candidate of Philology, Senior Lecturer of the Chair of the Russian Language and Methods of Teaching Russian in Primary School.*

Место работы: *Уральский государственный педагогический университет (Екатеринбург).*

Place of employment: *Ural State Pedagogical University (Ekaterinburg).*

Контактная информация: *620017, г. Екатеринбург, пр-т Космонавтов, 26.
e-mail: ipipd@uspu.ru.*

Политическая коммуникация является сегодня значимой сферой жизни. А. П. Чудинов дает следующее определение политической коммуникации: «...речевая деятельность, ориентированная на пропаганду тех или иных идей, эмоциональное воздействие на граждан страны и побуждение их к политическим действиям, для выработки общественного согласия, принятия и обоснования социально-политических решений в условиях множественности точек зрения в обществе» [Чудинов 2005: 13]. Журналистов иногда сравнивают с политологами в том смысле, что и те, и другие «реконструируют» политическую реальность для своих аудиторий сообразно своему видению политических процессов [Шейгал 2000: 25].

Л. В. Сафронова, ссылаясь на американских ученых (Ч. Ендер, Р. Кобб), замечает, что политическая система должна обеспечить пресыщение общества политической коммуникацией, которая посредством символов «умиротворяет» общественное мнение. Это состояние умиротворенности позволяет власти действовать «по умолчанию», т. е. привычными методами в соответствии с общепринятыми установками [Сафронова 1996: 16—19].

Политика основана на отношениях людей и их групп, направляемых коллективными и индивидуальными потребностями. Эти отношения сводятся к политическому дискурсу. В выстраивании узаконенных отношений немалая роль принадлежит газетному заголовку.

Одной из первоочередных задач заголовка газетного текста является привлечение внимания читателя. Специалисты отмечают, что заголовок статьи — это своего рода ее реклама [Чудинов 2005: 156], что «эмоционально-оценочная доминанта текста нередко задается уже его заголовком...» [Матвеева 1990: 97].

Газета является «зеркалом», фрагментарно отражающим все события, происходящие в мире, стране, городе (в зависимости от масштабности

издания) и дающим свою «интерпретацию фрагментов общественной жизни: фактов, событий, явлений, личностей...» [Матвеева 1990]. Борьба за читателей, специфика политического дискурса сформировали особый облик газетно-публицистической речи, в которой значительное место отводится экстралингвистическим приемам; газетной речи свойственны «яркая оценочность, мягкая стандартизованность и общепонятность используемых в газете материалов» [Там же]. Особенно заметно это проявляется в заголовках, так как «журналисты стремятся уже с помощью заголовка пробудить у читателя активность, вовлечь его в процесс сотворчества. В этом они видят главное условие перерастания произвольного первичного внимания в сознательную сосредоточенность. С этой целью работники печати широко используют различные приемы актуализации языковых средств, приемы усиления смысловой нагрузки, оживление заголовка, выявления авторского отношения к тексту газетного материала» [Сафонов 1981]. Л. В. Мосиенко пишет: «Журналист не только информирует читателя о социально значимых фактах, событиях и явлениях действительности, но и дает оценку сообщаемому» [Мосиенко]. Оценочные номинативы позволяют автору публикации высказать свое мнение о степени важности данной информации и внушить это мнение читателям.

Свойственная газете побудительная функция вынуждает журналистов использовать эмоционально-оценочные структуры, эмоционально окрашенную лексику, фразеологизмы и т. д. Отмеченные средства выразительности обеспечивают реализацию коммуникативных стратегий в российском политическом дискурсе. Во французских газетах также присутствуют разнообразные общезыковые метафоры, перифразы, синонимы, антонимы, индивидуально-авторские метафоры и окказионализмы, слова и словосочетания, маркируемые кавычками, интеллектуально-оценочные

выражения; как и в российских газетах, наблюдается проникновение разговорно-просторечных и жаргонных языковых единиц в газетные статьи и заголовки. Помимо перечисленных явлений, газетные полосы изобилуют сокращениями (аббревиатурами) и заимствованиями (англицизмами), их часто можно встретить в заглавиях, например: *Du bon et du mauvais usage du „off“ en politique — 'О правильном и неправильном использовании „вне“ в политике'* (Le Monde. 2006. 2 avril); *Nicolas Sarkozy en „on“ et „off“ — 'Николя Саркози в положении „включен“ и „выключен“'* (Le Monde. 2004. 24 février); *L'hypocrisie du black, blanc — 'Лицемерие черного, белого'* (Libération. 2006. 20 novembre); *Fontaine Fiacre, le ni oui ni non food — 'Фонтен Фиакр: пища ни то ни се'* (Le Figaro. 2007. 28 mars).

В политической коммуникации, кроме перечисленных стилистических и лексических средств, для создания интригующего, легкого для восприятия заголовка авторы статей прибегают к использованию прецедентных текстов. Обращение к прецедентным текстам повышает доверие читателя к СМИ. При этом журналисту необходимо учитывать, что исходный текст должен быть известен широкому кругу читателей. Г. Г. Слышкин предлагает следующие условия использования прецедентных текстов: 1) осознанность адресатом факта отсылки к определенному тексту; 2) знакомство адресата с исходным текстом и его способность распознать отсылку к этому тексту; 3) наличие у адресанта прагматической пресуппозиции знания адресатом данного текста [Слышкин 2000: 27].

Обращение к прецедентным феноменам отвечает двум основным тенденциям газетного языка — стремлением к стандарту и экспрессии. Использование цитат усложняет понимание текста, так как они создают вертикальный контекст. В этом случае авторский текст воспринимается как часть культуры. Сознательно выбранные цитаты и аллюзии, связанные с предшествующей традицией, создают «особый тип заглавий с осложненной семантикой» [Фонякова 1990: 65]. Чем изобретательнее журналист в использовании прецедентных текстов, тем ярче его материал, эффективнее воздействие на читателей.

Особую значимость приобретает использование прецедентных феноменов в качестве заголовка: заголовок — сильный текстовый знак, обязательная часть текста с фиксированным положением. Заголовок полифункционален, в качестве индексального знака он указывает на текст, служит его репрезентантом. Прецедентный заголовок — очень емкий в семантическом плане: он отсылает читателя к первичному тексту или ситуации, во многом детерминирует систему ценностных критериев и оценок действительности.

Исследователи так характеризуют прецедентные заголовки: «Важным фактором, объясняющим популярность прецедентных заголовков в медиатекстах, является их способность привлекать внимание потенциальных читателей. Этим же целям служит и жирный, крупный шрифт, соответствующие иллюстрации, но именно прецедентность высказывания обращена к социальному опыту читателя. ... Прецедентные имена насыщены

культурной информацией, поэтому помимо экстенсивного (денотативного) употребления им свойственно интенциональное (коннотативное) употребление» [Арошидзе].

В заглавиях современных российских газет цитируются литературные произведения, широко известные высказывания ученых, политиков, деятелей культуры, пословицы, поговорки, библеизмы (имена и фразы из Ветхого и Нового Завета), тексты популярных песен, названия кинофильмов и фразы из них, названия телепрограмм, призывы, девизы и лозунги, рекламные тексты, анекдоты и др. Например: *Кто-то теряет, а кто-то находит* (АиФ. 2005. 14 апр.) — неизменная строка из песни; *Партийцы тронутся — перрон останется* (АиФ. 2005. 30 нояб.) — строчка из песни к фильму «Ирония судьбы, или С легким паром!» («Вагончик тронется — перрон останется»); *Пойман — не вор* (Известия. 2006. 25 авг.) — пословица (не пойман — не вор); *Депутаты бранятся — только тешатся?* (АиФ. 2005. 22 июня) — пословица (милые бранятся — только тешатся); *Руки есть, ума не надо* (АиФ. 2004. 6 окт.) — пословица (сила есть, ума не надо); *Политическая Золушка принцессой не стала* (АиФ. 2005. 21 апр.) — в примере использовано прецедентное имя. Употребляется оборот, имеющий французские корни: *Буря в стакане воды*.

Аналогичные примеры встречаются и среди заголовков французской прессы: *Mauvais comptes, les bons amis* (Le Monde. 2006. 15 novembre) — использование французской пословицы (Les bons comptes, font les bons amis), ее русский эквивалент — «Счет дружбы не портит». В заголовках французской прессы встретились примеры обыгрывания гадания по лепесткам ромашки: *Rompre un peu, beaucoup, passionnément — 'Порвать отношения немного, совсем, страстно'* (Le Monde. 2007. 26 juin) — классическая фраза из гадания по лепесткам звучит так: «Il m'aime un peu, beaucoup, passionnément». Русский аналог, начинающийся словами «Любит, не любит...», нашел отражение на страницах российской прессы: *К сердцу прижмет, к черту пошлет!..»* (АиФ. 2007. 28 июня).

Достаточно популярно среди журналистов название кинофильма «С широко закрытыми глазами» («Eyes wide shut»), созданного по произведению Артура Шнитцлера, вышедшего на экран в 1999 г., причем тематика газетных статей с этим заголовком никоим образом не пересекается с содержанием фильма. В заголовке *Живые деньги для „мертвых душ“* (АиФ. 2003. 6 авг.) используется название произведения Н. В. Гоголя.

Приведенные примеры позволяют заключить, что для газетных заголовков характерно следующее применение прецедентных текстов: 1) дословное цитирование, 2) использование с изменением формы устойчивого выражения или слова. При этом трансформация формы служит созданию нового содержания. Это, по нашим наблюдениям, чаще происходит с пословицами и поговорками, а также с фразеологическими оборотами. При работе с заголовками авторы обычно лишь опираются на структуру пословицы, крылатого выражения, так как формальное сходство с пословицей вызывает необходимые ассоциации и

подсказывает читателю исходный вариант прецедентного текста. В таком случае прецедентный текст повышает выразительность заголовка, наполняя его новыми смысловыми оттенками.

Н. П. Харченко и Л. С. Банник выделяют следующие способы трансформации заголовков-цитат: 1) замещение; 2) усечение; 3) добавление (расширение состава); 4) контаминация. Нередко эти способы совмещаются; наиболее часто используются одновременно замещение и добавление, а также замещение и усечение [Харченко, Банник 2001]. Приведем примеры трансформированных заголовков с указанием типа изменений. Замещение: *Блеск и нищета кандидатов* («Блеск и нищета куртизанок» — произведение О. Бальзака; АиФ. 2003. 29 окт.), *Безвозмездно, значит не даром* («Безвозмездно, значит даром» — реплика Совы, поздравляющей Винни-Пуха, героя произведения А. Милна; Российская газета. 2005. 10 мар.); *Пингвин высокого полета* («Птица высокого полета» — фразеологизм; Известия. 2005. 23 авг.); *Утром — деньги, вечером — чувства* («Утром — деньги, вечером — стулья» — реплика из романа И. Ильфа и Е. Петрова «Двенадцать стульев»; Известия. 2006. 7 июля); усечение: *Тайное стало явным* («Все тайное становится явным» — пословица; Российская газета. 2006. 17 февр.); *„Блин“ не комом* («Первый блин всегда комом» — пословица; АиФ. 2006. 12 февр.); добавление: *Ирак: Казнить нельзя помиловать* («Казнить нельзя помиловать» — реплика героя произведения Л. Гераскиной «В стране невыученных уроков»; АиФ. 2003. 5 февр.); контаминация: *Ученье и тьма* («Ученье — свет, неученье — тьма» — пословица; Ведомости. 2005. 1 июля); *Цена дареного коня* («Дареному коню в зубы не смотрят» — пословица; Ведомости. 2006. 20 янв.). Анализируя газетные заголовки, мы установили, что самым популярным способом трансформации является замещение — 65,2 % отобранных заголовков, — а на остальные три способа трансформации приходится 34,8 %.

Подобные процессы наблюдаются и во французской прессе, например: *Les murs ont la parole — Стены могут говорить* (Libération. 2007. 9 avril) (за основу взята французская пословица «Les murs ont des oreilles», в русской интерпретации — «И у стен есть уши»). В заголовке произошло замещение одного слова. При прочтении заголовка *Facile à importer, difficile à exporter — Легко импортировать, трудно экспортировать* (Le Monde. 2004. 8 mai) возникают ассоциации с французской пословицей «Voir est facile, prévoir est difficile» — «Увидеть легко, предусмотреть трудно», за основу заголовка *Vivre et laisser mourir* (Le Monde. 2004. 3 décembre) взята французская поговорка «Vivre et laisser vivre» — «Жить и давать жить».

Как видим, в политический дискурс включаются не только газетно-публицистические тексты, но и тексты, принадлежащие другим дискурсам. В заголовках французских газет чаще всего журналисты обращаются к таким произведениям, представление о которых имеют не только представители французской культуры, но и носители других культур, что обеспечивает возможность расширения самого дискурса. Это прежде всего

произведение Л. Н. Толстого «Война и мир»: *Une nouvelle version de „Guerre et Paix“ — Новая версия „Войны и мира“* (Le Figaro. 2006. 13 novembre); *Guerre et paix à Venise — Война и мир в Венеции* (Le Figaro. 2006. 16 novembre); *Guerre et paix — Война и мир* (Le Monde. 2006. 20 août). Встречается и обращение к французским авторам, например Француазе Саган: *Adieu Sagan, bonjour tristesse — Прощай, Саган, здравствуй, грусть* (Le Monde. 2004. 2 octobre). В данном заголовке за основу взято название романа «Bonjour tristesse» «Здравствуй, грусть». Авторы обращаются и к Стендалю, к его роману «Красное и черное» («Le rouge et le noir»): *Christine Spengler, le noir et le blanc — Кристина Спенглер, черное и белое* (Le Monde. 2004. 29 août). Заметим, что лексемы в названии романа не являются языковыми антонимами, а в названии газетной статьи использованы именно антонимы. Отсутствие противопоставления, выражаемого лексическими единицами *rouge — noir*, отмечают, как пишет Марсель де Грев, многие лингвисты: *Daniel Bergez, Violaine Gérard et Jean-Jacques Robrieux ... voient un emploi abusive du mot antithèse pour commenter le titre du roman de Stendhal Le rouge et le noir — Даниель Берже, Виолэн Жерар и Жан-Жак Робриэ ... видят несправедливость в употреблении слова антитеза для комментирования названия романа Стендала Красное и черное* [De Grève].

В заголовках французских газет можно найти и обращение к английской литературе, например к Уильяму Шекспиру, к его герою Гамлету, чья реплика «Быть или не быть, вот в чем вопрос?» известна многим. Трансформация этой реплики наблюдается в заголовке *Gagner ou perdre, telle est la question de M. Rumsfeld — Выиграть или потерять, таков вопрос М. Рамсфелда* (Le Monde. 2003. 24 décembre).

Стремясь усилить экспрессивную функцию заголовка, журналисты применяют игру слов либо фонетическую игру: *Des informations, desinformation — Информации, дезинформация* (Le Monde. 2004. 4 décembre). Неопределенный артикль формы множественного числа «des» и существительное, стоящее после него, «informations» (информации), благодаря явлению связывания во французском языке произносятся точно так же, как и слово «desinformation», противоположное по значению (дезинформация), образованное путем добавления приставки *des-*.

На страницах французской прессы встречаются названия статей, привлекающие внимание необычностью своей композиции; примером может служить заголовок, построенный с помощью двойного противопоставления: *Facile à importer, difficile à exporter — Просто импортировать, трудно экспортировать* (Le Monde. 2004. 8 mars). В данном примере противопоставляются прилагательные *facile — difficile* «простой — трудный» и глаголы *importer — exporter* «импортировать — экспортировать». В заголовке *Mensonge du soir, vérité du matin — Ложь вечером, правда утром* (Le Monde. 2007. 26 juin) также присутствует двойное противопоставление: *mensonge — vérité* «ложь — правда» и *soir — matin* «вечер — утро».

Сказанное позволяет заключить, что политическая коммуникация обладает определенным «арсеналом» средств воздействия на адресата, привлечения его внимания, формирования у него определенной позиции. Этот арсенал во многом совпадает в заголовках российских и французских газет, он расширяется благодаря использованию прецедентных феноменов, что расширяет и сам политический дискурс.

ЛИТЕРАТУРА

Арошидзе М., Таварткиладзе С. Прагматика газетных заголовков. URL: <http://www.slavcenter.ge/print.php>.

Матвеева Т. В. Функциональные стили в аспекте текстовых категорий : учеб. пособие. — Свердловск : Изд-во Урал. гос. ун-та, 1990.

Мосиенко Л. В. Стилистические и лингвистические особенности газетного текста. URL: <http://www.ffosu.net/nauka/mosienko1.html>.

Сафонов А. А. Стилистика газетных заголовков // Стилистика газетных жанров / под ред. Д. Э. Розенталя. —

М., 1981. С. 205—227. URL: http://media.utmn.ru/library_view_book.php?chapter_num.

Сафронова Л. В. Политическая коммуникация как аппликация символов // Россия: прошлое, настоящее и будущее : материалы Всерос. науч.-практ. конф. — СПб., 1996. URL: http://anthropoligy.ru/ru/texts/safronova_iv/rusppf_20html.

Слышкин Г. Г. От текста к символу: лингвокультурные концепты прецедентных текстов в сознании и дискурсе. — М. : Academia, 2000.

Фонякова О. И. Имя собственное в художественном тексте. — Л., 1990.

Харченко Н. П., Банник Л. С. Заголовки-цитаты в современной газетной публицистике // Изменяющийся языковой мир : Междунар. науч. конф. / Перм. гос. ун-т. — Пермь, 2001. URL: <http://language.psu.ru>.

Чудинов А. П. Метафорическая мозаика в современной политической коммуникации : моногр. / Урал. гос. пед. ун-т. — Екатеринбург, 2005.

Шейгал Е. И. Семантика политического дискурса : моногр. — Волгоград : Перемена, 2000.

De Grève Marcel: <http://www.ditl.info/arttest/art33.php>

Статью рекомендует к публикации д-р филол. наук, проф. М. Л. Кусова

Ю. И. Плахотная
Челябинск, Россия

Yu. I. Plakhotnaya
Chelyabinsk, Russia

**РЕЧЕВОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ В ДИАЛОГИЧЕСКОМ
ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ**

**SPEECH EFFECT
IN POLITICAL DIALOGUE DISCOURSE**

Аннотация. Определяются особенности диалогического политического дискурса, изучаются принципы речевого воздействия и влияние адресанта на действия реципиента и изменение его когнитивной системы.

Abstract. In this article we determine special features of political dialogue discourse, study principles of speech effect and influence of the speaker on recipient's actions and the change of his/her cognitive system.

Ключевые слова: политический диалогический дискурс; речевое воздействие; смысловое поле реципиента; когнитивная база; фактор адресата.

Key words: political dialogue discourse; speech effect; notional field of a recipient; cognitive base; factor of addresser.

Сведения об авторе: Плахотная Юлия Ивановна, старший преподаватель кафедры делового иностранного языка факультета лингвистики и перевода.

About the author: Plakhotnaya Yulia Ivanovna, Senior Lecturer of the Chair of Business Foreign Language, Faculty of Linguistics and Translation.

Место работы: Челябинский государственный университет

Place of employment: Chelyabinsk State University.

Контактная информация: 454000, Челябинск, ул. Бр. Кашириных, 129.
e-mail: pl-julia@mail.ru.

В настоящей статье рассматривается речевое воздействие как неотъемлемый компонент в диалогическом политическом дискурсе. В лингвистической науке дискурс понимается как комплексная единица, состоящая из последовательности предложений, находящихся в смысловой связи, и как речемыслительный процесс, в котором одновременно участвуют единицы разных уровней языка — от фонетического до сверхфразового. Каждая область человеческой деятельности обладает собственным, характерным для нее дискурсом, который существует в форме бытового общения, научного рассуждения, художественного произведения или политической речи.

Политический диалогический дискурс, который реализуется в форме телеинтервью, дискуссии, дебатов, переговоров между двумя и более политиками, характеризуется политической проблематикой и специфической лексикой, идеологической направленностью, экспрессивностью и эмоциональной напряженностью изложения. Политический диалогический дискурс, как и любая речевая коммуникация, является двусторонним, предполагает, что участники беседы воздействуют друг на друга. Эмоциональное или психическое воздействие на адресата совершается в речи и является функцией политического диалогического дискурса. Речевое воздействие подразумевает изменение поведения реципиента, его эмоционального состояния, знаний о мире, или его отношения к событиям. Речевое воздействие является средством достижения какой-то внеречевой задачи, например склонения адресата к определенным действиям или изменения его политической позиции. Цель речевого воздействия понимается как определенная организация деятельности реципиента, которая может повлечь за собой изменение политических взглядов не только самого адресата, но и целой группы людей, на которых он может в свою очередь повлиять, тем самым меняя систему политической ситуации в целом.

Речевое воздействие в политическом дискурсе можно определить как психологическое воздействие на адресата, так как оно направлено на

достижение заранее запланированного эффекта. Психологическое воздействие не есть пассивное восприятие реципиентом высказываний говорящего и подчинение его воле. Оно предполагает сознательную оценку значимости мотивов и осознанный выбор из ряда возможностей. Речевое воздействие служит для осознания реципиентом ситуации и ориентировки в ней.

В соответствии с теорией современной социологии, речевое воздействие направлено на сдвиг в системе ценностей адресата. Данный сдвиг осуществляется путем внедрения в когнитивную систему слушающего концептуальных конструкций. Е. В. Сидоров описывает три способа внедрения концептуальных конструкций в поле значений реципиента: 1. Введение новых значений, на основе которых адресат сообщения изменит свое поведение или свое отношение к действительности. Для формирования у слушателя или читателя определенного мнения используется сообщение новых, не известных ему сведений. Для введения в поле реципиента новых значений необходимо иметь определенное представление об организации данного поля у говорящего, иначе данное введение становится хаотическим и нерезультативным. 2. Вторым способом изменение поля значений реципиента достигается без введения новых элементов. В этом случае необходимо сообщить реципиенту новую информацию об уже известных ему вещах, которая способна изменить представление реципиента о них и его отношение к этим вещам (фактам, событиям). Изменение в поле значений реципиента предполагает определенное знание этого поля. 3. Третий способ Е. В. Сидоров называет воздействием через убеждение, которое предполагает воздействие «прямо», «непосредственно» на смысловое поле реципиента. В данном случае необходимо изменить организацию когнитивной системы адресата, т. е. поменять его отношение к окружающей действительности, не затрагивая его знание о ней [Сидоров 2009: 35].

Изменение смыслового поля реципиента Е. В. Сидоров называет моделированием, которое

является необходимым компонентом речевого воздействия. Для того чтобы успешно осуществить речевое воздействие, говорящий должен представлять себе смысловое поле реципиента, характер и направление изменений, которых он должен добиться в результате воздействия на это смысловое поле. При этом возможно моделировать не смысловое поле в целом, а небольшой его фрагмент. Кроме знания о смысловом поле реципиента, говорящий должен располагать знанием о соотношении смыслового поля и соответствующих ему значений и о правилах перевода системы смыслов в организованную последовательность значений. Речевое воздействие в психологическом плане состоит в том, что говорящий кодирует желаемые изменения в смысловом поле реципиента в виде языкового (речевого) сообщения, а реципиент при восприятии этого сообщения декодирует его и «извлекает» информацию, обуславливающую потенциальное изменение его деятельности [Сидоров 2009: 34—37].

Политический дискурс нередко характеризуется однонаправленностью речевого воздействия: реципиент речевого сообщения выполняет пассивную функцию, воспринимая воздействие со стороны говорящего. Рассматривая проблемы смыслового восприятия как частный случай приема и переработки информации, И. А. Зимняя выделяет целый ряд факторов — объективных, принадлежащих объекту восприятия, и субъективных, зависящих от субъекта восприятия. К объективным факторам относятся особенности речевого сообщения, или текста: внешняя структура (вступление, основная часть, заключение) и внутренняя структура, для которой важны композиционное строение (зачин, кульминация, развязка) и соотношение различных уровней высказывания. Другую группу факторов И. А. Зимняя называет субъективными, или функциональными, так как они связаны с особенностями протекания процесса восприятия у реципиента и зависят от различных характеристик и психологических особенностей данного индивида. К отличительным чертам процесса восприятия относятся: осмысленность, дискретность, обусловленность процесса восприятия прошлым опытом человека, опережающий характер восприятия [Зимняя 2001: 52].

Политический диалогический дискурс представляет собой продукт речевой деятельности, которая, по мнению А. Р. Лурия, является психологическим процессом формулирования и передачи мысли средствами языка [Лурия 2007: 277]. Речь включается в разнообразные познавательные акты (мышление, перцепцию). По мнению Т. Н. Ушаковой, речь является особым средством для передачи, хранения и использования информации, а именно для передач мысли, побуждения, сообщения, инструктирования, предупреждения. У каждого участника диалогического дискурса механизм речи включает три основных этапа: порождение речи и ее восприятие, которые имеют подчиненное положение по отношению к центральному этапу — «внутренней речи», — посредством которого формируется смысл высказывания. По словам Т. Н. Ушаковой, цель всей этой системы состоит в переносе содержания из внут-

речевого звена одного коммуниканта во внутриречевое звено другого участника речевого процесса [Ушакова 1986: 131—133].

Для порождения высказывания участнику политического дискурса необходимо обладать знаниями, новой информацией, разумными выводами или предложениями, увлекающими людей идеями. Немалую роль при порождении высказывания играет владение языком, логика, композиция и выразительность. Выбор языка играет первостепенную роль: адресат должен свободно владеть выбранным языком, на котором говорящий мог бы передавать понятия политического, этнического, исторического, культурного характера в намеченной речи. В противном случае понимание адресатом сообщения не будет полноценным или не состоится вовсе.

Восприятие речи как когнитивный процесс слушания или чтения включает следующие стадии: переход с акустического или графического кода на код внутренней речи; расшифровка синтаксических структур, грамматических форм; понимание общего плана высказывания; понимание замыслов и мотивов высказывания; оценка полученной информации (содержание высказывания, его идеи, позиции говорящего и т. п.); понимание выбора формы и языковых средств. Понимание (как составная часть процесса восприятия) включает два уровня: языковой и содержательный. Первый без второго возможен, второй без первого — нет. Очевидно, что полное понимание достигается не всегда. Эффективное восприятие возможно при активном желании воспринимающего понять речь автора высказывания. Обратная связь (то есть реакция на высказывание) — важный элемент контроля речевого действия, позволяющий оценить его результат. Наиболее полно обратная связь осуществляется в диалоге [Гойхман 1997: 12].

Важным моментом коммуникативной интеракции выступает фактор адресата, как один из центральных компонентов в структуре коммуникативного акта. Согласно психолингвистической модели порождения высказывания, важнейшим объектом действительности говорящего является индивид (аудитория), к которому он обращает свое высказывание. Субъект, порождающий высказывание, и адресат, воспринимающий это сообщение, выступают в речевом общении прежде всего как личности, поэтому речевая деятельность всегда имеет личностную ориентированность.

Адресат как участник дискурса характеризуется по нескольким параметрам: способности речевого восприятия, психического состояния, возраста, социального статуса, половой принадлежности, знания языка, когнитивной базы, особенностей восприятия, жизненного опыта, целей общения и др. Все эти личностные характеристики влияют на речевое поведение отправителя и реципиента текста. Поэтому перед вступлением в коммуникативное взаимодействие участники дискурса должны идентифицировать предстоящую коммуникативную ситуацию, определить свою роль, социальную позицию, цели, задачи коммуникации, личностные характеристики и когнитивную базу партнера по коммуникации.

Некоторые исследователи отмечают, что суть коммуникации заключается в построении в когнитивной системе реципиента концептуальных конструкций, «моделей мира», которые соотносятся с «моделями мира» говорящего. Тексты, создаваемые участниками общения, оказывают влияние на формирование у них моделей ситуации [Сергеев 1998: 7]. Поэтому в политическом диалогическом дискурсе говорящий должен использовать слова с учетом того, как слушающий может их понять. С помощью системы кодов, переводящей систему смыслов в речевую форму, говорящий выражает в словах свои мысли и чувства, следуя определенным целям. Целью политического дискурса является передача основной идеи, соответственно и способ ее передачи, имеющий значение для воздействия на адресата: для политика приобретает первоочередную важность то, *что* именно понял реципиент, и затем — *как* понял. При этом политический дискурс нередко характеризуется однонаправленностью речевого воздействия: реципиент речевого сообщения выполняет пассивную функцию, воспринимая воздействие со стороны говорящего.

М. М. Бахтин отмечает, что говорящий должен учитывать апперцептивный фон восприятия речи адресатом: то, насколько он осведомлен в ситуации, обладает ли он специальными знаниями в данной области общения, его взгляды и убеждения, его предубеждения, его симпатии и антипатии, — так как все это определяет ответное понимание им высказывания [Бахтин 1986: 291]. Данные параметры обуславливают выбор высказывания, композиционных приемов и языковых средств в политическом дискурсе.

Знания, которыми располагают коммуниканты, определяют коммуникативную деятельность говорящего и организацию дискурса как ее продукта, поскольку речесихические действия говорящего, использующего правила языка, строятся на основе свойств когнитивной базы. Говорящий в своем высказывании проецирует индивидуальное когнитивное пространство, руководствуясь образом индивидуального когнитивного пространства адресата. Когнитивная база — это «определенным образом структурированная совокупность необходимо обязательных знаний и национально детерминированных и минимизированных представлений того или иного национально-лингвокультурного сообщества, которым обладают все носители того или иного национально-культурного менталитета, все говорящие на том или ином языке» [Красных 1998: 45]. Таким образом, в политическом дискурсе речевые действия говорящего должны производиться с учетом когнитивной базы адресата, и весь диалог выстраивается на основе когнитивных баз говорящего и реципиента.

Для говорящего в политическом дискурсе важно побудить к действию слушающего с помощью высказывания. Для слушающего важным является осознание смысла, мотива или цели высказывания говорящего и формулирование ответного высказывания. По мнению Е. В. Сидорова, мотивом коммуникативной деятельности отправителя сообщения является переживаемая им необходимость речевого управления деятельностью

адресата, поскольку только через речевое управление возможна координация деятельности людей. В политическом дискурсе, как и в любой речевой коммуникации, высказывания создаются для того, чтобы побудить партнера (или партнеров) по общению к речевой деятельности, которая реализуется в форме вторичной коммуникативной деятельности. Вторичная коммуникативная деятельность понимается как процесс речесихической активности реципиента и включает в себя потребность, цель, соответствующие речесихические действия и операции, систему соотнесения данной активности с действительностью, предполагаемую говорящим [Сидоров 2009: 82].

Посредством речевого воздействия говорящий управляет деятельностью реципиента. Феномен управления заключается в том, что речевая регуляция человеческой деятельности направлена не только на других людей, но и на самого говорящего. С точки зрения феномена управления акт речевой коммуникации представляет собой самоуправляемую систему, осуществляющую целенаправленное (программное) функционирование и самодвижение [Сидоров 2009: 193].

Оба участника диалога влияют на формирование структуры и построение дискурса. В структурном отношении диалогическое единство содержит два компонента: первый — преформа как высказывание в начальной позиции, второй — высказывание в позиции реплики. В процессе диалога реплика может обратиться в преформу для последующей реплики, что создает диалогическую цепочку. Основные преформы в диалоге таковы: вызов, побуждение, вопрос и отмена. Существует два важнейших типа вызовов: вызов собеседника, апеллятив (в том числе — вокатив, который может быть совмещен с приветствием или замещен последним) и констатив — вызов предмета речи, которому в диалоге соответствует некоторый вводный элемент. Побуждение — это обычное предписание, императивная преформа, точно выражающая действие, которое необходимо выполнить в действии-реплике. Побуждение может иметь и инспиративную форму, не называющую действие, а вдохновляющую на него. Поэтому выделяется два типа диалогического воздействия: 1) интенционное воздействие — побуждение через прямые и трансформированные предписания; 2) потенционное воздействие — побуждение к действию без выраженной интенции говорящего, косвенным путем, через высказывание. Отмена — это речевое торможение активности. У реплик выделяются следующие основные разновидности:

1) подтверждение вызова, которое реализуется либо в виде утвердительного сигнала, либо в эхологической (дублирующей вызов) форме;

2) реплика — исполнение предписания, которая может быть либо развернутым речевым исполнением, либо сигналом о его неречевом исполнении («Готово!»; «Есть!»);

3) контрреплика, которая может быть выражением притягивания/непритягивания предписания (согласия или отказа), встречным (уточняющим) вопросом или же эхологическим «передразниванием»;

4) реплика — ответ на вопрос;

5) реплика — уклонение от ответа или другого исполнения; характеризует случаи намеренного переключения диалога на другую тему; реплика-уклонение блокирует ту ориентацию, которая задается преформой;

6) нулевая реплика — молчание;

7) реплика — реакция на внешний стимул в форме импульсивного восклицания; реактивная реплика может быть откликом и на речевую преформу, и на вызвавший ее неречевой стимул [Борботько 2009: 39].

Речевое воздействие в политическом дискурсе может дополняться или заменяться другими способами воздействия, например мимикой лица, жестиком и т. д. В самом начале политического диалога тон и тембр речи говорящего заставляют собеседника определенным образом настроиться по отношению к нему и его высказыванию. Далее, при непосредственном слуховом восприятии собеседника, в политическом дискурсе увеличивается роль силовой, интонационной и тембровой характеристики речи говорящего.

Вышесказанное свидетельствует, что речевое воздействие является неотъемлемой составляющей политического диалогического дискурса, в котором важную роль играет фактор адресата, на которого направлено речевое воздействие и который сам участвует в формировании структуры политического дискурса. Речевое воздействие связано с такими когнитивными процессами, как порождение и восприятие речи. Понимание явля-

ется важнейшим фактором речевого воздействия в политическом диалогическом дискурсе, так как цель его состоит в достижении соответствующей обратной связи (действия, изменения мнения, политических взглядов и др.) со стороны адресата.

ЛИТЕРАТУРА

Бахтин М. М. Эстетика словесного творчества. — М. : Искусство, 1986.

Борботько В. Г. Принципы формирования дискурса: от психолингвистики к лингвосинергетике. Изд. 3-е, испр. — М. : Либроком, 2009.

Гойхман О. Я., Надеина Т. М. Основы речевой коммуникации : учебн. для вузов / под ред. проф. О. Я. Гойхмана. — М. : ИНФРА-М, 1997.

Зимняя И. А. Лингвопсихология речевой деятельности. — М. : Московский психолого-социальный институт ; Воронеж : НПО «МОДЭК», 2001.

Красных В. В. Виртуальная реальность или реальная виртуальность? : (Человек. Сознание. Коммуникация). — М., 1998.

Лурия А. Р. Лекции по общей психологии. — СПб. : Питер, 2007. (Серия «Мастера психологии»).

Сергеев В. М. Когнитивные методы в социальных исследованиях // Язык и моделирование социального взаимодействия / БГК им. И. А. Бодуэна де Куртенэ. — Благовещенск, 1998. С. 3—20.

Сидоров Е. В. Онтология дискурса. Изд. 2-е. — М. : Либроком, 2009.

Ушакова Т. Н. Речь как когнитивный процесс и как средство общения // Когнитивная психология : материалы финско-советского симпозиума / отв. ред.: Б. Ф. Ломов, Т. Н. Ушакова. — М. : Наука, 1986.

Статью рекомендует к публикации д-р филол. наук, проф. М. В. Пименова

Л. С. Полякова

Магнитогорск, Россия

L. S. Polyakova

Magnitogorsk, Russia

**ПРОЯВЛЕНИЕ ГЕНДЕРНЫХ СТРАТЕГИЙ
В ПОЛИТИЧЕСКИХ ВЫСТУПЛЕНИЯХ:
СОЦИОЛИНГВИСТИЧЕСКОЕ**

ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ

Аннотация. Проводится социолингвистическое экспериментальное исследование политического дискурса на основе методов анкетирования и фокус-групп с целью выявления степени эффективности воздействия гендерных стратегий в политической коммуникации на мужскую и женскую аудиторию.

Ключевые слова: гендерные стратегии; политическая коммуникация; речевой штамп; фрейм; концепт.

Сведения об авторе: Полякова Лилия Сергеевна, кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков № 2.

Место работы: Магнитогорский государственный технический университет.

Контактная информация: 455000, г. Магнитогорск, пр. Ленина, 38.
e-mail: liliya-mgtu@mail.ru.

**THE OCCURRENCES
OF GENDERED STRATEGIES
IN POLITICAL SPEECHES:**

SOCIOLINGUISTIC EXPERIMENTAL RESEARCH

Abstract. The article is devoted to the description of sociolinguistic experimental research in political discourse by the method of questionnaire and focus-groups aimed to determine the degree of effectiveness of impact of gendered strategies in political communication on male and female audiences.

Key words: gender strategies; political communication; speech cliché; frame; concept.

About the author: Polyakova Liliya Sergeevna, Candidate of Philology, Assistant Professor of the Chair of Foreign Languages № 2.

Place of employment: Magnitogorsk State Technical University.

В настоящее время значительное внимание специалисты разных направлений уделяют проявлениям гендера в языке, речи, дискурсе. Активно разрабатывается новая дисциплина — гендерная лингвистика, проводятся научные разработки в рамках данного направления, лингвисты часто решают вопрос об экспериментальных методах исследования для подтверждения или опровержения полученных данных. Особый интерес и важность представляют социо- и психолингвистические экспериментальные исследования политического дискурса, так как в лингвистике довольно подробно проанализированы характеристики данного типа текстов. Политическая коммуникация рассматривалась с точки зрения прагмалингвистики, социолингвистики, когнитивной и коммуникативной лингвистики, лингвосемиотики и т. д. Результаты исследования в рамках данных направлений убеждают, что политическая речь или коммуникация в целом способна оказывать влияние на аудиторию при помощи разнообразных лингвистических средств, т. е. оказывать целенаправленное воздействие на массы. С нашей точки зрения, в рамках гендерной лингвистики следует проанализировать, как политическая речь по-разному воздействует на мужскую и женскую аудиторию при помощи определенных языковых приемов. Гипотеза о таком разном, в зависимости от пола, воздействии на реципиентов требует подтверждения методами экспериментального исследования, которое также призвано продемонстрировать эффективность использования определенных языковых средств в политическом дискурсе.

Работая над диссертационным исследованием в русле политической коммуникации и гендерной лингвистики, мы выявили специальные языковые средства манипулирования общественным

сознанием, которые разбили на две группы. Мы предложили обозначать их терминами *гендерные стратегии* и *гендерные тактики*. **Гендерная стратегия** — спланированная цель воздействия на мужскую/женскую аудиторию, направленная на создание или коррекцию речевого поведения политика. **Гендерная тактика** — гендерно окрашенный языковой прием, который используется для реализации гендерной стратегии. Гендерные тактики осуществляются на этапе отбора языковых средств, направленных на достижение стратегических целей и задач. Поэтому перед нами встала задача о необходимости проведения экспериментального исследования с целью подтверждения теоретических выводов. Данный эксперимент проходил за рамками диссертационного исследования.

Цель экспериментального исследования заключалась в следующем: 1) выявить существование гендерных стратегий в языке мужчин-политиков и женщин-политиков; 2) определить степень влияния гендерных стратегий на формирование доверия у слушателей к выступлению политика. Для достижения цели исследования нами были сформулированы следующие **задачи**: 1) охарактеризовать влияние гендерной стратегии использования типичных феминных/маскулинных качеств на распознавание речеполовых характеристик языка политика; 2) проанализировать степень влияния гендерной стратегии адресации целевой аудитории на степень доверия политику со стороны слушателей; 3) подтвердить статистическими методами полученные результаты.

Для проведения исследования мы использовали такие **методы**, как анкетирование и метод фокус-групп. Методика **фокус-группы** является одним из вариантов полуструктурированного

Исследование выполнено при финансовой поддержке Министерства образования и науки РФ в рамках федеральной целевой программы «Научные и научно-педагогические кадры инновационной России на 2009—2013 гг.», государственный контракт № 14.740.11.0990.

© Полякова Л. С., 2011

группового интервью, включающего свободное обсуждение. Теоретической основой проекта послужила теория генетического структурализма Пьера Бурдьё. Наряду с этими методами, для доказательства значимости полученных экспериментальных данных использовались **методы математической статистики**: параметрический критерий Стьюдента (t-критерий), непараметрический критерий Хи-квадрат (χ^2), коэффициент ассоциации, критерий различий.

Экспериментальное исследование проходило в два этапа: первый — анкетирование, в котором приняло участие 190 человек; второй — работа в фокус-группах — 110 человек. Таким образом, в эксперименте участвовало 300 человек. Репрезентативность выборки обеспечивалась ее объемом, а также включением реципиентов разных возрастов и социальных групп.

Рассмотрим подробнее первую часть исследования, выполненную методом анкетирования. Для реализации поставленных задач нами была разработана анкета, включавшая следующие блоки вопросов: о политических предпочтениях; высказывания политиков, которые нужно было оценить по степени доверия; об определении половой принадлежности политика — автора высказывания. Высказывания политиков предлагались без указания их фамилий, кроме того, пол политика нельзя было определить по морфологическим показателям. Мы отобрали такие высказывания российских политиков, которые наиболее характерны для их речевого поведения.

Для проведения исследования мы отобрали высказывания следующих российских политиков: В. Путина, В. Матвиенко, И. Хакамады, В. Жириновского, Г. Зюганова, Э. Панфиловой. Выбор персоналий обусловлен следующим: во-первых, для чистоты эксперимента присутствует равное количество текстов мужчин- и женщин-политиков (это позволяет определить наличие/отсутствие различий в восприятии политических текстов в зависимости от пола политика); во-вторых, в 2007 г., когда проходил эксперимент, вышеупомянутые политические деятели занимали лидирующие позиции во власти, поэтому их тексты представляли научный интерес.

До проведения экспериментального исследования мы выявили степень доверия к известным политикам у реципиентов, чтобы сопоставить эти данные с конечными результатами. Участникам исследования было предложено оценить доверие к должностному лицу по пятибалльной системе (чем больше баллов — тем выше доверие). Результаты отражены в табл. 1.

Таблица 1.

Степень доверия испытуемых к ведущим политикам

Политик	Средний балл
В. Путин	4,1
В. Матвиенко	2,3
И. Хакамада	2,1
В. Жириновский	1,9
Г. Зюганов	1,5
Э. Панфилова	0,5

Таким образом, высокой степенью доверия пользовался только В. В. Путин. Разрыв между занявшим первое место политическим деятелем и остальными существенен, так как разница составляет более чем 1,5 раза. Проанализировав ответы участников эксперимента, мы получили результаты, отраженные в табл. 2.

Таблица 2.

Уровень доверия политикам

Политик	Доверяют		Не доверяют		Сомневаются	
	абсолют.	%	абсолют.	%	абсолют.	%
В. Путин	130	68	30	16	30	16
Э. Панфилова	110	58	40	21	40	21
В. Жириновский	90	47	50	26	50	26
В. Матвиенко	60	32	80	42	50	26
И. Хакамада	50	26	90	47	50	26
Г. Зюганов	30	16	80	42	80	42

На следующем этапе участникам эксперимента было предложено оценить доверие к политикам на основе чтения отрывков из их выступлений на злободневные темы, причем тексты предлагались без указания авторства, что позволило точнее оценить не только мастерство красноречия политика, но и выявить степень влияния на эту оценку применяемых политиком гендерных стратегий.

Наибольшее доверие вызвала речь В. В. Путина, что можно объяснить темой (победа над фашизмом), использованием речевых стратегий (фреймы «враг», «опасность», «победа»), включением маркера «свой», стереотипа «Мы — единая семья». Это демонстрирует, что применение в политическом выступлении маскулинной стратегии влияет на доверие реципиентов.

В. В. Путин. *Российский народ всегда чувствовал себя частью большой европейской семьи, был связан с ней едиными культурными, моральными, духовными ценностями. Сражаясь с нацизмом, наш народ не только нес свободу другим, но и сам расправлял плечи, укреплял внутреннее достоинство. И в этом смысле истоки демократических перемен 90-х годов, преобразивших наше общество и государство, находятся в том числе и в победном мае 1945 года.*

Второе место по степени доверия заняло выступление Э. Панфиловой, что также объясняется актуальностью темы (проблемы армии). В отличие от выступления В. В. Путина, в речи не используются фреймы, концепты или иные речевые стратегии, но присутствует большее количество речевых штампов.

Э. Панфилова. *Решать проблемы армии надо не числом, а умением. К сожалению, сегодня об этом можно только мечтать. И если качество реформ останется таким, как сейчас, сомневаюсь, что к 2008 году ситуация кардинально изменится. Времени очень мало. Дедовщина, нецелевое использование солдат и многие другие негативные процессы — все эти минусы не могут компенсироваться одним волевым решением министра.*

Образное выступление В. В. Жириновского с негативной оценкой поведения депутатов (*сидят кучкой депутатов*) у более чем половины испытуемых не вызвало доверия, несмотря на то что тема достаточно актуальна и основана на распространенном стереотипе «депутатом быть хорошо», а также несмотря на использование маркера оппозиции «свой — чужой».

В. В. Жириновский. *Мы думаем не о себе, а о стране. Если же думать о себе, о том, чтобы любой ценой оставаться в парламенте, то можно опустить порог (прохождения в Думу) до 3 процентов, или до одного, лишь бы сидеть кучкой депутатов, получать ни за что деньги и мешать развитию страны. 10 процентов — „проходной“ бал, голосование только по партийным спискам и равные условия пропаганды.*

Меньшее доверие вызвало выступление В. Матвиенко с призывом оценивать работу коммунальных служб непредвзято. Несмотря на эмоциональность (приведена картина героической работы служб для поддержания хозяйства города в надлежащем виде), оно вызвало доверие менее 1/3 анкетированных.

В. Матвиенко. *Я знаю и о халатности многих жилищных служб и служб энергетических. Я знаю о хамстве, которое еще имеет место в отношении граждан. Но я категорически против того, чтобы всех стричь под одну гребенку. Здесь надо быть справедливыми. Многие работники жилищной сферы, сферы энергетики уже несколько недель не имеют понятия о выходных. Они фактически переведены на военное положение.*

Образец выступления И. Хакамады содержал отрицательное мнение о женских партиях и фактически являлся ответом на заданный ранее вопрос о том, кто должен быть президентом (напомним, что большинство выбрало толерантный вариант), однако отрывку доверяют только 26 %. Низкий процент, с нашей точки зрения, объясняется тем, что И. Хакамада пыталась соединить воедино две противоположные точки зрения: *женщина должна нормально соревноваться и дискриминация есть*, т. е. идею равноправия с имплицитным обвинением в адрес мужчин, притесняющих женщин. В результате с этим высказыванием согласились только часть женщин и полностью не согласились все испытуемые мужчины. При этом данное выступление вызвало наибольший процент недоверия — 47 % — по сравнению с высказываниями других политиков.

И. Хакамада. *Я против женских партий, не могу понять, как партия, собирающаяся брать политическую власть, может быть женской. Я, как либерал по натуре, против всяческих квот. Женщина должна нормально соревноваться с мужчиной. Другое дело, объективно дискриминация есть.*

Наименьшую степень доверия вызвал образец речи Г. А. Зюганова, несмотря на актуальную тему — вывод российской науки из кризиса. Низкий процент доверия объясним высоким уровнем пессимизма (аудитория ждет от политических выступлений надежду на быстрое и легкое решение всех проблем), обобщениями *признана всеми, не смогли сформулировать*.

Г. Зюганов. *Необходимость срочных мер по спасению российской науки сейчас, после 15 лет замалчивания этой проблемы, признана всеми. Однако ни исполнительная власть, ни зависимые от нее руководители научных организаций и ВУЗов не смогли сформулировать и предложить обществу программу вывода российской науки из кризиса.*

При соотнесении результатов таблицы 1 и 2 видно, что взгляды испытуемых не всегда идентичны. Так, мнение опрошенных полностью совпало в отношении В. В. Путина и Г. А. Зюганова, но было прямо противоположным в отношении Э. Панфиловой и В. Матвиенко. Высказывание В. В. Жириновского вызвало значительно большую степень доверия, чем высказывание И. Хакамады, хотя в первом случае данного политика

оценили достаточно низко. Таким образом, мы выявили, что доверие к конкретному политику и непосредственное доверие к высказыванию существенно различаются.

Мы также проанализировали ответы испытуемых с учетом их возраста и образования. Общий вывод таков: чем старше были участники эксперимента, тем более единодушны они были в доверии к отрывкам выступлений, обращенным к мужской аудитории. Чем выше был уровень образования у анкетированных, тем более восприимчивы они были к распознаванию гендерных стратегий и тем меньше доверия оказывали политикам в зависимости от выбора ими гендерных стратегий.

Обобщая результаты данного эксперимента, мы рассмотрели, как распределяется степень доверия к политикам в зависимости от пола реципиентов, а также определили, что существуют различия в восприятии у мужчин и женщин (табл. 3).

Таблица 3.

Степень доверия к политикам у мужчин и женщин (%)

Политик	Доверяют		Не доверяют		Сомневаются	
	муж.	жен.	муж.	жен.	муж.	жен.
В. Путин	75	81	5	5	20	14
Э. Панфилова	60	76	15	14	25	10
В. Жириновский	56	64	28	10	16	26
В. Матвиенко	61	78	9	5	20	17
И. Хакамада	59	54	24	21	17	25
Г. Зюганов	31	21	56	67	13	12

Эксперимент выявил тенденцию: мужчины в большей степени склонны доверять политикам, которые используют стратегии, направленные на мужскую аудиторию, а женщины оказывали доверие тем политикам, которые используют стратегии, направленные на женскую аудиторию, реализующиеся, например, включением гендерно окрашенных стереотипов, гендерных метафор. При этом отрывки из выступлений, не содержащих явного воздействия на конкретную аудиторию (И. Хакамады и В. Жириновского), получили примерно равнозначную оценку и у мужчин, и у женщин.

Проведенное исследование выявило, что степень доверия к тому или иному высказыванию во многом зависит от применения или неприменения автором гендерных стратегий. Женщины в большей степени оказывали доверие эмоциональным, образным высказываниям, обращенным к их чувствам. Им не нравились высказывания, характеризующиеся высокой модальностью, категоричностью, а также клишированными фразами (например, «нецелевое использование солдат»). У мужчин, напротив, вызывали доверие тексты, четко излагающие позицию автора по тому или иному вопросу, а также те отрывки, в которых присутствовали гендерные стратегии, нацеленные на мужскую аудиторию. Таким образом, испытуемые мужчины желали видеть в политике сильного лидера, способного воплотить в жизнь свои слова, навести порядок «железной рукой».

Теперь перейдем ко второй части эксперимента, т. е. описанию методики **фокус-групп**.

В каждую фокус-группу входило 7-8 участников различных социально-демографических групп. Инструкция исследования состояла в предложении включиться в обсуждение выступлений политиков. Для выяснения степени влияния гендерных стратегий на аудиторию мы зачитывали логически завершённые отрывки публичных выступлений (без упоминания фамилий политиков), а затем предлагали их обсудить.

Была выявлена следующая закономерность: при обсуждении текста без гендерных стратегий участники обсуждали мысль или идею вне контекста, т. е. идею саму по себе. Очень редко оценка, данная респондентами, проецировалась на самого политика, а в тех случаях, когда давалась, была исключительно отрицательной: «Такое мог сказать только очень жестокий человек», «Он нас всех поубивает», «Я никогда бы не проголосовала за этого человека», «Все правильно говорит, только не добьётся ничего». Переносом мнения о высказывании на самого политика (хотя никто не знал точно автора обсуждаемого текста) занимались преимущественно женщины. Мужчины были склонны высказываться только по сути затронутой проблемы.

Наибольшее расхождение в оценке основной мысли и самого высказывания показали участники старше 45 лет. Их больше, чем молодых, отталкивали резкие тексты или выступления с агрессивной семантикой. Особенно остро участники этой группы реагировали на несоответствие высказывания их представлениям или стереотипам, в то же время они положительно оценивали высказывания, совпадавшие с их суждениями или ожиданиями.

Молодые участники с большим неприятием, чем старшее поколение, реагировали на риторику прошлого, которую активно использует Г. А. Зюганов.

Почти все женщины ожидали от речей политиков оптимистического настроения, хороших предсказаний, надежд, мужчины были склонны соглашаться с критическими высказываниями.

В целом результаты обсуждения текстов без гендерных стратегий показали, что они воспринимаются достаточно критично, соотносятся с политическими пристрастиями и представлениями об идеальной речи политика. Достаточно часто реципиенты соглашались с основной мыслью выступления, но не соглашались с самим текстом.

На следующем этапе эксперимента мы предложили испытуемым прочитать отрывки политических выступлений с законченной мыслью, содержащие гендерные стратегии. Участникам эксперимента было предложено оценить основную мысль высказывания, а затем и сам текст.

Анализ ответов испытуемых показал следующее. Так, женская аудитория группы 20-30 лет высказывание В. В. Путина, не содержащее гендерных стратегий, оценила значительно ниже, в то время как отрывок, содержащий гендерную стратегию (на основе применения гендерного сте-

реотипа «разведчик-герой-спаситель») получил более высокую оценку (70 и 45 % соответственно), чем основная мысль выступления: «Нужно знать тайны противников и быть готовым дать отпор врагу». Следует также отметить, что при анализе отрывка из выступления В. В. Путина женщины реагировали значительно эмоциональнее, чем мужчины, только незначительная часть испытуемых женщин высказывала сомнение. Женщины поняли достаточно прозрачный намек на адекватный ответ США, о котором говорил В. В. Путин в Мюнхенском выступлении — об имеющемся у России оружии; мужчины с большим скептически отнеслись к данному заявлению («что же это за оружие», «очередной миф»), но все сходилось в положительной оценке необходимости отпора потенциальным врагам. В тоже время женщины старше 45 лет ожидали более жесткого заявления и были недовольны намеками в речи президента, так как ожидали от политика жесткости, твердости.

Очень высокую оценку получило выступление В. Матвиенко. Во всех группах оно получило большую степень доверия, чем основная мысль выступления.

Самую низкую степень доверия получило выступление И. Хакамады. Хотя оно в нем содержались гендерные стратегии, оно было рассчитано преимущественно на молодых избирателей, поэтому особенно отрицательно было воспринято старшей группой.

Невысок процент согласных с выступлением Г. А. Зюганова: реципиентов отталкивало отсутствие гендерных стереотипов, нехватка эмоциональности, позитивного настроения.

В большинстве случаев участники эксперимента оказывали доверие тем высказываниям, в которые были включены гендерные стратегии и тактики.

Таким образом, экспериментальное исследование подтвердило, что применение гендерных стратегий в выступлениях политиков оказывает непосредственное влияние на степень формирования доверия у слушателей: результаты исследования демонстрируют, что публичные речи с гендерными стратегиями оцениваются слушателями существенно выше, чем выступления, не содержащие их.

ИСТОЧНИКИ

Официальный сайт Администрации Санкт-Петербурга. URL: <http://www.gov.spb.ru>.

Официальный сайт Государственной Думы URL: <http://www.duma.gov.ru>.

Официальный сайт Ирины Хакамады URL: <http://www.hakamada.ru>.

Официальный сайт КПРФ URL: <http://www.cprf.ru>.

Официальный сайт ЛДПР URL: <http://www.ldpr.ru>.

Официальный сайт Совета при Президенте РФ URL: <http://www.sovetpamfilova.ru>.

Статью рекомендует к публикации канд. филол. наук, доц. М. Б. Ворошилова

С. А. Приходько
Новозыбков, Россия

S. A. Prikhodko
Novozybkov, Russia

**ОППОЗИЦИИ
В ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ В. И. ЛЕНИНА
(на базе труда
«Материализм и эмпириокритицизм»)**

**OPPOSITIONS
IN V. I. LENIN'S POLITICAL DISCOURSE
("Materialism and empirio-criticism"
is taken as an example)**

Аннотация. Рассматриваются семантические оппозиции в политическом дискурсе В. И. Ленина. На примере монографии «Материализм и эмпириокритицизм» анализируются способы реализации оппозиций. Статья может быть полезна для аспирантов, лингвистов, политиков и студентов.

Abstract. The article is devoted to the semantic oppositions in V. I. Lenin's political discourse. Monograph "Materialism and Empirio-Criticism" is taken as an example to analyze methods of realization of the oppositions. The article may be useful for linguists, politicians, post-graduates and students.

Ключевые слова: оппозиции; политический дискурс; «свой — чужой»; маркер; способы реализации.

Key words: oppositions; political discourse; "friend — foe" opposition; marker; methods of realization.

Сведения об авторе: Приходько Сергей Александрович, соискатель Калужского государственного университета им. К. Э. Циолковского, преподаватель английского языка.

About the author: Prikhodko Sergey Alexandrovich, Teacher of English, Post-graduate Student of the Kaluga State University n.a. K. E. Tsiolkovsky.

Место работы: Средняя общеобразовательная школа № 3 г. Новозыбкова.

Place of employment: Novozybkov, School № 3.

Контактная информация: 243020, Брянская обл., г. Новозыбков, ул. Воровского, 16.
e-mail: sapclf1@yandex.ru.

Различные аспекты функционирования оппозиций «свой — другой» и «свой — чужой» проявляются в журналистике, научных изданиях, кинематографе, художественной литературе и других сферах культуры. В центре внимания данной статьи находится функционирование этих оппозиций в политическом дискурсе.

Под концептом обычно понимается некая мыслительная единица, представляющая собой квант структурированного знания о мире. Человек мыслит концептами, комбинируя их, осуществляя в рамках концептов и их сочетаний глубинные предикации, а также формируя новые концепты в ходе мышления. Одной из важнейших дискурсивных характеристик концепта является транслируемость, т. е. способность переходить в процессе общения от одного индивидуума к другому [Баженова, Мальцева 2009: 28].

Оппозиция — одно из основных понятий структурно-функциональной лингвистики, в которой язык трактуется как система взаимно противопоставленных элементов. Оппозиция чаще всего определяется как лингвистически существенное (выполняющее семиологическую функцию) различие между единицами плана выражения, которому соответствует различие между единицами плана содержания, и наоборот [Оппозиция].

Совокупность концептов «свой — чужой» можно определить как оппозицию архетипических смыслов, которые, возникнув на заре сознательной деятельности человека, не утратили своей актуальности до настоящего времени.

Оппозиция «свой — чужой» рассматривается в значительном количестве публикаций [Баженова, Мальцева 2009; Будаев, Чудинов 2008; Гришаева, Цурикова 2007; Канчани 2007; Михалева 2009; Пеньковский 1995; Чернявская 2006; Шейгал 2000; Шенько 1976; Шмитт 1992; Chomsky 1988 и др.]. Ученые свидетельствуют, что она проявляется в различных видах дискурса: в политическом дискурсе [Иссерс 2008; Михалева 2009; Шейгал 2000; Шмитт 1992; Chomsky 1988], разговорном дискурсе [Шенько 1976] и т. д.

Противопоставление «свой — чужой» в различных видах пронизывает всю культуру и является одним из базовых компонентов всякого коллективного, массового, народного, национального мироощущения, в том числе русского [Баженова, Мальцева 2009: 29—30].

Э. В. Будаев и А. П. Чудинов подчеркивают взаимосвязь оценки и стратегии. Они полагают, что референциальная стратегия используется в дискурсе для представления социальных действующих лиц в определенном контексте. Данная стратегия включает конструирование и поляризацию групп «свои — чужие». Стратегия оценивания проявляется в позитивном отображении группы «своих» и негативном — «чужих» [Будаев, Чудинов 2008: 238]. Реализации каждого из оценочных значений в политической коммуникации способствуют концепты «свой — чужой».

Исследователи обращают внимание на то, что осознание особенности, отдельности актуализирует универсальную семантическую оппозицию «свой — чужой», которая может интерпретироваться в конфессиональном, социальном и территориальном планах [Мерекина 2008: 171]. По вопросу включения оппозиции «свой — чужой» в средства реализации конкретной стратегии взгляды лингвистов не совпадают. Если Э. В. Будаев и А. П. Чудинов связывают пару «свой — чужой» со стратегией оценивания [Будаев, Чудинов 2008: 238], то О. С. Иссерс предлагает изучать ее через призму стратегии дискредитации [Иссерс 2008: 160].

Разница в подходах к данной оппозиции проявляется также при определении ее значения в культурном поле. В соответствии с одной трактовкой, группировки «своих» и «чужих» формируются

во внутрикультурном пространстве [Чернявская 2006], но есть ученые, которые считают их атрибутами межкультурного обмена [Карасик 2002].

В. Е. Чернявская приходит к выводу, что дискурс образует «рамочное пространство вокруг „своего“ — неких однородных идей, теорий, смыслов, овеществленных в текстах, когнитивных стратегий автора, взаимодействующего со своим же адресатом. При этом „рамка дискурса“ отсекает все то, что не попадает в ее пространство» [Чернявская 2006: 80].

Как отмечается В. А. Масловой, противопоставленные «свой» и «чужой» позволяют адресанту формировать в сознании адресата дискурсивные миры («свой мир» и «чужой мир») [Маслова 2008: 233—234], а это создает базу для воздействия субъекта политики на целевую аудиторию.

Рассматриваемая оппозиция получила широкое распространение в политическом дискурсе. В данной статье под политическим дискурсом «понимается любая передача сообщений, предназначенная оказать влияние на распределение и использование власти в обществе» [Schudson 1997: 311]. Политический дискурс объединяет тексты, отображающие идеологическую и политическую практики какого-либо государства, отдельных партий и течений в определенную эпоху. В этих текстах актуализируется общественное сознание [Посева 2007: 104].

Политическую письменную речь можно отнести к политическому дискурсу. При анализе текста «Материализма и эмпириокритицизма» В. И. Ленин предстает перед исследователем как писатель. Естественно, в процессе научных изысканий следует придерживаться золотой середины: «Интерес к личности писателя — законное право читателя, и там, где он не переходит определенных границ, не становится слетней, в нем нет ничего дурного» [Рейсер 1978: 20].

Как отмечают специалисты, «суть политической борьбы состоит в борьбе за присвоение языковых символов, за право определять (и тем самым контролировать) их содержание. Конечной целью политика является не столько уточнение понятийного содержания ключевых терминов, сколько провоцирование желаемой реакции адресата» [Green 1987: 2]. В качестве основного организующего принципа семиотического пространства политического дискурса выступает функциональная триада «интеграция — ориентация — агональность». Эта триада проецируется на оппозицию «свой — чужой», являющуюся фундаментальным ценностным противопоставлением для политического дискурса и составляющую суть идеологической оценки. В знаках интеграции содержание идеологической коннотации составляет компонент «свой», в знаках агрессии — компонент «чужой», а знаки ориентации могут быть и амбивалентными, и оценочно нейтральными. Потенциально любой знак ориентации может трансформироваться в оценочно маркированный знак (интеграции либо агрессии) [Шейгал 2000: 225].

В 2003 г. увидела свет работа А. П. Чудинова «Политическая лингвистика» — первый пример обобщения опыта отечественных исследователей политической коммуникации. По мнению А. П. Чу-

динова, для современной политической лингвистики в полной мере характерны главные черты современного языкознания:

«1) антропоцентризм (языковая личность становится точкой отсчета при изучении языковых явлений);

2) функционализм (изучение языка в действии, в функционировании);

3) экспансионизм (включение в сферу исследования лингвистики комплекса смежных проблем, ее расширение);

4) экспланаторность (стремление не только описать языковые факты, но и объяснить их)» [Чудинов 2003: 4].

В указанной монографии анализ политического дискурса проведен на базе следующих антиномий:

- 1) авторство и анонимность;
- 2) агрессивность и толерантность;
- 3) институциональность и личностный характер;
- 4) интертекстуальность и автономность;
- 5) редукционизм и многоаспектность информации;
- 6) ритуальность и информативность;
- 7) эзотеричность и общедоступность [Чудинов 2003: 42—56].

Особый интерес представляет критерий агрессивности, отчетливо выраженный в политическом дискурсе В. И. Ленина. По этому параметру дискурс интересующего нас политика не соответствует принципам коммуникации, к которым Р. Т. Лакофф причисляет общие исходные принципы блага и рациональности: в сферу вербальной деятельности вовлечены разумные люди, не стремящиеся нанести друг другу вред [Lakoff 1983: 308]. Принципы общения носят разнородный характер, они включают как этические нормы, так и модели языкового поведения: «старайся говорить идиоматично» [Searle 1975: 76]. Политические сюжеты в условиях борьбы за власть просто обязаны наносить своим оппонентам вред, ущерб. Политик, который понес самый большой урон в битвах со своими конкурентами, чаще всего терпит поражение на выборах.

Поскольку власть как психологический феномен включает иррациональный и эмоциональный уровни [Водак 1997: 79], политический дискурс никогда не бывает нейтральным или объективным, ему свойственны оценочная акцентированность, аффективность, а также пристрастность.

К специализированным знакам вышеупомянутой агрессии в политическом дискурсе относятся в первую очередь маркеры «чуждости», а именно:

1. Дейктические и полноточные знаки, содержащие компонент дистанцирования: «забугорные», «заграничные», «заморские», «и иже с ними», «они», «там», «эти» и пр.

При употреблении этих знаков происходит мысленное очерчивание круга, отделяющего своих от чужих, подчеркивается, что «чужаки» находятся по ту сторону границы круга.

2. Показатели уменьшения значимости — идентификаторы нижнего уровня тимеологической оценки: «всякие», «какой-нибудь там», «разные» и т. п. Под тимеологической оценкой подразумевается оценочное ранжирование по следующим параметрам: «важное», «значительное», «серьезное», «существенное», противопоставленным

другим параметрам: «неважное», «несущественное», «несерьезное», «то, на что не следует обращать внимание», «то, чем можно пренебречь» [Пеньковский 1995: 36].

Выражаемые данными местоимениями значения «обезразличивающей неопределенности» и «обезразличивающего обобщения» выводят референт за пределы круга «своих» и тем самым, по мнению Е. И. Шейгал, индуцируют коннотацию пейоративного отчуждения. Таким образом, тимиологическая оценка имплицитно аксиологическую: умаление значимости превращается в принижение и унижение, что, в свою очередь, оборачивается отстранением и отчуждением.

3. Показатели недоверия к оппоненту, сомнения в достоверности его слов: кавычки и лексические маркеры «пресловутый», «так называемый», «якобы» и т. д.

Деривационно-смысловая цепочка пейоративного отчуждения в данном случае выглядит следующим образом: «сомнительный, не заслуживающий доверия» — «потенциально опасный» — «чужой, незнакомый» — «враг» [Шейгал 2000: 161—163].

Е. И. Шейгал разделяет маркеры «своих» на две группы — 1) специализированные и 2) неспециализированные.

К специализированным вербальным знакам интеграции, позволяющим политикам отождествлять себя с аудиторией, апеллировать к общей национальной, статусной и прочей социальной принадлежности, относятся маркеры «своих», а именно:

- 1) грамматические формы непрямого императива (1-е л. мн. ч.) со значением включения в сферу его действия автора дискурса;
- 2) инклюзивное «мы»;
- 3) лексемы совместности;
- 4) лексические средства с компонентом совместности, выступающие в функции вокатива с коннотацией «я свой»;
- 5) формулы причастности.

Неспециализированными (транспонированными) маркерами интеграции являются термины ориентации, выполняющие функцию парольных лозунговых слов. Семантика пароля («я с вами», «я свой») выступает на первый план, когда политик употребляет какой-либо термин не столько для обозначения референта (политической ситуации и пр.), сколько в качестве доказательства своей принадлежности к конкретной политической группировке, приверженности определенной идеологии [Шейгал 2000: 159].

Н. Хомский подчеркивает двойной стандарт в характере политической оценки действий противоборствующих сторон в зависимости от позиции производителя дискурса, от того, кого он считает «своими», а кого — «чужими» [Chomsky 1988: 618].

Известный немецкий мыслитель К. Шмитт полагает: «Смысл различения друга и врага состоит в том, чтобы обозначить высшую степень интенсивности соединения или разделения, ассоциации или диссоциации. Не нужно, чтобы политический враг был морально зол, не нужно, чтобы он был эстетически безобразен, не должен он непременно

но оказаться хозяйственным конкурентом, а может быть, даже окажется и выгодно вести с ним дела. Он есть именно иной, чужой» [Шмитт 1992: 40].

Таким образом, любые ценностные противопоставления в политическом дискурсе будут являться вторичными по отношению к оппозиции «друг — враг», производными от нее: «Всякая религиозная, моральная, экономическая, этническая или иная противоположность превращается в противоположность политическую, если она достаточно сильна для того, чтобы эффективно разделять людей на группы друзей и врагов» [Шмитт 1992: 45]. Противопоставление «своих» и «чужих» в политическом дискурсе может эксплицироваться как оппозиция различных социокультурных ценностей.

Л. И. Гришаева и Л. В. Цурикова считают, что чужой представляет собой «негативно заряженный фактор», при наличии которого «объект социальной перцепции опознается как не принадлежащий к культуре / субкультуре познающего субъекта» [Гришаева, Цурикова 2007: 313]. Примечательно, что эти лингвисты выделяют также оппозицию «свой — другой».

Исследователи утверждают, что присущая всем членам того или иного культурного сообщества оппозиция «свой — чужой» представляет собой «когнитивно значимое противопоставление двух существенных для социальной перцепции факторов», дающее возможность «описывать результаты познавательной деятельности в процессе и первичной, и вторичной социализации индивида» [Гришаева, Цурикова 2007: 310]. Данная оппозиция является аксиологической категорией и связана с полем оценочности языка, так как нацелена на сплочивание «своих» и борьбу с «чужими». Как известно, поле оценочности включает разнообразные языковые средства, служащие для выражения отношения говорящего к объекту речи в широком диапазоне, соотносимом с противоположными полюсами на шкале оценочности [Канчани 2007: 12].

Оппозиция «свой — чужой» характера для языковой личности В. И. Ленина. Это противопоставление доминирует в «Материализме и эмпириокритицизме».

Оппозиция «свой — чужой» играет ведущую роль в формировании ориентационного пространства политического дискурса [Шейгал 2000: 154]. Мнение Е. И. Шейгал разделяет О. Л. Михалева. Она считает оппозицию «свой — чужие» базовой для политического дискурса и предлагает рассматривать ее на трех уровнях:

- 1) лексическом;
- 2) морфологическом;
- 3) синтаксическом [Михалева 2009: 77—92].

Если бы В. И. Ленин был более терпимым к своим политическим оппонентам, его дискурсу была бы присуща оппозиция «свой — другой»: она «свидетельствует о когнитивно и коммуникативно гибкой, толерантной личности» [Гришаева, Цурикова 2007: 310]. В настоящей статье под толерантностью подразумевается «поведение человека в ситуации конфликта, подчиненное стремлению достичь взаимного понимания» [Купина, Михайлова 2004: 292].

Оппозиция «свой — другой» тоже представлена в «Материализме и эмпириокритицизме». Главное различие двух оппозиций состоит в следующем: если доминирующее противопоставление «свой — чужой» направлено на разоблачение идеалистов, то менее частотная оппозиция «свой — другой» сигнализирует о мягкой критике непоследовательных материалистов, в которых В. И. Ленин видел потенциальных союзников.

Другим значимым фактором использования концептов «свой — чужой» как эффективного способа формирования имиджа политика является бинарность данной оппозиции как элементарного, следовательно, прочно укоренившегося в сознании (и подсознании) людей способа мышления, доступного для всех.

Существуют различные теории, описывающие отношения модели «свой — чужой» и системы аргументации. В частности, Е. А. Баженова и И. В. Мальцева полагают, что конструирование в сознании избирателя образов «своего» и «чужого» по отношению к тому или иному кандидату можно считать коммуникативной тактикой [Баженова, Мальцева 2009: 32—33]. Шире на этот вопрос смотрит О. С. Иссерс. Она полагает, что традиционный прием политической борьбы, заключающийся в разграничении «своих» и «чужих» (создании «Мы-группы» путем очернения противника), должен анализироваться в рамках глобальной стратегии в области речевого воздействия («игры на понижение») [Иссерс 2008: 160]. Об этом же средстве конструирования данной оппозиционной пары ведет речь В. Е. Чернявская [Чернявская 2006: 48—49].

В политическом дискурсе оппозиция «свои — чужие» реализуется как эксплицитно, при помощи специальных маркеров, так и имплицитно, в виде идеологической коннотации политических терминов, через тональность дискурса, его подчеркнутую этикетность или антиэтикетность, а также целенаправленный подбор положительной или отрицательной оценочной лексики. «Свои» часто маркируются возвышенной лексикой и торжественно-приподнятой тональностью, в то время как для указания на «чужих» применяются сниженная лексика и презрительно-саркастическая тональность, графическим эквивалентом которой являются кавычки [Шейгал 2000: 151]. Кавычки — частотный прием в политическом дискурсе В. И. Ленина.

Проведенный анализ показывает: лексические единицы «свой» и «чужой» многократно применяются в «Материализме и эмпириокритицизме». Синонимом последнего маркера следует считать обнаруженное в тексте средство «чуждый». Все эти лексические единицы отличает то, что они присутствуют и в тезисах В. И. Ленина, и в чужой речи, которую он использовал в вышеупомянутой монографии. Способы реализации семантических оппозиций в ленинском политическом дискурсе необходимо рассмотреть подробно.

В четвертом разделе шестой главы словосочетание «свой материализм» противопоставлено лексической единице «идеализм»: «Что „скептики“, называются ли они юмистами или кантианцами (или махистами, в XX веке), кричат против „догматики“ и материализма и идеализма, Маркс

видел уже тогда и, не давая отвлечь себя одной из тысячи мизерных философских системок, он сумел через Фейербаха прямо встать на материалистическую дорогу против идеализма. Тридцать лет спустя, в послесловии ко второму изданию первого тома „Капитала“, Маркс так же ясно и отчетливо противопоставляет *свой материализм* гегелевскому, т. е. самому последовательному, самому развитому *идеализму*, презрительно отстраняя кантовский „позитивизм“ и объявляя жалкими эпигонами современных философов, которые мнят, что уничтожили Гегеля, на деле же вернулись к повторению доггегелевских ошибок Канта и Юма» [Ленин 1989: 362].

Очевидно, в этом контексте оппозиция «свой — чужой» вплетена в ткань взаимопроникающих риторических приемов, к которым можно отнести: кавычки («скептики», «догматика», «позитивизм»), введение оценочных лексических единиц и их комбинаций («кричать», «отвлечь», «мизерный», «прямо», «презрительно отстраняя», «объявляя жалкими эпигонами», «мнить», «ошибки»), уменьшительно-уничижительных имен существительных («системки»), построение синонимических рядов («ясно», «отчетливо»), курсив («свой материализм», «идеализм») и повторы («самый»). Вероятно, здесь автор также стремился выразить противоречие между словами и делами («на деле») своих противников. Как правило, именно на их действиях (делах) В. И. Ленин делал упор в тексте, направляя на них тем самым внимание читательской аудитории.

Охарактеризуем специализированные знаки агрессии в «Материализме и эмпириокритицизме» (маркеры «чуждости»).

1. Дейктические и полнзначные знаки, содержащие компонент дистанцирования

УКАЗАТЕЛЬНОЕ МЕСТОИМЕНИЕ «ЭТИ». Перечислив названия работ и их авторов, В. И. Ленин перешел к изложению своего понимания их идей: «Все эти лица не могут не знать, что Маркс и Энгельс десятки раз называли свои философские взгляды диалектическим материализмом. И все эти лица, объединенные — несмотря на резкие различия политических взглядов — враждой против диалектического материализма, претендуют в то же время на то, что они в философии марксисты!» [Ленин 1989: 21].

Следует отметить, что лексическая единица «эти» соседствует с единоначатием следующих друг за другом сложноподчиненных предложений. Даже их зависимые части относятся к одному и тому же виду. Маркер чужеродности «эти», усиленный обобщающим средством «все», размещен в главных частях сложных предложений.

Еще один предварительный вывод находится в последнем абзаце третьего раздела шестой главы. Вывод завершает анализ одной из идеалистических работ: «Всего этого сора в статье Суворова не перечислить» [Ленин 1989: 360]. В данном предложении также присутствует сочетание лексических единиц «весь» и «этот». Чужеродность статьи, помимо маркера «этот», обозначена оценочным средством «сор». Оно призвано подчеркнуть, что у разбираемой статьи идеалиста С. А. Суворова нет никаких достоинств.

Примечательно, что лексическая единица «все» не всегда прикреплена в «Материализме и эмпириокритицизме» к местоимению «эти». Примером служит контекст из пятого раздела шестой главы: «Профессора философии и теологии всех стран света принялись на тысячи ладов разносить и уничтожать Геккеля» [Ленин 1989: 374]. В данном фрагменте средство «все» создает эффект гиперболизации («всех стран света»), увеличивая количество «чужих» в сознании адресата. В связи с этим следует отметить, что В. И. Ленин из всего «чужого мира» назвал в рассматриваемом абзаце только пятерых конкретных людей. Помимо гиперболы («на тысячи ладов») здесь можно обнаружить еще один прием — включение в дискурс коррелирующих глаголов «разносить» и «уничтожать».

Таким образом, единица «все» может выполнять в политическом дискурсе В. И. Ленина и функцию обобщения, и функцию преувеличения.

Во втором разделе шестой главы снова применено местоимение «эти»: «Исторической особенностью современного российского махизма (вернее: махистского поветрия среди части с.-д.) является следующее обстоятельство. Фейербах был „материалист внизу, идеалист вверху“; — то же относится в известной мере и к Бюхнеру, Фогту, Молешотту и к Дюрингу с тем существенным отличием, что все эти философы были пигмеями и жалкими кропателями по сравнению с Фейербахом» [Ленин 1989: 354—355].

Этот предварительный вывод основан на четком противопоставлении перечисленных сторонников идеализма и немецкого мыслителя Л. А. Фейербаха, которого В. И. Ленин считал великим ученым. Философа, традиционно считавшегося сторонником материализма (Л. А. Фейербаха), автор не тронул, зато употребил оскорбительные эпитеты («пигмеи», «жалкие кропатели»), отличающиеся близостью значений, в адрес своих идеологических противников. Кроме того, производитель дискурса отказался рассматривать махистскую теорию как полноценную альтернативу материалистической концепции, поскольку она представляет собой «поветрие», затронувшее не всех, а «отдельных» представителей социал-демократического сообщества.

УКАЗАТЕЛЬНОЕ МЕСТОИМЕНИЕ «ТАМ». После цитаты во втором разделе пятой главы автор поместил свой комментарий: «Почему отгораживается здесь Риги от позитивистских и утилитаристских тенденций? Потому, что он, не имея, видимо, никакой определенной философской точки зрения, стихийно держится за реальность внешнего мира и за признание новой теории не только „удобством“ (Пуанкаре), не только „эмпиросимволом“ (Юшкевич), не только „гармонизацией опыта“ (Богданов) и как там еще зовут подобные субъективистские выверты, а дальнейшим шагом в познании объективной реальности» [Ленин 1989: 284].

Процитированный фрагмент текста дает возможность оценить разницу между оппозициями «свой — другой» и «свой — чужой», реализованными в «Материализме и эмпириокритицизме». Местоимение «там» обозначает в данном контексте «чужих». Этот маркер усиливается вопросно-ответным приемом, оценочными средствами

(«субъективистские выверты»), повторами («не только»), сарказмом, выраженным кавычками («удобство», «эмпиросимволизм», «гармонизация опыта») и противопоставлением с союзом «а». В отличие от осторожной оценки непоследовательного, по мнению В. И. Ленина, итальянского материалиста А. Риги («другого»), смягченной вводным средством «видимо», мнение автора в отношении идеалистов («чужих»), к которым отнесены А. А. Богданов и П. С. Юшкевич, является достаточно жестким. Если в первом случае В. И. Ленин только предположил, что А. Риги не имеет собственного четкого мнения, то во втором случае авторский дискурс насыщен эмоциями, выраженными соответствующей безапелляционной лексикой. В отношении своего единомышленника А. Риги формулируется только вопрос-предположение (есть ли у него свое мнение?), а тезис В. И. Ленина, касающийся субъективных идеологов, выглядит как приговор.

2. Показатели умаления значимости — идентификаторы нижнего уровня тимиологической оценки

ИМЕНА ПРИЛАГАТЕЛЬНЫЕ «ВСЯКИЙ» И «РАЗНЫЙ». Третий раздел второй главы озаглавлен лексической единицей «всякий», подчеркивающей враждебность, чужеродность идеалистов: «Всякая таинственная, мудреная, хитроумная разница между явлением и вещью в себе есть сплошной философский вздор. На деле каждый человек миллионы раз наблюдал простое и очевидное превращение „вещи в себе“ в явление, „вещь для нас“. Это превращение и есть познание. „Учение“ махизма, что раз мы знаем *только* ощущения, то мы не можем знать о *существовании* чего-либо за пределами ощущений, есть старый софизм идеалистической и агностической философии, поданный под новым соусом» [Ленин 1989: 130].

В этой цитате можно различить комбинацию лексического средства «всякий» и взаимодополняющих имен прилагательных «таинственный», «мудреный», «хитроумный». Кроме того, синонимическую цепочку образуют имена прилагательные «простой» и «очевидный». Сарказм автора выражен с помощью взятого в кавычки имени существительного «учение». К выразительным средствам В. И. Ленина также требуется отнести курсив («только», «существование») и развернутые оценочные языковые средства («сплошной вздор», «старый софизм, поданный под новым соусом»). Под делом («на деле») автор имел в виду реальность, резко отличающуюся, по его мнению, от идеалистической теории.

Свое изложение автор продолжил следующим образом: «Иосиф Дицген — диалектический материалист. Мы покажем ниже, что его способ выражений часто неточен, что он часто впадает в путаницу, за которую и ухватились разные неумные люди (Евгений Дицген в том числе) и, конечно, наши махисты. Но разобрав преобладающую линию его философии, ясно отделить материализм от инородных элементов, этого они не потрудились сделать или не сумели» [Ленин 1989: 130—131].

Как и в предыдущем фрагменте, монографист, применив личные местоимения, жестко про-

тивопоставил «своих» («мы») и «чужих» («он», «они»). Если «свои», как указал автор, «знают» или «не могут знать», то даже мысли о том, что «чужие» способны знать, он не допускает. В. И. Ленин окрестил своих оппонентов (немецкого писателя Е. Дицгена и др.), «разными неумными людьми». Автор поставил под сомнение способность своих политических оппонентов разделить идеализм и материализм. Апелляция к интеллектуальным качествам негативной референтной группы является одним из самых частотных приемов в «Материализме и эмпириокритицизме». Данный риторический прием относится к категории нелояльных приемов, которые не должен использовать политик, уважающий себя и своих конкурентов.

Авторская оценка реализована посредством лексических средств («впадать в путаницу», «ухватиться», «разные неумные люди», «инородные элементы»). В словосочетании «наши махисты» притяжательное местоимение «наши» на этот раз, как и в ряде других контекстов, не обозначает группу «чужих».

Изложив мнения идеалистов в отношении материалистов в одном из разделов своей работы, В. И. Ленин подвел предварительный итог: «Таковы доводы махистов против материализма, повторяемые и пересказываемые на разные лады вышеназванными писателями» [Ленин 1989: 27].

Выразительность данному итогу придает то, что он вынесено в отдельный абзац. Лексическая единица «разный» входит во фразеологизм «пересказывать на разные лады», превращенный автором в уточняющий оборот. Этот маркер уничижительности усилен в вышеприведенном предложении повторами семантически близких имен прилагательных «повторяемый» и «пересказываемый».

Разобрав в четвертом разделе шестой главы концептуальные положения К. Маркса и Ф. Энгельса, автор перешел к критике махистов посредством следующего высказывания: «Приемы сочинения разных попыток развить и дополнить Маркса были очень нехитры» [Ленин 1989: 367]. Схема построения тезиса все та же: показатель чужеродности «разный» соседствует с двумя лексическими единицами, находящимися в парадигматических отношениях. В данном случае их роль исполняют глаголы «развить» и «дополнить». Прагматический эффект усиливается объявлением действий идеалистов «сочинениями», «попытками», не отличающимися «хитростью».

3. Показатели недоверия к оппоненту, сомнения в достоверности его слов

Лексические маркеры данной группы преобладают в анализируемой монографии.

Имя прилагательное «пресловутый». Эта лексическая единица достаточно частотна в «Материализме и эмпириокритицизме». К примеру, она есть в третьем разделе первой главы. С помощью названного маркера автор направил свою критику на немецкого идеалиста Р. Авенариуса, задействовав также мнение британского ученого Н. К. Смита, отрицательно настроенного к данному идеалисту: «Пресловутое устранение посредством словечка „опыт“ противоположности мате-

риализма (Смит напрасно говорит: реализма) и идеализма сразу оказалось мифом, как только мы начали переходить к определенным конкретным вопросам» [Ленин 1989: 80].

Лексическое средство «пресловутый» в данном контексте ставит под сомнение «устранение» противоречий между основными теориями того времени и дополняет прием введения оценочных средств («миф»), а также саркастическое отношение В. И. Ленина к идеалистическим понятиям («опыт»), к которому он относился уничижительно («словечко»). Имена прилагательные «определенный» и «конкретный» в рассматриваемом предложении находятся в отношениях синонимии.

В четвертом разделе третьей главы также встречается лексическая единица «пресловутый». Она содержится в тезисе, посвященном критике работы Р. Авенариуса «Философия как мышление о мире сообразно принципу наименьшей траты сил»: «Этот чистейший вздор есть попытка под новым соусом протащить *субъективный идеализм*. В философской литературе *такой* именно характер этого *основного* сочинения по вопросу о пресловутой „экономии мышления“, как мы видели, *общепризнан*. Если наши махисты не заметили субъективного идеализма под „новым“ флагом, то это относится к области курьезов» [Ленин 1989: 183].

В этом предложении автор разместил маркер чуждости («пресловутый»), задействовал прием введения в изложение оценочных средств («чистейший вздор»), вербально оформил свое презрительное отношение («экономия мышления», «новый», «область курьезов») и выделил курсивом опорные моменты своей мысли («субъективный идеализм», «основной», «общепризнан»). Таким образом, перед читателем снова предстает характерный комплекс аргументативных приемов В. И. Ленина.

Если в процитированном фрагменте затрагивается понятие «экономия мышления», то в другом контексте речь идет о термине «догматика». Данный аспект идеалистической теории автор затронул в последнем предложении пятого раздела второй главы «Материализма и эмпириокритицизма». Окончательный вывод этого раздела также богат на риторические приемы. В нем есть и различные повторы («по этому», «старый», «престарый»), сопряженные с акцентирующими внимание адресата уточняющим оборотом и синонимическим рядом, и оценочная лексика («особый характерный философский привкус», «излюбленный»), и прием уничижения оппонента («словечко»), и выделенные курсивом элементы, свидетельствующие о борьбе «своих» и «чужих» («против»), и выражающие сарказм средства («старый», «новейший позитивизм»): «По этому — и только по этому — вопросу термин „догматика“ имеет особый характерный философский привкус: это излюбленное словечко идеалистов и агитаторов *против* материалистов, как мы уже видели на примере довольно „старого“ материалиста Фейербаха. Старый, престарый хлам — вот чем оказываются все возражения против материализма, делаемые с точки зрения пресловутого „новейшего позитивизма“» [Ленин 1989: 148].

В отношении «своего» (немецкого материалиста Л. А. Фейербаха) автор не применил ни одного грубого эпитета, но в адрес «чужих» («идеалистов и агностиков») употребил целый букет резких лексических единиц. В частности, в одном сочетании («пресловутый „новейший позитивизм“») присутствуют и маркер чуждости, и обозначение саркастического отношения.

Еще один пример употребления лексического маркера «пресловутый» наблюдается во втором разделе второй главы. Противопоставление материалистического и идеалистического направлений в философии выражено следующим образом: «А из слов Энгельса яснее ясного видно, что для материалиста реальное бытие лежит за пределами „чувственных восприятий“, впечатлений и представлений человека, для агностика же за пределы этих восприятий выходить невозможно. Базаров поверил Маху, Авенариусу и Шуппе, будто „непосредственно“ (или фактически) данное объединяет воспринимающее Я и воспринимаемую среду в пресловутой „неразрывной“ координации и старается незаметным для читателя образом подsunуть материалисту Энгельсу этот вздор!» [Ленин 1989: 123].

Имя прилагательное «пресловутый» и союз «будто» нацелены на формирование недоверия у адресата к идеям идеалистов. Этот эффект обеспечивается как повтором синонимичных единиц («яснее ясного») и курсивным выделением дублируемых элементов текста («за пределы», «восприятия»), так и взятыми в кавычки лексическими средствами («чувственные восприятия», «непосредственно», «неразрывный») и развернутыми оценочными цепочками («стараться незаметным для читателя образом подsunуть этот вздор»). Не все повторяющиеся единицы графически обозначены («восприятия»). В. И. Ленин применил ту же схему, что и в предыдущем случае: «маркер чужеродности + средство выражения сарказма» («пресловутая „неразрывная“ координация»).

В этом контексте оценка выполняет две функции: 1) прямую (функцию «защиты» читателя от «недостовверной информации», «вздора» В. А. Базарова) и 2) косвенную (функцию объяснения адресату «правильной», материалистической, точки зрения на проблему).

В пятом разделе первой главы «Материализма и эмпириокритицизма» сигнализирующие лексические единицы «пресловутый» и «якобы» употреблены для обличения одного из основоположников идеализма, Р. Авенариуса: «Софистика тут совершенно та же, которую мы наблюдали на примере пресловутой координации. Отвлекая внимание читателя выпадами против идеализма, Авенариус на деле чуточку иными словами защищает тот же идеализм: мысль не есть функция мозга, мозг не есть орган мысли, ощущения не функция нервной системы, нет, ощущения, это — „элементы“, в одной связи только психические, в другой же связи (хотя и „тождественные“ элементы, но) физические. Новой запутанной терминологией, новыми вычурными словечками, выражающими якобы новую „теорию“, Авенариус только потоптался на одном месте и вернулся к ос-

новной идеалистической своей посылке» [Ленин 1989: 97].

Объявив понятие «координация» «пресловутым» (сомнительным), автор в очередной раз изобразил себя защитником интересов читательской аудитории, а немецкого ученого Р. Авенариуса — обманщиком. Еще одной особенностью данной цитаты можно считать повторы («не», «связи», «новый»). Интерес для исследователя представляют также оценочные обороты («выпады против идеализма», «новая запутанная терминология», «новые вычурные словечки, выражающие якобы новую теорию», «потоптаться на одном месте»). Один из данных оборотов усилен уменьшительно-уничтожительным именем существительным «словечки». Это один из тех редких контекстов, в которых кавычки не только взаимодействуют с курсивным выделением («тождественный»), но и используются самостоятельно («элементы», «теория»). Адресант акцентировал внимание адресата на словах («выпады против идеализма») и делах («на деле») видного идеалиста.

Процитировав труд А. А. Богданова «Эмпириомонизм» в начале пятого раздела четвертой главы, автор обратился к читателю: «Но посмотрите внимательнее на это резюмирование самим Богдановым его пресловутого „эмпириомонизма“ и „подстановки“» [Ленин 1989: 243]. В данном контексте маркер «пресловутый» обозначает «бесмысленность» применения махистских терминов «эмпириомонизм» и «подстановка». В очередной раз имя прилагательное «пресловутый» дает возможность организовать разбор идеалистических терминов, в данном случае принадлежащих самому влиятельному идеалисту А. А. Богданову. Именно по этой причине он постоянно попадает под огонь критики В. И. Ленина в «Материализме и эмпириокритицизме». Показательно уже то, что А. А. Богданов фигурирует в названиях трех разделов «Материализма и эмпириокритицизма»: 1) пятого раздела второй главы [Ленин 1989: 142]; 2) пятого раздела четвертой главы [Ленин 1989: 243]; 3) второго раздела шестой главы [Ленин 1989: 347]. Помимо этого идеалиста, такой чести удостоены Э. Мах [Ленин 1989: 102, 225, 371] и Ф. Энгельс [Ленин 1989: 109, 117, 142].

Союз «якобы». Перечислив своих современников-идеалистов в начале монографии, автор перешел к объяснению их отношения к сторонникам материализма: «Опираясь на все эти якобы новейшие учения, наши истребители диалектического материализма безбоязненно договариваются до прямого фидеизма (у Луначарского всего яснее, но вовсе не у него одного!), но у них сразу пропадает всякая смелость, всякое уважение к своим собственным убеждениям, когда дело доходит до прямого определения своих отношений к Марксу и Энгельсу» [Ленин 1989: 21—22].

Маркер «якобы» размещен в деепричастном обороте. В данном предложении задействованы также военная лексика («истребитель») и лексические повторы («прямой», «но», «всякий», «свой»). Особенностью рассматриваемой речевой ситуации является наличие восклицательного уточняющего оборота, повышающего интерес читателя к вышеприведенному тезису. В нем при-

существует также разграничение слова и дела («дело») представителей идеалистического лагеря.

Завершив цитату из работы Дж. Беркли, автор заявил: «Это написано в 1710 году, т. е. за 14 лет до рождения Иммануила Канта, а наши махисты — на основании якобы „новейшей“ философии — сделали открытие, что признание „вещей в себе“ есть результат заражения или извращения материализма кантианством! „Новые“ открытия махистов — результат поразительного невежества их в истории основных философских направлений» [Ленин 1989: 30].

Вышеприведенный фрагмент, помимо маркеров сомнения («якобы»), в том числе синонимичных («новейший», «новый»), включает открытое обвинение политических конкурентов в отсутствии знаний, о чем свидетельствует жесткое оценочное сочетание «поразительное невежество». Противопоставление с союзом «а» усилено уточняющей структурой и восклицанием.

В ходе сравнительного анализа идеалистических и материалистических положений во втором разделе первой главы автор сделал следующее заявление: «Мах и Авенариус *тайком* протаскивают материализм посредством словечка „элемент“, которое *якобы* избавляет их теорию от „односторонности“ субъективного идеализма, *якобы* позволяет допустить зависимость психического от сетчатки, нервов и т. д., допустить независимость физического от человеческого организма» [Ленин 1989: 63]. Графически выделенные дискурсивные элементы, одиночные («тайком») и дублируемые («якобы»), введение в изложение оценочных («протаскивать») и уничижительных («словечко») единиц, а также показателей презрения («элемент», «односторонность») — отличительные черты анализируемого контекста.

Заслуживает внимания также окончательный вывод, завершающий шестой раздел первой главы. Предпоследнее предложение этой главы таково: «Якобы „новую“, „феноменологическую“ точку зрения Маха и К° этот физик вполне заслуженно третирует как старую нелепость философского субъективного идеализма» [Ленин 1989: 105].

Таким образом, автор «Материализма и эмпириокритицизма», призвав себе в помощники немецкого материалиста Л. Больцмана, критиковавшего махистскую теорию, и процитировав соответствующий фрагмент его труда, снова подчеркнул, что он, В. И. Ленин, не одинок в своем мнении относительно идеализма. В глазах читательской аудитории эта ссылка (прием апелляции к авторитету) должна сделать ленинский дискурс более весомым, убедительным. Эффект сарказма усиливается благодаря взаимодействию маркера «якобы» и соседствующих с ним имен прилагательных «новый» и «феноменологический», взятых в кавычки. Оценочный характер носит комбинация «старая нелепость».

Помимо вышеназванных лексических единиц, средством конструирования предложений и уточняющих восклицательных оборотов, выражающих сомнение в правильности идеалистических утверждений, служит слово «вроде». Пример его употребления предоставляет вывод, связанный с воззрениями идеалиста В. М. Чернова, из первого

раздела второй главы: «Разбирать все дальнейшие рассуждения г. Чернова нет ни возможности, ни надобности: это — такой же претенциозный вздор (вроде утверждения, что атом есть вещь в себе для материалистов!)» [Ленин 1989: 114]. Интерес вызывают также сокращенное статусное наименование «господин» и повторяющаяся частица «ни». К оценочным средствам относится и лексическое сочетание «претенциозный вздор».

После цитаты, взятой из работы В. А. Базарова и размещенной во втором разделе второй главы, можно увидеть продолжение полемики между автором и этим идеалистом: «За какими „этим“ границами? За границами той „координации“ Маха и Авенариуса, которая якобы неразрывно сливается Я и среду, субъект и объект?» [Ленин 1989: 126].

Нотки презрения выражены при помощи взятых в кавычки указательного местоимения «эти» и имени существительного «координация». Прагматический эффект обусловлен также вопросно-вопросным приемом, который можно рассматривать в качестве варианта реализации в речи вопросно-ответного хода, поскольку второе вопросительное предложение представляет собой по форме вопрос, а по содержанию — ответ на поставленный вопрос. В связи с этим следует обратить внимание и на лексическую единицу «якобы».

В конце данного раздела автор применил союз «будто» (эквивалент «якобы»), ставящий под сомнение правомочность высказывания В. А. Базарова. Автор монографии обвинил его в искажении мнения немецкого материалиста Ф. Энгельса: «Ясно, что такое бытие действительно есть открытый вопрос. А Базаров, точно нарочно не приводя полной цитаты, пересказывает Энгельса так, будто открытым является вопрос о „*бытии вне чувственного мира*“!» [Ленин 1989: 127—128]. Сомнение автора в правдивости высказываний идеалиста В. А. Базарова оформлено и обособленным обстоятельством, выраженным деепричастным оборотом («точно нарочно не приводя полной цитаты»), и маркером «будто», и графически выделенным сочетанием («бытие вне чувственного мира»), и сразу двумя восклицательными знаками.

Еще одно критическое замечание, содержащее в себе лексическое средство «якобы», можно обнаружить в четвертом разделе второй главы: «Мах и Авенариус, претенциозно выдвигая „новую“ терминологию, „новую“ якобы точку зрения, на деле повторяют, путаясь и сбиваясь, ответ агностика: с одной стороны, тела суть комплексы ощущений (чистый субъективизм, чистое берклианство); с другой стороны, если перекрестить ощущения в элементы, то можно мыслить их существование независимо от наших органов чувств!» [Ленин 1989: 139]. В очередной раз творец монографии строго разграничил «слово» и «дело» идеалистического сообщества. Оценочные элементы дискурса («претенциозно», «путаясь и сбиваясь», «перекрестить») соседствует в данном восклицании с обилием повторов («новый», «чистый»). Многочисленные повторы В. И. Ленина не помешали ему предъявить обвинение в повторе своим идеологическим недругам.

Данное предложение демонстрирует способность деепричастных оборотов выражать производителю речи эмоциональное отношение. Как и во многих других примерах, автор «Материализма и эмпириокритицизма» здесь искал несоответствие слов и дел («на деле»).

Сформулировать заключительные выводы в пятом разделе третьей главы автор снова помогает средство «якобы»: «Это не значит, чтобы за сто лет не изменились наши представления о времени и пространстве, не собран был громадный новый материал о развитии этих представлений (на какой материал якобы в опровержение Энгельса указывают и Ворошилов-Чернов и Ворошилов-Валентинов), — это значит, что соотношение материализма и агностицизма, как основных философских линий, не могло измениться, какими бы „новыми“ кличками ни щеголяли наши махисты» [Ленин 1989: 200].

В данной речевой ситуации имеет место ряд повторов («это», «не», «значить», «измениться», «материал», «и»). Контекст представляет собой один из тех редких примеров, когда в одном высказывании сочетаются прием постановки под сомнение тезисов приверженцев идеализма («якобы») и прием сравнения идеалистов с русским литературным персонажем (Ворошиловым И. С. Тургенева). Ряд дискурсивных элементов выделен курсивом («о развитии», «соотношение»). Имя прилагательное «новый», стоящее в кавычках, указывает на отсутствие оригинальности в идеалистических рассуждениях. Под «кличками» В. И. Ленин подразумевал, вероятно, термины своих политических врагов и, с целью усиления комического эффекта, заявил, что они в переносном смысле «щеголяли кличками».

Поместив в начале третьего раздела четвертой главы «Материализма и эмпириокритицизма» фрагмент работы Э. Маха «Анализ ощущений», автор прокомментировал его: «Здесь, во-первых, надо отметить на редкость правдивое признание Маха, что *очень немногие* естествоиспытатели принадлежат к сторонникам якобы „новой“, на деле очень старой, юмистско-берклианской философии. Во-2-х, чрезвычайно важен взгляд Маха на эту „новую“ философию, как на широкое *течение*, в котором имманенты стоят наравне с эмпириокритиками и позитивистами» [Ленин 1989: 226].

В отличие от других примеров, в приведенной цитате имеется смешанная нумерация («во-первых», «во-2-х»). Она придает высказыванию более системный характер, улучшает его восприятие читателем. Посредством сочетания «на редкость правдивое признание Маха», содержащего в себе намек на постоянную нечестность этого идеалиста, автор выразил свое ироничное отношение. Ироничными являются также лексическая комбинация «якобы „новый“» и примыкающее к ней антонимичное уточнение «на деле очень старый», характеризующие оппозиционную В. И. Ленину философию. В двух предложениях подряд наблюдается лексическая единица «новый», взятая в кавычки. Обращают на себя внимание и выделенные курсивом языковые элементы «очень немногие» и «течение». Используется и противопоставление слова и дела («на деле»).

Во втором разделе шестой главы лексическая единица «якобы» позволяет автору вербально обозначить разницу в идеалистической и материалистической трактовках терминов «общественное бытие» и «общественное сознание»: «Богданов может сколько угодно проклинать материалистов за „искажение его мыслей“, но никакие проклятия не изменят простого и ясного факта. Поправка к Марксу и развитие Маркса якобы в духе Маркса со стороны „эмпириомониста“ Богданова *ничем существенным* не отличается от опровержения Маркса идеалистом и гносеологическим солипсистом Шубертом-Зольдерном» [Ленин 1989: 349].

Оценочный характер данному фрагменту придает ряд лексических средств («сколько угодно проклинать», «никакие проклятия», «ничто существенное»). Очевидно противопоставление лагерей «чужих» (А. А. Богданов и немецкий ученый Р. Шуберт-Зольдерн) и «своих» (К. Маркс). К особенностям данного высказывания относятся также синонимический ряд («простой», «ясный») и взятая в кавычки лексика («искажение его мыслей», «эмпириомонист»).

При подведении основных итогов этого же раздела автор отметил: «По крайней мере позитивизм вообще и махизм в частности гораздо больше занимались тонкой фальсификацией гносеологии, подделываясь под материализм, пряча идеализм за якобы материалистическую терминологию, — и мало сравнительно обращали внимания на философию истории» [Ленин 1989: 355].

В очередной раз каждый деепричастный оборот представляет собой комбинацию оценочных единиц («подделываясь под материализм», «пряча идеализм за якобы материалистическую терминологию»). Один из них включает в себя показатель сомнительности «якобы». Этим развернутая оценка в вышеприведенном высказывании не ограничивается («заниматься тонкой фальсификацией»).

Разнообразие и частотность средств выражения оппозиций «свой — другой» и «свой — чужой» свидетельствуют о том, что они представляют собой органическую часть аргументативных приемов, присущих политическому дискурсу В. И. Ленина. Результаты исследований подтверждают: прием конструирования оппозиций взаимодействует в «Материализме и эмпириокритицизме» практически со всеми риторическими средствами.

ЛИТЕРАТУРА

- Баженова Е. А., Мальцева И. В. Имидж политика в аспекте оппозиции *свой — чужой* // Вестн. Перм. ун-та. 2009. Вып. 3. С. 28—33.
- Будаев Э. В., Чудинов А. П. Зарубежная политическая метафорология / УрГПУ. — Екатеринбург, 2008.
- Водак Р. Язык. Дискурс. Политика. — Волгоград: Перемена, 1997.
- Гришаева Л. И., Цурикова Л. В. Введение в теорию межкультурной коммуникации. — М.: Академия, 2007.
- Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. — М.: Изд-во ЛКИ, 2008.
- Канчани П. Оппозиция «свой — чужие» как прагматическая доминанта политического дискурса: автореф. дис. ... канд. филол. наук / МГЛУ. — М., 2007.
- Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. — Волгоград: Перемена, 2002.

Купина Н. А., Михайлова О. А. Основы стилистики и культуры речи. — М. : Наука, Флинта, 2004.

Ленин В. И. Материализм и эмпириокритицизм. Критические заметки об одной реакционной философии. — М. : Политиздат, 1989.

Лосева С. В. Политический дискурс через призму метатекста // *Lingua mobilis*. 2007. № 4. С. 104—109.

Маслова В. А. Современные направления в лингвистике. — М. : Академия, 2008.

Мерекина Е. В. Лингвистическое своеобразие оппозиции *свой / чужой* (на материале лексики эвенкийского языка) // *Филология и человек*. 2008. №2. С. 170—176.

Михалева О. Л. Политический дискурс: специфика манипулятивного воздействия. — М. : ЛИБРОКОМ, 2009.

Оппозиция (в лингвистике) // *Больш. сов. энцикл.* URL: <http://bse.sci-lib.com/article084628.html> (дата обращения: 12.07.2011).

Пеньковский А. Б. О семантической категории «чуждости» в русском языке // *Структурная лингвистика*, 1985—1987. — М. : Наука, 1989. С. 54—82.

Пеньковский А. Б. Тимиологические оценки и их выражение в целях уклоняющегося от истины умаления значимости // *Логический анализ языка, истина и истинность в культуре и языке*. — М. : Наука, 1995. С. 36—40.

Рейсер С. А. Основы текстологии. — Л. : Просвещение, 1978.

Чернявская В. Е. Дискурс власти и власть дискурса:

проблемы речевого воздействия. — М. : Флинта ; Наука, 2006.

Чудинов А. П. Политическая лингвистика. — Екатеринбург : УГИ, 2003.

Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса : дис. ... д-ра филол. наук / ВГПУ. — Волгоград, 2000.

Шенько И. В. Способы выражения отношения «свой — чужой» в системе обращений английской разговорной речи // *Теория и практика лингвистического описания разговорной речи* : сб. науч. тр. — Горький : Изд-во ГГПИИЯ, 1976. С. 211—214.

Шмитт К. Понятие политического // *Вопросы социологии*. 1992. Т. 1. № 1. С. 35—67.

Chomsky N. *Language and Politics*. — Montreal, N. Y. : Black Rose Books, 1988.

Green D. *The Language of Politics in America: Shaping the Political Consciousness from McKinley to Reagan*. — Ithaca : Cornell Univ. Pr., 1987.

Lakoff R. T. *Psychoanalytic Discourse and Ordinary Conversation* // *Variation in the Form and Use of Language: a Sociolinguistics Reader* / R. W. Fasold (ed.). — Washington : Georgetown Univ. Pr., 1983. P. 305—323.

Schudson M. *Sending a Political Message: Lessons from the American 1790s* // *Media, Culture and Society*. 1997. Vol. 19, № 3. P. 311—330.

Searle J. R. *Indirect Speech Acts* // *Syntax and Semantics 3. Speech Acts*. — N. Y. : Academic Pr., 1975. P. 59—82.

Статью рекомендует к публикации канд. филол. наук, доц. М. Б. Ворошилова

И. А. Русова
Сургут, Россия

I. A. Rusova
Surgut, Russia

ОРИЕНТАЦИОННАЯ МЕТАФОРА В ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

ORIENTATIONAL METAPHOR IN POLITICAL DISCOURSE

Аннотация. Анализируются ориентационные метафоры в инаугурационных выступлениях американских президентов, характеризуются установки авторов политических текстов, коннотации различных направлений движения. Установлено, что метафоры с направлением «вниз» количественно преобладают над метафорами с направлением «вверх», что призвано подчеркнуть осведомленность говорящих в актуальных проблемах общественной жизни.

Abstract. *Orientational metaphors in inauguration speeches by the American presidents are analyzed, directions of the authors of the text and connotations of different types of movement are characterized. It was proved that metaphors with the direction «down» are more frequent than those of «up», which proves speakers' awareness of topical problems of the society.*

Ключевые слова: политический дискурс; инаугурационная речь; ориентационная метафора; концепт; оппозиция; фразовые глаголы.

Key words: *political discourse; inauguration speech; orientational metaphor; concept; opposition; phrasal verbs.*

Сведения об авторе: Русова Ирина Александровна, кандидат филологических наук, доцент кафедры лингвистики и межкультурной коммуникации.

About the author: *Rusova Irina Alexandrovna, Candidate of Philology, Assistant Professor of the Chair of Linguistics and Intercultural Communication.*

Место работы: Сургутский государственный университет.

Place of employment: *Surgut State University.*

Контактная информация: 628412, г. Сургут, пр. Ленина, 1.
e-mail: irina_rusova@list.ru.

Данная работа представляет собой когнитивное исследование ориентационной метафоры в политическом дискурсе. Материалом исследования послужили 56 оригинальных текстов инаугурационных речей американских президентов (от Дж. Вашингтона (1789 г.) до Б. Обамы (2009 г.)), общий объем которых составляет приблизительно 645 тыс. печатных знаков.

Наиболее часто в поле зрения ученых попадают структурные метафоры, а ориентационные метафоры изучаются сравнительно реже, хотя ориентационная метафоризация также обусловлена физическим и духовным опытом человека и способствует созданию концептуальной картины мира. Особенностью ориентационной метафоры является то, что она представляет собой результат взаимодействия не отдельных концептов, а целых систем концептов, которые находятся в определенной пространственной оппозиции по отношению друг к другу, например: «верх — низ», «внутри — снаружи», «глубокий — мелкий», «передняя сторона — задняя сторона» и др. Дж. Лакофф и М. Джонсон утверждают, что такого рода пространственные отношения продиктованы взаимодействием человека с материальным миром и определяются прежде всего особой формой человеческого тела и его размещением в пространстве [Лакофф, Джонсон 2004: 35].

Как концептуальная категория, пространство имеет бинарную структуру и строится на парах признаков, имеющих положительное и отрицательное значение. В работе «Метафоры, которыми мы живем» [Лакофф, Джонсон 2004] ориентационная метафора рассматривается на примере оппозиции «up — down». Там представлены веро-

ятностные объяснения природы возникновения метафорических концептов вследствие физического и культурного опыта человека.

Дж. Лакофф и М. Джонсон выделили девять пар признаков, свойственных ориентационным метафорам с пространственным значением «верх — низ», а именно: *счастье — грусть, сознательное — бессознательное, здоровье/жизнь — болезнь/смерть, власть — подчинение, больше — меньше, хорошее — плохое, высокий статус — низкий статус, добродетель — порок, рациональное — эмоциональное*, — и сделали вывод, что посредством ориентационных метафор во многих культурах выражается физическое, эмоциональное состояние человека, а также его социальное и служебное положение [Лакофф 2004: 35—45]. Характерной особенностью пространственных метафор является их внешняя системность, например метафора «Good is up» (хорошее ориентировано наверх) задает ориентацию «наверх» для обозначения почти любого позитивного состояния, что отражается в таких метафорах, как *happy is up; health is up; alive is up* и т. д. Однако авторы подчеркивают, что системность вертикально ориентированных метафор в действительности является лишь внешней. Так, например, существуют метафоры типа «Unkown is up», «Finished is up», которые не вписываются в предложенные выше объяснения, поскольку обладают иными эмпирическими основаниями [Лакофф 2004: 42].

Инаугурационные речи представляют собой особый вид ораторских речей, сопровождающих торжественную церемонию официального вступления в должность главы государства. Они изоби-

Исследование выполнено при финансовой поддержке Министерства образования и науки РФ в рамках федеральной целевой программы «Научные и научно-педагогические кадры инновационной России на 2009—2013 гг.», государственный контракт № 14.740.11.0990.

© Русова И. А., 2011

луют стилистическими приемами, среди которых наиболее значимым для нашего исследования является метафора, в частности ориентационная.

В текстах инаугурационных речей президентов США нами было выявлено около 700 примеров ориентационных метафор. Следует отметить, что в это число входят как свежие и развернутые метафорические образы, выстроенные на основе определенных пространственных ориентаций, так и свойственные английскому языку фразовые глаголы, которые нередко также имеют метафорическую природу.

Исследователь Розамунда Мун в статье «Metaphor and Phrasal Verbs» говорит о том, что многие фразовые глаголы имеют как прямое, так и метафорическое значение, но существуют и фразовые глаголы, обладающие исключительно метафорическим значением. Примечательно, что данное значение может возникать не только вследствие метафорического употребления смыслового глагола: частица, входящая в состав фразового глагола, часто сама имеет метафорическое значение. Автор статьи пишет, что в английском языке частицы и наречия, являющиеся составной частью фразовых глаголов, как правило, указывают на расстояние, направление, протяженность, расположение в пространстве. Например, частица *up* используется для обозначения движения вверх, *down* — движения вниз, *ahead* указывает на положение впереди. Метафорические значения данных частиц возникли из буквальных и зафиксированы в словарях фразовых глаголов. Так, частица *up* метафорически указывает на увеличение размера, числа или силы (*prices went up*), *down* — на уменьшение размера, числа, силы (*the children quietened down*), *ahead* — на некоторый момент в будущем (*many problems lie ahead of us*) [Moon 2009: LS5].

В той же статье затрагивается вопрос концептуальных метафор: опираясь на идеи Дж. Лакоффа и М. Джонсона, автор утверждает, что схожие метафорические идеи могут проявляться не только во фразовых глаголах, но и в иных лексических сочетаниях. Например, идея движения вверх и идея нахождения в высоком положении в английском языке может выражаться с помощью различных слов, которые образно передают увеличение количества (*to go up, to rise, to climb, to soar, to peak* и т. д.). То же самое мы наблюдаем при представлении противоположных явлений: использование глаголов *to go down, to fall, to drop, to slump, to dive* говорит о возможности передачи идеи движения вниз не только с помощью фразовых, но и смысловых глаголов.

Розамунда Мун вслед за Дж. Лакоффом и М. Джонсоном уделяет внимание универсальным метафорам, характерным для многих языков. При этом она выделяет некоторые оппозиции, такие как *up — down, high — low, in — out, above — under* и т. д. По представлению исследователя, подобные пространственные концепты можно представить в виде групп, выражающих 1) увеличение или уменьшение, 2) уровень проявления интереса, счастья, возбуждения, 3) степень развития ситуации, 4) завершенность действия, 5) прошлое и будущее по отношению к настоящему моменту

времени, 6) степень вовлеченности в деятельность, 7) отношение к возникающим проблемам, 8) власть и подчинение, 9) качество взаимоотношений и т. д. [Moon 2009].

В исследуемых инаугурационных речах мы выявили концепты, указывающие на противоположные направления. В подавляющем большинстве случаев это касается ориентаций «верх» (36,2 %) и «низ» (42,5 %), которые выражены широким рядом лексических единиц, о чем подробно будет сказано ниже. На основе иных концептов метафоры выстроены значительно реже.

Наибольшее количество выявленных нами метафор, а именно 304, базируется на идее движения вниз. При этом в 165 случаях используется предлог/наречие *under*. Метафоры этой группы имеют широкую сферу употребления и задействуются американскими спикерами при упоминании правительства, конституции, закона, Бога, различного рода обстоятельств.

Исследователи считают, что с помощью лексемы *under* метафорически выражается нахождение человека в позиции подчинения, ограничения, пребывания под контролем более сильных лиц. В анализируемом материале граждане страны, к которым обращены речи президентов, чаще всего выступают субъектами, находящимися под влиянием государства, различных государственных институтов, политического строя или существующей формы правления. Авраам Линкольн, 16-й президент США, в своей первой инаугурационной речи (1861 г.) использует фразу *By the frame of the Government under which we live* — букв. *При существующей структуре правительства, под которым мы живем* (здесь и далее перевод наш — И. Р.), образно представляющую народ как группу людей, находящихся под государственным управлением [Inaugural Addresses: 124/pres31]. Франклин Рузвельт во время второго избрания на пост президента (1937 г.) произносит: *...under democratic methods of government national wealth can be translated into a spreading volume of human comforts hitherto unknown* — букв. *под демократическими методами правления национальное богатство может стать источником растущего человеческого благосостояния, доселе неведанного* [Inaugural Addresses: 124/pres50].

Поскольку позиция подчинения, выражающаяся при помощи рассматриваемых метафор, как правило, не вызывает энтузиазма у населения, для характеристики правительства нередко используются эпитеты с положительными коннотациями, призванные создать позитивный образ и несколько сгладить идею подчинения. Подобное явление мы наблюдаем в речи Джеймса Монро (1817 г.): *...the happy Government under which we live*. В этом контексте лексема *happy* может переводиться как «приносящий счастье, благоприятный» [Inaugural Addresses: 124/pres20]. Аналогичным способом положительный эффект достигается в следующих метафорах: *«under wise policy* — букв. *под мудрой политикой; under a most effective organization* — букв. *под наиболее эффективной организацией; under a free government* — букв. *под свободным правительством* [Inaugural Addresses]. Для того чтобы подчеркнуть единство прави-

тельства и народа, общность их целей и интересов, в метафорические конструкции вводится притяжательное местоимение *our* или личное местоимение *we*: *under our system* — букв. под нашей системой; *under our Republic* — букв. под нашей Республикой; *under our institutions* — букв. под нашими институтами; *institutions under which we live* — букв. институты, под которыми мы живем [Там же].

Достаточно часто метафора подчинения репрезентирует общественно-политические явления, которые вносят определенные установки в жизнь людей, такие как закон или конституция. Президенты часто ссылаются на основной закон государства, что вербально проявляется в таких словосочетаниях, как *under the Constitution* — букв. под Конституцией; *under this Constitution* — букв. под этой Конституцией; *under our National Constitution* — букв. под нашей Национальной Конституцией [Там же]. Таким образом, Конституция воспринимается как верховный документ, свыше определяющий нормы общественного и государственного устройства, диктующий принципы организации и деятельности государственных органов и основные права и обязанности граждан. Как некая сила, контролирующая действия людей, могут рассматриваться и иные документы, обладающие юридической силой, что просматривается в следующих примерах: *under the Nebraska-Kansas act* — букв. под актом Небраски и Канзаса; *under the treaty of Paris* — букв. под парижским соглашением; *under the will of the law* — букв. под волей закона; *under this covenant of justice* — букв. под этим юридическим соглашением [Там же].

Отдельно следует отметить случаи, когда рассматриваемый пространственный концепт используется по отношению к Богу. Особенностью инаугурационных речей является то, что выступающие нередко возносят благодарности высшим силам, просят у них покровительства и защиты. Сверхъестественные существа часто представляются обитающими на небесах, поэтому земные обитатели по отношению к Богу находятся внизу, что и обуславливает использование наречия *under* в метафорах этой группы: *under the rule of a just God* — букв. под правлением справедливого Бога; *under God* — букв. под Богом; *under Providence* — букв. под Провидением [Там же].

Сложные обстоятельства также рассматриваются как некий гнет, оказывающий давление на нормальное течение жизни. Человек как бы оказывается под прессом ситуации, которая не позволяет ему действовать с обыкновенной легкостью, сковывает поведение. Характерными метафорами можно считать встречающиеся в анализируемом материале словосочетания типа *under such conditions* — букв. под такими условиями, *under like circumstances* — букв. под такими обстоятельствами, *under great and peculiar difficulty* — букв. под значительной и специфичной трудностью, *to be under the influence of political hostility* — букв.: находится под влиянием политической враждебности, *under the pressure of more than ordinary circumstances* — букв. под давлением более чем заурядных обстоятельств и т. д. [Там же]. Ответственность, которую принима-

ет на себя глава государства, в инаугурационных речах также описывается с помощью наречия *under*: *the obligations I am under* — букв. обязанности, под которыми я нахожусь; *under my constitutional duty* — букв. под моей конституционной обязанностью; *under the pledge of these promises* — букв. под обязательством этих обещаний [Там же]. Обязанности воспринимаются говорящими как бремя ответственности, возложенной на их плечи.

В целом метафоры, выстроенные на основе наречия *under*, являются однотипными: среди них практически не встречаются свежие образы. Тем не менее можно обнаружить и оригинальные образы, например в речи Джеймса Мэдисона (1809 г.): *If I do not sink under the weight of this deep conviction it is because I find some support in a consciousness of the purposes* — букв. Я не пойду ко дну под весом этого глубокого осуждения только потому, что я осознаю суть поставленных целей [Inaugural Addresses: 124/pres18]. В данном примере мы наблюдаем развернутую метафору, в которой идея движения вниз выражается с помощью нескольких лексических единиц — *sink*, *deep*, *under*, — что делает метафору более запоминающейся и усиливает воздействие на аудиторию.

Метафоры, в основе которых лежит концепт *deep/deeply*, характеризуются большей метафоричностью. Обратимся к примерам.

Девятый президент США Вильям Гарри Харрисон (1841 г.) в своем обращении произносит фразу *the poor sinking deeper into penury* — букв. бедняки глубже погружаются в нищету [Inaugural Addresses: 124/pres26]. Обратим внимание, что лексема *deep* вновь встречается в сочетании с лексемой *sink*, усиливая общий негативный эффект данного фрагмента. Крайне трудное финансовое положение метафорически воспринимается как водоем, куда погружается бедняк, постепенно достигая жизненного «дна».

При упоминании проблем не случайно используются образы, связанные с глубиной: *the Nation is deeply indebted* — букв. Нация находится глубоко в долгах; *needs and hurts are so deep* — букв. нужда и раны такие глубокие; *deep, persistent poverty* — букв. глубокая непрекращающаяся нищета; *deep divisions among our own people* — букв. глубокие разделения между нашими людьми [Inaugural Addresses]. С помощью подобных метафор выражается серьезность проблем, которые имеют глубокие истоки и трудноискоренимы.

Образы, основанные на ориентации *deep/deeply*, не всегда являются отрицательным. Для англоязычной культуры характерны такие идиоматические выражения, как *at the bottom of one's heart* (в глубине души), *form the bottom of one's heart* (от всей души, от всего сердца), которые развились в следующие метафоры: *deeply moved* — букв. глубоко благодарен; *deep regret* — букв. глубокое сожаление; *deep solicitude* — букв. глубокое волнение; *deepest prayers* — букв.: глубочайшие молитвы; *the desire is deep and sincere* — букв. желание глубокое и искреннее [Там же]. Говорящий, заявляя, что его чувства являются глубокими, метафорически выражает свою искрен-

ность, подчеркивает, что его слова исходят из глубины души. Таким образом выступающий рассчитывает получить расположение и одобрение со стороны аудитории.

В ходе проведенного исследования установлено, что ориентационные метафоры, выражающие идею нахождения внизу с помощью лексем *deeper* и *deeply*, занимают второе место по численности среди выявленных примеров, их количество составляет 61 единицу.

Как показало исследование, идея движения вниз передается с помощью целого ряда лексических единиц: *decline* (спускаться вниз), *descend* (спускаться), *decrease* (снижаться), *depression* (спад), *lay* (класть, заставлять падать), *sink* (тонуть), *fall* (падать), *downfall* (падение), *down* (вниз); идея пребывания внизу выражается посредством прилагательных *low* (низкий), *deep* (глубокий) и наречий *beneath* (внизу, ниже), *below* (внизу, ниже), *under* (под, ниже).

Проиллюстрируем это самыми яркими примерами. Так, Ф. Рузвельт в третьем инаугурационном обращении (1947 г.) произносит: *Prophets of the downfall of American democracy have seen their dire predictions come to naught* — букв. пророки падения американской демократии увидели, что их жуткие предсказания сведены к нулю [Inaugural Addresses: 124/pres51]. Выражение «падение демократии» — метафора, отражающая крушение политического строя, его несостоятельность, неспособность удержаться на должной высоте.

Президент Вильям МакКинли в своем первом инаугурационном выступлении (1897 г.) метафорически подводит итоги кризиса: *The depression of the past four years has fallen with especial severity upon the great body of toilers of the country* — букв. депрессия последних четырех лет с особой тяжестью упала на большую массу трудящихся нашей страны [Inaugural Addresses: 124/pres40]. Особенностью этой метафоры является то, что в английском языке не только глагол *fall* указывает на движение вниз, но и лексема *depression* означает «спад, снижение». Таким образом, метафоричность оригинального текста выше, чем при переводе на русский язык.

Говоря о значимом для США событии, президент Бенджамин Харрисон (1889 г.) использует стилистическую антитезу, в основу которой положена ориентационная метафора: *The emancipation proclamation was heard in the depths of the earth as well as in the sky* — букв. Прокламация об освобождении была слышна и в глубине земли, и в небе [Inaugural Addresses: 124/pres38]. В данном случае отсутствуют идеи подчинения, упадка или деградации. Метафора призвана подчеркнуть масштабность обсуждаемого события и его роль в истории государства, не теряя ориентационной природы.

Яркие ориентационные метафоры английского языка, отражающие идею движения вниз или нахождения внизу, чаще выстроены на основе глаголов, прилагательных, существительных, т. е. значимых частей речи, однако в исследуемом политическом дискурсе они встречаются крайне редко. Чаще пространственная метафоризация достигается за счет использования частиц или

наречий, входящих в состав фразовых глаголов. При этом в большинстве случаев ориентационные метафоры, представленные в форме фразовых глаголов, являются стертыми и, вероятно, не воспринимаются реципиентами как метафоры. Это можно объяснить тем, что избыток ярких образных средств на лексическом уровне способен привести к излишней эмфатичности инаугурационной речи, из-за чего она может быть негативно воспринята, может показаться несерьезной или непонятной существенному числу населения.

Проведя статистические подсчеты всех лексических единиц, участвующих в образовании ориентационных метафор, отражающих идею движения вниз и идею пребывания внизу, с учетом количества употребления каждой отдельной лексемы, мы построили диаграмму (см. диаг. 1).

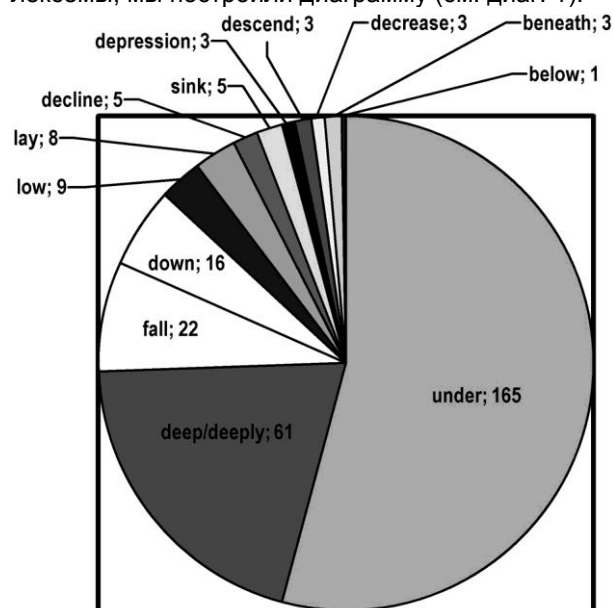


Диаграмма 1. Частотность употребления лексических единиц в метафорах с ориентацией «низ»

Теперь рассмотрим ориентационные метафоры инаугурационных речей, выражающие идею движения вверх или пребывания наверху. В исследуемом материале мы обнаружили 259 метафор данного типа, из которых наибольшее число (130) создается за счет использования прилагательного *high* и существительного *height*. Остановимся на них подробнее.

Идея нахождения вверху часто становится основой для метафорического представления правительства, так как лица или институты, обладающие властью, традиционно воспринимаются как верховные, находящиеся на более высоком уровне по сравнению с обычным народом. Так, Томас Джефферсон в своей инаугурационной речи (1801 г.) произносит: *the presence of many whom I here see remind me that in the other high authorities provided by our Constitution I shall find resources of wisdom* — букв. присутствие многих, кого я здесь вижу, напоминает мне, что в иных высших инстанциях, установленных нашей Конституцией, я найду источники мудрости [Inaugural Addresses]. Пример подтверждает, что учреждения государственного уровня воспринимаются как «высокие» по своей значимости. Аналогично

представляются и лица, занимающие руководящие должности. Мартин Ван Бурен во время инаугурационного выступления (1837 г.) говорит: *standing as I now do before my countrymen, in this high place of honor and of trust* — букв. *находясь, как я сейчас, перед своими соотечественниками на этом высоком посту чести и доверия* [Inaugural Addresses: 124/pres25]. Можно предположить, что словосочетание *high place* представляет собой своеобразную игру слов, при которой лексема *high* одновременно реализует свое прямое значение (трибуна оратора) и переносное (высокий пост). Однако фразовые эпитеты «*place of honor*» и «*place of trust*» подчеркивают метафоричность данного фрагмента. Достаточно часто главы государства, вступая на должность, для обозначения поста используют близкие по значению словосочетания, такие как *the highest office* — букв. *высочайший пост*, *high office* — букв. *высокий пост*, *high place* — букв. *высокое место*, *high rank* — букв. *высокое звание*, *from the height of this place* — букв. *с высоты этого места* [Inaugural Addresses], тем самым подчеркивая свою авторитетность и высокопоставленность. Чрезвычайную значимость выполняемых служебных обязанностей ораторы выражают аналогичными метафорами: *high duty* — букв. *высокие обязанности*; *highest duty* — букв. *высочайшие обязанности*; *high responsibility* — букв. *высокая ответственность*; *high course of action* — букв. *высокий курс действий* и т. д. [Там же]. Политика государства, его интересы и цели тоже метафорически представляются с помощью концепта «высокий», что выражается в ряде однотипных метафор: *national property of the highest value* — букв. *национальная собственность высочайшей ценности*; *purposes of high national importance* — букв. *цели высокой национальной важности*; *interests of high importance* — букв. *интересы высокой важности* и т. д. [Там же].

Было замечено, что метафоры, в состав которых входит лексическая единица *high*, используются для выражения крайне позитивного отношения к чему-либо. Это может быть либо выражение самых благоприятных чувств к объекту обсуждения (*high respect* — букв. *высокое уважение*, *high trust* — букв. *высокая вера*, *high confidence* — букв. *высокая уверенность*, *the highest honor* — букв. *высшая честь*), либо указание на высокие моральные установки (*high moral principle* — букв. *высокие моральные принципы*, *high moral tone* — букв. *высокий моральный тон*, *in the highest degree honorable* — букв. *в высочайшей степени честный*, *higher motive* — букв. *высшие мотивы*) [Там же]. С помощью той же метафоры передается выдающееся качество отдельных предметов и явлений: *the high degree of intelligence* — букв. *высшая степень интеллекта*; *a higher degree of comfort* — букв. *высшая степень комфорта*; *the highest standards* — букв. *высочайшие стандарты*; *the highest degree of perfection* — букв. *высочайшая степень совершенства*, — так же как и экономическое процветание: *the high state of prosperity* — букв. *высшее состояние процветания*; *the highest degree of economic efficiency* — букв. *высшая степень экономической эффективности* [Там же].

Эвфемизмы, обозначающие Бога, нередко создаются при помощи лексемы *high*, что проявляется в следующих примерах: *Lord Most High* — букв. *самый высокий повелитель*; *high will* — букв. *высокая воля* [Там же]. Посредством ориентационной метафоры выражается представление целого века о том, что Бог обитает на небе, т. е. вверху.

Свобода, как известно, одна из наиболее значимых ценностей в американском обществе. Были выявлены случаи, когда в инаугурационных речах свобода представляется как высшее благо для человека, например в следующем фрагменте речи Джорджа Буша (1989 г.): *democracy belongs to us all, and freedom is like a beautiful kite that can go higher and higher with the breeze* — букв. *демократия принадлежит всем нам, и свобода подобна красивому воздушному змею, который под дуновением легкого ветра способен подниматься выше и выше* [Inaugural Addresses: 124/pres63].

В ряде контекстов, в которых присутствуют яркие метафорические образы с идеей движения вверх, наблюдается сочетание лексемы *high* (или *height*) с глаголом *rise* (пониматься). Приведем ряд примеров развернутых ориентационных метафор. Американский президент Мартин Ван Бурен (1837 г.), подчеркивая значимую роль республиканской формы правления, произносит: *The power and influence of the Republic have arisen to a height obvious to all mankind* — букв. *сила и влияние Республики поднялись на высоту, очевидную для всего человечества* [Inaugural Addresses: 124/pres25]. Говоря о непостоянном характере развития государства, Франклин Рузвельт в своем четвертом обращении при вступлении в должность произносит: *Sometimes we will be rising toward the heights* — *then all will seem to reverse itself and start downward* — букв. *Иногда мы будем подниматься на высоту, а потом покажется, что все идет в обратном направлении, и мы снова окажемся внизу* [Inaugural Addresses: 124/pres52]. Идея движения вверх часто используется для представления положительных тенденций в развитии государства или жизни отдельных людей, что подтверждают метафорические словосочетания: *arising out of the present crisis* — букв. *поднимаясь из настоящего кризиса*; *raise substantially their standards of living* — букв. *существенно поднять уровень их жизни*; *to help others rise from misery* — букв. *помочь другим подняться из нищеты*; *rising tides of prosperity* — букв. *поднимающиеся волны процветания*; *raised us to the present happy state* — букв. *подняло нас до нынешнего благоприятного положения* [Inaugural Addresses]. Тем не менее во многих случаях метафора движения вверх используется для вербального обозначения возникающих трудностей, конфликтов, трудноразрешимых вопросов: *disputes have arisen* — букв. *разногласия поднялись*; *controversies that are likely to arise* — букв. *споры, которые могут подняться*; *a difference of opinion has arisen* — букв. *разница во взглядах поднялась*; *ever-rising problems* — букв. *вечноподнимающиеся проблемы* и т. д. [Там же]. В речи Джеймса А. Гартфилда (1881 г.) говорится о проблеме роста необразованности среди населения: *The census has already sounded the alarm in the appalling*

figures which mark how **dangerously high the tide of illiteracy has risen** among our voters and their children — букв. Результаты переписи заставляют нас бить тревогу при виде ужасных цифр, свидетельствующих, на какую опасную высоту поднялась волна необразованности среди наших избирателей и их детей [Inaugural Addresses: 124/pres36]. В данном примере высота представляется в качестве негативной категории, так как рассматривается как нечто угрожающее жизни человека. Несчастья и трудности могут метафорически рассматриваться как самостоятельные явления, что заметно в следующем фрагменте речи Вильяма Ховарда Тафта (1909 г.): *I sincerely hope that we may continue to minimize the evils likely to arise from such immigration without unnecessary friction* — букв. Я искренне надеюсь, что мы сможем без лишних противоречий продолжить минимизировать несчастья, которые обещают подняться в результате такой иммиграции [Inaugural Addresses: 124/pres43]. В основу данных метафор легло следующее представление: когда проблема находится где-то глубоко — она незаметна, но стоит ей подняться на поверхность, как она проявляется, начинает привлекать внимание и требовать разрешения.

Согласно нашим данным, при вербальной передаче идеи пребывания наверху используются следующие лексические единицы: *up* (вверху), *above* (вверху), *over* (над), *high/height* (высокий/высота), *superior* (находящийся выше), а идея движения вверх выражается посредством таких глаголов (и их производных): *(a)rise* (подниматься), *elevate* (поднимать), *lift* (поднимать).

Приведем примеры наиболее ярких метафор с ориентацией «вверх». В своей инаугурационной речи Джеймс Гарфильд (1881 г.), анализируя общественно-политическую ситуацию в стране, произносит: *The elevation of the negro race from slavery to the full rights of citizenship is the most important political change we have known since the adoption of the Constitution of 1787* — букв. Поднятие представителей негроидной расы из рабства к полным гражданским правам является наиболее важной политической переменой, известной нам с момента принятия Конституции 1787 года [Inaugural Addresses: 124/pres36]. В данном случае рабство, вероятно, рассматривается как некая пропасть или яма, для вылезания из которой требуется приложить значительные усилия, потратить большое количество времени. При этом освобождение уподобляется движению вверх, к свету, что отражает представление о положительном развитии общества и страны. Аналогичный образ прослеживается и в речи Р. М. Никсона (1969 г.): *let us cooperate to reduce the burden of arms, to strengthen the structure of peace, to lift up the poor and the hungry* — букв. давайте объединимся, чтобы уменьшить бремя вооружений, укрепить структуру мира, поднять бедных и голодных [Inaugural Addresses: 124/pres58]. Согласно данной метафоре, «поднять бедняков» могут люди, живущие в более благоприятных условиях, т. е. те, кто находится *выше* по своему социальному и экономическому статусу. Финансовое и политическое развитие также

уподобляется движению вверх, пример чему мы находим во второй инаугурационной речи Ф. Рузвельта (1941 г.): *in our seeking for economic and political progress as a nation, we all go up, or else we all go down, as one people* — букв. в поисках экономического и политического прогресса мы едино должны все идти вверх, иначе мы спустимся вниз [Inaugural Addresses: 124/pres50]. С помощью ориентационной метафоры может выражаться идея покровительства, что прослеживается в следующем фрагменте выступления президента Джеймса Нокс Полка (1845 г.): *To Texas the reunion is important, because the strong protecting arm of our Government would be extended over her* — букв. Для Техаса воссоединение представляется важным, так как Правительство в знак покровительства и защиты будет держать над ним свою сильную руку [Inaugural Addresses: 124/pres27]. Подразумевается, что тот, кто обладает властью, выше и сильнее, а значит, может оказать помощь и поддержку тем, кто находится у него в подчинении.

На данном этапе исследования можно заключить, что ориентационные метафоры, выражающие идею движения вверх и идею пребывания наверху, чаще создаются за счет активации переносных значений прилагательных, глаголов, причастий и т. д. Наречия и частицы (в самостоятельном употреблении или в составе фразовых глаголов) задействуются реже, чем при создании метафор с ориентацией «низ».

Проведя статистические подсчеты всех лексических единиц, участвующих в образовании метафор рассмотренного типа, мы построили диаграмму (диаг. 2).

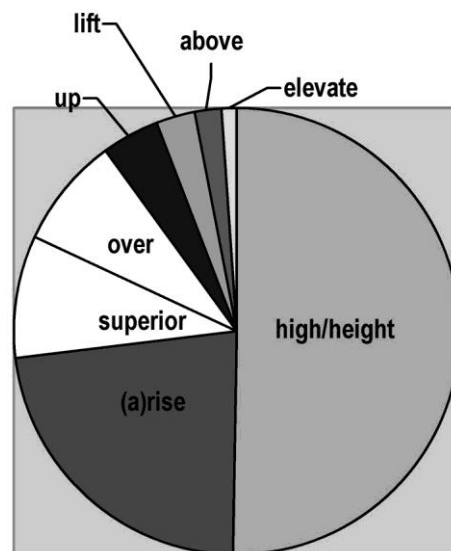


Диаграмма 2. Частотность употребления лексических единиц в метафорах с ориентацией «вверх»

Исходя из общего количества выявленных ориентационных метафор (716), мы установили процент употребления метафор, образованных на основе концепта «низ», метафор, базирующихся на концепте «вверх», и метафор, в основу которых легли иные пространственные концепты («вперед», «назад», «внутри», «наружу», «от», «к», «через» и др.). В результате мы построили диаграмму (диаг. 3).

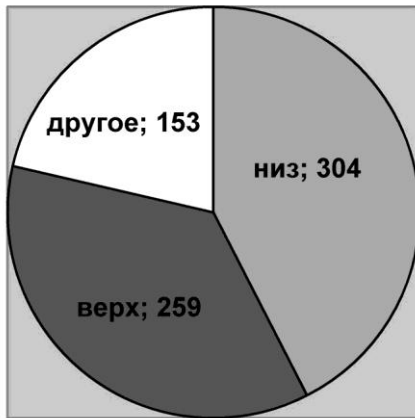


Диаграмма 3. Доли ориентационных метафор, образованных на основе различных концептов

Диаграмма 3 показывает, что большинство ориентационных метафор, представленных в инаугурационных речах американских президентов, созданы на основе концептов «верх» (36,2 %) и «низ» (42,5 %). Метафоры, базирующиеся на иных ориентационных концептах, составляют 21,3 %.

Рассмотрим наиболее показательные примеры ориентационных метафор, входящих в третью группу.

В речи Мартина фон Бурена (1837 г.) мы находим следующее предложение: *But to me, my fellow-citizens, looking forward to the far-distant future with ardent prayers and confiding hopes, this retrospect presents a ground for still deeper delight* — букв. *Во мне, мои соотечественники, взгляд в прошлое вызывает глубокий восторг, позволяя смотреть вперед, в будущее с пылкими молитвами и тайными надеждами* [Inaugural Addresses: 124/pres25], — из которого заметно, что будущее, являясь чем-то неизведанным, метафорически рассматривается как непройденный путь, а взгляд идущего устремлен вперед, на расстилающуюся перед ним дорогу. Соответственно обращение к прошлому метафорически может быть представлено как оглядывание назад, подтверждение чему находим в тексте второго инаугурационного выступления Рональда Рейгана (1985 г.): *Voices were raised saying we had to look to our past for the greatness and glory. But we, the present-day Americans, are not given to looking backward* — букв. *Возмущенные голоса убеждали нас искать величие и славу в нашем прошлом. Но нам, современным американцам, не дано оглядываться назад* [Inaugural Addresses: 124/pres62].

Также с помощью концептов «вперед» и «назад» может быть выражено направление развития государства и общества; положительные тенденции при этом рассматриваются как движение вперед, а деградация — как движение в обратном направлении. Джордж Буш младший (2005 г.) во втором обращении к населению произносит: *Americans move forward in every generation by reaffirming all that is good and true that came before — ideals of justice and conduct that are the same yesterday, today, and forever* — букв. *каждое поколение американцев движется вперед, укрепляя все доброе и истинное, что было создано рань-*

ше — идеалы правосудия и нормы поведения, которые остаются неизменными вчера, сегодня и всегда [Inaugural Addresses: 124/pres67]. Аналогичная идея развития нации неоднократно повторяется в речах Дж. Буша: *We go forward with complete confidence in the eventual triumph of freedom* — букв. *Мы все идем вперед с полной уверенностью в окончательном триумфе свободы* [Inaugural Addresses: 124/pres67; *we are confident in principles that unite and lead us onward* — букв.: *мы уверены в принципах, которые объединяют нас и ведут вперед* [Inaugural Addresses: 124/pres66].

Отсутствие стремления развиваться метафорически представляется как движение по дороге, ведущей в противоположном направлении, пример чего мы находим в речи Кэлвина Кулиджа (1925 г.): *Those who disregard the rules of society are not exhibiting a superior intelligence, are not promoting freedom and independence, are not following the path of civilization, but are displaying the traits of ignorance, of servitude, of savagery, and treading the way that leads back to the jungle* — букв. *Те, кто пренебрегают законами общества, не отличаются высоким интеллектом, не поддерживают идею свободы и независимости, не идут путем цивилизации, они проявляют свое невежество, поддерживают рабство и движутся по тропе, которая ведет назад в джунгли* [Inaugural Addresses: 124/pres47].

Инаугурационное выступление Барака Обамы (2009 г.) завершается яркой метафорой, выражающей идею сохранения свободы как принципа дальнейшего позитивного развития государства и общества: *Let it be said by our children's children that when we were tested we refused to let this journey end, that we did not turn back nor did we falter; and with eyes fixed on the horizon and God's grace upon us, we carried forth that great gift of freedom and delivered it safely to future generations* — букв. *Пусть дети наших детей рассказывают, что в моменты испытаний мы не позволили этому путешествию прекратиться, что мы не вернулись назад и не споткнулись; уверенно глядя на горизонт и ощущая на себе Божье благословение, мы несли вперед великий дар свободы и доставили его будущим поколениям в целостности и сохранности* [Inaugural Addresses: 124/pres68].

Нередко для выражения идеи движения используются глаголы *direct* (направлять), как, например, во фрагменте речи Франклина Пирса (1853 г.): *I am moved by no other impulse than a most earnest desire for the perpetuation of that Union which has made us what we are, showering upon us blessings and conferring a power and influence which our fathers could hardly have anticipated, even with their most sanguine hopes directed to a far-off future* — букв. *Меня движет не что иное, как самое искреннее желание увековечить данный Союз, который позволил нам стать такими, какие мы есть, щедро осыпая нас благом, даруя силу и влияние, которые наши отцы не ждали даже в своих самых оптимистичных надеждах, направленных к далекому будущему* [Inaugural Addresses: 124/pres29]. В подобных случаях политический курс главы правительства, вероятно, уже известен аудитории, а потому в

большей степени делается акцент на дальнейшем движении, а не на самой пространственной ориентации: *My best efforts will be given in the same direction in the future, aided, I trust, by my four years' experience in the office* — букв. В будущем мои основные действия будут осуществляться в том же самом направлении, с учетом четырехлетнего опыта пребывания в должности [Inaugural Addresses: 124/pres34]; *The encouraging feature of our country is not that it has reached its destination, but that it has overwhelmingly expressed its determination to proceed in the right direction* — букв. Ободряющим моментом в развитии нашей страны является не то, что она достигла пункта своего назначения, а то, что она упорно заявляла о своем намерении двигаться в правильном направлении [Inaugural Addresses: 124/pres47].

В инаугурационных речах часто звучит призыв устранить негативные явления жизни, мешающие развитию государства, что осуществляется с помощью концептов, выражающих пространственные отношения — «в сторону», «от», «из». Президент Герберт Гувер (1929 г.), говоря об экономическом развитии США, использует метафору: *The larger purpose of our economic thought should be to establish more firmly stability and security of business and employment and thereby remove poverty still further from our borders* — букв. Главная цель экономического развития должна заключаться в установлении более устойчивой стабильности и безопасности бизнеса, посредством чего удастся отодвинуть нищету еще дальше от наших границ [Inaugural Addresses: 124/pres48]. В данном примере бедность образно представлена как некоторый объект, который можно взять и вынести за пределы государства. В своем обращении Б. Обама (2009 г.) призывает население отказаться от инфантильности и серьезно взяться за решение проблем, что находит отражение в следующем контексте: *We remain a young nation, but in the words of Scripture, the time has come to set aside childish things* — букв. Мы остаемся молодой нацией, но, как гласит Священное Писание, пришло время отложить в сторону детские забавы [Inaugural Addresses: 124/pres68]. Во второй инаугурационной речи Р. Никсона (1973 г.) содержится аналогичная по своей природе метафора: *building a new era of progress at home requires turning away from old policies that have failed* — букв. создавая в своей стране новую эпоху прогресса, мы должны отвернуться от старых установок, которые не привели к успеху [Inaugural Addresses: 124/pres59]. Во всех приведенных примерах ориентационные метафоры указывают на то, что явления, препятствующие развитию государства, тормозящие его укрепление, должны быть скрыты, отодвинуты на безопасное расстояние или устранены из поля зрения.

Преодоление трудностей метафорически выражается с помощью концепта «сквозь» — опасность представляется как некая преграда, которую невозможно обойти, и чтобы ее преодолеть, необходимо идти напролом: *During that period fifteen different and greatly distinguished citizens have in succession administered the executive branch of the Government. They have conducted it through*

many perils, and generally with great success — букв. За этот период пятнадцать разных и весьма выдающихся граждан по очереди возглавляли исполнительную власть Правительства, и, в основном, делали это с большим успехом [Inaugural Addresses: 124/pres31]. С помощью рассматриваемого пространственного концепта в речи Дж. Буша-старшего (1989 г.) выражается идея развития государства: *Great nations of the world are moving toward democracy through the door to freedom. Men and women of the world move toward free markets through the door to prosperity.* — букв. Великие нации мира движутся к демократии через дверь, ведущую к свободе. Мужчины и женщины мира двигаются к свободным рынкам через дверь, ведущую к процветанию [Inaugural Addresses: 124/pres63]. Примечательно, что дверь, через которую необходимо пройти, символизирует переход на новый уровень развития, она олицетворяет социальные изменения и экономические перемены.

Разбирая идею движения, мы хотим обратить внимание на концепт «середина» и сферы его метафорического использования. Сразу отметим, что в инаугурационных речах он встречается крайне редко. Тем не менее в выступлении Джона Адамса (1797 г.) мы читаем следующие строки: *In the midst of these pleasing ideas we should be unfaithful to ourselves if we should ever lose sight of the danger to our liberties* — букв. находясь среди (в середине) этих привлекательных идей, мы обманем сами себя, если упустим из виду опасности, угрожающие нашим свободам [Inaugural Addresses: 124/pres15]. Здесь население образно представляется охваченным определенными идеями, которые, как некие объекты, окружают его со всех сторон. Находясь в центре, общество оказывается под влиянием этих объектов, которые способны оказывать на него всестороннее давление. Концепт «середина» также используется для обозначения временного отрезка, что мы наблюдаем в речи Дуайта Эйзенхауэра (1953 г.): *The world and we have passed the midway point of a century of continuing challenge* — букв. мир и мы переступили середину столетия, которое продолжает бросать нам вызов [Inaugural Addresses: 124/pres54]. Затянувшееся нестабильное состояние в жизни государства также можно представить с помощью метафорического образа: *That we are in the midst of crisis is now well understood* — букв. Сейчас мы ясно осознаем, что находимся в середине кризиса [Inaugural Addresses: 124/pres68]. Подобный образ продиктован тем, что середина — это пункт, который одинаково удален от начала и конца, а значит, может восприниматься как промежуточный этап в развитии, исход которого в данный период времени остается труднопрогнозируемым.

Подводя итоги проведенного исследования, отметим, что ориентационная метафора часто используется для выражения идеи движения, при этом движение *вперед* или *вверх* в большинстве примеров означает развитие, движение *назад* или *вниз* — деградацию, движение *сквозь* преграду — преодоление трудностей. В значительном количестве примеров с помощью ориентационной мета-

форы раскрывается идея статического пребывания *наверху* или *внизу*. Таким образом, исследование инаугурационных речей показало, что в политическом дискурсе наиболее широко представлены такие метафорические модели, как «РАЗВИТИЕ — ЭТО ДВИЖЕНИЕ ВВЕРХ», «ДЕГРАДАЦИЯ — ЭТО ДВИЖЕНИЕ ВНИЗ», «ВЛАСТЬ ОРИЕНТИРОВАНА НАВЕРХ», «ПОДЧИНЕНИЕ ВЛАСТИ ОРИЕНТИРОВАНО ВНИЗ», «ВЫСОКИЙ СОЦИАЛЬНЫЙ СТАТУС СООТВЕТСТВУЕТ ВЕРХУ», «НИЗКИЙ СОЦИАЛЬНЫЙ СТАТУС СООТВЕТСТВУЕТ НИЗУ», «БУДУЩЕЕ ОРИЕНТИРОВАНО ВПЕРЕД», «ПРОШЛОЕ ОРИЕНТИРОВАНО НАЗАД».

В ходе исследования было установлено, что количество свежих метафорических образов, выстроенных на основе пространственных концептов, в инаугурационных речах незначительно по сравнению с устоявшимися ориентационными метафорами, которые зафиксированы в лексикографических источниках. Следовательно, ориентационные метафоры прочно вошли в состав английского языка, активно используются говорящими и понятны для аудитории. При этом существование набора проверенных временем метафорических моделей позволяет создавать новые ориентационные образы на их основе.

В заключение отметим, что изначально мы предполагали доминирование в инаугурационных

речах метафор с ориентацией «верх», которые могут служить созданию положительного имиджа говорящего и формированию образа оптимистичного будущего страны. Исследование показало, что доминантными (хотя и с небольшим перевесом) являются метафоры с ориентацией «низ». Это можно объяснить стремлением президентов выглядеть в глазах аудитории искренними и объективными. Более того, упоминание тяжелых периодов в истории государства способно объединить граждан одной страны и вызвать в них благожелательный настрой по отношению к верховному руководству.

Данная работа представляет собой отдельный этап исследования ориентационной метафоры в политическом дискурсе и подразумевает необходимость изучения иных аспектов рассматриваемой проблемы и расширения материала исследования.

ЛИТЕРАТУРА

Лакофф Дж., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем : пер. с англ. / под ред. и с предисл. А. Н. Баранова. — М. : Едиториал, 2004.

Inaugural Addresses of the Presidents of the United States. URL: <http://www.bartleby.com/124/>.

Moon R. Metaphor and Phrasal Verbs / Dr. Rosamund Moon // The Macmillan Phrasal Verbs Plus dictionary. 2009. Language Study 5—9.

Статью рекомендует к публикации д-р филол. наук, проф. А. П. Чудинов

М. А. Сивенкова

Минск, Беларусь

M. A. Sivenkova

Minsk, Belarus

**«КРИТИКОВАТЬ ИЛИ НЕ КРИТИКОВАТЬ...?»:
ОБ ЭФФЕКТИВНОСТИ
МЕТАКОММУНИКАТИВНЫХ КОММЕНТАРИЕВ
В ПОЛИТИЧЕСКОЙ ДИСКУССИИ**

**“TO CRITICISE OR NOT TO CRITICISE...?”
ON THE EFFECTIVENESS
OF METACOMMUNICATIVE COMMENTS
IN POLITICAL DISCUSSION**

Аннотация. Анализируется эффективность метакоммуникативных ходов в рамках парламентских вопросно-ответных сессий, политических интервью, блогах политиков, а также в чатах, гостями которых являются политики.

Abstract. The article focuses on the effectiveness of metacommunicative moves in parliamentary question-answer sessions, political interviews, politicians' blogs, and webchats with politicians.

Обнаружено, что метакоммуникативные реплики в политическом диалоге приводят к противоположным результатам: в ряде случаев они положительно влияют на речевое поведение адресата в направлении, заданном критически настроенным собеседником; в других случаях такие ходы ожесточают адресата, подталкивая его к поиску недостатков в речевом поведении коммуниканта-критика.

Metacommunicative remarks are found to lead to opposing results: in some cases they have a positive impact on the addressee's communicative behaviour, as suggested by the addresser who issued the criticism; in other cases such moves embitter the addressee, who embarks on a search of flaws in the verbal behaviour of the addressor.

Ключевые слова: парламентский дискурс России, Германии, Великобритании; политическое интервью; политический интернет-дискурс; метакоммуникация; метакоммуникативные комментарии; эффективность.

Key words: parliamentary discourse in Russia, Germany, the UK; political interview, political Internet discourse; metacommunication; metacommunicative comments; effectiveness.

Сведения об авторе: Сивенкова Мария Александровна, кандидат филологических наук, доцент кафедры речеведения и теории коммуникации.

About the author: Sivenkova Maria Alexandrovna, Candidate of Philology, Assistant Professor, Department of Communication Studies.

Место работы: Минский государственный лингвистический университет.

Place of employment: Minsk State Linguistic University.

Контактная информация: Республика Беларусь, 220034, г. Минск, ул. Захарова, д. 21.
e-mail: maria.sivenkova@tut.by.

Не секрет, что публичные персоны часто подвергаются критике (в том числе за свое коммуникативное поведение), субъектами которой могут выступать как представители общественности/медиасреды, так и сами знаменитости по отношению друг к другу. Вопрос о том, является ли подобная критика эффективной, т. е. приводит ли к улучшению коммуникативного поведения оппонента, относится к числу дискуссионных.

с протеканием коммуникативного взаимодействия в целом (парламентской вопросно-ответной сессии как жанра в системе институционального общения политиков; интервью как жанра массмедиа).

Заинтересовавшись проблемой эффективности критики коммуникативного поведения политиков, мы проанализировали ряд диалогических фрагментов, содержащих негативно-оценочные метакоммуникативные ходы (например, *Вы все передернули; Again, a stupid question; Allein die Frage ist schon Unfug*), а также метакоммуникативные предложения, советы и требования (*Может, стоит просто спросить сообщество, что бы они (мы) хотели прочитать в Вашем блоге?*), почерпнутые из парламентских вопросно-ответных сессий в Госдуме РФ, палате общин и бундестаге, а также из интервью нескольких типов (печатные и радио-/телеинтервью с одним или несколькими политиками; новостные, экспертные, проблемные интервью и др.). Кроме того, был проведен анализ метакоммуникативных реплик из блогов политиков, а также онлайн-чатов, гостями которых являлись политики.

С позиции спрашивающего анализируемая проблема связана с возможностью реализации адресантом своих коммуникативных целей. Так, собеседник, имеющий претензии к качеству предыдущих ответов политика на вопросы, видимо, посчитает свою задачу выполненной, если ему удастся добиться лучшего ответа. Иллюстрацией подобного рода может служить фрагмент вопросно-ответной сессии в бундестаге от 9 июня 2010 г., в котором упрек во флибустьерстве возымел желаемый эффект: последующие высказывания политика, чьи затянутые ответы вызвали данную критику, стали в среднем короче в 1,6 раз. Следует также отметить в связи с этим и эффективность регулирующих речевых действий ведущего (спикера в палате общин, президента в бундестаге, председательствующего в Государственной думе), на которые депутаты обычно реагируют беспрекословно.

На наш взгляд, вопрос об эффективности негативно-оценочных реплик и метакоммуникативных призывов в политическом диалоге связан как с перспективой спрашивающего/отвечающего, так и

Другой иллюстрацией эффективной метакоммуникации в политической дискуссии могут служить многочисленные фрагменты из блогов политиков, в которых блоггер оперативно реагирует на метакоммуникативные предложения или критику со стороны своих читателей. Так, например, известный британский политик-консерватор лорд Теббит, начав вести блог для газеты «Дейли телеграф» в ноябре 2010 г., в числе приветственных

комментариев получил и несколько метакоммуникативных советов. Один из них заключался в том, что успешный блогер должен не только регулярно публиковать посты, но и поддерживать диалог со своими читателями, т. е. реагировать на реплики, опубликованные комментаторами блога (ср.: *Incidentially, I do hope you will be able to respond occasionally to some of the replies you get, especially when people disagree. Some of the best bloggers (Thompson, Delingpole, Hough, ...) do interact in this way, and it makes things more interesting* [<http://blogs.telegraph.co.uk/news/author/normantebbit; 01.11.2010>]).

Политик прислушался к данному совету, после чего его последующие записи в блоге помимо основной статьи, посвященной какой-либо политической проблеме, стали включать в себя и так называемые *суммирующие комментарии* (англ. *weaving comments*), т. е. особую метакоммуникативную часть, в которой лорд Теббит реагирует на комментарии читателей (о важности подобных комментариев в интернет-дискуссиях см., напр.: [Feenberg, Xin 2002]). Представляя собой весьма трудоемкую задачу (иногда блогеру приходится анализировать порядка тысячи комментариев, чтобы написать несколько суммирующих метакоммуникативных абзацев), такие комментарии существенно оживляют дискуссию и способствуют, на наш взгляд, поддержанию репутации лорда Теббита как одного из ведущих политических блогеров Великобритании.

По нашим наблюдениям, данный жанр метакоммуникативных комментариев отражает все основные проблемы политической интернет-дискуссии, а также является своего рода постоянным напоминанием — к сожалению, не всегда эффективным — комментаторам блога лорда Теббита о необходимости соблюдения правил конструктивной дискуссии. Так, почти в каждом суммирующем комментарии анализируемого блога содержится указание по крайней мере на одну из следующих проблем, возникших в ходе предыдущего обсуждения в блоге: комментирование без предварительного ознакомления с содержанием статьи, наличие комментариев, не связанных с содержанием статьи блогера, неприятие противоположных точек зрения, высокий уровень вербальной агрессии, вызванной как поляризацией точек зрения, так и участием в обсуждении коммуникантов, придерживающихся экстремистских взглядов; переходы на личности, оскорбления в адрес блогера и других комментаторов. Ср.:

There were some great posts in response to my blog post of Tuesday and sadly some which were simply crass or abusive. [...] As ever I will ignore the vulgar and abusive comments. A mind which cannot frame an argument without descending into gutter language is not worth engaging with. That, however, does not preclude me from trying once again to direct some of my critics to what I wrote, not what their fetid imaginations make up about what I wrote, or to simple matters of fact (<http://blogs.telegraph.co.uk/news/author/normantebbit; 28.10.2011>).

Относительно такого интерактивного жанра интернет-дискуссии, как чат, следует заметить, что метакоммуникативные комментарии в нем

часто также бывают весьма эффективными, особенно если они касаются организационного аспекта коммуникативного взаимодействия между политиком и аудиторией. Так, например, жалоба одной из участниц чата, организованного порталом для родителей Mumsnet.com, привела к ряду корректировочных метакоммуникативных речевых действий со стороны политиков, принимающих участие в чате. Проблема состояла в том, что ответы двух из пяти политиков, претендующих на пост лидера Лейбористской партии, выделялись похожим цветом, что и вызвало путаницу и соответствующие жалобы (MmeLindt: *Oh, I have been confusing the answers are Ed Miliband and Andy Burnham have the same colours. I was wondering at how fast Ed could type* [Labour leadership contenders webchat, Mumsnet, 6.09.2010]).

В целях устранения недоразумения Эд Миллибэнд, один из политиков, чьи ответы в чате перепутали с репликами соперника, стал предварять каждый последующий ответ соответствующим идентифицирующим комментарием (*[It's ed m] I think the phone hacking scandal is very serious...; (from ed m) We must use all the talents from across our party*), а другой участник дискуссии последовал его примеру (*I am a fast typer (this is Ed Balls) but my typing is erratic and we didn't have time to work out the spell checker*).

На наш взгляд, метакоммуникативные реплики организационного плана получают первоочередное внимание адресата по двум причинам: (1) важность организационного аспекта для осуществления коммуникативного взаимодействия между политиком и аудиторией и (2) относительная легкость устранения таких проблем. Действительно, для пяти участников — претендентов на роль лидера партии в приведенном выше примере из чата Mumsnet.com смысл ответить целый час на многочисленные вопросы аудитории пропал бы вообще, если бы недоразумение по поводу установления авторства комментариев не было устранено.

Что касается второй причины, эффективность организационных комментариев существенно выше других разновидностей метакоммуникативных ходов (например, истинностной критики типа *Вы заблуждаетесь* или речеповеденческой типа *Прекратите демагогию!*), поскольку устранение большинства организационных проблем интернет-коммуникации, как правило, требует намного меньше усилий, чем устранение коммуникативных проблем другого рода. Как нам представляется, исправить неработающую ссылку, организовать премодерацию комментариев и изменить формат записи в блоге/чате намного проще, нежели перестать искажать истину, делать аргументативные ошибки в споре или применять демагогические приемы.

Учет *перспективы отвечающего* подразумевает анализ его типичных реакций на метакоммуникативный «выпад» спрашивающего. При этом возможны два основных сценария речевого поведения отвечающего: игнорирование критики (наиболее частотный вариант), а также контратака. Отметим, что первый вариант существенно затрудняет анализ эффективности метакоммуникативных комментариев, поскольку часто остается

неясным, будет ли критика учтена коммуникантом в его дальнейшей речевой деятельности.

Что касается контратак, они могут реализовываться незамедлительно, как только произойдет мена коммуникативных ролей и раскрытированный политик получит возможность ответить на замечание, так и быть отсроченной (например, депутат может воздержаться от немедленного ответа на критику во время парламентской вопросно-ответной сессии, но высказать свое отношение к критике/ситуации в каком-либо другом жанре — интервью, ток-шоу, комментарии в блоге и т. п.). Отметим, что анализ эффективности отсроченных негативно-оценочных комментариев также осложняется в связи с практической невозможностью проследить все возможные дискурсивные цепочки.

Незамедлительные контратаки представлены в 13 % нашего англоязычного, 19 % немецкоязычного и 17 % русскоязычного парламентского корпуса примеров. На наш взгляд, именно в них нагляднее всего проявляется конфликтогенный потенциал негативно-оценочных комментариев. Ср. следующие фрагменты, первая часть которых представляет собой метакоммуникативный стимул, содержащийся в вопросе, а вторая — метакоммуникативную реакцию в ответе: *Мы уже месяца два вообще молчим об этой теме vs. Я не понимаю, почему вы так плохо оцениваете всё то, что мы по окончании осенней сессии рассматривали* (Госдума, 16.01.2009); *Вы, наверное, были не совсем точны, когда говорили о... vs. В свою очередь должен отметить, что вы не совсем внимательно слушали меня* (Госдума, 14.01.2009); *The Chancellor does not seem to want to answer the question vs. The hon. Gentleman does not seem to be able to listen* (House of Commons, 3.03.2009); *Das ist offensichtlich Filibustern, was Sie hier machen vs. Präziser waren Sie, mit Verlaub, auch nicht* (Bundestag, 9.06.2010).

Иногда возникают довольно протяженные метакоммуникативные цепочки, в которые вовлекаются и другие участники вопросно-ответной сессии, что чревато потерями времени на урегулирование взаимных коммуникативных претензий, отклонениями от темы обсуждения, атаками *ad hominem* и др. осложнениями. Очевидно, что подобные ситуации подрывают статус негативно-оценочных комментариев как регуляторов коммуникативного взаимодействия в парламенте, содействующих повышению его эффективности.

В интервью роль метакоммуникативных комментариев тоже неоднозначна. С одной стороны, остаются в силе указанные выше негативные аспекты, связанные с непродуктивным расходованием ресурсов. Так, в одном интервью у Дж. Паксмана и Т. Блэра на метакоммуникативные препирательства по поводу нежелания гостя отвечать на вопрос ведущего уходит 14 вопросно-ответных единиц, что составляет примерно 10 % всего интервью (BBC, *Newsnight*, 5.06.2001); еще менее эффективным представляется знаменитое интервью-дуэль Дж. Паксмана с представителем британской партии «Респект» Дж. Гэллоуэем, в котором на 17 вопросно-ответных пар 8 реплик содержат метакоммуникативную критику. Ср. некоторые фрагменты данного интервью:

JP: *We're joined now from his count in Bethnal Green and Bow by George Galloway. Mr Galloway, are you proud of having got rid of one of the very few black women in Parliament?* **GG:** *What a preposterous question. I know it's very late in the night, but wouldn't you be better starting by congratulating me for one of the most sensational election results in modern history?*

JP: *Are you proud of having got rid of one of the very few black women in Parliament?*

GG: *I'm not — Jeremy — move on to your next question.*

JP: *You're not answering that one?*

GG: *No because I don't believe that people get elected because of the colour of their skin. I believe people get elected because of their record and because of their policies. So move on to your next question.*

JP: *Are you proud —*

GG: *Because I've got a lot of people who want to speak to me.*

JP: *— You —*

GG: *If you ask that question again, I'm going, I warn you now.*

JP: *Don't try and threaten me Mr Galloway, please.*

GG: *You're the one who's trying to badger me.*

JP: *I'm not trying to badger you, I'm merely trying to ask if you're proud at having driven out of Parliament one of the very few black women there, a woman you accuse of having on her conscience 100,000 people. [...].*

JP: *Right, Tony Banks was sitting here five minutes ago, and he said that you were behaving inexcusably, that you had deliberately chosen to go to that part of London and to exploit the latent racial tensions there.*

GG: *You are actually conducting one of the most — even by your standards — one of the most absurd interviews I have ever participated in. I have just won an election. Can you find it within yourself to recognise that fact? To recognise the fact that the people of Bethnal Green and Bow chose me this evening. Why are you insulting them?*

JP: *I'm not insulting them, I'm not insulting you.*

GG: *You are insulting them, they chose me just a few minutes ago. Can't you find it within yourself even to congratulate me on this victory?*

JP: *Congratulations, Mr Galloway.*

GG: *Thank you very much indeed. [Waves, removes microphone] (BBC News, 06.05.2005.)*

Как видим, тактика настойчивого задавания одного и того же вопроса не приносит интервьюеру желаемого результата даже при наличии соответствующей метакоммуникативной поддержки (*You're not answering that one?*), а лишь ожесточает политика, который угрожает прервать интервью: *If you ask that question again, I'm going, I warn you now.* Данная угроза, в свою очередь, вызывает возмущенную реакцию интервьюера, а затем и переадресацию критики со стороны интервьюируемого (*You're the one who's trying to badger me*), а также метакоммуникативные оправдания интервьюера. В дальнейшем политик переходит в метакоммуникативную контратаку, обвиняя интервьюера в низких стандартах речевого поведения, после чего прерывает прямую трансляцию и уходит.

В то же время хорошо известно, что метакоммуникативные высказывания политиков представляют собой великолепный материал для саунд-байтов, попадающих в вечерние новости [Simons 1994], а также газетных заголовков. Этим обстоятельством, видимо, и объясняется чрезвычайная

популярность метакоммуникативных атак в политическом дискурсе: изрекая удачный оценочный комментарий, политик в идеале как повышает собственный рейтинг, так и подрывает авторитет оппонента.

Кроме того, обмен «метакоммуникативными любезностями» между интервьюером и гостем или между несколькими участниками-политиками, как и другие разновидности конфликтного речевого взаимодействия, может способствовать привлечению определенной аудитории и повышению рейтинга передачи (ср. одобрительные комментарии зрителей на интернет-странице [http://news.bbc.co.uk/2/hi/uk_news/politics/vote_2005/blog/4519553.stm], содержащей стенограмму приведенного выше интервью-дуэли: *I like Jeremy's aggressive and combative style of questioning. In these days of pat, over rehearsed answers, his pre-emptive "cut them off at the knees with the first question" strategy is the only way to unsettle glib and camera savvy politicians; Absolutely classic Paxman! He's the only reason i still watch Newsnight; Galloway and all politicians are boring! Paxman is as entertaining as he is astute!*). В то же время нельзя обойти вниманием и многочисленные негативные отзывы по поводу излишней агрессивности интервьюера (*I think that increasingly JP is becoming a parody of himself. He approaches interviews in an aggressive manner with apparently more interest in tripping people up than gaining insight to their politics; Paxman is a disgraceful example of a celebrity news presenter, more inter-*

ested in his own hard-nosed image than actually doing his job; <...> the questioning by Paxman seems a bit off the mark).

Обобщая сказанное выше, отметим, что негативно-оценочные реплики в политическом диалоге приводят к противоположным результатам: иногда они положительно влияют на речевое поведение адресата в направлении, заданном критически настроенным собеседником; в других случаях метакоммуникативные комментарии скорее ожесточают адресата, подталкивая его к поиску недостатков в речевом поведении коммуниканта-критика и соответствующей контратаке. Кроме того, некоторые разновидности метакоммуникативных ходов имеют, по-видимому, больше шансов на успешную реализацию, чем другие виды метакоммуникации (например, реплики, указывающие на проблемы организационного плана в политических блогах и чатах, практически никогда не игнорируются политиками, в отличие от реплик, изобличающих в искажении истины).

ЛИТЕРАТУРА

Feenberg A. and Xin M. C. A teacher's guide to moderating online discussion forums: From theory to practice. 2002. URL: <http://www.textweaver.org/pedagogy.htm> (date of access: 7.11.2011).

Simons, H. W. 1994. "Going meta": Definition and political applications // *Quarterly Journal of Speech*. 1994. Vol. 80 (4). P. 468—481.

Статью рекомендует к публикации д-р филол. наук, проф. А. П. Чудинов

А. С. Соловьева
Екатеринбург, Россия

A. S. Solovyeva
Ekaterinburg, Russia

**НЕГАТИВНЫЙ ОБРАЗ РОССИИ
(НА ПРИМЕРЕ АМЕРИКАНСКОГО ИЗДАНИЯ
“THE NEW YORK TIMES”)**

**THE NEGATIVE IMAGE OF RUSSIA
(ON THE MATERIALS OF AMERICAN NEWSPAPER
“THE NEW YORK TIMES”)**

Аннотация. Исследуется образ России на материале американского качественного издания “The New York Times”. Целью исследования является определение языковых средств, используемых для создания образа России, а также анализ отношений России с бывшими советскими республиками. Автор приходит к выводу, что в американском издании сформирован негативный образ России, отягощенный советским прошлым.

Abstract. The paper deals with the image of Russia on the materials of American newspaper The New York Times. The purpose of the investigation is to define linguistic means for creation of the image of Russia, as well as to analyze Russian relationships with post-Soviet countries. The author concludes that the negative image of Russia weighed down by the soviet foretime was formed in the American newspaper.

Ключевые слова: СМИ; образ; стереотип; власть языка; политический дискурс; общественное мнение; демократическое общество; постсоветский.

Key words: mass-media; image; stereotype; power of language; political discourse; public opinion; democratic society; post-Soviet.

Сведения об авторе: Соловьева Анна Сергеевна, учитель английского языка гимназии № 99 (Екатеринбург), соискатель кафедры германской филологии.

About the author: Solovyeva Anna Sergeevna, English Teacher, Grammar School № 99 (Ekaterinburg), Competitor for a Degree in Philology of German Philology Chair.

Место работы: Уральский федеральный университет имени первого президента России Б. Н. Ельцина (Екатеринбург).

Place of employment: Ural Federal University n.a. the first President of Russia B.N. Yeltsin.

Контактная информация: 620083, г. Екатеринбург, пр-т Ленина, 51.
e-mail: anna_soloveva87@mail.ru.

На рубеже веков большинство цивилизованных стран, включая Россию, осознали необходимость огромной духовной работы всего общества, которая, разумеется, может осуществляться только в условиях общественного согласия. Разработанная в первой четверти XX в. философская концепция Ойгена Розенштока — Хюсси, краеугольным камнем которой было понятие «опыт мирной жизни», нашла свое продолжение в философии ненасилия [Сиган 2005: 37]. Проблемы гуманизации общества в целом и гуманизации и повышения качества общения в частности привлекают внимание российских и зарубежных исследователей.

Как известно, под общением понимается «сложный и многогранный процесс, который может выступать в одно и то же время и как процесс взаимодействия индивидов, и как информационный процесс, и как отношение людей друг к другу, и как процесс взаимовлияния друг на друга, и как процесс сопереживания и взаимного понимания друг друга» [Волкова 2007: 50—51].

В современную эпоху глобализации, стирающей как национальные, так и культурные границы между государствами, потребность в том, чтобы иметь свой собственный неповторимый образ, велика как никогда. Для государства эта задача не менее важна, чем для компании или товара. Ведь страны и отдельные территориальные единицы тоже предлагают иностранным компаниям и иностранным гражданам некий продукт, а именно — себя. Страна должна обладать оригинальным, узнаваемым и, главное, положительным образом.

Исследования в области прикладной лингвистики и психологии, теории коммуникаций, рекламы и связей с общественностью относятся к работам в достаточно молодых отраслях науки, особенно для нашей страны, в которой их бурное развитие пришлось на период после 1991 г. Вследствие

этого базовая система категорий, отражающих соотношение различных ключевых моментов отражения общественным сознанием объективных международно-политических процессов (образ, имидж, бренд, репутация, стереотип, фрейм, симуляция и т. д.), по-своему трактуется разными авторами и в различных дисциплинах [Беспалов 2007: 7].

Согласно определению словаря «Общая психология», «образ — это субъективная картина мира или его фрагментов, включающая самого субъекта, других людей, пространственное окружение и временную последовательность событий» [Величковский 2005: 186]. Образ является результатом воспроизведения предмета на носителе информации. Однако он творчески конструируется сознанием, и поэтому самостоятелен по отношению к своему объекту. Образ похож на то, что он отображает с некоторой субъективной точки зрения [Беспалов 2007: 9].

Образ страны — это знаковая модель, опосредующая представления о национальной общности и ее членах через доступные обыденному сознанию понятия и суждения. Далеко не всегда он соответствует реальному положению дел и объективным показателям национального развития. Характер представлений о себе и о своем месте в мире («внутренний» образ страны) оказывает определенное влияние на восприятие страны за ее пределами («внешний» образ). В то же время отношение к «иноному» и соотнесение себя с другими национально-государственными общностями всегда было и остается одной из основ утверждения собственной национальной идентичности. Образ играет активно действенную роль в поведении человека, регулирует поведение, осуществляет функции управления действиями [Семеновко 2007: 51].

Главная черта образа — соответствие его содержания действительности, реальным свойствам и отношениям объекта познания. Образ отражает объект, а объект диктует содержание образа. Образ — это контекст, в который заключен символ, как личный, так и коллективный [Зеленский 2008: 65].

Под образом страны подразумевается комплекс объективных взаимосвязанных между собой характеристик, сформировавшихся в процессе эволюционного развития государственности как сложной многофакторной подсистемы мирового устройства, эффективность взаимодействия звеньев которой определяет тенденции социально-экономических, общественно-политических, национально-конфессиональных и иных процессов в стране.

Образ государства — это база, определяющая, какую репутацию приобретает страна в сознании мировой общественности в результате тех или иных акций ее субъектов, взаимодействующих с внешним миром. В свою очередь, направления, характер, практические формы организации международного взаимодействия зависят от того, что несет в себе образ государства [Галумов 2004: 10].

Формирование образа страны в общественном сознании в значительной степени происходит посредством средств массовой информации. Современный человек живет и действует в потоке информации, который обрушивается на него по всем каналам СМИ, и если верно, что поведение человека определяется его знаниями и оценками, то нельзя забывать о том, какая огромная доля этих знаний и оценок приходит благодаря СМИ. Посредством СМИ формируется общественное мнение — состояние массового сознания, заключающее в себе скрытое или явное отношение к общественным событиям, выражающее позицию одобрения или осуждения по тем или иным общественным проблемам, насаждающее определенные нормы общественных отношений. Таким образом, СМИ оказывают не только сильнейшее влияние, но и сильнейшее давление.

Важную роль в выявлении, представлении и отстаивании общественно-групповых интересов играет периодическая печать. Язык современной прессы — своего рода зеркало политической и языковой культуры общества. В арсенале журналистов есть множество средств и методов воздействия на массового читателя.

Власть языка противоречива. С одной стороны, она, казалось бы, должна быть очевидна любому мыслящему человеку. С другой стороны, для того чтобы политики могли влиять на общество посредством языка, большинство населения не должно осознавать роль языка в полной мере. При этом даже сами политики не всегда признают главнейшую роль языка в политическом дискурсе. Некоторые из них это делают намеренно, а большинство просто не осознает власть языка, считает язык всего лишь колебаниями воздуха, репрезентацией реальности, в то время как сам язык является собой реальность.

Каждая страна стремится к тому, чтобы о ней знали как можно больше, чтобы эта информация

была позитивной, способствовала уважению к государству на международной арене, притоку инвестиций и туристов. Сегодня мы можем с уверенностью сказать, что между Россией и США существует непонимание во многих сферах, которое носит скорее исторический и психологический характер и может быть постепенно устранено путем формирования адекватного образа России.

Некогда Россия была сильна в международной торговле благодаря тройке товаров — «мех, мед, пенька». Теперь же, в силу исторических и политических процессов, образ нашего Отечества зачастую в глазах иностранцев выглядит искаженно.

Для американцев образ России в большей мере привязан к историческому прошлому страны. Каждый шестой (17 %) ассоциирует Россию с ее коммунистическим прошлым, для 12 % доминирующей ассоциацией остается эпоха «холодной войны». Среди положительных качеств россиян американцы отмечают «дружелюбие» и «образованность», среди негативных — «пьянство», «угнетенность», «забитость», «недружелюбие» [Бавин 2003]. Итак, россиянин для американца — человек трудолюбивый, дружелюбный, но материально не обеспеченный, притесняемый государством и склонный к пьянству.

По мнению западной цивилизации, Россия всегда являлась страной с особенным и определенным образом. К сожалению, в XXI в. ситуация так и не изменилась. Например, журналисты *Би-би-си (BBC)* определяют «группу восьми» (G8) так: «семь ведущих индустриальных государств мира и Россия». Из данного определения ясно, что ведущие страны мира не рассматривают нас как потенциального партнера.

Понятие «образ страны» тесно связано с понятием «национальные стереотипы». Стереотип — стандартизированный и устойчивый образ, позволяющий получить обобщенное представление о целой категории однородных явлений или объектов [Липпман 2004: 93]. Стереотипы очень устойчивы. Они сохраняются на протяжении жизни нескольких поколений. Позитивные и негативные национальные стереотипы оказывают весьма долговременное воздействие на образ страны [Sergeyev 1993: 27].

Россия все еще остается заложником закрепившегося с исторических времен стереотипа. При Иване Грозном мир боялся непонятного для западного сознания и деспотичного правителя, который в любой момент мог сделать Русь потенциальным врагом [Бавин 2003]. При Сталине мир не получал никакой информации, и Запад жил мифами про медведей, пьющих водку и разгуливающих по Москве. Сегодня у России устойчивый образ «жандарма Европы», а также агрессора [Холмогоров 2004].

Этот вывод российских специалистов (П. Бавина, Е. Холмогорова) подтверждается проведенным нами исследованием. Цель исследования состояла в определении языковых средств, используемых для создания образа России; особенно важным является анализ отношений России с бывшими советскими республиками. Для анализа были отобраны статьи отдельных номеров каче-

ственного американского издания "The New York Times" за период с августа 2008 по июнь 2011 г.

Анализ статей подтверждает, что многие жители Запада ассоциируют Россию с «большой тундрой», «родины Ленина, Сталина, Юрия Гагарина, Матрешки и Водки», а также страной, в которой «медведи разгуливают по улицам». К сожалению, образ России тесно связан с дикими животными, военной державой и разрушением демократии. В то же самое время многие постсоветские страны, такие как Грузия, Украина и Балтийские республики, воспринимаются как поставторитарные страны, пытающиеся создать демократические государства.

Американское издание "The New York Times" при описании отношений России и вышеупомянутых стран представляет Россию как антидемократическое государство, противопоставляя ее другим государствам. Достаточно привести пример военного нарратива, посвященного российско-грузинскому конфликту 2008 г.

«Демократия» — один из концептов американского и западноевропейского общества. И если происходит покушение на нее, то покушающийся воспринимается как враг, злодей. Можно уверенно констатировать, что именно на создание образа России-«злодейки» рассчитаны публикации в "The New York Times", в которых Грузия представляется как государство демократическое:

- *It has transformed in recent years into one of the more democratic countries in the region thanks largely to reforms by the government of President Mikheil Saakashvili;*

- *They declared yesterday that they are even now working to establish a new political organization, the Democratic Party of Georgia, which they said would have a center-right orientation;*

- *Two unequivocal, but ultimately flawed, principles guided recent U. S. policy towards Georgia. First, the United States supported the Saakashvili government, rather than promoting broader Georgian democratic development. Second, the United States backed reuniting Georgia's territorial integrity, rather than acting as an honest broker to resolve the frozen conflicts with South Ossetia and Abkhazia;*

- *...the Bush administration began to treat Georgia as an unequivocal success story and a thriving democracy. Additionally, U. S. support in Georgia shifted away from democratic development in areas like the media, political parties and civil society and focused more on efforts to strengthen the state, because the U. S. viewed the government in Tbilisi as the chief engine of democratization in Georgia;*

- *Frictions between Georgia and South Ossetia, which has declared de facto independence, have simmered for years, but intensified when Mr. Saakashvili came to power in Georgia and made national unification a centerpiece of his agenda. Mr. Saakashvili, a close American ally who has sought NATO membership for Georgia, is loathed at the Kremlin in part because he had positioned himself as a spokesman for democracy movements and alignment with the West.*

Следует отметить, что с самого первого дня конфликта началась жесткая информационная агрессия, которая была направлена главным об-

разом против России. Чаще всего затрагивались темы военных действий, беженцев, отношений между конфликтующими странами, пострадавших, уроков конфликта, возможностей дальнейшего развития отношений с конфликтующими сторонами. Позиции изданий отражали как мнения правительства той страны, которую они представляют, так и независимые оценки. Информационная война в традиционных СМИ развернулась задолго до начала обстрелов Цхинвала. Западноевропейские и американские издания достаточно длительное время акцентировали внимание на демократичности Саакашвили, превознося его ориентированность на Запад, и в негативном ключе освещали деятельность «сепаратистов» из Южной Осетии и Абхазии. Фактически шла подготовка общественного мнения и перестрелка по информационному полю.

Газетные публикации США были «перенасыщены» военной лексикой, лексикой с денотативным и коннотативным значением разрушений, боли и страданий, что естественно, однако подчас материал подавался односторонне, учителя формировалось мнение, что в военных действиях страдает именно грузинское население. Вот только несколько примеров:

- *Besides the Bloody Shooting War Going Between Georgia and Russia, There's Another, Quieter Battle Going on in Cyberspace;*

- *The report said that in attacking Tskhinvali, the South Ossetian capital, on Aug. 7 and 8, Georgia fired Grad missiles that seemed to miss their targets and hit civilian areas. It also criticized Russia for bombarding Georgian territory later and for allowing South Ossetian forces to loot ethnic Georgian villages for weeks;*

- *... villages and civilians were hit...;*
- *...scenes of total destruction, with houses pillaged, and many in ruins;*

- *We were the last to live;*
- *We left behind all the equipment in the hospital and 80 bodies in the morgue;*

- *This is where we had to try to save people's lives;*
- *...dried blood that splattered the walls behind;*
- *empty beds, their sheets badly stained, filled the dark catacomb of rooms....*

Кроме того, Россию сравнивали с медведем и волком:

- *A wounded, angry bear is loose north of here, and it has people terrified;*

- *Now with Georgians mauled by the bear in the brief August war,*

- *The wolf that ate Georgia.*

Противопоставляя сильную большую Россию маленькой слабой Грузии, СМИ с первых дней военного конфликта формировали общественное мнение, выставляя Россию в негативном свете, а главное, закрепляя в общественном сознании мысль о том, что Россия может напасть на любую страну, что она потенциально опасна как возможный агрессор:

- *...the brutal giant was flawed...;*

- *Russia's New Nationalism;*

- *...increasingly assertive Russian government...;*

- *...evil empire...;*

- ...re-assembled Empire...;
- *Russia wants to turn Georgia into the kind of vassal state;*
- *Georgia is too weak;*
- *Georgia — a victim of Russian aggression;*
- *Big power, small power;*
- *Saakashvili said Georgia was too small a country to prevail in a war with Russia;*
- *Russia — belligerent power ruthlessly pressing at its border, implacably hostile to democratic neighbors;*
- *Georgia is a big power from the Ossetian point of view: a big power that launched a sudden attack on its neighbors. That is where Russia, a really big power, came in and Georgia, suddenly, became a small power again;*
- *Russia is a revisionist and aggressive power;*
- *Russian hard power;*
- *Russia's resurgence;*
- *Russian strength;*
- *Russia — totalitarian, aggressive and armed to the teeth;*
- *...an oil-rich Moscow could not accept retreat from empire and was destined to impose its will on its weaker neighbors by recreating a mini-USSR;*
- *It raced the conflict back to the early 90s and the fallout from the collapse of the Soviet Union and accused the Kremlin of abusing its status as a „great power“ to coerce „a small and insubordinate neighbor“.*

Отношения России и Украины также широко обсуждаются в американской прессе. Оранжевая революция рассматривается как торжество постсоветской модели, приближающейся к модели европейской демократии. Победа Виктора Януковича описывается как «победа» для Москвы в борьбе за влияние Запада в бывшем Советском Союзе. Выбор слов, метафор, используемых для описания отношения России к событиям, происходящим на Украине, демонстрирует, что Россия настроена агрессивно и однозначно достигнет своих целей любым путем. Приведем отдельные примеры:

- *The Kremlin has been infuriated by Ukraine's bid to join NATO;*
- *... the kind of pressure tactics used by his allies in the Kremlin;*
- *Mr. Yanukovich was the loser in the pro-Western Orange Revolution, which erupted when protesters declared that his victory in the 2004 presidential election was tainted by fraud. A new election was organized and Mr. Yanukovich was defeated after his rivals portrayed him as a Kremlin lackey who would govern as an old-style Soviet boss;*
- *Ms. Timoshenko said Mr. Yanukovich was a buffoon who would be controlled by the Kremlin;*
- *Yanukovich personifies the Soviet times, the so-called Red-factory Boss.*

Также американское издание достаточно быстро реагирует на изменения российско-белорусских отношений. В последние несколько лет направление внешнеполитической ориентации Белоруссии менялось. Традиционная опора на Россию была отвергнута, и страна сделала упор на Запад. Совсем недавно белорусское правительство вернулось к «классической модели по-

ведения» и вновь выдвинуло на первый план союзничество с Россией.

Использование негативно окрашенных эпитетов (*The elections outcome was a blow not only to Mr. Lukashenko's opponents but to the European Union, which had hoped that it was helping to inch Belarus toward a less-repressive state; Mr. Lukashenko, a mustachioed man sometimes known as the last dictator in Europe, has ruled since 1994; Belarus, once the staunchest of Russia's post-Soviet allies; Mr. Lukashenko has few admirers in the West, where he is routinely criticized for human rights violations and heavy-handed political control*), метафор (*economic fights with Belarus and its iron-fisted president, Aleksandr G. Lukashenko; Belarus is a former Soviet republic. Bordered by European Union countries on one side and Russia on the other, it lies at the crossroads of worldviews, torn between a desire for the freedoms and prosperity of the West and the authoritarian traditions of its larger neighbor to the east; In power since 1994, Mr. Lukashenko has tried to shore up his popularity by raising wages and providing low-interest loans*) создают образ страны — «последней диктатуры в центре Европы» (*the last dictatorship in the centre of Europe*). Александра Григорьевича Лукашенко открыто называют последним европейским диктатором (*Aleksandr G. Lukashenko, president since 1994, has been called Europe's last dictator*).

С другой стороны, вышеназванные языковые средства также используются для представления Белоруссии как слабой, зависимой и бедной страны, которая хочет привлечь не только внимание, но и получить помощь. Помощь России и тактика России описываются как «купленная любовь» (*«purchased love»*):

- *Russia, an off-again-on-again ally of its former Soviet confederate;*
- *With another turn to the West now less likely, Mr. Lukashenko was left vulnerable to being toyed with by Russia;*
- *MOSCOW — Russia's irritation with its neighbor Belarus became more apparent on Wednesday;*
- *Mr. Medvedev said that Belarus has always been and remains our strategic partner;*
- *Oil feud reflects growing rift between Russia and Belarus, once close friends;*
- *Relations of the two countries, often thought of as the closest allies;*
- *Dramatic gestures intended to manage his relations with Russia;*
- *Under the pressure of these moves and countermoves, the Belarus-Russia alliance — once intended to become a single „Union State“ bound by loose notions of Slavic brotherhood — has regressed to a customs zone, but even that is now threatened.*

Споры между Россией и Белоруссией в течение так называемых молочных войн 2009 г. и газового конфликта 2010 г. оказали огромное влияние на экономику страны и были достаточно ярко описаны в анализируемом американском издании. Газета не просто констатировала факты сокращения поставок газа в Белоруссию со стороны Москвы и запрета на ввоз молочной продукции в Россию, но имплицитно высказывала собственную оценку действий России. Использование ме-

тафор со сферами-источниками «Болезнь» (*MOSCOW — Russia cut deliveries of natural gas deliveries to Belarus over \$ 200 million in unpaid debts on Monday, warning that supplies would be reduced by as much as 85 percent over the coming days, but taking pains to assure Europe that its customers would not be affected; Still, any gas shutoff poses some risk for Russia during a season when it is taking pains to repair its image as a reliable partner for European capitals*), «Земная поверхность» (*Oil feud reflects growing rift between Russia and Belarus, once close friends*), военной метафоры (... *the ban „effectively forces Belarussians to their knees...“; The ban dealt a crushing blow to Belarus’s dairy industry, which sends 95 percent of its exports to Russia; While Russian officials said the ban had no political overtones, Belarussian politicians have said they are being punished for defying Russian orders*), а также акцентирование внимания читателей на разгневанности президента Белоруссии (*Furious over a Russian ban on imported Belarussian milk products, the president of Belarus on Sunday boycotted a planned summit meeting of post-Soviet states whose centerpiece was the start of a joint military force formed by Russia and five of its closest allies*) и молочной истерии (*milk hysterics*) способствовали созданию негативного образа России. При этом в издании подчеркивалась мысль о том, что прежде Россия и Белоруссия были союзниками, а во время конфликтов произошло обострение имевших и ранее место противоречий: *While Russian officials said the ban had no political overtones, Belarussian politicians have said they are being punished for defying Russian orders; The Republic of Belarus said long ago that it did not want to become an appendage of Russia, particularly an economic one.*

Отслеживая ситуацию, “The New York Times” противопоставляла реакцию Минска и Москвы на «молочную войну» (*As Mr. Lukashenko’s statements grew heated in recent weeks, Russia responded with cool assurances that the relationship was healthy — and permanent*), отмечала натяжение отношений между двумя странами и возможность их метафорического развода: *Dispute over dairy products strains Russia-Belarus ties; Russia has not made any insulting or any other statements that would suggest a ‘divorce’ between Russia and Belarus.*

Главная идея публикаций “The New York Times” состоит в том, что Россия «наказывает» своих соседей — бывшие республики СССР, — которые не демонстрируют покорность Москве и крайне заинтересованы в суверенитете. Основопологающая цель России — доминирование над странами постсоветского пространства и проживающими там людьми.

Несмотря на нереализованность подобных сценариев, определенные круги на Западе продолжают предпринимать действия, направленные

на ослабление России. Все это ведет к подрыву репутации и имиджа нашей страны. Восприятие России на протяжении многих веков было для Запада неким средством самопознания. Это было «самопознание от противного».

Сформировать устойчивый положительный образ России и ее соотечественников можно только через нацеленное на это средство массовой информации. Чтобы в сознании американцев укрепилось представление о России как о стране, где царят демократические ценности, которая не отягощена советским прошлым, стоит пропагандировать образ сильной в военном и экономическом отношении страны, державы, которая начинает играть более заметную роль в мировых делах, но определенно настроена на взаимопонимание и тесное сотрудничество с Вашингтоном и не собирается «ставить палки в колеса американцам». При этом Россия не претендует на роль «идеальной демократии», но твердо нацелена на строительство собственной версии демократического общества и имеет в этом смысле шансы на успех никак не меньший, чем другие народы.

ЛИТЕРАТУРА

Бавин П. Россия об Америке и американцы о России: сравнительный анализ результатов опросов // База данных ФОМ / Фонд «Общественное мнение», 2003. URL: http://bd.fom.ru/report/cat/ fre_an/ra0309 (дата обращения: 21.07.11).

Беспалов С. В. Механизмы формирования позитивного образа России в странах постсоветского пространства. — М.: Евразийская сеть политических исследований; ИАЦ МГУ по изучению общественно-политических процессов на постсоветском пространстве, 2007.

Величковский Б. М. Образ. Общая психология. Словарь. // Психологический лексикон: энцикл. слов.: в 6 т. / ред.-сост. Л. А. Карпенко; под общ. ред. А. В. Петровского. — М.: ПЕР СЭ, 2005.

Волкова А. И. Психология общения. Высшее образование. — Феникс, 2007.

Галумов Э. М. Основы PR. — М., 2004.

Зеленский В. В. Толковый словарь по аналитической психологии. — Когито-центр, 2008.

Липпман У. Общественное мнение / пер. с англ. Т. В. Барчуновой; ред. перевода: К. А. Левинсон, К. В. Петренко; Ин-т Фонда «Общественное мнение». — М., 2004.

Семенов И. Культура, общество и образ России // Неприкосновенный запас. 2007. № 1.

Холмогоров Е. Бескрайняя равнина конца времен // Перспективы / Фонд исторической перспективы, 2004. URL: http://www.perspectivy.info/misl/koncept/beskrainaya_ravnina.htm (дата обращения: 21.07.11).

Curran J. Media and Power. — L.: Routledge, 2005.

Sergeyev V, Biryukov N. Russia’s road to democracy: parliament, communism, and traditional culture. — Edward Elgar Publishing, 1993.

Статью рекомендует к публикации д-р филол. наук, проф. О. Г. Сидорова

Т. В. Таратынова
Челябинск, Россия

T. V. Taratynova
Chelyabinsk, Russia

**МЕТАФОРА РЕЛИГИИ В НАРРАТИВЕ
ВЫБОРОВ ПРЕЗИДЕНТА США-2008
(на примере немецких СМИ)**

**RELIGIOUS METAPHOR IN THE NARRATIVE
OF THE UNITED STATES
PRESIDENTIAL ELECTIONS — 2008
(IN THE GERMAN MASS MEDIA)**

Аннотация. В статье рассматривается специфика функционирования метафорической модели «ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА США-2008 — это МИР РЕЛИГИИ» в немецком политическом дискурсе.

Abstract. The article focuses on the functioning specificity of the metaphorical model “PRESIDENTIAL ELECTIONS — 2008 IN THE USA IS A WORLD OF RELIGION” in German political discourse.

Ключевые слова: кандидат на пост президента; метафорическая модель; метафора; немецкие масс-медиа; религия; слот; фрейм.

Key words: presidential contender; metaphorical model; metaphor; German mass media; religion; slot; frame.

Сведения об авторе: Таратынова Татьяна Вячеславовна, аспирант кафедры риторики и межкультурной коммуникации.

About the author: Taratynova Tatiana Vyacheslavovna, Post-graduate Student of the Chair of Rhetoric and Intercultural Communication.

Место работы: Уральский государственный педагогический университет.

Place of employment: Ural State Pedagogical University.

Контактная информация: 454119 г. Челябинск, ул. Антечная, д. 6, к. 5.
e-mail: sagitta79@list.ru

Религия в самом общем виде — определенное мировоззрение и мироощущение, а также поведение индивида и культовые действия, основанные на вере в существование высшей силы — Бога.

По мнению исследователей, религиозная метафорическая модель часто характеризуется положительной эмотивностью. Это связано с позитивным отношением большинства авторов и реципиентов метафорических образов к сферисточнику. Однако в данной модели присутствуют и концепты, основной когнитивный потенциал которых базируется на ироническом отношении к описываемым объектам. Такое восприятие религиозной тематики берет истоки в прошлом, когда деятельность отдельных священников или церкви в целом не являлась примером святости, а отличалась фальшью и лицемерием.

Метафора со сферой-источником «Религия» широко представлена в немецких массмедиа для репрезентации нарратива американских президентских выборов; описываемая метафорическая модель детально структурирована.

Схожесть политического дискурса с религиозным основывается на мифологизации сознания реципиентов. Мифологизация сознания адресатов подкрепляется соответствующей метафорикой, используемой в немецких СМИ: *Mantra, Ritual, Segen, Engel, ад* и т. д. И религиозный, и политический дискурсы театральны и суггестивны по своей природе. Конечной целью как религиозного, так и политического дискурса является воспитание личности.

В рамках метафорической модели «ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА США-2008 — это МИР РЕЛИГИИ» нами выделены следующие фреймы.

Фрейм 1. Мифология

Под мифологией (греч. *mythología*, от *mýthos* — предание, сказание и *lógos* — слово, рассказ, учение) мы понимаем фантастическое представление о мире, свойственное человеку первобытнообщинной формации, как правило, передаваемое в фор-

ме устного повествования — *мифа (Mythos)*. В метафорическом смысле под мифами понимаются ложные, некритические, оторванные от действительности состояния сознания, концепции, представления. В контексте выборов президента Соединенных Штатов в качестве мифов эксплицируются различные ситуации, сопровождающие ход избирательной кампании, ставшие стереотипными в сознании реципиентов. Ср.: *Warum also nicht Giuliani? Zwei Gründe sind es, die den Mythos zerstört und den Kandidaten (Giuliani) entzaubert haben. / Так почему же не Джулиани? Существуют две причины, которые разрушили миф и разоблачили кандидата (Джулиани)*. (FR, 31.01.2008, *Der Held von New York scheitert* von Dietmar Ostermann.)

Геркулесов труд — труд, превышающий силы человека, задача, непосильная обычному человеку: *Für alle konservativen Parteien ist es eine Herkulesaufgabe, ihre unterschiedlichen Fraktionen bei der Stange zu halten. / Для всех консервативных партий это геркулесов труд — поддержание своих разнообразных фракций в надлежащей форме*. (Die Zeit, 22.11. 07, № 48, Etwas rechts von Bush, bitte von Martin Klingst.) Акцент сделан на неспособности консервативных партий управлять и контролировать свои подразделения. Эффект воздействия на адресата усиливается за счет использования прецедентного феномена *Геркулес (Hercules)*.

Фрейм 2. Религиозные тексты

Слот 2.1. Библия. Слот представлен прецедентными феноменами библейского происхождения *Давид (David)*, *Голиаф (Goliath)* и *добрый самаритянин (der gute Samariter)*, отсылающими нас к соответствующим библейским притчам. Ср.: *Er (Huckabee) war der David unter den Goliaths / Он (Хакаби) был Давидом среди Голиафов*. (Stern, 13.12.2007, Glaubenskrieg hinter den Kulissen von Jan Christoph Wiechmann.) Представление кандидатов на пост Президента США в образе вышеназванных библейских персонажей указывает на то, что добиться желаемого можно не только за счет

очевидных преимуществ, например денег, но и другими, менее заметными способами. Кроме того, реализуются коннотации неравноправного положения кандидатов в ходе предвыборной гонки.

Барак Обама немецкие журналисты представляют как отзывчивого человека, готового всегда прийти на помощь, т. е. *доброто самаритянина*. Ср.:

Barack Obama, der gute Samariter. / Барак Обама, *добрый самаритянин*. (Spiegel Online, 21.02.2007, US-Demokraten buhlen um Hollywoods Millionen von Marc Pitzke.) Данный прецедентный феномен обладает положительными коннотациями, обозначая готовность помочь тому, кто является врагом, что в рамках борьбы за пост президента приобретает особый смысл.

Слот 2.2. Прочие религиозные тексты. Данный слот представлен концептом *мантра* (*Mantra*) (санскр. 'стих, заклинание') — магической вербальной формулой общения с богами, для которого характерно многократное произнесение, в древнеиндийской религиозной традиции: *Clintons Mantra, sie habe mit ihren 60 Jahren mehr Erfahrung als der 46-jährige Barack Obama, wischt Vietnamveteran Dooling beiseite: „Führer führen, sie brauchen keine jahrzehntelange Vorbereitung!“ / От мантры Клинтон — «в свои 60 лет она обладает бóльшим опытом, чем 46-летний Барак Обама» — отмахнулся ветеран Вьетнама Дулинг: „Руководители руководят, им не требуется подготовка, длящаяся десятилетиями!“* (TAZ, 04.03.2008 Die Stunde der Aktivisten von Veit Medick). Таким образом, постоянные попытки Хиллари Клинтон использовать в качестве преимущества возрастной критерий обладают отрицательными коннотациями и не всегда оказывают желаемое воздействие на реципиентов.

Фрейм 3. Служители культа и культовые ритуалы

Данный фрейм является одним из наиболее структурированных в исследуемой модели и включает в себя следующие слоты: «Служители культа», «Проповедничество», «Ритуалы и обряды», «Прочие действия служителей культа».

Слот 3.1. Служители культа. Слот представлен концептами *послушница* (*Novizin*), *приходского проповедника* (*Gemeinprediger*) и *авгуров* (*Auguren*).

В прямом смысле *послушница* — это лицо, готовящееся принять монашество. В нарративе президентских выборов немецкие журналисты метафорически представляют политической послушницей Сару Пейлин как человека, готовящегося вступить в мир большой политики и активно его осваивающего: *Palin, die politische Novizin, verhaspelte sich nicht und legte keine peinlichen Pausen ein, weil sie die Antwort nicht wusste. / Пейлин, послушница от политики, не запуталась, и не делала неловких пауз, не зная ответа.* (Die Zeit, 41/2008, So fern von Washington ist Palin doch nicht von Martin Klingst.)

Некоторые кандидаты на пост главы государства ассоциируются в немецких массмедиа с образом приходского священника, в метафорическом смысле — человека, любящего читать мораль. Ср.: *Bestenfalls wie Buchhalter oder Gemeindeprediger wirken die meisten Kandidaten. / В луч-*

шем случае большинство кандидатов производят впечатление бухгалтеров либо приходских проповедников. (Die Welt, 29.11.07, Hillary Clinton ist der Star der Republikaner von Christoph Keese).

Авгурами в Древнем Риме называли жрецов, толковавших волю богов и предсказывавших будущее по атмосферным явлениям, по полету и крику птиц. Ср.: *...unter den ratlosen, beschämten Auguren, die einen Sieg Obamas prognostiziert hatten. / ...среди растерянных, сконфуженных авгуров, прогнозовавших победу Обамы.* (BM, 10.01.2008, Verhalten Tränen Hillary zum Sieg von Uwe Schmitt.) Многие из авгуров сами не верили в свои толкования, поэтому данная метафора обладает отрицательным прагматическим потенциалом и эксплицирует векторы лживости и лицемерия.

Слот 3.2. Проповедничество. В метафорическом смысле проповедничество понимается как распространение каких-либо взглядов и агитация за них. Таким образом, выступая перед электоратом, кандидаты на пост президента США распространяют свои политические взгляды, позиционируют определенным способом свое видение текущей политической ситуации и эксплицируют представления о будущей деятельности главы государства, т. е. *проповедают* (*predigen*): *Der Harvard-Zögling (Obama) und Ex-Streetworker aus Chicago verfolgt nicht nur andere Ziele, er predigt auch andere Mittel. / Воспитанник Гарварда (Обама) и бывший уличный рабочий из Чикаго не только не преследует иные цели, но и проповедают новые средства.* (SZ, 06.02.2008, Weder Wandel noch Wende von Christian Wernicke.)

Слот 3.3. Ритуалы и обряды. Ход президентских выборов метафорически может обозначаться как *ритуал* (*Ritual*) — традиционный порядок проведения какой-либо церемонии, совокупность действий, производимых в определенной последовательности. Подобным ритуалом являются первичные выборы, проходящие в штате Айова: *Das überaus komplizierte basisdemokratische Ritual in Iowa, bei dem buchstäblich mit den Füßen abgestimmt wird, bildet traditionell den Auftakt zum US-Wahljahr. / Крайне сложный основной демократический ритуал в Айове, во время которого в буквальном смысле голосуют ногами, традиционно является началом избирательного года в США.* (TAZ, 04.01.2008, Obama und Huckabee siegen in Iowa von Adrienne Woltersdorf.)

Долгое время избиратели не знали, кто конкретно будет баллотироваться на пост главы государства, поэтому имена кандидатов метафорически обозначаются как *мистерия*, *таинство* (*Mysterium*). Мистерия (от греч. *mysterion* 'таинство, тайна') — драматизированные религиозные ритуалы, связанные с поклонением богам, а в культуре западного Средневековья мистерией называли театрализованные действия, имеющие в основе библейский сюжет. Ср.: *Noch ist das Kandidatenfeld unübersichtlich und der Wähler ein Mysterium, doch die Bewerber suchen jetzt schon den direkten Kontakt zum Volk. / Список кандидатов еще не уточнялся и является тайной (букв. таинством) для избирателей, однако кандидаты уже сейчас налаживают контакты с наро-*

дом. (SZ, 04.06. 2007, Die erste Disziplin ist Handarbeit von Reymer Klüver.)

Успешный кандидат метафорически представляется как *помазанный Богом*, т. е. наделенный особыми привилегиями (*gesalbt*): *Niemand, vielleicht von dem abgeschlagenen Dritten John Edwards abgesehen, ist erledigt oder gesalbt in dem Wettbewerb, der nun mindestens noch einen Monat Wählern in mehr als zwei Dutzend Bundesstaaten ein Mitspracherecht gewährt. / Никто, возможно, за исключением побежденного третьего Джона Эдвардса, не сошел с дистанции и никто не является помазанником в гонке, которая дает право участия избирателям в принятии решения как минимум еще месяц в более чем в 24 штатах.* (BM, 10.01.2008, Verhalfen Tränen Hillary zum Sieg von Uwe Schmitt.)

Слот 3.4. ПРОЧИЕ ДЕЙСТВИЯ СЛУЖИТЕЛЕЙ КУЛЬТА. Служители культа могут пророчествовать (*prophezeien*) и благословлять (*Segen geben*). Пророчество — прорицание и предсказание будущего, основанное на получении сведений из сверхъестественного источника (от Бога). В немецких СМИ метафорически пророками именуются социологи, предсказывающие победу Джону Маккейну. Ср.: *Fast alle Demoskopen prophezeien ihm, er (McCain) könne sämtliche potentiellen Gegenkandidaten der Demokraten schlagen. / Почти все социологи пророчат ему (Маккейну) возможность разбить всех до единого потенциальных противников-демократов.* (SZ, 13.04.2007, Wahlkampf gegen Volkes Stimme von Christian Wernicke.)

В религиозной терминологии *благословение* — акт или формула благословения как средства сообщения милости Божьей лицу, принимающему благословение, или акт или формула освящения некоторого объекта. Данный концепт используется в немецких массмедиа в метафорическом значении согласия, разрешения на что-либо: *Irak ist ein Krieg, den Hillary Clinton nicht mehr gewinnen kann. Ein Krieg, von dem sie behauptet, sie hätte ihn nie begonnen, wäre sie Präsidentin gewesen. Und doch einer, dem sie als Senatorin ihren Segen gab. / Ирак — это война, которую Хиллари Клинтон больше не выиграет. Война, о которой она говорит, что никогда бы не начала ее, будучи президентом. Война, которую она благословила, будучи сенатором.* (Die Zeit, 15.03.07, № 12, Krieg mit menschlichem Antlitz von Thomas Kleine-Brockhof). *Dollarsegen für Obama und Clinton. / Долларовое благословение для Обамы и Клинтон.* (Spiegel Online, 01.10.2007, Dollarsegen für Obama und Clinton von Gregor Peter Schmitz.)

Фрейм 4. Религиозная живопись и предметы искусства

Метафоры данного фрейма в нарративе американских президентских выборов представлены не так широко, как концепты других фреймов. В состав этого фрейма входят метафорические единицы *благочестивое изречение (Haussegen)* и *нимб (Nimbus)*.

Haussegen — в христианской народной традиции Германии благословляющие изречения для дома, целью которых является защита Богом имущества и обитателей. Подобные изречения

пишут на специальных табличках, их вешают на стены. Правильному размещению такого изречения уделяется особое внимание. Если данная надпись расположена ненадлежащим образом, то Божья благодать может покинуть дом. Ср.:

Im Wahlkampfplager Hillary Clintons scheint trotz demonstrativem Optimismus der Haussegen schief zu hängen. / Несмотря на демонстративный оптимизм, кажется, что в избирательном лагере Хиллари Клинтон благочестивое изречение висит криво. (TAZ, 13.02. 2008 Obama überholt Clinton von Adrienne Woltersdorf.)

Нимбом (символ святости или божественности) называют стилизованное изображение сияния вокруг головы. В переносном смысле данная лексема может употребляться в значении *слава*. Ср.: *Clinton wird zusehends besser, sie nimmt Obama den Nimbus des einzigen großen Redners im Lager der Demokraten. / Клинтон становится заметно лучше, она отнимает у Обамы славу (букв. нимб) единственного великого оратора в лагере демократов.* (Die Welt, 19.09. 07, Barack Obama kämpft gegen den Abstieg.)

Метафоры данного фрейма носят оценочный характер и обладают ироническим прагматическим потенциалом.

Фрейм 5. Мир светлых сил

В состав фрейма входят слоты со сферами-источниками «Ангелы» и «Спаситель».

Слот 5.1. АНГЕЛЫ. Слот представлен концептами *ангел мира (Friedensengel)* и *ангел-хранитель (Schutzpatron)*.

Ангелом мира, т. е. защитником планеты от войн и террора, немецкие журналисты метафорически представляют Барака Обаму, противопоставляя его Хиллари Клинтон, поддерживавшей войну в Ираке: *Gegen Hillary Clinton, die im Oktober 2002 für den Irak-Krieg gestimmt hatte, präsentierte Obama sich als Friedensengel. / В противовес Хиллари Клинтон, голосовавшей в октябре 2002 г. за войну в Ираке, Обама предстал в образе ангела мира.* (Stern, 04.07.2008, Obama verschiebt den Irak-Abzug von Matthias B. Krause.)

Ангел-хранитель, по религиозным представлениям, опекает человека на протяжении всей жизни, является его покровителем и защитником. Метафорически ангелом-хранителем Митта Ромни именуется его отец: *In Michigan setzt Romney noch mehr auf die Familie. Nicht nur auf Frau, Kinder und Kindeskinde — hier muss der eigene, längst selige Vater herhalten als Schutzpatron. / В Мичигане Ромни делает большую ставку на семью. Не на жену, детей и внуков — тут в роли ангела-хранителя пришлось отдуваться его собственному, давно уже покойному отцу.* (Sueddeutsche Zeitung, 26.04.2008, (Ein Wendehals (Mitt Romney) predigt Werte.) В данном контексте метафора носит иронический характер.

Слот 5.2. СПАСИТЕЛЬ. Спаситель в христианстве — Иисус Христос. Немецкие СМИ наделяют Барака Обаму качествами Христа, т. е. обожествляют первого и метафорически представляют его Спасителем, противопоставляя «герою» Джону Маккейну. Ср.: *Wie tief dieser Einschnitt jedoch sein wird, hängt davon ab, ob sich die Wähler für den Demokraten und vermeintlichen Heilsbringer Barack*

Obama entscheiden oder für dessen republikanischen Konkurrenten John McCain. / Однако насколько важным будет это событие, зависит от того, проголосуют ли избиратели за демократов и предполагаемого спасителя Барака Обаму, или же за его конкурента-республиканца Джона Маккейна. (Stern, 04.11.2008, Amerikas Schicksalswahl von Florian Güßgen.) *Held (McCain) gegen Erlöser (Obama).* / Герой (Маккейн) против спасителя. (SZ, 14.10.2008, Held gegen Erlöser von Christian Wernicke.)

Фрейм 6. Демонический мир

Слот 6.1. Преисподняя. Активно тиражируется немецкими СМИ концепт *ад (Hölle)* — место посмертного наказания за грехи, символизирующее неотвратимость возмездия. Ср.: *Ein Jahr vor den Präsidentschaftswahlen in den USA dominiert die Ex-First-Lady Hillary Clinton den Vorwahlkampf - obwohl ihr Konkurrenten die Hölle heiß machen.* / В год перед президентскими выборами в США в предвыборной кампании доминирует экс первая леди Хиллари Клинтон — несмотря на то, что конкуренты задают ей жару (букв. делают ад жарким). (TAZ, 03.11.2007, Hillary kaum noch einzuholen von Adrienne Woltersdorf.) *In einer TV-Debatte wollten ihr (Clinton) zum ersten Mal Obama, Edwards und die anderen Konkurrenten das Kandidieren zur Hölle machen.* / В первый раз превратить в ад баллотировку (Клинтон) во время ТВ-дебатов намеревались Обама, Эдвардс и другие конкуренты. (TAZ, 03.11.2007, Hillary kaum noch einzuholen von Adrienne Woltersdorf.)

Метафорически ад в нарративе президентских выборов означает тяжелые условия, в которых приходится вести предвыборную борьбу тому или иному кандидату на пост главы государства. Труднее всего приходится Хиллари Клинтон.

Слот 6.2. ДЕМОНИЧЕСКИЕ СУЩЕСТВА. Слот представлен концептом *дьявол (Teufel)* и прецедентным феноменом *Вельзевул (Beelzebub)*. Лексема *дьявол* зафиксирована нами в устойчивом выражении *auf Teufel kommt raus*, что в буквальном переводе значит *даже если придется вызвать дьявола*. Ср.: *McCains Rezept für die Misere ist relativ einfach und steht in Übereinstimmung mit der Ideologie der republikanischen Partei: Steuern senken auf Teufel kommt raus.* / Рецепт Маккейна в отношении вопроса бедности относительно прост и согласован с идеологией республиканской партии: понизить налоги любой ценой (букв. даже если придется вызывать дьявола). (Stern, 01.09. 2008, die größte Sorge der Amerikaner von Matthias B.Krause.)

Джон Маккейн предстает в метафорическом образе *Вельзевула (Beelzebub)* — в христианских представлениях одного из злых духов, подручного дьявола (довольно часто отождествляется с ним, наряду с Люцифером): *Rush Limbaugh, der Hassprediger unter den konservativen Radio-Talkmastern, würde eher die große Verderberin Hillary Clinton ins Weiße Haus einziehen lassen als diesen Beelzebub (McCain) in republikanischem Gewande.* / Раш Лимбо, проповедник ненависти среди консервативных ведущих радио-шоу, допустил бы скорее въезд в Белый дом великой губительницы Хиллари Клинтон, чем этого *Вельзевула (Маккей-*

на) в республиканской личине. (SZ, 06.02.2008, Drei Sieger sind einer zu viel von Reymers Klüver.)

Фрейм 7. Божья благодать и наказание за грехи

Слот 7.1. НАКАЗАНИЕ ЗА ГРЕХИ. Данный слот представлен концептом *проклятье (Fluch)*. В религиозном смысле *проклятье* — это лишение благословения и осуждение на бедствия. Ср.: *McCain fürchtet den Fluch der Favoritenrolle.* / Маккейн боится *проклятья* роли фаворита. (Spiegel-Online, 05.02.2008, Duell bei den Republikanern von Marc Pitzke.) Нежелательные последствия определенных ситуаций, особенно повторяющиеся, могут восприниматься их участниками как проклятье.

ФРЕЙМ 8. ЧУДЕСА ВЕРЫ. В данном фрейме немецкими журналистами актуализируются концепты *воскрешение (Wiederauferstehung)* и *стигма (Stigma)*.

Воскрешение — понятие христианской традиции, связанное с истолкованием одной из предполагаемых процедур преодоления физической смертности человека. В метафорическом смысле *воскрешение* понимается как обновление, возрождение. В нашем примере речь идет о восстановлении испорченного имиджа Сары Пейлин: *Die Wiederauferstehung der Sarah Palin.* / *Воскрешение Сары Пейлин.* (Stern, 03.10.2008, Die Wiederauferstehung der Sarah Palin von Katja Gloger.) *Am Donnerstagabend hat Amerika die Wiederauferstehung der Sarah Palin erlebt.* / В четверг вечером Америка пережила *воскрешение Сары Пейлин.* (Die Zeit, 41/2008, Wie Palin Amerika neu erobert von Thomas Kleine-Brockhoff.)

Стигмы (греч. «клеймо», «пятно») — знаки, произвольно возникающие на телах искренне верующих людей в тех местах, где, согласно Библии, у распятого Иисуса Христа находились раны от тернового венца и гвоздей. Данное явление традиционно трактуется христианской церковью как чудо. В переносном смысле лексема употребляется в значении знака позора и осуждения. Ср.: *Die Gouverneurin (Palin) nimmt ihrem Chef (McCain) das Stigma des «alten Sackes».* / Губернатор (Пейлин) лишает своего шефа (Маккейна) *клейма* (букв. *стигмы*) „старого служаки“. (Die Zeit, 36/2008, John McFox und Sarah Barracuda von Josef Joffe.)

Проведенное исследование позволяет сделать вывод, что метафорическая модель «ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА США — это МИР РЕЛИГИИ» является одной из наиболее продуктивных в нарративе американских президентских выборов. Данная модель представляет собой детально структурированное образование, ее составляют следующие фреймы: «Мифология», «Религиозные тексты», «Служители культа и культовые ритуалы», «Религиозная живопись», «Мир светлых сил», «Демонический мир», «Божья благодать и наказание за грехи», «Чудеса веры». Метафорические употребления религиозной лексики, представленные в немецких политических текстах, посвященных ситуации выборов президента США, обладают нейтральным, реже положительным или ироническим либо отрицательным оценочным потенциалом в ситуации выборов главы государства Со-

единенных Штатов, эксплицируя ироническое отношение к описываемым объектам.

ЛИТЕРАТУРА

Бобырева Е. В. Религиозный дискурс: ценности и жанры // Знание. Понимание. Умение. Проблемы филологии, культурологии и искусствоведения. — М., 2008. № 1. С. 162—167.

Боллигер Е. И. Сопоставление использования библеизмов в институциональном дискурсе разных культур : дис. ... канд. филол. наук. — Тверь, 2005.

Колтышева С. Я. Шоу-бизнес как сфера-магнит для религиозной метафоры // Политическая лингвистика. 2008. Вып. 1 (24). С. 123—129.

Романова Н. Л. Своеобразие религиозной метафоры в современной немецкой прессе // Политическая лингвистика. 2011. Вып. 1 (35). С. 231—234.

Статью рекомендует к публикации д-р филол. наук, проф. А. П. Чудинов

Л. М. Цонева

Велико-Тырново, Болгария

L. M. Tsoneva

Veliko Tarnovo, Bulgaria

МЕТАФОРЫ ПУТИ

В БОЛГАРСКОМ ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

METAPHORS OF WAY IN BULGARIAN POLITICAL DISCOURSE

Аннотация. Рассматриваются особенности метафорических единиц, относящихся к модели «Путь». Анализ материала из болгарских печатных СМИ позволяет прийти к выводу, что метафоры пути играют важную роль в концептуализации болгарской действительности, обозначая элементы, способы, темпы развития болгарского общества в начале XXI в.

Ключевые слова: политический дискурс; метафорическая модель; метафоры пути.

Сведения об авторе: Цонева Лиляна Михайловна, кандидат филологических наук, доцент кафедры русистики.

Место работы: Великотырновский университет Святых Кирилла и Мефодия.

Контактная информация: България, 5002 гр. Велико Търново, п. к. 56.
e-mail: liliconeva@abv.bg.

Abstract. Peculiarities of metaphors of the model «Way» are examined. Analysis of Bulgarian printed press makes it possible to conclude that metaphors of way play an essential role in conceptualizing Bulgarian reality naming elements, ways, speed of development of Bulgarian society in the beginning of XXI century.

Key words: political discourse; metaphorical model; metaphor of way.

About the author: Tsoneva Lilyana Mikhailovna, Candidate of Philology, Assistant Professor of the Chair of Russistics.

Place of employment: St. Cyril and St. Methodius University of Veliko Tarnovo.

Настоящая статья представляет собой фрагмент готовящейся к печати монографии на болгарском языке, посвященной основным метафорическим моделям в болгарском политическом дискурсе. Отметим, что особенности некоторых болгарских метафор, в том числе в сопоставлении с русскими, уже рассматривались в наших статьях [Цонева 2006, 2007, 2007а, 2007б, 2008, 2009, 2010, 2010а, 2011 и др.]. Наши наблюдения над особенностями метафорических моделей в болгарском политическом дискурсе, как и наблюдения других авторов, дают основание подчеркнуть, вслед за Э. В. Будаевым и А. П. Чудиновым, 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» [Будаев, Чудинов 2008: 93].

Данную работу нельзя определить как сопоставительную, хотя в ней местами проводятся параллели с русским языком — как известно, сопоставление исследуемого языка (в том числе родного) с другими позволяет увидеть некоторые особенности, которые могут остаться незамеченными при его самостоятельном изучении.

Хронологические рамки исследования охватывают почти десятилетний период начала XXI в. (2000—2011 гг.). Это очень важный период в новейшей истории Болгарии, отмеченный значимыми для страны событиями, среди которых — вступление Болгарии в НАТО (2004 г.) и Европейский союз (2007 г.), а также несколько важных избирательных кампаний (президентских, парламентских, местных). Тем самым данный период предоставляет ценный материал для изучения: как известно, в переломные или решающие периоды жизни общества изменения в языке намного более заметны, чем в периоды относительного политического и экономического спокойствия.

Анализ метафорических употреблений проводится на материале авторской картотеки, содержащей значительное количество примеров из текстов разных жанров, опубликованных в болгарских печатных СМИ. Основные источники анализируемого материала — центральные высокотиражные (разумеется, для масштабов Болгарии) издания разной политической направленности: газеты «Сега», «Новинар», «Труд», «24 часа», «168 часа», «Монитор», «Капитал», «Дневник», «Дума», «Политика», журнал «Тема». Эти издания, на наш взгляд, можно отнести к качественной, серьезной журналистике, несмотря на неоднозначность в толковании этого понятия.

В результате проведенного анализа выявилось несколько богатых и интересных метафорических моделей, к которым относится и предмет настоящей работы — метафорическая модель, обозначенная здесь как «Путь». Упомянем, что принятое в некоторых работах иное обозначение этой метафорической модели (например, «Дорога», «Движение») не лишено оснований. Тем не менее более корректно, на наш взгляд, говорить о метафорах *пути*, поскольку *путь* как понятие более емкое может включать и место — дорогу, и процесс — движение; их разграничение не всегда возможно, чем обусловлен, как нам кажется, «компромиссный вариант» обозначения модели, например модель *пути/дороги* в работе О. Л. Михалёвой [Михалёва 2008: 106—107].

Впрочем, дискуссионным является не только название модели, но и ее отнесение к определенному разряду, поскольку она несколько «выбивается» из общепринятой четырехчастной классификации А. П. Чудинова. Обращая внимание на объективные сложности ее построения, автор выделяет в качестве основных разрядов метафор антропоморфную модель, социальную модель, природоморфную модель, артефактную модель [Чудинов 2005: 79—87]. При этом О. Л. Михалёва, подчеркивая, что основывается на этой классифи-

кации, описывает пять разрядов русской политической метафоры, относя к ним и модель *путь/дороги* [Михалёва 2008: 96—97].

Важно подчеркнуть, что *путь* как культурный образ универсального характера занимает важное место в концептуальной картине многих народов. В русской ментальности, например, по мнению Н. Д. Арутюновой, понятие дороги играет необычайно важную роль, гораздо большую, чем в других европейских культурах [Арутюнова 1999: 3]. Ср. пример из медиатекста: *Дороги — это наш российский характер и наши проблемы, наше умение или неумение строить жизнь и заглядывать вперед. Каждый по себе знает, говоря о дороге, мы говорим о куда большем, чем асфальт под колесами* (Огонек 2007/3).

Русский космос, как пишет Г. Гачев, «это путь-дорога, Русь-тройка, космодром в однонаправленную бесконечность» [Гачев 1999: 344].

Путь, движение — основной элемент и в болгарской картине мира, и это не случайно: вопрос о выборе пути всегда имел особую важность для Болгарии, находящейся на перекрестке между Европой и Азией, являющейся мостом между цивилизациями, между Западом и Востоком.

Национально-культурная специфика концепта «Путь» отражается и в лексико-фразеологической системе языков. В болгарском языке слово *път* имеет несколько значений, которым в русском языке соответствуют слова *путь* и *дорога*; от него образуются производные существительные *пътче*, *пътека*, *пътечка*; оно встречается в составе множества фразеологизмов, пословиц и поговорок и т. д.

Актуальность темы пути проявляется и в метафорическом представлении. Метафора пути как одна из важнейших метафор человеческой судьбы, человеческого выбора существует не только в болгарском языке. Об этом говорит М. В. Пименова: «Жизнь, существование страны и отдельного человека традиционно представляется в метафорах пути. Путь — многогранный символ многих культур. Чаще всего путь — это символ образа жизни и судьбы человека» [Пименова 2007: 53].

Метафору пути можно отнести к «вечным», т. е. к тем метафорическим моделям, которые имеют богатую историю во многих языках. По мнению И. Паси, «вечную жизнь» некоторых метафор можно объяснить самим их естеством: в них наблюдается замена двух похожих реальностей [Паси 2003: 612].

Репрезентация концепта *путь/дорога*, как и других важных концептов, имеет свои особенности не только в разных языках, но и в разных видах дискурса. В политическом дискурсе метафоры пути относятся к ключевым, или традиционным, они занимают важное место как в официальном (институциональном), так и медийном дискурсе. Это связано как с особенностями принимающей сферы — сферы политики, — так и с актуальностью исходной понятийной сферы — пути (дороги, движения). О модели пути/дороги в политическом дискурсе О. Л. Михалёва пишет следующее: «Данная метафорическая модель вскрывает динамику общественных и политических процессов, так как само понятие дороги предполагает равномерное

или скачкообразное движение по ней» [Михалёва 2009: 106].

Метафорическая модель, условно обозначенная как «Путь», — одна из нескольких богатых и интересных метафорических моделей в болгарском политическом дискурсе. Она включает группу слов, объединенных темой пути, движения (к ней относятся и названия средств передвижения и их деталей, названия водителей и т. д.), которые активно переносятся в область общественно-политической жизни.

В метафорах пути проявляются характерные для всех остальных моделей особенности. Так, характерная особенность многих метафор — актуализация (разумеется, в контексте) некоторых сем, иногда даже периферийных, и оттеснение других сем на задний план. Таким образом, метафора обычно подчеркивает сходство между двумя предметами только в одном аспекте, актуальном именно в данной ситуации, заостряя на нем внимание.

При метафорическом переносе могут возникать новые семантические оттенки, иногда неожиданные, и именно неожиданность, смелость переноса определяет силу многих метафор, в которых, благодаря странному на первый взгляд объединению двух далеких друг от друга реальностей, появляется загадка, игра. По мнению И. Паси, настоящая метафора всегда скрывает и раскрывает, отдаляет и приближает, заблуждает и познает [Паси 2003: 624].

Особо следует отметить важность контекста и фоновых знаний (пресуппозиций) для осмысления метафоры. Так, для понимания и оценки метафор пути в приведенном ниже примере нужно знать о молодых специалистах, которые в 2001 г. покинули свои престижные должности в европейских банках и приехали в Болгарию, находящуюся в тяжелом финансовом состоянии, чтобы войти в правительство премьер-министра С. Сакскобургготского: *Не е едно и също да управляваш лондонска банка и икономиката на България. Това е все едно да си капитан на луксозна яхта с висококвалифициран екипаж и изведнъж да те прехвърлят на голям, стар и ръждясал танкер с множество пробойни и с не особено дисциплиниран екипаж* (Сега. 2001. 15.5).

Важной особенностью метафор пути, как и других метафор в политическом дискурсе, следует считать их новую сочетаемость, например с прилагательным *политически*. Специально отметим сочетаемость с прилагательными цвета, которые относятся к политической символической: *червен* (рус. 'красный') — цвет БСП (Болгарской социалистической партии, наследницы Болгарской коммунистической партии), *син* — символ СДС (Союза демократических сил), *жълт* — НДСВ (Национального движения Симеона Второго — партии С. Сакскобургготского, бывшего монарха).

Как известно, даже самые традиционные модели (например, «Театр», «Война») на разных этапах развития общества и языка преобразуются, в них активизируются разные фреймы и слоты, возникают новые смысловые и оценочные оттенки.

Метафора пути хорошо иллюстрирует это положение. Так, в публицистике тоталитарного вре-

мени развитие Болгарии чаще всего обозначается метафорически как движение вперед, к ясной цели — светлomu коммунистическому будущему. Как отмечается в работе Г. М. Шипицыной и С. А. Свистельниковой «Метафоры строительства и движения в коммунистическом дискурсе», коммунизм представляется в советской печати не только метафорами из области строительства, но и метафорами пути-дороги, поэтому «...можно подумать, что коммунизм не нужно строить, до него лишь следует добраться — дойти или доехать, найдя нужную дорогу» [Шипицына, Свистельникова 2011: 61]. Сказанное о советской печати можно отнести и к болгарской: «Наряду с образами управителей транспортом, водителей и других подобных им организаторов и регуляторов движения в документах компартии постоянно употреблялись метафоры с мотивами поиска путей к коммунизму и движения к заветной цели, причем представлялось, что коммунисты стоят во главе планетарного движения, прокладывая путь...» [Шипицына, Свистельникова 2011: 61—62]. (Разумеется, в то же самое время можно говорить об ироническом отношении самих пассажиров (народа) к этому официальному курсу, которое выражается, например, в анекдотах.)

В наши дни в осмыслении важной для Болгарии и России темы движения страны можно найти некоторые отличия [Цонева 2007]. Так, по нашим наблюдениям, если путь болгарского общества определяется обычно как неправильный, лишенный ясной цели или как путь к определенной «великой силе», то русский путь чаще всего свой, самобытный, особый. Ср.: *По опросам Левада-центр, 75 процентов россиян снова уверены, что у России особый — не европейский и не азиатский — путь* (Огонек 2007/7).

Об «особости» русского пути говорят даже тогда, когда есть сомнения в правильности этого пути и в темпах движения: *Парадокс в том, что с четким вектором нашего пути, судя по словам Владислава Суркова, ясности пока нет. Бредем куда в идеологическом тумане, натываясь то на нагоняи Запада, то на ободряющую восточную лесть. Но может быть, как раз в такого рода дрейфе и состоит главная особенность нашего национального маршрута?* (Итоги. 2006/27)

В некоторых исследованиях, как отмечает В. И. Карасик, говорится и о предназначении, об особой мистической миссии России, однако такое понимание пути России, по его мнению, вряд ли можно считать массовым или типичным, оно отражает позицию определенной группы людей [Карасик 2002].

В рассматриваемой модели, как и в других моделях, можно выделить центральные и периферийные фреймы.

Один из важнейших фреймов — «Направление движения»; его можно объединить с фреймом «Цель движения»: их разграничение, на наш взгляд, нередко затруднительно, и это демонстрируют многие примеры. Вопрос о правильно выбранном направлении движения человека и общества всегда считался особенно важным: *Чували ли сте изобщо древната мъдрост, че ако не*

знаеш къде отиваш, никога няма да стигнеш? (Сега. 2007. 30.3).

Тема выбора цели и направления движения болгарского общества — одна из центральных в болгарских СМИ в конце XX и начале нового века. Отсутствие четкого представления об этом красноречиво выражено в примерах: *Иние все почесто си задаваме въпросите: „Къде отиваме? Коя е крайната ни спирка?“* (Сега. 2001. 2.6); *Накъде вървим, не е ясно. Какво ще правим утре, вдругиден — също. Блуждаем без цел* (Земя. 2002. 21.1). Более того, движением без четко определенного направления иногда изображается вековая история Болгарии: *Ние ли не знаем какво е „Титаник“ и какво — трагедия? Ние, дете тринадесет века се мандахерцаме по вълните на житейския океан?* (Сега. 1998. 20.2).

Именно для этого периода особенно характерно представление пути болгарского общества не столько как развитие вообще, а как движение в области внешней политики, внешнеполитический курс на сближение с «великими державами». (Стоит упомянуть, что из-за своего стратегического географического положения Болгария была и продолжает быть ареной столкновения интересов «великих сил».)

Стремление порвать с прорусской ориентацией (понимаемой «по привычке» как просоветской) приводит к преобладающему в обществе и СМИ нового времени полному отрицанию пути, пройденного в прежние годы, особенно в так называемые годы тоталитаризма.

Именно в характеризуемый период вступление в НАТО и Европейский союз представляется как единственно возможный правильный путь для Болгарии, как залог успешного развития общества: *България настина започна да се променя. Беше зададена посока, която за обикновените българи се оказа изключително важна. Бъдещото членство в НАТО и Европейския съюз имаше стойност на мирогледен ориентир за една голяма част от интелегентните българи, които сериозно бяха изправени пред дилемата — тук ли ще живеят или ще пренасят корена си в далечни земи* (Седем 2004.7.1).

В этот период появились новые мифологемы, среди которых — *европейски дом, европейско семейство*, как и важнейшая — *пътят към Европа*. Именно путь в Европу оценивается основными политическими силами и СМИ как единственно правильное направление движения страны, как движение вперед, что вызывает реакции разного характера. С одной стороны, по мнению многих людей, Болгария находится в Европе (и не только географически) давно, уже много веков. Другие, наоборот, говорят об отсутствии европейских правил в стране, а также об отсутствии «европейскости» у болгар; при этом нередко вспоминают литературного героя *Бай Ганьо* (основного персонажа романа А. Константинова «Бай Ганьо»), ставшего нарицательным обозначением типичного болгарина с его отрицательными характеристиками. В то же время высказываются разные мнения о том, какими путями попасть в Европу. Одно из них — ставшее предметом горячего обсуждения выражение лидера ДПС, партии турецкого мень-

шинства А. Догана: «Путь Болгарии в Европу проходит через Босфор».

Ситуацию в Болгарии конца XX в. можно сравнить с ситуацией в других странах бывшего советского блока, например в Сербии. Т. Фелберг пишет о присоединении Сербии к Европе следующее: «Данный процесс концептуализируется как путь по дороге или на поезде ... как в пространстве, так и во времени. В пространстве путешествие начинается с Востока, характеризуемого негативно, в направлении Запада, характеризуемого позитивно. ... Во времени путешествие происходит в истории, ... где прошлое оценивается негативно как что-то, от чего необходимо отказаться, а будущее — позитивно, как нечто, связанное с европейскими ценностями» [Фелберг 2007: 83].

Однако скорость и способы продвижения к намеченной цели — НАТО и Европе — редко оцениваются положительно; оно чаще всего представлено как движение медленное, с многочисленными препятствиями: *След като главната бариера по пътя ни към НАТО бе вдигната, остава само някоя вътрешнополитически препятствия* (Новинар 2002. 22.8). Реже негативный оценочный потенциал содержится при представлении этого движения слишком быстрым и рискованным: *Командира пък обясни, че пътят към Европа прилича на спускане с кану по буйна планинска река.* (Сега 14.10.1999); *Каква е ползата да се форсира европейският мотор, ако се увеличава рискът да спре от прегриване?* (Сега 21.11. 2009).

Примечательно, что в последние годы, уже после вступления в ЕС, очень редко выражается удовлетворение успешным завершением непростого пути, достижением его цели (кстати, такое удовлетворение отсутствует у болгар в целом, что связано с серьезными проблемами в области экономики, образования, здравоохранения и др.). В последнее время разочарование присоединением к ЕС связано в основном с серьезными экономическими проблемами европейских стран, которые, по мнению многих аналитиков, могут привести к распаду ЕС или к выходу из него стран, присоединившихся последними. К ним относится и Болгария, севшая, как часто отмечается, в последний поезд в Европу, к тому же оказавшаяся в вагоне самой невысокой категории: *Така, след като няколко години се успокоявахме, че сме хванали последния влак за Европа и че сме се наредили равноправно до останалите в ЕС, за да ги догоним постепенно, отново ще се окажем във втора класа с всички произтичащи от това несгоди. Ще има съвсем нови правила и условия за влизане в първа класа ...* (24 часа. 2011. 11.11).

Примеров, в которых путь в Европу оценивается как правильный и успешный, мало; один из них — из текста, посвященного «китогам» 2006 г., — можно, на наш взгляд, объяснить характерными для таких случаев предпразничным оптимизмом и надеждой на будущее: *Една по една затваряме страниците на 2006-а. Годината, в която извървяхме с надежда последната отсечка от пътя си към общия европейски дом* (Труд. 2006. 14.11).

Положительно оцениваются усилия действующего правительства по освобождению страны от русского влияния и присоединению к ЕС в проправительственных изданиях: *Направили сме завой от Москва към Вашингтон още когато сме станали член на НАТО и ЕС и сме излезли от бившия Съветски съюз, заяви вчера премиерът Б. Борисов; Не правим завой, а за първи път вървим в права посока, такава, каквато трябва да бъде* (Монитор 2010. 16.6).

Специального внимания заслуживает вопрос об актуальности отражения темы пути общества накануне выборов, когда выбирают лидеров — людей, отвечающих за развитие страны. Наши наблюдения позволяют сделать вывод, что именно метафоры пути господствуют при отражении парламентских выборов в 2001 г.; они очень активны и в дискурсе выборов 2005 г.

Важная особенность дискурса последних парламентских выборов 2009 г. — редкость использования метафор пути [Цонева 2010а]. Почти полностью отсутствуют они и в дискурсе президентских выборов октября 2011 г. Этот показательный факт, на наш взгляд, объясняется по крайней мере двумя причинами. Первая — снижение актуальности темы пути в последние годы в связи с тем, что Болгария уже не сомневается в выборе пути, четко определив «европейский вектор» своего развития. Об этом говорит и известная журналистка В. Седларска: для нас Брюссель уже не сияет путеводной звездой, у нас уже нет светлой цели, которая заставляла бы нас казаться светлее [Седларска 2009]. Вторая, не менее важная причина — активизация единиц из других моделей, прежде всего из модели «Финансы», концептуализирующих выборы: подчеркивается, что их результаты определяются силой денег [Цонева 2010а].

Важное место в данной модели занимает и фрейм «Средства передвижения». Единицами этого фрейма обозначается общество или правительство, а также важные реалии общественной жизни (партии, организации, экономические объединения и т. д.): *В морската столица не искат да търпят повече мизерията и безработицата, които обърнаха синята кола* (Труд. 2001.22.6; снова обращаем внимание на сочетаемость с прилагательными *син, червен, жълт*).

Большая часть этих метафор характеризуется негативным оценочным потенциалом: ими обозначаются средства передвижения, которые вряд ли достигнут желанной цели, поскольку не отвечают требованиям времени или же технически неисправны. Вот один из многих ярких примеров, в котором Болгария представлена как *таратайка* (рус. 'драндулет'), к тому же без колес и двигателя: *Все му хортуват за промяна, ала към нея май поемат с изкорубен демоде автомобил, без колела и двигател, също като разграбената ни държава. Опоскана политическа таратайка* (Дума. 1996. 22.8).

В следующем красноречивом примере действия правительства определяются как неэффективные через уподобление советскому грузовику, который противопоставляется современной машине западного производства: *Днешното прави-*

телство е изцяло неефективно и много бързо изгаря доверието, инвестирано в него. Много малко път изминава! Като съветски ЗИЛ е, а бихме искали да е модерен западен автомобил (Труд. 2005. 20.11).

В последние месяцы правительство Б. Борисова все чаще обозначается как мощный грузовик без тормозов, управляемый безрассудным водителем: *Социолози: ГЕРБ управлява държавата като ТИР без спирачки: ГЕРБ управлява държавата не като ЕТ, а като ТИР. На волана е великият кормчия Бойко Борисов, който дава газ и кара камиона без спирачки* (Новинар. 2011. 13.2; в этом примере заслуживает внимания и выражение *великий кормчий*, бесспорно, ироническое обозначение премьер-министра Б. Борисова, управляющего, по мнению многих аналитиков, единолично).

Специально отметим в рамках данного фрейма метафору *каруца* (рус. 'телега'): на ней Болгария едет в Европу, что обозначает отсталость страны: *Каруцата, с която сме потеглили към Европа, направо се обърна* (Сега. 2005. 10.9).

Даже в тех случаях, когда телега, казалось бы, соответствует европейским правилам, движение общества оценивается как неуспешное. Так, в тексте *Жълтата еврокаруца* (Поглед. 2007. 22.1) анализируются проблемы цыганского меньшинства, замедляющие путь Болгарии в Европу. Внимания в этом заглавии заслуживает окказиональное слово *еврокаруца* — странный «гибрид», сочетающий провинциальную отсталость и европейские устремления страны.

К традиционным в этом фрейме можно отнести метафору *влак* (рус. 'поезд'), которой обозначается Болгария или ее правительство. К сожалению, болгарский поезд в Европу либо опаздывает, либо встречает на своем пути препятствия разного рода, либо же сами болгары опаздывают на поезд: *По глава „корупция“ МВР така го закъса, че може и да изтървем влака за Европа* (Труд. 2006. 22.6); *Това обаче може да се окаже край и за цяло едно политическо поколение, което криво-ляво ни преведе през прехода и ни добува до открянатата врата на последния вагон на последния влак за Европа* (Труд. 2006. 21.11).

Представляет интерес употребление в болгарских СМИ метафор *кораб* и *лодка*. Как известно, эти метафоры относятся к вечным — с глубокой древности судьбу людей, народов, государств сравнивали с кораблем/лодкой, плывущими в море (в океане, по реке) жизни: *Така или иначе всички плуваме в житейското море и само онези, които са в съгласие с истинските неща, ще могат да изведат кораба на друга бряг* (Сега. 2003. 30.10).

По нашим наблюдениям, обозначение движения государства как движения по воде в целом менее характерно для современного болгарского языка, чем для русского. Ср.: *Где в потоке исторического времени находится Россия, куда плывет?* (Российская газета. 2005/6); *Признаюсь, что я сам не понимаю, по какому курсу плывет наша страна?* (Итоги. 2007/6).

В современном болгарском политическом дискурсе *кораб* и *лодка* используются только с

негативным прагматическим значением: вода предстает враждебной стихией, опасной из-за глубины, волн, айсбергов и других условий для крушения. Поэтому болгарские корабли и лодки почти всегда либо уже потонули, либо существует реальная опасность для этого, либо их пассажиры оказываются за бортом. Как *корабль/лодка* описывается обычно Болгария или ее правительство, причем именно с указанным выше значением: *Защото българският кораб вече се накланя, получил пробойни от тази посока* (Поглед. 2010. 26.2); *Най-лошата прогноза е зад борда на политическия кораб да изпадне не просто поколението на прехода* (Труд. 2005. 28.1).

Единичны примеры, в которых движение государственного корабля представлено как успешное, к тому же в бурных водах экономического кризиса. Один из них — текст *Корабът на промяната*, в котором положительно оцениваются первые 100 дней работы правительства премьера Б. Борисова: *Изминаха 100 дни, откакто правителството на Бойко Борисов пое държавния кораб в свои ръце. Дни, след които по традиция се прави равностметка на реченото и стореното. За този период се разбра, че морето, в което плуваме, е доста по-бурно, отколкото си го представяхме, а корабът почти е стигнал до айсберга. Бурята все пак не катурна лодката. Дори — напротив. Напук на тези, които, вместо да се покроят вдън земя от срам, хулеха новите управляващи въпреки общоприетия гратисен толеранс, корабът пое в правилна посока* (Монитор. 2009. 3.11).

Категоричнее всего неуспешное развитие Болгарии выражается образом тонущего корабля/лодки, которым обозначается государство или важные элементы политической системы: *През 1997 година си тръгнаха онези, които виждаха как корабът потъва и с него нямат никакви шансове да изплуват на брега* (Новинар. 2005. 10.3); *Още повече, че червеният лидер Сергей Станишев вече оприличи плавателното съоръжение, на което се е качило правителството, на «лодка с пробойни, която бавно потъва»* (Труд. 2003. 25.5).

Очень часто с тонущим кораблем/лодкой сравниваются политические партии, что может быть мотивировано внутрипартийными разногласиями или конкретными событиями, например неуспешной выборной кампанией: *Явно вече синият кораб потъва неудържимо и в паниката няма време да се оглежда* (Земя. 2003. 130); *Отчаянието и безпътницата, в които е изпаднала БСП след корабкрушението на парламентарните избори, подсказват, че трудно ще се съвземе* (Стандарт. 2009. 8.9).

В последние годы тонущий корабль в политике часто обозначается как «Титаник», что, видимо, связано с популярностью американского фильма «Титаник»: *Акцентирайки върху повърхностни детайли, също като екипажа на „Титаник“, българският икономически екип пренарежда палубите на кораба, вместо да е нащрек за опасностите и да промени курса* (Труд. 2003. 12.8; в этом примере следует отметить и фразеологизм *переставлять стулья на „Титанике“*, употреб-

ляемый во многих языках для обозначения бесполезных действий, которые только отдаляют неизбежный конец; считается, что впервые оборот был использован в связи с действиями правительства Д. Буша по преодолению кризиса на фондовой бирже в 2008 г.). Ярко выражено негативное восприятие политической ситуации в следующем примере, рисуящем Болгарию «Титаником», тонущим под звуки оркестра: *Станишев пък сравнява положението в България с потъването на „Титаник“ — оркестърът свири, корабът потъва, пътниците от третата класа пак са прецакани* (Сега. 2010. 31.5). Даже конкретные политические субъекты называются «Титаниками», если их политическая карьера находится под угрозой: *Без значение дали зад синята завеса се вижда силуетът на Чорни, Костов трябва да бъде обявен официално за бедстваща знаменитост. През последните 30 месеца мнозина вярват, че този „Титаник“ ще изплува от сините води* (Сега. 2004. 15.1).

Внимания в данной модели заслуживают и метафоры, называющие детали средств передвижения, прежде всего *кормило* (рус. 'руль') и *волан* (рус. 'руль, баранка'), которыми концептуализируется сама власть: *Не знам защо всички си мислят, че когато някой клан спечели изборите, той някак си в движение ще се научи да върти държавното кормило. Скъпа заблуда!* (168 часа. 2001.12.2; отметим, что в современном болгарском языке слово *кормило* — нейтральное, не имеющее иронического звучания русского слова в словосочетании *кормило власти*).

Реже метафорически употребляются слова *мотор* и *двигател*: *Във всяка партия има по един-двама, които „движат нещата“. „Двигателите“ обикалят структурите, говорят с телата и водят народа към барикадите (т. е. към избирателните урни)* (Сега. 2003. 28.3).

Фрейм «Водитель» — один из важнейших в модели «Путь». Он включает единицы, которыми обозначается лидер, человек, отвечающий за движение общества, призванный вести машину, рулить, управлять и т. д., чтобы привезти страну и народ к желанной цели. Самые частотные среди этих слов — *водач, шофьор, капитан, машинист, пилот*. Активность подобных единиц возрастает в дискурсе выборов, когда на передний план выходит вопрос о выборе лидеров, людей, которые будут вести страну.

Как отмечают Г. М. Шипицына и С. А. Свистельникова, в советской прессе подобными существительными, прежде всего *штурман* и *машинист*, описывались вожди, причем «вожди являлись не просто руководителями страны, они были специалистами по управлению и „вождению“ страной, и никто в мире не мог делать это дело лучше, чем они» [Шипицына, Свистельникова 2011: 61]. В наше время, наоборот, чаще всего подчеркивается отсутствие нужных качеств и умений у людей, желающих управлять страной или удостоенных этой чести: *Може би защото у нас е подсъдно да подкараш тролей, без да имаш книжка, а е напълно законно най-юнашки да засилиш влака на нацията в пропастта, без някога да си бил машинист?* (168 часа. 2001.

12.3). (Вспомним в связи с этим строчки В. Высоцкого: *Мою страну, как тот дырявый кузов, / Везет шофер, которому плевать.*)

Именно об отсутствии умений вождения у конкретных политиков идет речь ниже — у президента Ж. Желева и у бывшего премьер-министра С. Сакскобургготского: *Желю Желев — недодяланият президент на голямата политическа промяна, добродушен и честен — изглеждаше като човек, който знае пътя, но не може да шофира* (Труд. 2011. 16.5); *Най-лесният отговор би бил, че капитанът се е отнесъл в съзерцание на наследствените си имоти във „Врана“ и околностите, слуша как вятърът свири в буките, дето му ги реституираха и от време на време хвърля око на някой планински връх. Вместо да си гледа политическата навигация и да си държи изкъсо екипажа* (168 часа. 2004. 5.3). (В связи с последним примером отметим еще раз важность невербального контекста (фоновых знаний) для понимания и оценки метафор: С. Сакскобургготский, бывший болгарский царь, в 2001—2005 гг., будучи премьер-министром, реституировал огромную часть собственности царской фамилии, в том числе резиденцию «Врана», тысячи гектаров леса в заповедных горных районах и т. д.).

Интересный аспект рассмотрения метафор пути — их развертывание в тексте, которое заслуживает самостоятельного исследования, поэтому ограничимся отрывком из медиатекста, в котором элементы различных фреймов существуют одновременно: *Корабът на държавните финанси за догодина вече отплава сѝм парламента. На капитана Милен Велчев обаче още му е рано да вика: „Земя!“ Първо трябва да забиколи подводните камъни, които заплашват да отворят дупка под ватерлинията <...> Лодката на Велчев може да бъде превзета и на абордаж. През следващата седмица у нас пристига финансовият пират — мисия на МВФ. <...> В следващите месеци всички ще следят пътя на финансовия кораб. Дано да не е като тръстиквата лодка на нашия зет Китин Муньос, дето я нападнаха термити. Тогава викът на младия капитан от: „Земя!“ ще се извиси в кресчендо: „Човек зад борда!“* (Труд. 2002. 13.11).

Обобщая сказанное выше, следует подчеркнуть, что метафоры пути — важное средство представления политической действительности, участвующие, как и метафоры остальных моделей, в формировании общественного мнения, особенно в определенных важных ситуациях, например в ситуации выборов. В метафорах пути содержится, как правило, негативная оценка политических реалий и субъектов, которая отражает негативное восприятие развития болгарского общества как движения без четкой цели, на современных или технически неисправных средствах передвижения, управляемых неопытными или безответственными людьми.

ЛИТЕРАТУРА

- Арутюнова Н. Д. Путь по дороге и бездорожью // Логический анализ языка. Языки динамического мира. — Дубна, 1999. С. 3—17.
Будаев Э. В., Чудинов А. П. Метафора в политической коммуникации. — М.: Флинта: Наука, 2008.

Гачев Г. Д. Космософия России и русский Логос // Национальные образы мира. Евразия. — М., 1999.

Карасик В. И. Культурные доминанты в языке // Языковой круг: личность, концепты, дискурс. — Волгоград : Перемена, 2002. С. 166—205.

Михалева О. Л. Политический дискурс. Специфика манипулятивного воздействия. — М. : Либроком, 2009.

Паси И. Метафората // Избрани произведения. — София, 2003. Т. 6. С. 515—656.

Пименова М. В. Концепт «Украина» (на материале российских СМИ) // Политическая лингвистика. 2007. № 2 (22). С. 52—60.

Седларска В. Черно, по-черно, избори // Тема. 2009. № 19.

Фелберг Т. Путь Сербии в Европу по метафорам Зорана Джинджича // Политическая лингвистика. 2007. № 2 (22). С. 78—86.

Цонева Л. Газетная метафора и картина мира // Stylistyka XV, Styl i kultura. — Opole, 2006. С. 259—281.

Цонева Л. Метафорические дороги России и Болгарии // Наука и культура России : материалы 4 Междунар. науч.-практ. конф. — Самара, 2007. Ч. 2. С. 51—54.

Цонева Л. Баницата като метафора (Кулинарната метафора в българската публицистика) // Проглас. 2007а. Кн. 1. С. 156—165.

Цонева Л. Българският политически театър // Дни на науката. — Велико Търново, 2007б. С. 86—94.

Цонева Л. Българската кулинарна метафора като средство за концептуално осмисляне на света // ВІСНИК Луганського національного університету імені Тараса Шевченка. 2008. № 13 (152). Липень. С. 209—215.

Цонева Л. М. Метафорическое моделирование экономического кризиса // Активные процессы в различных типах дискурсов: политический, медийный, рекламный дискурсы и интернет-коммуникация. — Москва ; Ярославль, 2009. С. 540—548.

Цонева Л. Болгарская политическая метафора в начале XXI века // Славянские языки: единицы, категории, ценностные константы : сб. науч. ст. : к 30-летию Вол. ГУ. — Волгоград, 2010. С. 387—400.

Цонева Л. М. Болгарские выборы на фоне глобального кризиса // Политическая лингвистика. 2010а. № 34. С. 61—90.

Цонева Л. Болгарская политическая метафора и национальная ментальность // Славистика XV : сб. — Белград, 2011. С. 246—257.

Чудинов А. П. Россия в метафорическом зеркале : когнитивное исслед. политической метафоры (1991—2001). — Екатеринбург, 2001.

Чудинов А. П. Метафорическая мозаика в современной политической коммуникации. — Екатеринбург, 2005.

Шипицына Г. М., Свистельникова С. А. Метафоры строительства и движения в коммунистическом дискурсе // Политическая лингвистика. 2011. № 2 (36). С. 59—63.

Статью рекомендует к публикации д-р филол. наук, проф. А. П. Чудинов

Н. Н. Цыцаркина
Курган, Россия

N. N. Tsytsarkina
Kurgan, Russia

**ОБЪЕКТИВАЦИЯ СЛОЖНОГО ФРЕЙМА
«СОТРУДНИЧЕСТВО В БОРЬБЕ
(С ТЕРРОРИЗМОМ)»
В АНГЛОЯЗЫЧНОМ ИНФОРМАЦИОННОМ
ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ**

**ACTUALIZATION OF THE COMPLEX FRAME
«COOPERATION IN FIGHTING (TERRORISM)»
IN POLITICAL DISCOURSE
OF AMERICAN AND BRITISH NEWSPAPERS**

Аннотация. Рассматривается сложный фрейм «сотрудничество в борьбе (с терроризмом)», который может вербализоваться как когнитивный фрейм текста. Когнитивный фрейм представляет собой обобщенную модель референтной ситуации. Основное внимание уделяется структуре сложного фрейма и некоторым особенностям его развертывания в англоязычном информационном политическом дискурсе.

Abstract. The paper deals with the complex frame «cooperation in fighting (terrorism)» consisting of two social relations frames – «cooperation» and «counteraction» objectified as a cognitive frame of the text. The cognitive frame is regarded as a generalized model of a referential situation. The main attention is focused on the structure of the frame and peculiarities of its actualization in political discourse of the British and American press.

Ключевые слова: сотрудничество; фрейм социальных отношений; когнитивный фрейм; политический дискурс.

Key words: cooperation; social relations frame; cognitive frame; political discourse.

Сведения об авторе: Цыцаркина Наталья Николаевна, кандидат филологических наук, доцент кафедры английской филологии.

About the author: Tsytsarkina Natalya Nikolayevna, Candidate of Philology, Assistant Professor of the Chair of English Philology.

Место работы: Курганский государственный университет.

Place of employment: Kurgan State University.

Контактная информация: 640669, пр. Машиностроителей, 10, каб. 108.
e-mail: nnts98@yandex.ru.

Задача статьи — рассмотреть особенности вербализации в информационном политическом дискурсе сложного фрейма «Сотрудничество в борьбе (с терроризмом)», состоящего из двух фреймов социальных отношений — «сотрудничество» и «сопротивление». Под социальными отношениями мы понимаем институционализированное взаимодействие между большими социальными группами (партиями, общественными организациями), преследующими общественно важные цели. Социальные отношения могут быть кооперативными (сотрудничество, защита, помощь) и конфликтными (протест, сопротивление). Стереотипные социальные ситуации, в которых реализуются кооперативные и конфликтные социальные отношения, воспроизводящиеся в повседневной жизни с помощью социальных институтов, обычаев, традиций и т. п., могут быть представлены в памяти в форме фреймов «сотрудничество», «помощь», «сопротивление», «протест», вербализуемых глаголами социальных отношений (cooperate, collaborate, work together, help, oppose, fight, combat).

отношениями и объединенных в коммуникативном и функционально-целевом отношении [Чернявская 2004: 21].

Выделяются самые разнообразные типы дискурса, каждый из которых обладает своими собственными характеристиками: научный, медицинский, педагогический, юридический, политический, массмедийный и т. д.

В нашей работе в соответствии с положениями фреймовой семантики под фреймом социальных отношений мы будем понимать особым образом структурированный концепт, представляющий когнитивную модель стереотипной социальной ситуации.

В нашей статье речь пойдет об информационном политическом дискурсе, который объединяет тексты информационных сообщений, репортажей, аналитических статей, комментариев.

С когнитивной точки зрения дискурс, в том числе информационный политический дискурс, является высокоорганизованной и многокомпонентной структурой. Опираясь на исследования Т. А. ван Дейка и М. Минского, И. Б. Руберт выделяет в структуре дискурса как когнитивного образования три компонента: 1) когнитивная модель содержания, т. е. обобщенная модель референтной ситуации; 2) репрезентации знаний о социальном (прагматическом) контексте; 3) лингвистические знания об организации дискурса на макро- и микроуровнях (нарративные схемы построения текста и семантико-синтаксические знания) [Руберт 2001: 31]. Их также можно назвать когнитивным, прагматическим и лингвистическим фреймами.

Исследователи рассматривают глагольные лексемы, вербализующие тот или иной фрейм, как на системном, так и на функциональном уровне (в предложении). Однако, как нам представляется, некоторые фреймы могут объективироваться лексическими единицами не только в предложениях, но и в тексте или дискурсе.

Вершиной когнитивного фрейма является макропропозиция, основу которой составляет тип деятельности, отображаемой в тексте (предикат). В макропропозицию входят также семантические «падежи» («агенс», «пациенс», «объект», «причина» и т. д.). Они образуют схему модели, которая отражается в содержании речевого произведения [van Dijk 1981: 22].

Дискурс, как считает В. Е. Чернявская, представляет собой интегративную совокупность текстов, связанных содержательно-тематическими

Когнитивный фрейм, как справедливо отмечает И. Б. Руберт, становится основой композицион-

но-сюжетной структуры текста, его жанровой принадлежности. Каждому жанру соответствует своя ментальная модель действительности [Руберт 2001: 32—33]. В текстах, описывающих стереотипные ситуации с участием субъекта-агенса, репрезентируется не только макропропозиция, но и сценарий ситуации. Вершиной сценария является макропропозиция, открывающая эпистемическую модель обобщенного типа деятельности.

Исследование показало, что фреймы социальных отношений, вербализованные глагольными лексемами, могут становиться основанием когнитивного фрейма текста. При этом предикат когнитивного фрейма выражается соответствующим глаголом социальных отношений. Анализ примеров выявил, что фреймы социальных отношений могут вербализоваться в тексте как по отдельности, так и в совокупности как сложные фреймы, состоящие из двух фреймов — базового и включенного. Включенный (подчиненный) фрейм встраивается в структуру базового (основного) фрейма. Рассмотрим данное положение на примере сложного фрейма «Сотрудничество в борьбе (с терроризмом)», объективируемого в информационном политическом дискурсе в качестве когнитивного фрейма. Выбор информационного политического дискурса объясняется тем, что данный тип дискурса, отражая социальную жизнь общества, высвечивает наиболее четко и ярко основные особенности актуализации фреймов социальных отношений.

Как мы уже отмечали, в сложном фрейме «Сотрудничество в борьбе (с терроризмом)» объединяются на правах основного и подчиненного два фрейма социальных отношений — «сотрудничество» и «сопротивление». В результате проведенного анализа выяснилось, что в макропропозицию данного сложного фрейма, как когнитивного фрейма текста, входят включающий макропредикат, содержащий информацию о кооперативном типе социального взаимодействия, и его макроаргументы. К макроаргументам относятся агенс, контрагенси, включенный предикат, содержащий информацию о конкретном виде деятельности, в рамках которой осуществляется кооперативное взаимодействие (в нашем случае это борьба с терроризмом), коагенси, темпоратив, локатив, цель и спецификация действия. Контрагенси относится к подчиненному фрейму «сопротивление». Макропредикат когнитивного фрейма «Сотрудничество в борьбе (с терроризмом)» может вербализоваться глаголами *cooperate*, *collaborate*, *work together*, *work with*. Включенный предикат основного фрейма «сотрудничество» представляет собой включающий предикат подчиненного фрейма «сопротивление», который репрезентируется глаголами *oppose*, *fight*, *battle*, *combat*, *counteract* в значении '(пытаться) остановить или предотвратить развитие неблагоприятной ситуации'.

Сценарий, который входит в состав фрейма на правах слота [Лассан 1995: 37], является общим для двух фреймов и состоит из следующих сцен: 1) предпосылки сотрудничества в борьбе с терроризмом; 2) планирование совместной деятельности по борьбе с терроризмом; 3) совместная деятельность — борьба с терроризмом;

4) результаты сотрудничества в борьбе с терроризмом.

Развертка сценария зависит от типа текста и интенции автора. Как правило, в тексте разворачиваются вторая и третья сцены — планирование совместной деятельности и сама совместная деятельность.

Рассмотрим структуру когнитивного фрейма, в основе которого лежит сложный фрейм «Сотрудничество в борьбе (с терроризмом)», в следующем информационном сообщении.

YEMEN: U. S. SAYS EITHER SIDE IN UNREST WOULD COOPERATE IN FIGHTING AL QAEDA

By THE ASSOCIATED PRESS

A senior American diplomat said Thursday that *either side that emerged from Yemen's four-month political crisis to run the country would cooperate with Washington in battling Al Qaeda's Yemen branch*. Assistant Secretary of State for Near Eastern Affairs Jeffrey D. Feltman said after talks with government officials and opposition figures in Sana that both sides understood Washington's concerns. «Everyone gave us some assurances that they are concerned about Al Qaeda in the Arabian Peninsula», he said. «Any government is going to be a strong partner. *They are committed to work with us in fighting terrorism*» [The New York Times. 2011. June 24: A6].

В кратких информационных сообщениях вербализуется только верхний уровень когнитивного фрейма, т. е. макропропозиция. Сценарный фрейм в таких текстах не эксплицируется, читатель домысливает детали ситуации, которая, скорее всего, ничем не отличается от типичной (стереотипной) ситуации.

В данном тексте сложный фрейм «Сотрудничество в борьбе (с терроризмом)» вербализуется глаголом *cooperate* и его синонимом глаголом *work (with)* три раза — в заголовке, подзаголовке и в заключительном предложении текста, — являясь, таким образом, основой его когерентности.

Репрезентируясь в заголовке глаголом *cooperate*, фрейм «Сотрудничество в борьбе (с терроризмом)» становится когнитивным фреймом текста: ... *either side (агенси) in unrest ... will cooperate* (включающий предикат) *in fighting* (включенный предикат) *Al Qaeda (контрагенси)*. Под каждой стороной (*either side*) имеются в виду как законное правительство, так и оппозиционные силы Йемена, рвущиеся к власти. Коагенси (*Washington*) фрейма «Сотрудничество» не эксплицирован в заголовке, но появляется на поверхностном уровне в первом предложении текста. Включенный предикат (*fighting*) фрейма «Сотрудничество» является включающим предикатом подчиненного фрейма «Сопротивление» и вводит имплицитный включенный предикат (*terroristic activities*) данного фрейма. Контрагенси фрейма «Сопротивление» — *Al Qaeda*. Агенси фрейма «Сопротивление» объединяет агенс (*either side*) и коагенси (*Washington*) фрейма «Сотрудничество».

Первое предложение текста уточняет заголовок и структуру сложного фрейма: ... *either side that emerged from Yemen's four-month political crisis to run the country would cooperate with Washington (коагенси) in battling Al Qaeda's Yemen branch (контрагенси)*. Выводится на поверхность коагенси (*Washington*) фрейма «Сотрудничество». Глагол *fight* в качестве включенного предиката заменяется синонимом *battle*. Уточняется контрагенси фрейма «Сопротивление»: вместо названия всей

организации (*Al Qaeda*) упоминается ее филиал в Йемене — *Al Qaeda's Yemen branch* (Йеменская ячейка «Аль-Каиды») является одной из самых активных группировок в регионе и мире. В ноябре 2010 г. ее главари взяли на себя ответственность за крушение грузового самолета в ОАЭ и посылки с взрывными устройствами, обнаруженные в почтовых грузах близ Лондона и на складе в Дубае. Идущая в течение нескольких лет активная борьба властей Йемена против террористов в настоящее время осложняется массовыми антиправительственными выступлениями с требованием отставки президента страны Али Абдаллы Салеха, которые продолжаются в Йемене с начала февраля 2011 г. [Российская газета. 2011. 9 июн.]. Та из сторон, которая победит в политическом кризисе, будь то легитимное правительство или новые оппозиционные силы Йемена, готова к борьбе. Но победитель будет бороться не со всей международной исламистской террористической организацией Аль-Каида, как заявлено в заголовке, а только с той ее частью, которая базируется в Йемене.

Последнее предложение текста номинирует ту же самую ситуацию, но представленную от лица одного из ее участников — коагенса: *They* (т. е. «either side») *are committed to work* (т. е. «cooperate») *with us* (т. е. «Washington») *in fighting terrorism* (т. е. «Al Qaeda»). Местоимение *us* и имя собственное *Washington* относятся к одному и тому же референту-коагенсу — правительству США. Глагол *work* (*with*) является синонимом глагола *cooperate*. Глагол *commit* («to bind or obligate, as by a pledge» [АНДЕЛ]) в данном контексте означает «связывать себя обязательством», соответственно словосочетание *are committed to work* синонимично в этом информационном сообщении глаголу *cooperate* в форме будущего времени (*will cooperate*). В поверхностной структуре появляется включенный предикат фрейма «Сопrotивление» — *terrorism* (*terroristic activities*).

Полностью сложный когнитивный фрейм «Сотрудничество (в борьбе с терроризмом)» данного информационного сообщения может быть представлен следующим образом: *In Yemen* (локатив) *either side* (агeнс базового фрейма «Сотрудничество») и одновременно *часть агeнса* подчиненного фрейма «Сопrotивление (борьба с терроризмом)» ... *will cooperate* (включающий предикат фрейма «Сотрудничество») *with Washington* (коагeнс базового фрейма «Сотрудничество») и одновременно *часть агeнса* подчиненного фрейма «Сопrotивление (борьба с терроризмом)» *in battling* (включенный предикат базового фрейма «Сотрудничество») и одновременно *включающий предикат* подчиненного фрейма «Сопrotивление (борьба с терроризмом)» *Al Qaeda's Yemen branch* (контрагeнс подчиненного фрейма «Сопrotивление (борьба с терроризмом)») *terrorism* (включенный предикат подчиненного фрейма «Сопrotивление (борьба с терроризмом)»).

В структуру данного когнитивного фрейма входит также имплицитный темпоратив — *in June 2011* — время выхода газетного номера.

В следующей статье-комментарии вербализуется сценарная сцена «Предпосылки сотрудниче-

ства». Автор статьи обосновывает необходимость сотрудничества с мусульманским сообществом в борьбе с терроризмом.

TIME TO CHANGE THE RECORD AND CO-OPERATE WITH MUSLIM COMMUNITY

Comment

The writer is the chairman of the Kentish Town Community Centre

Failed by our government. Failed by our security services. The shocking findings in The Independent today about the extent to which security services have tried to intimidate and collect private information on British Muslims — from one of our foremost educational institutions, no less — will have clear ramifications for young British Muslims.

It isn't so much that a Students' Union felt the need to succumb to the «requests» of anti-terror police and give away the names, addresses and telephone numbers of more than 800 innocent British Muslim students. It is more that it felt it could do this with impunity in an environment where it has become acceptable to treat Muslims differently and to stigmatise and criminalise a whole community.

That our security services are sharing this information with a government with whom we are supposed to have a «special relationship» really rubs salt in the wounds. When we have a one-way extradition treaty to a country whose own lawmakers accept that it cannot be trusted with its civil liberties, what heritage and pride have we left to talk about?

Britain today is failing its Muslim citizens. Places where free debate is part of the moulding of one's character and the basis of understanding and appreciating our democracy are being shut off to this community.

Thanks to one individual who wasn't even British, and someone who was radicalised in another country after he left Britain, *Islamic societies across our universities are being harassed* and young *British Muslims are being treated as suspects*.

The fight against terrorism cannot be fought without intelligence. It is when those gathering it lose sight of the very liberties that they are trying to protect that we have to start questioning ourselves.

The Communities and Local Government select committee report on the Government's Prevent programme concluded that it «stigmatised and alienated those it is most important to engage with». When our security services are left without proper checks and controls, and a climate of fear and suspicion makes it acceptable to allow people to look through neoconservative lenses when dealing with a minority, we are on a slippery slope to a *society* that is the complete *opposite* of the one that *many are dying to protect every day* [The Independent. 2010. 1 April].

Когнитивный фрейм, в основе которого лежит сложный фрейм «Сотрудничество в борьбе (с терроризмом)», вербализуется в заголовке: *Time to change the record and co-operate with Muslim community*. Из самого текста мы восполняем недостающие аргументы, в результате заголовков и соответственно тема комментария может быть, на наш взгляд, интерпретирована как *The society must co-operate with Muslim community in fighting terrorism*.

Структура когнитивного фрейма состоит из следующих компонентов: *The society* (агeнс) *must co-operate* (включающий предикат фрейма «Сотрудничество») *with Muslim community* (коагeнс) *in fighting* (включенный предикат фрейма «Сотрудничество») и одновременно *включающий предикат* фрейма-подтемы «Сопrotивление (борьба с терроризмом)» *terrorism* (включенный предикат фрейма-подтемы «Сопrotивление (борьба с терроризмом)»). Имплицитный контрагeнс — *terrorists*.

Теме борьбы с терроризмом в тексте комментария уделено много внимания. Борьбу с терро-

ризмом автор приравнивает к защите демократических свобод, точнее к защите общества, обладающего этими свободами. Поэтому антонимичные глаголы **fight** и **protect** в тексте становятся синонимами. В статье глагол **fight** вербализует фрейм «Сопrotивление (борьба с терроризмом)», а глагол **protect** — фрейм «Защита (общества)»: *The **fight** against terrorism cannot be **fought** without intelligence* (репрезентация фрейма «Сопrotивление (борьба с терроризмом)»). *It is when those **gathering** it lose sight of the very liberties that they are trying to **protect** that we have to start questioning ourselves* (репрезентация фрейма «Защита (свобод)»). ... *a society ... many are dying to **protect** every day* (репрезентация фрейма «Защита (общества)»).

Однако, как это часто случается, желаемое и действительное не совпадают.

Анализ показывает, что компонент «спецификация действия» фрейма «Сопrotивление (борьба с терроризмом)» вербализуется в следующих предложениях: *Islamic societies across our universities are being **harassed*** (спецификация действия¹) *and young British Muslims are being **treated as suspects*** (спецификация действия²). *It is when those **gathering*** (спецификация действия³) *it* (intelligence — Н. Ц.) *lose sight of the very liberties...* Иными словами, борьба с терроризмом, по мнению автора комментария, превращается в Великобритании в сбор секретной информации (спецификация действия³) о мусульманах, которых власти постоянно беспокоят (спецификация действия¹) и с которыми обращаются как с подозреваемыми (спецификация действия²). Борющиеся с терроризмом секретные службы (а в их лице и само государство) на самом деле нарушают свободы того общества, которое защищают.

Фреймы «Сопrotивление (борьба с терроризмом)» и «Защита (общества = демократических свобод)», вербализуемые в данном тексте, смыкаются. Их общий терминал — спецификация действия. Таким образом, автор подчеркивает, что борьба с терроризмом как защита правового общества от террористов ведется внеправовыми методами, и подводит читателя к закономерному выводу о том, что в этой борьбе сотрудничество с мусульманским сообществом крайне необходимо. Об этом свидетельствует и общий агенс сложного фрейма «Сотрудничество (в борьбе с терроризмом)» — **агенс** (society) и **коагенс** (Muslim community) базового фрейма «Сотрудничество».

Итак, фреймы социальных отношений, вербализуемые глагольными лексемами, в роли когнитивных фреймов дискурса могут объединяться в сложные фреймы. Интеграция фреймов происходит за счет наличия у них общих терминалов.

ЛИТЕРАТУРА

Лассан Э. Дискурс власти и инакомыслия в СССР : когнитивно-риторический анализ : моногр. — Вильнюс : Изд-во Вильнюс. ун-та, 1995.

Руберт И. Б. Текст и дискурс: к определению понятий // Текст и дискурс. Проблемы экономического дискурса. — СПб. : Изд-во СПбГУЭФ, 2001. С. 23—38.

Чернявская В. Е. Интерпретация научного текста. — М. : Флинта : Наука, 2004.

AHDEL = The American Heritage Dictionary of the English Language. URL: <http://education.yahoo.com/reference/dictionary/>.

Dijk van T. A. Studies in Pragmatics of Discourse. — The Hague : Mouton, 1981.

Time to Change the Record and Co-operate with Muslim Community // The Independent. 2010. 1 Apr.

Yemen: U. S. Says Either Side in Unrest Would Cooperate in Fighting Al Qaeda // The New York Times. 2011. 24 June.

Статью рекомендует к публикации канд. филол. наук, доц. М. Б. Ворошилова

УДК 82-311.4

ББК Ш5 (2Рос=Рус)6-3,0

ГСНТИ 17.09.91

Код ВАК 10.02.04

З. М. Чемодурова
Санкт-Петербург, Россия

Z. M. Chemodurova
St. Petersburg, Russia

**ТЕМА ПОЛИТИЧЕСКОГО ТЕРРОРА
В АНГЛОЯЗЫЧНОМ РОМАНЕ В. В. НАБОКОВА
“BEND SINISTER”**

**THE THEME OF POLITICAL TERROR
IN NABOKOV'S NOVEL
“BEND SINISTER”**

Аннотация. Рассматриваются сюжетные и стилистические особенности «политического» романа Набокова “Bend Sinister”, выделяется ряд тем произведения, в том числе темы политического террора и индивидуальности, метатема творчества. Исследуются языковые механизмы репрезентации «маски автора» и средства биспациализации художественного мира произведения.

Abstract. The article addresses the problem of thematic, narrative and stylistic peculiarities of Nabokov's “Bend Sinister”, focusing on the themes of political terror and individual consciousness. The article explores the linguistic means of representing “the author's mask” and creating the “bispatial” fictional universe.

Ключевые слова: политические мотивы; тема политического террора; авторская маска; пространственная модель; биспациальность художественного мира.

Key words: political motives; the theme of political terror; the author's mask; space model; “bispatial” structure of the fictive world.

Сведения об авторе: Чемодурова Зинаида Марковна, кандидат филологических наук, доцент кафедры английского языка.

About the author: Chemodurova Zinaida Markovna, Candidate of Philology, Assistant Professor of the Chair of the English Language.

Место работы: Российский государственный педагогический университет им. А. И. Герцена.

Place of employment: Herzen State Pedagogical University of Russia.

Контактная информация: г. Санкт-Петербург, наб. реки Мойки, 48, корп. 14, ауд. 212.
e-mail: english.dept@herzen.spb.ru.

Роман «Bend Sinister» (1947) — второй англоязычный роман В. В. Набокова и первое произведение, созданное писателем, принадлежащим, по выражению его биографа Э. Филда, после переезда в США «первому бездомному миллиону в наш век изгнанников» [Field 1986: 3]. «Bend Sinister» считается одним из наиболее политических романов автора, имеющим явные тематические параллели с русскоязычным романом «Приглашение на казнь», и иногда рассматривается как личный вклад В. В. Набокова в борьбу с фашизмом. Чтобы лучше разобраться в тематических особенностях романа, следует напомнить, что, согласно одному из выдающихся исследователей творчества писателя, идея создания романа возникла у автора, когда немецкие войска в 1940 г. стремительно приближались к Парижу и Набоков, живший там с семьей, испытал панический страх за жену Веру и сына Дмитрия [Boyd 1991: 95]. Роман стал обретать очертания, когда В. В. Набоков осознал, что после нападения Гитлера на Советский Союз страна, которую ему пришлось покинуть после прихода к власти большевиков, превращается в союзника его новой родины, США. В своих лекциях Набоков неоднократно указывал студентам на сходства диктатур в Советском Союзе и Германии, что иногда осложняло его положение университетского лектора, поскольку американцы, временно отбросив все идеологические разногласия с режимом Сталина, горячо поддерживали борьбу Советского Союза с нацистами.

Сюжет романа «Bend Sinister» достаточно прямолинеен: в некоей европейской стране к власти приходит диктатор Падук, возглавляющий партию «среднего человека» (The Party of the Average Man/the Ekwilist Party), чьи лозунги включают «bits of Lenin's speeches, and a chunk of the Soviet constitution, and gobs of Nazist pseudo-efficiency», как пишет Набоков во вступлении к роману [Nabokov 1990: 8]. Единственной силой,

способной противостоять диктатуре Падука и доктрине «среднего человека», цель которой — «духовное единообразие» (spiritual uniformity), является всемирно известный философ Адам Круг (Adam Krug), бывший одноклассник диктатора, прозванный его в школе “the Toad” (жаба). Круг, олицетворяющий собой свободу человеческого сознания, отказывается поддержать диктатуру, несмотря на аресты ближайших друзей и давление новоявленного правителя государства. Потрясенный смертью жены и чувствуя себя в безопасности благодаря своей репутации, он долгое время не осознает, насколько уязвим, и лишь когда власти отбирают у него сына, он, испытывая ужас и панику, готов сделать что угодно, чтобы спасти единственного ребенка. Дейвид Круг погибает в ходе чудовищного эксперимента властей, Круг, оказавшийся в тюрьме, сходит с ума и гибнет, пытаясь убить диктатора. Основная сюжетная линия романа, таким образом, представляется более или менее однозначной, однако В. В. Набоков не случайно рассматривается большинством исследователей как «магистр игры», предлагающий своим читателям поучаствовать в замысловатых «шахматных партиях», удивительно талантливо построенных с помощью множества игровых ходов и мастерски применяемых игровых тактик. Для того чтобы понять, как писатель разрабатывает тему политического террора, направленного на уничтожение индивидуальности и превращение всех людей в образцовых «Mr. and Mrs. Etermon (Everyman)», интересным представляется изучить некоторые стилистические особенности текста, уделив особое внимание игровым аспектам.

Первое, что привлекает внимание вдумчивого читателя, — игровой потенциал имен собственных, использованных Набоковым. Как он сам поясняет во вступлении к роману, слово «krug» означает «the Russian circumference», т. е. является символом завершенности, который оказывается

разомкнутым в романе при помощи такого средства психологического шантажа и давления, как «рычаг любви» — «the lever of love' — the diabolical method (applied so successfully by the Soviets) of tying a rebel to his wretched country by his own twisted heartstrings» [Nabokov 1990: 7]. Имя Адам с очевидной библейской аллюзией может восприниматься как олицетворение индивидуальности. Имя антагониста Круга — Падук (Paduk), — помимо этимологических связей с шекспировским «rajok» или «toad» (так Гамлет называет Клавдия) [см. Bader 1972], для читателя-полиглота, знающего русский («образцовый») читатель англоязычных произведений Набокова владеет русским, французским и, в меньшей степени, немецким языками), напоминает слово «паук», что поддерживается на текстовом уровне описанием герба нового государства, который изображает «корчащегося паука на красном фоне» (a crushed, dislocated but still writhing spider ...upon a red flaglet). Писатель объединяет в этом описании нацистскую свастику и красный флаг, настойчиво подчеркивая сходство коммунистической и нацистской идеологий. Имя основного идеолога новой политической доктрины, «Ekwilism», — Skotoma — переводится с греческого как «убийство» и может выступать как «говорящее».

Хотя роман В. В. Набокова проникнут политическими мотивами, он отличается от произведений Оруэлла (на это указывает и сам автор), прежде всего тем, что это не политическая сатира, а философское произведение, основной идеей которого является свобода человеческого сознания, его неповторимость и могущество. Великий «магистр игры» использует в своем романе «Bend Sinister» механизм «авторской маски», стратегию, ставшую столь популярной во второй половине XX в. в творчестве писателей-постмодернистов, многие из которых считают Набокова своим предшественником. Рассмотрим подробнее, как реализуется данная игровая стратегия в романе.

Первые главы романа «Bend Sinister» моделируют непротиворечивый, самодостаточный фикциональный мир: вымышленную страну, расположенную где-то к востоку от Франции. Экзегетический повествователь, используя экзотическую смесь из английского, немецкого, русского и вымышленного языков, ведет рассказ о судьбе главного героя, создавая трагическую картину хаоса и абсурда, царящих в стране. Однако уже в пятой главе романа в традиционном, объективированном по форме повествовании возникает мотив «сделанности», «вымышленности», театральности изображенного мира, который становится одной из главных тем «Bend Sinister».

Кругу снится сон, скорее кошмар, к которому приложило руку «некое антропоморфное божество» (an anthropomorphic deity, impersonated by me), как пишет В. Набоков в предисловии к роману [Nabokov 1990: 11]: *But among the producers or stagehands responsible for the setting there has been one... it is hard to express it... a nameless, mysterious genius who took advantage of the dream to convey his own peculiar code message which has nothing to do with school days or indeed with any aspect of Krug's physical existence...* [Nabokov 1990: 64].

Набоков, яростно отвергавший влияние теории Фрейда на собственное творчество (в предисловии к роману Фрейд обозначен как *Vienese Quack* [Nabokov 1990: 11]), использует игровой потенциал мотива сновидений, чтобы обозначить авторское присутствие, своеобразную маску автора: *someone in the know* [Nabokov 1990: 64], *some intruder* [Там же], *some anthropomorphic deity* [Nabokov 1990: 147].

Закодированное сообщение о творимости изображенного мира (peculiar code message) поддерживается лексическими единицами, принадлежащими к полю театральности: *producers, stagehands, setting, plays, a show* [Nabokov 1990: 63—64].

Знаки вымышленности становятся все более многочисленными к концу романа, по мере усиления абсурдности и трагичности происходящего в изображенном мире. Повествователь «обнажено» демонстрирует «режиссерские» функции: (1) *Paduk, clothed from carbuncle to bunion in field grey, stood with his hands behind his back and his back to the reader. He stood, thus oriented and clothed, before a bleak French window* [Nabokov 1990: 142]. (2) *As his thoughts took a different course, he changed the position of the pencil: he now held it by the end, horizontally, rolling it slightly between the finger and thumb... It is not a difficult part but still the actor must be careful not to overdo what Graaf somewhere calls "villainous deliberation"* [Nabokov 1990: 148]. (3) *The seedy tyrant or the president of the State, or the dictator, or whoever he was — the man Paduk in a word, the Toad in another — did hand my favorite character a mysterious batch of neatly typed pages. The actor playing the recipient should be taught not to look at his hand while he takes the papers very slowly (keeping those lateral lower-jaw muscles in movement, please) but to stare straight at the giver: in short, look at the giver first, then lower your eyes to the gift* [Nabokov 1990: 151]. Из «реальных» в фикциональном мире персонажей действующие лица превращаются в роли, куклы, «живые словоформы», «my whims and megrims» [Nabokov 1990: 8].

Такая резкая смена прагматического фокуса достигается конвергенцией стилистических приемов: в первом фрагменте (1) «эффект театральности» достигается при помощи лексического повтор-подхвата (*his hands behind his back and his back to reader*), неожиданным результатом которого становится превращение эмпирического читателя в зрителя. Это впечатление усиливается при повторном указании на пространственную позицию Падука (синтаксический повтор, поддерживаемый повтором лексемы *clothed*). Превращение Падука из ужасного диктатора в жалкую куклу, «роль», осуществляется также при помощи иронического употребления медицинских терминов (*carbuncle, bunion*), содержащих сему боли: *Bunion — A painful, inflamed swelling of the bursa at the first joint of the big toe* [AHD]; *carbuncle — A painful, localized, pus-producing bacterial infection of the skin* [AHD].

Во втором фрагменте (2) эффект «остранения» достигается внезапным переходом от эпического прошедшего времени, типичного для объективированного повествования, к настоящему

комментирующему в сочетании с лексическими единицами *a part, the actor, to overdo*, указывающими на неподлинность, фикциональность изображенного. Эпитет «villainous» однозначно указывает на театральное амплуа Падука («злодей»).

В третьем фрагменте (3) за, казалось бы, достаточном конвенциональным обозначением «my favorite character» следует режиссерская ремарка (the actor playing the recipient...), превращающая данный микротекст в «инсценированный дискурс». Парантетическая конструкция в сочетании с употреблением императивных форм *look, lower* создает эффект перцептуального времени и пространства, в которых происходит реальная коммуникация между автором и читателями. Рефлексивная игра позволяет автору применить механизм очуждения, который Брехт использовал в театре, настаивая на том, что зрители находятся в театре и наблюдают за актерами, а не становятся «свидетелями жизни» [Miller 2002: 24]. Точно так же Набоков допускает прорывы «креативной рамки» [Левин 1998], позволяющие читателям, с одной стороны, эмоционально дистанцироваться от процессов изображенной коммуникации, с другой — стать соучастниками интеллектуальной игры в творение вымышленного мира.

Пространственная модель «Bend Sinister» характеризуется биспациальностью (двоемирием), выражающейся через эксплицитное сопоставление двух миров — сотворенного и творящего. Чудовищная реальность творимого «автором» мира теряет самодовлеющий характер, оказываясь продуктом авторского воображения. Размыкание внутреннего пространства текста (Tm) в более широкий мир «текстовой реальности» (TRe1) становится носителем катарсиса [см. Левин 1998], причем эксплицитно вымышленный мир предстает как мир игровой, театрализованный, при этом его описание не лишается полностью трагического звучания: *Unnumbered scene (belonging to one of the last acts, anyway): the spacious waiting room of a fashionable prison. Cute little model of guillotine (with stiff tophatted doll in attendance) under glass bell on mantelpiece. Oil pictures dealing darkly with various religious subjects* [Nabokov 1990: 214].

«Маска автора», ведущая повествование с позиции «объективированного» наблюдателя, трансформирует творимый мир в «пьесу абсурда»: коммуникативно-речевая форма описания стилизуется под ремарки драматурга, описывающего место действия одного из последних актов трагедии (используются распространенные номинативные предложения). Возникает игровая ситуация, в которой персонажи преобразуются в роли.

Прочитанный микротекст насыщен лингвостилистическими средствами, создающими атмосферу ужаса и «черной комедии» одновременно: оксюморонное сочетание «a fashionable prison»; оценочное прилагательное «cute», описывающее модель гильотины (cute: 1. delightfully pretty or dainty [AND]), парантеза, вводящая образ «куклы-палача»; лексическая единица «darkly», имплицитно указывающая на самые мрачные библейские сюжеты. Образ тюрьмы становится одним из важнейших образов романа, символом абсурда, хаоса и трагедии.

«Творящий мир», представленный маской «антропоморфного божества», пространство творче-

ского воображения, репрезентируется в романе как единственная текстовая «реальность»:

It was at that moment, just after Krug had fallen through the bottom of a confused dream and sat up on the straw with a gasp — and just before his reality, his remembered hideous misfortune could pounce upon him — it was then that I felt a pang of pity for Adam and slid towards him along an inclined beam of pale light — causing instantaneous madness, but at least saving him.

With a smile of infinite relief on his tear-stained face, Krug lay back on the straw. In the limpid darkness he lay, amazed and happy, and listened to the usual nocturnal sounds, peculiar to great prisons; the occasional akh-kha, kha-akha yawn of a guard, ...the pattering sound made by the excrementa of bats, the cautious crackling of a page which had been viciously crumpled and thrown into the wastebasket and was making a pitiful effort to uncrumple itself and live just a little longer [Nabokov 1990: 233—234].

Впервые в романе Набоков представляет мир «Bend Sinister» как эксплицитно биспациальный, обнаженно демонстрируя власть творца: романное «Я», образ демиурга, творящего вымышленную реальность, реальность Круга, проявляет милосердие по отношению к протагонисту творимого мира. Субъективно-оценочная модальность первой части фрагмента выражается при помощи разнообразных языковых средств: доминированием эмотивной лексики (концепты «страдание», «жалость»), инверсией и параллельными синтаксическими конструкциями, выдвигающими в прагматический фокус микротекста «авторское измерение», тему творчества. Неожиданный игровой эффект создается соположением двух миров — творящего и творимого, — осуществляемым через Круга как «рефлектора»: среди звуков тюрьмы он различает звук скомканной страницы, выбрасываемой в корзину для бумаг. Читатель становится свидетелем актуализации некоего «зеркального эффекта», наблюдая одновременно и за творящим, и за творимыми мирами.

«Творящий мир» репрезентируется при помощи стилистического приема олицетворения: страница рукописи «оживает на наших глазах (a page... was making a pitiful effort to uncrumple itself and live just a little longer), имплицитно указывая читателям на приближение развязки, окончание «игры» и на эмоционально окрашенный напряженный процесс творчества (лексема *viciously* в сочетании с глаголом *crumple*).

Интеллектуальная игра с читателями в творение изображенного мира осуществляется Набоковым в его типичной виртуозной манере, с использованием языковых ресурсов всех уровней: фонетическое оформление «обычных» звуков в тюрьме включает звукоподражательные эффекты и аллитерацию (cautions crackling), использование неологизма (uncrumple), латинского варианта множественного числа (лексема *excrement*). Ирония «маски автора» проявляется сразу на нескольких уровнях текста, создавая эффект остранения; ироническое употребление эпитета *nocturnal* для описания тюремных звуков, в частности действий летучих мышей, ироническое же описание «обычного» (usual) звука шелеста страницы из «друго-

го» мира усиливают ощущение «сделанности» изображенной сцены в тюрьме, в то же время заставляя читателя задуматься, действительно ли Круг слышал «потусторонний» шорох бумаги.

Окончание романа подводит читателей к осознанию в полной мере последних слов из предисловия, написанного Набоковым в 1963 г.: «Круг возвращается в лоно своего творца» («Krug returns unto the bosom of his maker»). Последние страницы романа эксплицитно репрезентируют коммуникативно-творческую стратегию В. Набокова, в основе которой лежит игровая установка на биспациализацию мира произведения, придающая тексту глубину и отражающая концепцию всего произведения:

He saw the Toad crouching at the foot of the wall, shaking, dissolving, speeding up his shrill incantations, protecting his dimming face with his transparent arm, and Krug ran towards him, and just a fraction of an instant before another and better bullet hit him, he shouted again: You, you — and the wall vanished, like a rapidly withdrawn slide, and I stretched myself and got up from among the chaos of written and rewritten pages, to investigate the sudden twang that something had made in striking the wire netting of my window...

Well, that was all. The various parts of my comparative paradise — the bedside lamp, the sleeping tablets, the glass of milk — looked with perfect submission into my eyes. I knew that the immortality I had conferred on the poor fellow was a slippery sophism, a play upon words. But the very last lap of this life had been happy and it had been proven to him that death was but the question of style...

Across the lane, two windows only were still alive. In one, the shadow of an arm was combing invisible hair; or perhaps it was a movement of branches; the other was crossed by the slanting black trunk of a poplar. The shredded ray of a streetlamp brought out a bright green section of wet boxhedge. I could also distinguish the glint of a special puddle (the one Krug had somehow perceived through the layer of his own life), an oblong puddle invariably acquiring the same form after every shower because of the constant spatulate shape of a depression in the ground. Possibly something of the kind may be said to occur in regard to the imprint we leave in the intimate texture of space. Twang. A good night for mothing [Nabokov 1990: 240—241].

Тонкая стилистическая игра членением пространства художественного текста, доминирование «авторского» подпространства над изображенным миром намеренно обнажаются в конце романа, позволяя читателям приблизиться к пониманию философского смысла произведения, стать неотъемлемой частью общего замысла Набокова: последние строки романа, содержащие местоимение «we» в обобщающем значении, провозглашают власть творческих способностей человека, оставляющего свой неповторимый «след» в пространстве и времени.

Тема или, скорее, метатема творчества реализуется в данном фрагменте при помощи конвергенции стилистических приемов. «Сотворенный» мир представлен как конструкт авторского воображения, как «игра воображения», «игра в вымысел», в которой задействованы творец («Я»)

и читатели: лексемы *dissolving, dimming, transparent* превращаются в контекстуальные синонимы, указывающие на «эфемерность» вымышленного мира. Стилистический прием сравнения (like a rapidly withdrawn slide) создает «кинематографический эффект», трансформирующей тюремную стену в границу игровой площадки, отделяющую «реальный мир» от вымышленного. Использование приемов полисиндетона и ретардации приводит к выдвигению образа творца, воплощающего единственную текстовую реальность.

Семантическая связность текста осуществляется при помощи 1) лексического повтора тематической единицы «page» (a chaos of written and rewritten pages), превращающей тему творения вымышленного мира в центральную тему романа, что позволяет представить «сотворенный мир» одновременно и как серьезный, и как игровой, 2) дистанцированного повтора лексических единиц *two windows, branches, poplar, street lamp, a puddle*, который актуализирует авторскую игру с пространственными отношениями в романе: возникает полифонизм пространства, поскольку пейзаж за окнами дома творца изображенного мира оказывается идентичным заочному пейзажу в начале романа.

Первые страницы ранее представлялись внутренним монологом Круга, протагониста творимого мира, воспринимающего окружающую его действительность (*An oblong puddle inset in the coarse asphalt... November trees, poplars, I imagine, two of them growing straight out of the asphalt... [Nabokov 1990: 1—2]*). Читателю, снабженному в конце романа указанием «творца» (*a special puddle <the one Krug had somehow perceived through the layer of his life>*), приходится переинтерпретировать начало романа, так как «авторское» подпространство сливается с топосом Круга. Именно автор-творец преобразует свое «внероманное» окружение в мир вымысла, а свое Я — в «Я» персонажа [Левин 1998: 370].

Последнее предложение романа (*A good night for mothing*) имплицитно указывает на автобиографическое сходство автора-творца с реальным Набоковым, серьезным ученым-энтомологом, несколько иронически подчеркивая таинство индивидуального сознания, в концептуальной системе писателя имеющее приоритетное значение по сравнению с политическими событиями современности, какими бы трагическими и абсурдными они ни были.

ЛИТЕРАТУРА

Левин Ю. И. Избранные труды. Поэтика. Семиотика. — М.: ЯРК, 1998.

AHD = American Heritage Dictionary of the English Language. — 2011.

Bader Julia. Crystal Land: Artifice in Nabokov's English Novels. — Berkeley: Univ. of California Pr., 1972.

Boyd Brian. Vladimir Nabokov. The American Years. — Princeton: Princeton Univ. Pr., 1991.

Field Andrew. VN: The Life and Art of Vladimir Nabokov. — N. Y.: Crown, 1986.

Miller L. This Is a Headline for an Essay about Meta // The New York Times Magazine. — N. Y., 2002. P. 22—26.

Nabokov V. Bend Sinister. — N. Y.: Vintage International, 1990.

Статью рекомендует к публикации канд. филол. наук, проф. М. Б. Ворошилова

К. М. Шилихина
Воронеж, Россия

K. M. Shilikhina
Voronezh, Russia

ИРОНИЯ В ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИАЛОГЕ

IRONY IN POLITICAL DIALOGUE

Аннотация. Демонстрируется, как организуются взаимоотношения между участниками политического диалога с помощью вербальной иронии. Рассматриваются два источника иронии: дискурс тех, кто находится у власти, и «встречный» дискурс аудитории. Поскольку все основные свойства политической коммуникации в наиболее явном виде реализуются в публичном диалогическом общении, материалом исследования послужили стенограммы пресс- и интернет-конференций, а также записи микроблогов ведущих российских политиков.

Abstract. The aim of the article is to demonstrate the role of verbal irony in the construction of relationship between the participants of political discourse. There are two potential sources of irony – the politicians' discourse and the discourse of the audience, which now contributes to political dialogue via Internet. Transcripts of press-conferences and Internet conferences illustrate how irony functions in a public political dialogue.

Ключевые слова: политический дискурс; вербальная ирония; непрямая коммуникация; диалог; компьютерно-опосредованная коммуникация.

Key words: political discourse; verbal irony; indirect communication; dialogue; computer-mediated communication.

Сведения об авторе: Шилихина Ксения Михайловна, кандидат филологических наук, доцент, докторант кафедры теории перевода и межкультурной коммуникации.

About the author: Shilikhina Ksenia Mikhailovna, Candidate of Philology, Post-doctoral Researcher, Department of Translation and Intercultural Communication.

Place of employment: Voronezh State University.

Место работы: Воронежский государственный университет.

Контактная информация: 394006, Воронеж, Университетская пл., 1.
e-mail: shilikhina@gmail.com.

Политический дискурс как специфическая сфера коммуникации, его структура и особенности стали объектом подробного лингвистического анализа относительно недавно [Чудинов 2006; Wilson 2003; Joseph 2006]. Тем не менее основные характеристики политической коммуникации описаны достаточно хорошо [Демьянков 2002; Шейгал 2004; Чудинов 2006]. Лингвистический анализ языка политики — это, по сути, выявление способов манипуляции языковыми знаками для достижения определенных политических целей. Неудивительно, что среди языковых средств организации политической коммуникации особое место занимает метафора — особенностям ее использования и методам ее описания посвящены многочисленные исследования [Lakoff 2002; Будаев, Чудинов 2007; Кобозева 2010]. Ирония в этом смысле — менее популярный объект исследования в политической лингвистике, хотя ее прагматический потенциал в плане воздействия и манипулирования собеседником/читателем давно отмечается исследователями: «То, что ирония может использоваться в качестве оружия, было известно всегда: публичное унижение и сатирическая острота имеют свои естественные следствия даже в том, как критики укрепляют свою власть над текстами (и особенно над невосприимчивыми читателями) через приписывание текстам иронии» [Hutcheon 1995: 9—10; перевод мой — К. Ш.].

Возможность использования иронии для воздействия на оппонентов и аудиторию определяется в первую очередь состязательностью (агональностью) политического дискурса. Именно это свойство в значительной степени диктует выбор языковых средств для наиболее эффективного воздействия на аудиторию. Ср. мнение В. З. Демьянкова: «...политический дискурс, чтобы быть эффективным, должен строиться в соответ-

ствии с определенными требованиями военных действий» [Демьянков 2002: 41]. Военная метафора характеризует политический дискурс самым оптимальным образом: коммуникативные действия описываются в терминах стратегий и тактик, а язык приобретает статус достаточно специфического инструмента — оружия.

Вербальная ирония получила статус инструмента воздействия на собеседника в рамках риторики: традиция выражения иронического отношения к оппоненту и его мнению в споре была заложена еще в античности. Как правило, исследователи связывают искусство использования иронии в политических целях с фигурой Сократа [Markovits 2004].

Во 2-й пол. XX в. «инструментальное» отношение к иронии стало объектом критики, поскольку многие случаи иронической коммуникации при таком подходе не попадают под традиционное определение, остаются «за бортом». Недостаточная объяснительная сила традиционной риторической трактовки иронии стала толчком к развитию многочисленных теорий вербальной иронии [Verbal Irony 2007], однако до сих пор исследователям не удалось выработать общепризнанного определения этого явления. Лингвисты и философы языка обращают внимание на невозможность однозначной дефиниции иронии, поскольку ее проявления в дискурсе весьма разнообразны.

Решением проблемы определения иронии может стать ее более широкая трактовка как *дискурсивной практики*, т. е. целенаправленного использования языковых средств не только для передачи смысла, но и для трансляции определенных социальных отношений (ср. сосредоточенное на лингвистической составляющей определение дискурсивной практики у А. Н. Баранова: «Под дискурсивной практикой понимаются тенденции в

использовании близких по функции, альтернативных языковых средств выражения определенного смысла» [Баранов 2001: 246]). Понятие *дискурсивная практика* используется по аналогии с термином *социальная практика*, обозначающим регулярные действия, которые осуществляются в соответствии с существующими социальными нормами [Bloor & Bloor 2007]. Дискурсивная практика — это частный случай практики социальной, поскольку состоит только в речевых действиях. При этом дискурсивная практика обладает несколькими важными свойствами: во-первых, она не зависит от сферы коммуникации, т. е. потенциально может использоваться не только в политическом дискурсе, но и в других сферах деятельности человека; во-вторых, дискурсивная практика предполагает наличие определенных ролей у участников общения. Применительно к иронии обязательны роли инициатора иронии, адресата иронического высказывания/текста, а также объекта (жертвы) иронического отношения [Шилихина 2011]. Есть еще одна причина считать иронию не риторическим тропом, а дискурсивной практикой, — невозможность «привязать» иронию к конкретному уровню языка, поскольку создать иронию в дискурсе можно самыми разными способами — от интонации до специфической синтаксической организации высказывания и, шире, логико-семантических отношений между клаузами внутри текста. Таким образом, понятие дискурсивной практики оказывается удобным по нескольким причинам: оно позволяет описывать разнородные по форме проявления иронии как речевые действия, направленные на создание сходных семантических и прагматических смыслов.

ПРЯМЫЕ И КОСВЕННЫЕ СПОСОБЫ ВЫРАЖЕНИЯ ИДЕЙ В ПОЛИТИЧЕСКОЙ КОММУНИКАЦИИ

Чтобы понять, какое место занимает дискурсивная практика иронии в современном политическом дискурсе, необходимо обратиться к проблеме соотношения прямых и косвенных способов коммуникации. Принято считать, что дискурс политиков отличается неопределенностью. Неопределенность предполагает возможность нескольких способов интерпретации высказывания, а значит, таит в себе опасность обмана. На это обстоятельство обращали внимание еще античные политики, для которых прямая коммуникация была одной из основных норм политического дискурса [Markovits 2004].

Анализируя особенности современной политической коммуникации, Е. И. Шейгал пишет: «... неопределенность выступает в качестве специфического для политического (профессионального) подъязыка проявления эзотеричности. Политики, как никто другой, умеют уходить от прямого ответа на вопрос, умеют сказать много и при этом не сказать ничего. Специфика тайноречия в политическом дискурсе заключается не в языке политики как таковом, большинство знаков которого является широко известными, общедоступными для понимания, а в самом характере общения. Другими словами, эзотеричность политического дискурса — не семантическая, а прагматическая характеристика» [Шейгал 2001: 63].

Итак, в современном политическом дискурсе, в противовес античному, неопределенность стала нормой речевого поведения. При этом исследователи совершенно справедливо указывают на другую прагматическую потребность, противоречащую неопределенности, — необходимость быть понятым аудиторией. Представляется, что опытные политики умело сочетают эти два свойства — неопределенность и понятность, — переходя от общих фраз к прямым способам выражения мыслей. Иными словами, в официальном политическом дискурсе представители власти имеют возможность выбирать между прямыми и косвенными стратегиями воздействия на аудиторию.

Для различения прямых и косвенных способов общения лингвисты привлекают в первую очередь семантические критерии. Прямая коммуникация, в отличие от косвенной, обладает свойством однозначности и не требует от адресата дополнительных усилий для интерпретации сказанного [Чернявская 2006; Дементьев 2006]. Данный критерий, интуитивно понятный носителю языка, не учитывает фактора субъективности: там, где один коммуникант увидит единственный вариант интерпретации высказывания или текста, другие могут обнаружить два и более. Поэтому для различения прямой и непрямой коммуникации исследователи предлагают также и другие лингвосомиотические критерии. Например, В. В. Дементьев предлагает критерий, близкий формально-семантическому принципу композициональности: можно говорить о прямой коммуникации в тех случаях, когда «... в содержательной структуре высказывания смысл = значению, то есть план содержания высказывания, выражаемый значениями компонентов высказывания (слов, граммем и т. п.), зафиксированных в словаре, совпадает с итоговым коммуникативным смыслом» [Дементьев 2006: 7].

Очевидно, такой подход к прямой коммуникации — своеобразный «семантический идеал». В реальности совпадение смысла и значения высказывания — чрезвычайно редкое явление. По мнению К. Баха, прямая коммуникация, при всех ее достоинствах, хороша лишь в определенных обстоятельствах (например, при подписании делового соглашения или создании компьютерной программы). Гораздо чаще люди предпочитают не прямые способы выражения мыслей, оставляя собеседнику возможность додумать недосказанное [Bach 1994]. Поэтому четкое и однозначное разграничение прямой и непрямой коммуникации практически невозможно, вернее говорить о степени прямоты/косвенности коммуникации.

Как реализуются эти два способа общения в политическом дискурсе с учетом необходимости быть понятым и потребности сохранять неопределенность?

Представители власти предпочитают «доброе-совестные» способы коммуникации и прямые оценки событий в тех случаях, когда однозначность понимания высказывания является прагматическим приоритетом. В качестве примера приведем фрагмент из пресс-конференции В. В. Путина.

(1) Э. Мацкявичюс. *А вторая часть вопроса, Владимир Владимирович, по поводу того, что дома могут сами загореться.*

В. Путин. *Вторая часть — по поводу того, что могут, прямо скажем, поджигать дома, для того чтобы получить эти компенсации* [Разговор с Владимиром Путиным].

Данный диалог хорошо иллюстрирует стремление политика избегать расплывчатых формулировок, потенциально имеющих неограниченное количество интерпретаций (*дома могут сами загореться*), при этом используется маркер прямой коммуникации: *могут, прямо скажем, поджигать дома*. Такой выбор лексики соответствует стандарту речевого поведения премьер-министра в кризисной ситуации: прямая характеристика действий является максимально понятным для аудитории способом «упаковки» мысли.

Что касается не прямых способов коммуникации, дискурсивная практика иронии занимает среди них особое место [Кашкин, Шилихина 2009]. Коммуникативные преимущества дискурсивной практики иронии для политического дискурса очевидны: она апеллирует одновременно и к разуму (понимание иронии во многом опирается на механизм инференции), и к эмоциям адресатов. Неудивительно, что в современной политической коммуникации ирония используется всеми участниками: и теми, кто находится у власти, и теми, кому адресованы речи политиков. Возникновение «встречного потока» иронии (от аудитории к политическим деятелям) — это относительно новое явление в политической жизни, поскольку ирония аудитории реализуется преимущественно в интернет-коммуникации, например в режиме онлайн-конференций с представителями власти (примеры таких диалогов будут рассмотрены ниже).

Политическая коммуникация, как правило, анализируется в направлении «политик → аудитория», т. е. тем, на кого направлено воздействие, обычно отводится роль менее активная по сравнению с политическими лидерами. Поэтому наиболее популярный объект исследования в политической лингвистике — речевая деятельность представителей власти [Спиридовский 2006; Presidential Campaign Discourse 1995]. Менее популярен дискурс оппозиции [Синельникова 2010]. Наименьшее внимание уделяется коммуникативной деятельности, идущей в обратном направлении — от аудитории к политикам, и это объясняется тем, что до появления Интернета сбор информации о такой коммуникации был долгим и трудоемким. Сегодня Интернет стал именно той площадкой, где осуществляется такая коммуникация, и у лингвистов появилась возможность исследовать и эту важную составляющую политического дискурса.

Перейдем к непосредственному рассмотрению случаев использования иронии в политическом диалоге в двух направлениях: от политика к аудитории и от аудитории к политику. Цель нашего анализа — выявить, какой прагматический эффект может быть достигнут в обоих случаях. Начнем с примеров иронии в направлении «от политика к аудитории».

Ирония «от политика к аудитории»

В качестве примера того, как функционирует ирония в диалогическом общении политиков с аудиторией, рассмотрим два фрагмента. Пример

(2) — фрагмент стенограммы встречи Д. А. Медведева со студентами и преподавателями технических вузов 29 марта 2011 г. [Встреча Д. А. Медведева].

(2) Вопрос. *Добрый день, Дмитрий Анатольевич! Я представляю Московский энергетический институт. В прошлом году при поддержке Федеральной сетевой компании в нашем строительном отряде была организована работа на энергообъектах. Всем очень понравилось, ребята остались довольны.*

Д. Медведев. *Где Вы были-то?*

Реплика. *Я конкретно не была. Но я знаю, что...*

Д. Медведев. *Вот так. (Смех.)*

Реплика. *Я знаю, что ребята ездили по разным городам России, и, по-моему, планировалась еще поездка в Сочи на энергообъекты. Желающих становится все больше с каждым годом. И хотелось бы узнать, планируется ли поддержка строительного отряда другими компаниями, госкорпорациями, организациями какими-либо? Спасибо.*

Д. Медведев. *Спасибо. „Я, конечно, Пастернака не читал, но, как и все советские люди...“ Безусловно планируется. Я сам посещал в Сочи один из таких строительных отрядов. Там были, кстати, студенты из разных университетов. Может быть, кстати, и из вашего были, я уже сейчас не помню. И они строят довольно много объектов. Это очень полезно и для самих студентов, и для компаний. Хорошо, что этим занимается сетевая компания и другие энергетические корпорации этим занимаются.*

Ирония возникает за счет интертекстуальной отсылки к принятой в советском обществе модели поведения, предполагавшей коллективное публичное осуждение поэта или писателя людьми, не знакомыми с его творчеством. Ироническое упоминание этой практики — имплицитная оценка собеседника как некомпетентного в конкретном вопросе, отрицание его права на обсуждение выбранной темы. Характерно, что следующий коммуникативный шаг президента — сообщение необходимой информации, т. е. пример прямой коммуникации.

Пример (3) — фрагмент пресс-конференции Д. А. Медведева 18 мая 2011 г. [Пресс-конференция Д. А. Медведева]. Этот пример интересен тем, что ирония создается обоими участниками диалога.

(3) А. Туманов. *Для начала поблагодарить за то, что все-таки вызвали меня, потому что — если бы Вы знали, какие ставки заключаются, удастся ли мне опять задать вопрос! Удалось.*

Д. Медведев. *И при том, что мы с вами были на шести сотках, но мы об этом не договаривались.*

А. Туманов. *А я про это и хотел сказать. Вы в начале своего выступления говорили, что ездили по стране, брали с собой журналистов. Я хочу коллегам подтвердить, что ездил с Дмитрием Анатольевичем: Оренбургская область, Саратовская область, по сельхозрегионам. И мы заехали в садоводческое товарищество „Гвоздика“. У меня такая уникальная возможность*

была посмотреть на мир глазами Президента. Знаете, мне мир этот очень понравился, он был почти идеален. И я потом недели две отвыкал, меня даже два раза оштрафовали за то, что я на красный свет проехал.

Так вот, в товариществе „Гвоздика“ все было идеально, все прекрасно, но это же не так. Если мы сейчас проедем в любое садоводческое товарищество, миллион вопросов, тысячи вопросов. Люди фактически поражены в правах, то есть они немножко „недограждане“ нашей страны, они живут не по законам, даже не по Конституции — по понятиям, скорее. Так вот, меня всегда интересовало, если мне немножечко отвыкать пришлось, как Вы считаете, насколько Вы объективно видите картину мира?

Д. Медведев. Понятно, ну уже философские обобщения. **За тот период, пока Вы задаете на таких больших пресс-конференциях вопросы, Ваше восприятие жизни стало точно более философским.** Знаете, в отличие от Вас у меня не возникло ощущения, что в садоводческом товариществе „Гвоздика“ все идеально. У меня как раз возникли другие ощущения. Понятно, всегда, когда приезжает начальство, местные руководители стараются все залакировать. Это очевидно. В то же время по количеству проблем, которые даже там есть, это, в общем, вполне обычное товарищество, те же самые шесть соток, отсутствие, кстати сказать, газа на тот период.

Коммуникативные действия журналиста и президента в приведенном выше фрагменте наглядно демонстрируют агональность политического дискурса. Оба участника используют иронию: первая пара реплик — контактоустанавливающие: журналист задает игровой тон общения и посылает первый сигнал о своем предыдущем опыте участия в подобных пресс-конференциях (*опять задать вопрос*). В ответной реплике президент также упоминает факт знакомства с журналистом, однако его цель другая — сблизить изначально неравные коммуникативные позиции и быть признанным «своим» в данной аудитории.

Далее о своем опыте общения с президентом снова говорит журналист (*Я хочу коллегам подтвердить, что ездил с Дмитрием Анатольевичем*), повышая собственный престиж и авторитетность в глазах коллег. Это позволяет ему «примерить на себя» роль главы государства (*У меня такая уникальная возможность была посмотреть на мир глазами Президента. Знаете, мне мир этот очень понравился, он был почти идеален*). В ответной реплике политик иронично напоминает собеседнику о его реальной роли в диалоге (*За тот период, пока Вы задаете на таких больших пресс-конференциях вопросы...*). В результате диалог превращается в состязание, инициированное журналистом.

С какой целью каждый из участников диалога использует иронию? Ирония журналиста — это своеобразная провокация, проверка президента «на прочность». У политика ситуация более сложная: с одной стороны, аудитория ожидает от него прямых речевых действий, с другой — ирония журналиста вынуждает президента тоже исполь-

зовать не прямые способы коммуникации. Поэтому ответная ирония президента — в первую очередь «перехват» коммуникативной инициативы, кроме того, сигнал, указывающий, что интенция журналиста понята правильно. Такой сигнал в политическом дискурсе необходим, чтобы «сохранить лицо» перед аудиторией, считаться «своим» в противовес «чужим», которые могут не понять иронии.

ИРОНИЯ «ОТ АУДИТОРИИ К ПОЛИТИКУ»

Выше мы уже упоминали, что в политическом дискурсе существует «встречный поток»: инициатором иронической коммуникации выступает аудитория в лице отдельных представителей или как в виде обезличенного «коллективного говорящего». В отличие от политиков, у которых есть доступ к различным информационным ресурсам, простые граждане используют компьютерно-опосредованную коммуникацию для инициирования политического диалога.

В лингвистике сложилась традиция анализа интернет-коммуникации прежде всего с точки зрения общих технических возможностей, поскольку они определяют потенциальный перечень тех или иных коммуникативных действий [см., напр.: Щипицина 2009]. В данной статье мы сознательно отказались от обращения к технологической составляющей, поскольку вряд ли она оказывает серьезное влияние на выражение иронической интенции. Отметим только особенности подобного «режима» общения, которые позволяют (или, наоборот, запрещают) ее участникам определенные речевые действия:

- гибкий, динамичный характер взаимодействия участников компьютерно-опосредованной коммуникации;
- возможность «сконструировать» виртуальную личность коммуниканта;
- отсутствие непосредственного контакта между участниками общения (именно это свойство отражено в названии *компьютерно-опосредованная коммуникация*);
- возможность подключения неограниченного количества участников к диалогу;
- речевые произведения автоматически становятся частью гипертекста и могут воспроизводиться неограниченное количество раз в других текстах.

Чтобы проиллюстрировать иронический дискурс в направлении «от аудитории к политику», проанализируем два примера: вопросы к спикеру Государственной думы РФ Б. В. Грызлову и также записи микроблога «Перзидента Роисси». В первом случае вопросы собирались заранее для виртуальной пресс-конференции на сайте «www.gazeta.ru». В случае с микроблогом «Persident.ru» у него есть конкретные авторы.

Вопросы к Б. В. Грызлову интересны в первую очередь тем, что политический дискурс инициирован «коллективным говорящим». Взятые в совокупности, вопросы образуют общий текст, у которого нет единого автора. Список вопросов создавался разными людьми, идентичность которых скрыта, кроме того, вариативность параметров (возраст, пол, образование и др.), скорее всего, настолько велика, что не может быть учтена как

фактор, влияющий на речевую деятельность (проявления идентичности пишущих при таких условиях коммуникации минимальны). Можно говорить о минимальной степени эксплицитности личностей коммуникантов. Соответственно, ирония в данном тексте не зависит от индивидуально-личностных характеристик писавших. Кроме того, перед нами случай «чистой» вербальной иронии: поскольку мы имеем дело с письменной коммуникацией, у авторов не было возможности прибегать к интонационным сигналам иронии, жестам, мимике и др.

Ниже приведено несколько вопросов.

(4) *Как вы считаете, эффективно ли работает система государственного управления в России, если для того, чтобы начать адекватное расследование любого резонансного преступления, необходимо личное вмешательство Премьер-министра или Президента? Успевают ли эти уважаемые люди спать, есть и ходить в туалет, если им приходится вручную руководить чуть ли не майорами и лейтенантами?* (Юрий)

(5) *Как здоровье: ваше и других руководителей ЕР? Можно ли надеяться на ваш скорый уход?* (Денис)

(6) *Борис Вячеславович, а Вам власти хватает?* (Виктор)

(7) *Как вы считаете, нужно ли выполнять предвыборные обещания?* (Петя)

Ирония, содержащаяся в большинстве вопросов, — это яркий пример не прямой коммуникации: хотя высказывания формально выглядят как вопросы, их авторы не заинтересованы в получении конкретной информации. Большинство вопросов являются риторическими и не предполагают ответа, поскольку не содержат момента так называемого иллюкативного вынуждения [Баранов, Крейдлин 1992]. По сути, это завуалированное выражение негативной оценки деятельности конкретного политика и партии. Складывается ситуация, при которой граждане сознательно игнорируют воз-

можность получить необходимую информацию; вместо этого авторы вопросов имплицитно выражают негативное отношение к собеседнику. Ирония выполняет двоякую функцию: с одной стороны, она позволяет привлечь к себе внимание (действительно, многие вопросы были процитированы и прокомментированы интернет-пользователями на других сайтах), с другой — такое коллективное некооперативное речевое поведение может быть интерпретировано как отказ от участия в реальном политическом диалоге.

Еще один пример иронии «снизу вверх» — Твиттер «Перзидента Роисси» (<http://twitter.com/#!/KermlinRussia>). Это микроблог, авторы которого предпочитают не называть своих имен. Поэтому можно сказать, что Перзидент — это и есть пример «сконструированной» виртуальной личности. Цитируем некоторые записи:

(8) *Чтобы удвоить подушевой ВВП, нам потребуется вдвое сократить население.*

(9) *В словосочетании „свобода выбора“ нам очень не нравятся два слова.*

(10) *В „Справедливой России“ прочитали в словаре, что значит слово „справедливая“ и поняли, что им не подходит это название.*

(11) *По „Первому каналу“ сказали, что Константину Эрнсту исполнилось 50 лет. Думаю, этой новости можно верить.*

Твиттер «Перзидента Роисси» — это пародийная имитация неформального политического дискурса Д. А. Медведева. Записи президентского микроблога (<http://twitter.com/#!/medvedevrussia>) — пример «добросовестной» коммуникации, соответствующей прагматическому идеалу принципа кооперации Г. П. Грайса [Grice 1989]:

(12) *Пензенские предприниматели правы: успех страны невозможен без уважения к бизнесу.*

(13) *Теперь день рождения Александра Пушкина — День русского языка. Говорите правильно — и не только 6 июня.*

Часто записи Твиттера «Перзидента» открыто пародируют записи Д. А. Медведева.

Твиттер Президента РФ	Твиттер Перзидента Роисси
<i>Был на концерте Элтона Джона. Очень серьезная, качественная работа — почти три часа живой музыки.</i>	<i>Был на концерте Элтона Джона. Серьезная, качественная работа — он не только поет на английском, но и играет на рояле всеми пальцами.</i>
<i>Всех поздравляю с Днем Конституции. Конституция определяет, что все мы ответственны за судьбу нашей страны. Об этом надо помнить всегда.</i>	<i>Всех поздравляю с Днем Конституции. Конституция — это тоненькая книжечка, которую никто особо не читает. Об этом надо помнить всегда.</i>
<i>Ура! Победа! Мы принимаем Чемпионат-2018! Теперь нужно как следует готовиться к проведению ЧМ. И, конечно, достойно выступить.</i>	<i>Ура! Победа! Мы принимаем Чемпионат-2018! Теперь у меня будет свой «Футболстрой», с бюджетом и откатами!</i>
<i>«Белое море» в Дзержинске — кладбище химических отходов. Будем решать экологические проблемы в нашей стране.</i>	<i>«Белое море» в Дзержинске — кладбище химических отходов. Будем решать, куда пойти ужинать — в Татлер или Пушкин.</i>

Записи президентского микроблога имеют единую схему с четким теморематическим членением: в первой части обозначается тема сообщения (как правило, называется конкретная социально-политическая проблема или событие). Вторая часть записи — это рема, в которой либо выражается отношение к событию, либо предла-

гаются конкретные действия по решению проблемы.

По аналогичной схеме строятся записи Твиттера «Перзидента», с той только разницей, что между первой и второй частью нарушены логико-семантические связи (экологическая проблема никак не связана с выбором дорогого ресторана).

Если связь между темой и ремой все же сохраняется, то, как правило, иронический эффект возникает в результате нарушения социальных норм: Перзидент открыто радуется возможности создания новых коррупционных схем при подготовке чемпионата мира по футболу или признает правовой нигилизм (никто не читает Конституцию) нормальным положением дел.

Записи в Твиттере «Перзидента Роисси» показывают, что уровень доверия к прямой коммуникации главы государства невелик: доведение точки зрения политика до абсурда — еще один пример того, как аудитория с помощью иронии отказывается от участия в политической коммуникации.

Ирония в политической коммуникации можно сравнить с приправой, придающей блюду остроту. В политическом диалоге эта дискурсивная практика создает напряжение, поскольку позволяет имплицитно выражать мнение о существующих порядках и социальных ценностях, демонстрировать негативное отношение к оппоненту. Помимо этого, ирония является проявлением конкуренции социальных и коммуникативных позиций участников политического дискурса. Снова обращаясь к военной метафоре, можно сказать, что ироничное отношение к идеям оппонента — это кратчайший способ «обезоружить» соперника. Победа над конкурентом — основная цель привлечения дискурсивной практики иронии, однако, как было показано выше, с ее помощью коммуникант может параллельно решать и другие коммуникативные задачи: устанавливать коммуникативную дистанцию, примерять на себя роль собеседника.

ЛИТЕРАТУРА

Баранов А. Н. Введение в прикладную лингвистику. — М. : Эдиториал УРСС, 2001.

Баранов А. Н., Крейдлин Г. Е. Иллокутивное вынуждение в структуре диалога // Вопросы языкознания. 1992. № 2. С. 84—99.

Будаев Э. В., Чудинов А. П. Методологические грани политической метафорологии // Политическая лингвистика. 2007. Вып. 1 (21). С. 22—31.

Дементьев В. В. Непрямая коммуникация. — М. : Гнозис, 2006.

Демьянков В. З. Политический дискурс как предмет политологической филологии // Политическая наука. Политический дискурс: история и современные исследования. — М., 2002. № 3. С. 32—43.

Кашкин В. Б., Шилихина К. М. Зима всегда приходит неожиданно (ирония в политической коммуникации) // Современная политическая лингвистика: проблемы, концепции, перспективы : сб. науч. тр. — Волгоград : Перемена, 2009. С. 291—301.

Кобозева И. М. Лексико-семантические заметки о метафоре в политическом дискурсе // Политическая лингвистика. 2010. № 2. С. 41—46.

Синельникова Л. Н. Коммуникативные модели оппозиционного политического дискурса // Политическая лингвистика. 2010. № 1 (31). С. 34—38.

Спиридовский О. В. Интертекстуальность президентского дискурса в США, Германии и Австрии // Политическая лингвистика. 2006. Вып. 20. С. 161—169.

Чернявская В. Е. Дискурс власти и власть дискурса: проблемы речевого воздействия : учеб. пособие. — М. : Флинта : Наука, 2006.

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

Шейгал Е. И. Власть как концепт и категория дискурса // Сб. эссе о социальной власти языка : коллект. моногр. / ВГУ. — Воронеж, 2001. С. 57—64.

Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса. — М. : Гнозис, 2004.

Шилихина К. М. Вербальная ирония: свойство текста или результат интерпретации? // Вестн. Твер. гос. ун-та. 2011. № 2. С. 80—85.

Щипицина Л. Ю. Компьютерно-опосредованная коммуникация. Лингвистические аспекты анализа. — М. : УРСС, 2010.

Bach K. Semantic Slack: What is said and More // Foundations of Speech Act Theory / ed. by L. Tsohatzidis. — L. : Routledge, 1994. P. 267—291.

Bloor M., Bloor T. The Practice of Critical Discourse Analysis. An Introduction. — L. : Hodder Arnold, 2007.

Day A. Satire and Dissent: Interventions in Contemporary Political Debate. — Indiana Univ. Pr., 2011.

Grice H. P. Studies in the Way of Words. — Cambridge, Mass. : Harvard University Press, 1989.

Hutcheon L. Irony's Edge. The Theory and Politics of Irony. — N. Y. : Routledge, 1995.

Joseph J. E. Language and Politics. — Edinburgh : Edinburgh Univ. Pr., 2006.

Lakoff G. Moral Politics: How Liberals and Conservatives Think. — Chicago : Univ. of Chicago Pr., 2002.

Markovits E. Well-Spoken: Frank Speech, Irony, and the Art of Politics in the Gorgias : paper presented at the annual meeting of the The Midwest Political Science Association, Palmer House Hilton, Chicago, Illinois, Apr 15, 2004. URL: http://www.allacademic.com/meta/p84011_index.html.

Presidential Campaign Discourse. Strategic Communication Problems / ed. by K. Kendall. — N. Y. : SUNY Pr., 1995.

Verbal Irony: A Cognitive Science Reader / ed. by R. Gibbs, H. L. Colston. — 2007.

Wilson J. Political Discourse // The Handbook of Discourse Analysis / ed. by D. Schiffrin, D. Tannen & H. E. Hamilton. — Oxford : Blackwell Publishing, 2003. P. 398—416.

ИСТОЧНИКИ

Встреча Д. А. Медведева со студентами и преподавателями технических вузов 29 мар. 2011 г. URL: <http://news.kremlin.ru/news/10759> (дата обращения: 14.07.2011).

Вопросы к спикеру Государственной Думы Российской Федерации Б. В. Грызлову. URL: <http://www.gazeta.ru/interview/nm/s3337459.shtml?allq100> (дата обращения: 12.10.2010).

Пресс-конференция Д. А. Медведева 18 мая 2011 г. URL: <http://news.kremlin.ru/transcripts/11259/work> (дата обращения: 14.07.2011).

Разговор с Владимиром Путиным. Продолжение : спец. программа. URL: <http://premier.gov.ru/events/news/13427/> (дата обращения: 12.07.2011).

Твиттер Президента РФ Д. А. Медведева. URL: <http://twitter.com/#!/medvedevrussia> (дата обращения: 15.07.2011).

Твиттер «Перзидента Роисси». URL: <http://twitter.com/#!/KermlinRussia> (дата обращения: 15.07.2011).

Статью рекомендует к публикации д-р филол. наук, проф. А. П. Чудинов

РАЗДЕЛ 3. ЯЗЫК — ПОЛИТИКА — КУЛЬТУРА

УДК 81'27:008

ББК Ш100.3

ГСНТИ 16.21.33; 16.21.29

Т. Н. Герасина
А. М. Погорелко
Уфа, Россия

Код ВАК 10.02.20

T. N. Gerasina
A. M. Pogorelko
Ufa, Russia

МЕТАФОРИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА КАК ПРОДУКТ НАЦИОНАЛЬНОЙ КУЛЬТУРЫ

Аннотация. Статья посвящена исследованию культуроспецифичных ассоциаций, получивших отражение в значениях русских и английских метафор экономического кризиса. Цель исследования — построение иерархии метафорических образов кризиса на основе частотности их употребления в политико-экономическом дискурсе и последующее сравнение приоритетных моделей с точки зрения их соответствия определенным культурным особенностям русского и американского общественного сознания.

Ключевые слова: экономический кризис; метафорическая модель; политический дискурс; лингвокультурология.

Сведения об авторе: Герасина Татьяна Николаевна, старший преподаватель кафедры общеобразовательных и профессиональных дисциплин.

Место работы: Уфимский институт путей сообщения.

Контактная информация: 450014, Башкортостан, г. Уфа, ул. Ухтомского, дом 33.

Сведения об авторе: Погорелко Александр Михайлович, кандидат филологических наук, доцент кафедры межкультурной коммуникации и перевода.

Место работы: Башкирский государственный университет.

Контактная информация: 450074, г. Уфа, ул. Коммунистическая, 19 к. 8.
e-mail: Pogorelkoam@rambler.ru.

METAPHORIC ECONOMIC CRISIS MODEL AS A PRODUCT OF NATIONAL CULTURE

Abstract. The article is devoted to the study of cultural associations reflected in the meanings of Russian and English economic crisis metaphors. The aim of the research consisted in making up a hierarchy of metaphoric crisis images in accordance with their frequency of occurrence in the analysed political and economic texts and correlating the revealed models with certain peculiarities of Russian and American cultural mentalities.

Key words: economic crisis; metaphoric model; political discourse; cultural linguistics.

About the author: Gerasina Tatyana Nikolayevna, Senior Lecturer, Chair of General and Professional Education.

Place of employment: Ufa Railway Institute.

About the author: Pogorelko Alexander Mikhailovich, Candidate of Philology, Assistant Professor of Intercultural Communication and Translation Chair.

Place of employment: Bashkir State University.

Как известно, характерной особенностью современной лингвистики является тенденция к взаимодействию различных направлений науки о языке, к выходу за пределы узкой специализации путем синтеза и заимствования методологии и результатов других гуманитарных дисциплин. Вполне естественно, что побочным результатом такого взаимодействия может быть как некоторая эклектичность исследовательских построений, так и искажение исходных методов и понятийных инструментов анализа в «поле тяготения» новой предметной области. Однако подобного рода недостатки в большинстве случаев с лихвой компенсируются широтой угла зрения на изучаемое сложное явление, возможностью выявить новые или латентные связи внутри исследуемого объекта, принадлежащего одновременно миру языка, индивидуального сознания и общенациональной культуры. Примером такого перспективного содружества языковых дисциплин может служить взаимодействие политической лингвистики и лингвокультурологии. Примечательно, что обе дисциплины и сами возникли как пограничные области исследований, поэтому синтез знаний и поиск взаимосвязей между элементами разных систем для них очень органичны. Поставим перед собой задачу осветить только один, частный аспект такого взаимодействия, заключающийся в описании национально-культурной специ-

фики метафор политического дискурса, на примере метафорических моделей экономического кризиса в отечественной и англо-американской культурах.

Как отмечает А. П. Чудинов, «важная задача политической лингвистики — исследовать многообразные взаимоотношения между языком, мышлением, коммуникацией, субъектами политической деятельности и политическим состоянием общества» [Чудинов 2003]. Лингвокультурология, в свою очередь, исходит из того, что «проводящей средой» этих взаимоотношений, пространством, в пределах которого реализуются эти взаимосвязи, выступает система выработанных данным обществом культурных установок. Следовательно, особый интерес будет представлять ответ на вопрос, в какой степени вырабатываемые участниками политической коммуникации когнитивно-языковые модели оказываются подвержены воздействию имплицитных культурных стереотипов, а также то, какую подсознательную интерпретацию такие модели могут вызывать у адресатов — носителей той же или чужой культуры.

Метафора как языковое воплощение сложных моделей мышления играет в политической коммуникации исключительно важную роль. Примечательно, что значимые функции метафоры работают независимо от того, используется метафора как продуманный элемент стратегии убеждения

или употребляется автоматически в качестве привычного стереотипа. В последнем случае просто увеличивается вероятность того, что языковое средство, закрепляющее за собой специфический образ мысли, поведет адресата не совсем туда, куда планировалось автором текста. По отношению к политической метафоре как нельзя более справедливыми представляются выводы Р. А. Блакара о том, что «выбор выражений, осуществляемый отправителем сообщения, воздействует на понимание получателя. Даже если отправитель старается „выражаться объективно“, видно, что осуществляемый им выбор выражений структурирует и обуславливает представление, получаемое реципиентом... Произнеся одно-единственное слово, человек, как кажется, вынужден занять „позицию“ и „осуществлять воздействие“» [Блакар 1987: 89].

Особенности функционирования политических метафор привлекают к себе пристальное внимание лингвистов. Исследователи политической метафоры исходят из того, что для нее на первый план выходят эвристическая и аргументативная функции. Однако помимо этого, как указывает И. М. Кобозева, политическая метафора также выполняет функции, характерные именно для своего типа дискурса, в частности «прагматическую интерактивную функцию сглаживания наиболее опасных политических высказываний, затрагивающих спорные политические проблемы, минимизируя ответственность говорящего за возможную буквальную интерпретацию его слов адресатом» [Кобозева]. Когнитивный функциональный потенциал политической метафоры получает подробное описание у А. П. Чудинова, который выделяет такие разновидности ее когнитивной функции, как номинативно-оценочная, моделирующая, инструментальная и гипотетическая [Чудинов 2003]. Отметим, что для лингвокультурологического измерения проблемы наибольшую эвристическую ценность имеют моделирующая и инструментальная составляющие. Последняя, пишет автор, «способна „подсказывать“ решения, определять направление развития мысли, то есть выступает как своего рода инструмент мышления» [Там же]. Именно модель явления, заложенная культурой в концептуальное содержание слова, часто неосознанно актуализируется в сознании реципиента и тем самым направляет его мысль в область порождаемых этой моделью ассоциаций.

Значение метафоры как инструмента структурирования мышления особенно возрастает в период кризиса, причем в самых разных системах — и в науке, и в политике, и в экономике. Состояние кризиса этих систем неизбежно сопряжено с дезорганизацией структур сознания, и в этих условиях правильно выбранная модель кризисного состояния и сопряженных с ним явлений является залогом успешного решения проблемы. По словам А. П. Чудинова, «„метафорические бури“ обычно совпадают по времени с периодами политических потрясений» [Там же]. Современная политическая лингвистика доказывает справедливость этого положения результатами статистических исследований. Сходные закономерности, как показано, в частности, в работе Э. В. Будаева, проявляются и в российском, и в зарубежном по-

литическом дискурсе. Автор приводит в пример исследование К. де Ландсхеера и Д. Фертессена, которые сравнивали метафорику бельгийского предвыборного дискурса с метафорикой дискурса в периоды между выборами и обнаружили, что частотность метафор увеличивается в предвыборный период. Аналогичные результаты были получены А. Н. Барановым на материале политических метафор периода августовского кризиса 1998 г. (750 000 словоупотреблений). Анализ показал, что индекс метафоричности политического дискурса начал расти в преддверии августовского дефолта [Будаев: 89].

Интересно в связи с этим отметить, что вышеупомянутые зарубежные исследователи впоследствии даже разработали своеобразный математический аппарат для обработки статистических результатов изучения политических метафор. Смысл математических преобразований сводится к вычислению так называемого метафорического коэффициента, представляющего собой удельную величину как функцию переменных: частотности (F), интенсивности (I) и содержания (D). Критерием частотности (F) является употребление метафоры на каждые 100 слов. Интенсивность (I) вычисляется по формуле:

$$I = \frac{1w + 2n + 3s}{t}$$

, где w — количество «стертых» метафор, т. е. метафор, которые реализуют стандартные метафорические переносы значения; n — обычные конвенциональные метафоры, не зафиксированные как словарные значения, s — новые, креативные метафоры, t — общее количество метафор. Предполагается, что коэффициенты 1, 2, 3 позволяют учесть «силу метафоричности». Наконец, переменная содержания D вычисляется по формуле:

$$D = \frac{1p + 2n + 3po + 4d + 5sp + 6m}{t}$$

, где p — стертые метафоры, n — метафоры природы, po — политические и интеллектуальные метафоры, d — метафоры, относящиеся к смерти и стихийным бедствиям, sp — спортивные и игровые метафоры, m — метафоры болезни, t — общее количество метафор [Гаврилова]. Попытка рациональных европейских лингвистов облечь образное мышление политиков в жесткие рамки математических формул поражает воображение. К сожалению, остается загадкой, на каких «весах» следует взвесить разные типы метафор, чтобы получить точные численные значения коэффициентов, ответственных за совсем не математическое понятие «силы метафоричности». В целом алгебраические построения подобного рода невольно вызывают в памяти утопическую мечту Г. В. Лейбница «оцифровать» человеческий язык, с тем чтобы в идеале свести любой словесный спор к объективному численному сравнению доводов спорящих.

Экономический кризис при всех различиях своих проявлений в нашей стране и за рубежом представляет собой удобный объект для сравнения малоосознаваемых культурных установок, задействованных в его когнитивном восприятии. В советский период понятие экономического кризиса по вполне объяснимым идеологическим соображениям применялось исключительно к опи-

санию пороков капиталистической системы, как нечто чуждое, существующее по неприемлемым для нашего общества и культуры законам. С другой стороны, болезни нашей экономики действительно имели принципиально иную природу и последствия по сравнению с капиталистическими кризисами перепроизводства или коллапсами фондовых рынков. Но в реалиях современного периода истории нашей страны «импортный» кризис уверенно занял свое место и успел обжиться, приобретя за два десятка лет осязаемые национальные черты не только в социально-экономическом измерении, но и как инструмент оценки, применяемый общественным сознанием к анализу самых разных сторон жизни. Показательной в связи с этим является популярность, которую приобрело в дискурсе политиков и СМИ выражение *системный кризис*, регулярно привлекаемое для объяснения причин неблагоприятного состояния той или иной сферы хозяйства.

Ставшее теперь привычной реалией понятие кризиса, таким образом, может быть сопоставлено со своим зарубежным аналогом как явление, закрепившееся в национальной концептосфере и нашедшее богатое отражение в современном дискурсе. Разразившийся в 2008 г. интернациональный финансовый кризис не мог не вызвать быстрой реакции в виде упомянутой ранее «метафорической бури» не только на Западе, но и в России. Как отмечала в 2009 г. Т. В. Шмелева, «слово *кризис* обнаруживает взрывообразную частотность. Новым в лингвистическом плане оказывается то, что ее теперь возможно измерить: на запрос ФИНАНСОВЫЙ КРИЗИС В РОССИИ поисковые системы Яндекса выдают 69 миллионов ссылок, тогда как на запрос МИРОВОЙ КРИЗИС — 41 миллион» [Шмелева 2009: 64]. Говоря о метафорическом представлении кризиса в медийных текстах, автор выявляет такие его модели, как антропоморфная, пространственная и предметная. Примечательны, кроме того, упомянутые исследователем признаки эволюции отечественного образа кризиса: «...с этим кризисом не связаны катастрофические метафоры: *пропасть*, *бездна*, *тулик*, что было характерно для времени самых первых наших кризисов» [Там же: 66]. Е. В. Филиппова указывает на особую роль персонификации кризиса как живого существа с агрессивным поведением, стремящегося нанести какого-то рода ущерб человеку, «съесть» жизненно важные для него ресурсы. Основными векторами физиологической метафоры, считает автор, являются дискомфорт, неуверенность, страх, которые человек начинает ощущать в кризисных условиях [Филиппова].

В соответствии с приведенными выше соображениями интересно сравнить метафорические картины кризиса в русско- и англоязычных текстах СМИ, без претензии на полноту описания всего многообразия образных характеристик, но с выделением наиболее четко проявляющихся метафорических моделей. В качестве материала для анализа были выбраны выступления официальных лиц, наиболее близких к вопросам выработки стратегии понимания кризиса: президентов России и США, членов правительства и президентской администрации, видных политиков и финан-

совых экспертов, — мнение которых подкреплено авторитетом изданий, являющихся фактически проводниками государственной идеологии, таких, как *Российская газета* и *New York Times*.

Уже предварительный анализ выборки показал, что и в русских, и в английских текстах четко выделяются следующие модели: КРИЗИС — ЖИВОЕ СУЩЕСТВО, КРИЗИС — СТИХИЯ, КРИЗИС — БОЛЕЗНЬ, КРИЗИС — ПРОСТРАНСТВО, КРИЗИС — НЕОДУШЕВЛЕННЫЙ ОБЪЕКТ. В распространности этих моделей и особенностях их применения проявились достаточно заметные различия, свидетельствующие, как представляется, о значимой культурной обусловленности восприятия одного и того же (если абстрагироваться от не столь существенных для общественного сознания экономических деталей) явления. Так, при том, что модель КРИЗИС — ЖИВОЕ СУЩЕСТВО довольно ярко проявляет себя и в русских примерах, в английской выборке эта модель существенно превосходит русские аналоги по частоте. Более того, биологизированное или персонифицированное восприятие кризиса оказывается (наряду с пространственными метафорами) в английской метафорической картине вообще на первом месте с заметным отрывом от менее частотных групп. При этом можно отметить следующие особенности указанной модели. С одной стороны, кризис уподобляется растению или развивающемуся животному организму. Растение и кризис роднят такие свойства, как «связь с субстратом», питающая и служащая причиной возникновения, «произрастания» кризиса: *The roots of the credit crisis stretch back to another notable boom-and-bust: the tech bubble of the late 1990s* (NYT), — рост и «цветение» как достижение высшей точки развития: *In recent weeks, we've seen a growing financial crisis... the most profound economic emergency since the Great Depression, a full-blown crisis* (Б. Обама). Происхождение кризиса в той же модели демонстрирует аналогию с рождением животного или человека: *Our housing crisis was born of eroding home values, but also of the erosion of our common values* (Б. Обама). Антропоморфизм кризиса проявляется как в физиологических сравнениях, например способности обрести второе дыхание: *The crisis gained a second wind in 2010* (NYT), — так и в его восприятии как субъекта диалога: *If you want to understand the difference between how Senator McCain and I would govern as President, you can start by taking a look at how we've responded to this crisis* (Б. Обама); *Finally, this crisis has taught us that we cannot have a sound economy with a dysfunctional financial system* (Б. Обама); *That's why we're here today — because a crisis like this calls for the best ideas, the brightest minds, the most innovative solutions from every corner of this country* (Б. Обама).

Не менее значимой особенностью кризиса как живого существа является его агрессивный характер, способность угрожать человеку и наносить ему ущерб: *But a similar crisis has threatened families, workers and homeowners for months and months* (Б. Обама); *Crisis threatens the poor* (Т. Гейтнер, министр финансов); *The American Dream is being tested by a home mortgage crisis that not only threat-*

*ens the stability of our economy but also the stability of families and neighborhoods. It is a crisis that **strikes at the heart** of the middle class (Б. Обама); Well, the working families who've been **hard hit** by this economic crisis... Few have been **harder hit** by our credit crisis than the workers (Б. Обама).*

Последняя аналогия дает возможность представить сложное масштабное явление в виде простого для восприятия образа противника, действия которого вызывают прежде всего желание дать ему подобающий отпор: *That's why we've put in place a comprehensive strategy designed to **attack this crisis on all fronts** (Б. Обама).* Такой образ оказывается эффективным способом мобилизации сознания на активное противодействие обозначенной опасности, порождает характерные тактические приемы «идеологической войны», например принижение «противника». Любопытно отметить, что именно в рамках биологической модели встречаются наиболее радикальные военные метафоры, описывающие отдельные аспекты борьбы с кризисом, вплоть до сравнения применяемых мер с ядерным оружием, направленным на уничтожение врага столь же ничтожного, как муравей: *Mr. Obama singled out Representative John A. Boehner of Ohio, the House Republican leader, for saying that financial regulation legislation was like "**kill-ing an ant with a nuclear weapon**" (NYT).*

Не менее значимой группой английских метафор кризиса выступают пространственные метафоры. В полученной выборке они совсем немного уступают по количеству биологизированным аналогиям. Геометрия «пространства» кризиса допускает как два, так и три измерения. О «плоскостном» представлении свидетельствуют примеры, в которых речь идет о входе в кризис и выходе из него, пересечении его границ, подобно границам некоей территории, о середине или центре кризиса как критической его стадии: *We are **in the midst of the most serious financial crisis in generations** (Б. Обама); McCain is going to get us **out of this crisis by doing the same things with the same old players** (Б. Обама); This will help families get **through this crisis without being forced to make painful choices** (NYT); This will help start a process of providing a market for the real estate related assets that are **at the center of this crisis** (Т. Гейтнер).*

Типично американской чертой при этом являются наслаивающиеся на пространственную модель автомобильные аналогии, уподобляющие выход из кризиса своего рода «выруливаю», и интерпретация вхождения в кризис как «въезда» в него: *We did not **arrive at this crisis** by some accident of history. I know we can **steer ourselves out of this crisis** (Б. Обама).* В трехмерных метафорах кризиса смысловой акцент делается на параметре глубины, соответственно наиболее тяжелая его стадия ассоциируется с «дном», в кризисе можно «утонуть», а процесс выхода из него сравнивается со всплытием: *We're in "an economic crisis as **deep and as dire as any since the Great Depression,**" he said, and without quick action, "our nation will **sink into a crisis that at some point we may be unable to reverse.**" ... And that's how we'll **emerge from this crisis stronger and more prosperous than we were before** (Б. Обама).*

Модели КРИЗИС — СТИХИЯ и КРИЗИС — БОЛЕЗНЬ в рассмотренных текстах занимают явно подчиненное положение, уступая по частотности ведущим группам соответственно в 4,5 и 8 раз. Немногочисленные примеры уподобления кризиса стихии включают в себя аналогии со стихийным бедствием, характеризующимся быстротой и внезапностью, как извержение вулкана: *A year after the credit crisis **erupted** (NYT).* Из сферы-источника *болезнь* заимствуется разного рода симптоматика: *The first **tremors of the crisis began in early 2007** (Б. Обама); I think it's important to recognize that **the scars of this crisis cut very, very deep** (Т. Гейтнер).* Антикризисные меры способствуют облегчению протекания заболевания: *The rescue plan that passed the Congress was a **necessary first step to easing this credit crisis** (Б. Обама).*

Наиболее явные отличия русских метафор кризиса от английских аналогов заключаются в статусе двух значимых моделей: КРИЗИС — ЖИВОЕ СУЩЕСТВО и КРИЗИС — СТИХИЯ. Персонафикация кризиса в российском политико-экономическом дискурсе, конечно же, также имеет место. Много сходного и в структурных схемах представления кризиса в русских и английских текстах. Общими являются аналогии с растением: *Финансовый кризис — **растение многолетнее и живущее** (Д. А. Медведев), — и с физиологией животного организма: Но в полной мере **дыхание кризиса экономика все-таки ощутила позже** (Е. Ясин).* Подобным же образом актуализируются признаки агрессивности и опасности кризиса: *Кризис **больнейшим образом ударил по России** (Е. Примаков); Желательно уже сейчас переходить от общих рассуждений, что кризис **опасен, к принятию вполне конкретных решений** (Д. Медведев); Но кризис **ударил не только по экспортерам** (Е. Ясин).*

Не менее очевидны и различия русской и английской групп биологических метафор. Во-первых, результаты анализа показывают, что в количественном отношении русские метафоры этого типа не являются преобладающими. В выборке примеров из 24 источников они заняли только третье место. Во-вторых, обращает на себя внимание то, что способы борьбы с персонафицированным противником в нашем случае более тяготеют к оборонительной стратегии, чем к наступательной: ***Защита от кризисов только одна — это разносторонне развитая экономика** (РГ); Многие меры, предусмотренные в документе, способны значительно **смягчить удары кризиса** (РГ).* Ничего похожего на объявленную Б. Обамой атаку на кризис по всем фронтам, тем более с применением «оружия массового поражения» (из речи сенатора Дж. Бойнера), в рассмотренных отечественных речах и статьях на тему кризиса не наблюдается. Думается, дело здесь не только в том, что сильная экономика США более подготовлена к активным действиям, чем российская. Вполне вероятно, в данном случае имеет место отнюдь не случайная корреляция с другой особенностью именно культурной природы, нашедшей свое отражение в русском дискурсе описания кризиса. Такой особенностью является повышенная чувствительность нашего языкового сознания к восприятию

различного рода социальных и экономических катаклизмов через призму метафор стихии.

Именно модель КРИЗИС — СТИХИЯ претендует на статус главной линии расхождения в метафорическом отражении кризиса между русскими и английскими текстами. Представление кризиса как стихийного явления в русской выборке заняло первое место по частотности употребления соответствующих метафор, причем с заметным отрывом от биологической и пространственной моделей (36 против 25 и 24 % соответственно). Английские примеры этой группы оказались лишь на третьем месте при частотности, в четыре раза уступающей их русским аналогам. Уподобление кризиса стихийному явлению в российском политическом дискурсе не просто преобладает количественно, но и реализуется с привлечением большего арсенала образных средств по сравнению с дискурсом англо-американским.

Прототипом, в наибольшей степени вдохновляющим говорящих о кризисе, является буря, шторм. Образ этот, судя по известному высказыванию В. В. Путина, не просто красочный, но и очень удачный для описания самой сути явления: *Есть верное понятие — „идеальный шторм“, когда разыгравшиеся природные стихии сходятся в одной точке икратно умножают свою разрушительную силу. **Нынешний кризис похож именно на такой идеальный шторм.*** Воздействие кризиса на финансовые институты нашей страны, по-видимому, вызвало довольно яркие ассоциации с беспорядком и разрушениями и у Д. А. Медведева, отметившего в своем выступлении на Петербургском экономическом форуме, что *штормит не только на улицах, но и на фондовых площадках.*

Одним из наиболее эффективных элементов «штормовой» модели кризиса является образ волны, символизирующий мощный внезапный удар неуправляемой стихии. Метафора *волна кризиса* быстро стала почти шаблонным инструментом описания явления в выступлениях российских политиков и экономистов: *В начале мирового финансового кризиса возникло предположение, что наша страна останется островом стабильности — **волны кризиса пройдут мимо*** (Е. Примаков); ***Второй волны банковского кризиса мы не опасаемся — в отличие от второй волны, связанной с оттоком умов из России*** (А. Некипелов, вице-президент Российской академии наук); *Развивающимся странам сильно повезло, что до них **волна кризиса докатилась позже, нежели до развитых стран*** (А. Кудрин); *Прошло девять месяцев с тех пор, как **волна кризиса накрыла мировую экономику, окатив холодной водой и Россию*** (Ю. Лужков).

Для характеристики разных стадий кризиса привлекаются и метафоры из тематического поля атмосферных явлений: ***Экономический горизонт начал светлеть и проясняться ... В прошлом сентябре мы встречались с вами перед началом мирового финансового и экономического кризиса, если так можно сказать, накануне грозы*** (В. Путин).

В то же время проведенный анализ использования метафор стихии в английских текстах по-

зволяет достаточно уверенно утверждать, что западные политики сознательно избегают столь явного уподобления социального по своей сути явления неуправляемым проявлениям природных сил. О неприятии описываемого образа, кроме низкой частотности природоморфных метафор, свидетельствуют примеры, в которых делается особый акцент на ложности такого рода представлений кризиса. Именно метафора идеального шторма стала объектом критики в речи председателя спецкомиссии Конгресса США по расследованию причин финансового кризиса Ф. Анджелидеса. По словам конгрессмена, кризис — это творение рук человеческих (*These were acts of men and women*), и если кто-то говорит в связи с ним об «идеальном шторме», то на самом деле это не что иное, как «идеальный рукотворный шторм» (*a man-made perfect storm*) <NYT>.

Стоит также отметить еще одну особенность русской модели КРИЗИС — СТИХИЯ: использование метафорического образа зимы как сурового времени года, которое приходится пережить: *Но все равно он (кризис) приходит неожиданно — **так же, как и зима у нас в России*** (В. Путин). Для слова *кризис* в выборке примеров оказались типичны сочетания с глаголами *наступать, приходиться, переживать* и производными от них существительными, что вызывает четкие ассоциации с приходом зимы: *Правительство не боролось с кризисом, а **пережидало его*** (О. Дмитриева, депутат «Справедливой России»); *Ну, **затяните вы пояса, пересидите кризис.** А что дальше?* (Е. Ясин, руководитель ВШЭ). Особой популярностью эта модель пользуется в ироничных, но вместе с тем не лишенных своеобразной патриотической гордости статьях экономических обозревателей Российской газеты: *Есть в России такая профессия: **кризис переживать.** Возникла в ходе эволюции постсоветской экономики, причем постоянно развивается и совершенствуется. По части **преодоления „неблагоприятных внешних условий“** наши бизнесмены если не впереди планеты всей, то уж точно — не в последних рядах мирового сообщества* (Е. Добрынина).

Указанные особенности и высокий удельный вес модели КРИЗИС — СТИХИЯ в анализируемых текстах явно свидетельствуют об особой культурной значимости природоморфного представления, оказавшегося востребованным и понятным в восприятии кризиса общественным сознанием. В культурной концептосфере народа нашей страны особая роль аналогий со стихией видится вполне естественной. Разумеется, исследователю следует всегда иметь в виду, что сложный, можно сказать, деликатный вопрос о географической детерминированности культурных представлений таит в себе опасность чересчур механистических интерпретаций. Но отсюда вовсе не следует, что географические условия не следует принимать во внимание в поиске истоков тех культурно-языковых особенностей, которые столь явно указывают на наличие такой связи. Современные концепции культурогенеза вполне органично встраивают в свой теоретический арсенал фактор географии. Климат, по словам известного япон-

ского исследователя Д. Мацумото, является значимым фактором, влияющим на установки, представление и поведение людей, а следовательно, и на их культуру [Мацумото 2008: 43]. Для жителей страны, отличающейся существенно более суровым климатом, чем почти все остальные заселенные территории мира, вполне естественно закрепить в своей культурной базе знаний представление о том, что активная борьба со стихией бессмысленна, победить ее человек не в силах, а значит, естественной стратегией в противодействии стихии будет защита и терпеливое переживание тех обстоятельств, кардинально изменить которые выше человеческих возможностей. Логично предположить, что эта когнитивная интерпретация активно применяется культурным сознанием к моделированию социально-политических и экономических кризисных явлений, причины возникновения которых не лежат на поверхности, что делает их похожими на явления «естественные», происходящие как бы «сами собой» или приходящие откуда-то извне. Собственно, именно так и выглядит недавний экономический кризис: возник за границей, оттуда «естественно» пришел к нам и моментально понизил финансово-экономическую «температуру» целой страны.

Особенность культурной интерпретации общественных катаклизмов, о которой идет речь, оказалась, несомненно, исключительно благоприятной для отечественных политиков и экономистов, умело ею воспользовавшихся. Восприятие кризиса как стихии очень удачно превращает отказ защитных механизмов финансово-экономической системы государства в феномен, неподконтрольный человеческой власти. В рамках когнитивно-метафорической модели стихии вопрос о подавлении или недопущении кризиса даже не возникает: разве можно остановить зиму или подавить бурю? Остается разве что обвинить ответ-

ственные лица, организации и бизнес в том, что оказались не готовы к приходу неизбежного. Метафоры как диагностический инструмент показывают, что западные политики практически не имеют возможности опереться на подобные культурные установки, иначе они бы это непременно сделали. В их случае единственно выигрышной стратегией является мобилизация на активную борьбу с привычным и слишком очевидно рукотворным явлением.

ЛИТЕРАТУРА

Блакар Р. М. Язык как инструмент социальной власти // Язык и моделирование социального взаимодействия. — М.: Прогресс, 1987. С. 88—120.

Будаев Э. В. Метафора в политическом нарративе: эвристики современных сопоставительных исследований. URL: ftp://lib.herzen.spb.ru/text/budaev_10_59_86_94.pdf (дата обращения: 30.10.2010).

Гаврилова М. В. Лингвистический анализ политического дискурса. URL: <http://politanalysis.narod.ru/gavrilova3.html> (дата обращения: 12.10.2010).

Кобозева И. М. Семантические проблемы анализа политической метафоры. URL: www.russian.slavica.org/article1349.html (дата обращения: 10.11.2010).

Мацумото Д. Человек, культура, психология. — СПб.: Прайм-ЕВРОЗНАК, 2008.

Филиппова Е. В. Отражение политической и экономической жизни в национальной картине мира (на материале современной российской прессы) / Ставроп. гос. ун-т. URL: conf.stavsu.ru/_WordDocs/857.doc (дата обращения: 30.10.2010).

Чудинов А. П. Метафорическая мозаика в современной политической коммуникации / Урал. гос. пед. ун-т. — Екатеринбург, 2003.

Шмелева Т. В. Кризис как ключевое слово текущего момента // Политическая лингвистика. 2009. № 2 (28). С. 63—67.

ИСТОЧНИКИ

РГ — Российская Газета

NYT — New York Times

Статью рекомендует к публикации д-р филол. наук, проф. С. В. Иванова

И. В. Грибан

Екатеринбург, Россия

**«КОНТРОВЕРЗА ГОЛДХАГЕНА»:
ИСТОРИЧЕСКАЯ ДИСКУССИЯ В КОНТЕКСТЕ
МЕДИАПОЛИТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА**

Аннотация. Рассматривается историческая дискуссия вокруг книги американского социолога Д. Й. Голдхагена «Верные пособники Гитлера. Обычные немцы и Холокост». Данная дискуссия вышла далеко за рамки общения профессиональных историков, затронув широкие круги общественности. В статье охарактеризованы основные этапы развития дискуссии и ее влияние на процесс «преодоления прошлого» историками и обществом ФРГ.

Ключевые слова: «контroversa Голдхагена»; «преодоление прошлого»; медиаполитический дискурс; национал-социализм; холокост.

Сведения об авторе: Грибан Ирина Владимировна, аспирант кафедры всеобщей истории, директор музея истории УрГПУ.

Место работы: Уральский государственный педагогический университет (Екатеринбург).

Контактная информация: 620017, г. Екатеринбург, пр-т Космонавтов, 26.
e-mail: gribanirina@gmail.com.

I. V. Griban

Ekaterinburg, Russia

**“GOLDHAGEN CONTROVERSY”:
HISTORIC DEBATE IN THE CONTEXT
OF MEDIAPOLITICAL DISCOURSE**

Abstract. The article is devoted to the historical debate about the book by the American sociologist D. Y. Goldhagen “Loyal supporters of Hitler. Ordinary Germans and the Holocaust”. This debate has gone far beyond the communication of professional historians, affecting the general public. The article describes the main stages of the debate and its impact on the process of “overcoming the past” by historians and the society of FRG.

Key words: “Goldhagen controversy”, “overcoming the past”, mediapolitical discourse, National Socialism, the Holocaust.

About the author: Griban Irina Vladimirovna, Postgraduate Student of the Chair of General History, Director of the Museum of USPU History.

Place of employment: Ural State Pedagogical University.

Проблема соотношения памяти, прошлого и настоящего не раз в XX в. побуждала историков «скреплять копыя». Особенно часто это происходило в Германии — стране, в которой появился уникальный по своей сути и значению для историографии термин «Vergangenheitsbewältigung» («преодоление прошлого»).

На протяжении 1980—2000-х гг. в Германии регулярно возникали историко-политические дискуссии, выходящие за рамки общения профессионалов-историков и широко обсуждавшиеся общественностью. Речь чаще всего шла о Гитлере или его приближенных либо вообще о том, что связано с нацизмом. Так, в 1979—1980 гг. разгорелась дискуссия о сериале «Холокост», после просмотра которого тысячи немцев столкнулись с вопросом: «Как это чудовищное, немыслимое зверство могло произойти?» [Broszat 1979; Im Kreuzfeuer 1979]. В 1983 г. западногерманский еженедельник «Stern» опубликовал скандально известный «Дневник Гитлера», вызвавший неоднозначную реакцию в обществе. В 1983 г. на выборах в бундестаг потерпела поражение Социал-демократическая партия Германии, к власти вернулись христианские демократы, провозгласившие «смену вех» и «морально-политический поворот» в развитии Федеративной Республики. Канцлер Гельмут Коль заявил о необходимости «возвращения к германской истории», понимаемой исключительно в «позитивном смысле», чтобы «снять с Германии вину», связанную с нацистской диктатурой [Was uns 2011 erwarten...]. В этой обстановке особое значение приобрела парламентская речь федерального президента Рихарда фон Вайцзеккера, провозгласившего 8 мая 1945 г. не «днем катастрофы», а «днем освобождения» [Zum 40]. Речь Вайцзеккера «совпала с веянием времени и настроениями критически настроенной

общественности», соединив в себе «интегративные и критические компоненты» [Борозняк 2009]. Выступление Вайцзеккера было своеобразным прологом к дискуссии, которая разгорелась в 1986—1987 гг. и получила название «спор историков». Ключевыми в этой дискуссии стали вопросы о происхождении нацизма и вине немцев за преступления нацистского режима. В 1988 г. начались дебаты о «стене памяти» в Берлине, которые длились 11 лет. В 1993 г. интерес общественности к истории привлек фильм «Список Шиндлера». Однако наиболее масштабной и продолжительной была дискуссия, вызванная книгой американского социолога и политолога Даниэла Йоны Голдхагена «Верные пособники Гитлера: обычные немцы и Холокост» [Goldhagen 1996c]. Появление этого труда в 1996 г. побудило немецкое общество в очередной раз вернуться к непростым вопросам из прошлого.

Ученый вновь поднял вопрос о том, как произошел холокост и почему он стал возможным именно в Германии. Почему Гитлер на пути к своей цели — истреблению евреев — нашел так много сторонников и так мало противников? Как могли немцы совершать и допускать такое беспримерное преступление? Так звучали вопросы, прежние ответы на которые Голдхаген считал неубедительными. Голдхаген подчеркивал, что антисемитизм имел место и в других странах, однако только в Германии в 1930-е гг. были выполнены три условия: у власти находились самые радикальные антисемиты в истории, большинство населения не любило евреев, государство имело в распоряжении необходимые ресурсы, вследствие чего стало возможным развязывание войны и массовое уничтожение евреев. Необходимость выполнять приказы была простым прикрытием, защитной реакцией для убийц. Принуждение, приказ объяс-

няют поведение отдельных лиц, но не всего общества. Голдхаген выдвигает тезис, что действия немцев были обусловлены не столько принуждением или подстрекательством, сколько внутренними убеждениями. Немцы не были вынуждены убивать евреев, они делали это по собственной воле, они были добровольными пособниками: «Общество, которое в период с 1933 по 1945 г. сердцем и душой придерживалось антисемитизма, само было антисемитским» [Там же: 120].

В центре внимания Голдхагена не жертвы, а убийцы, не «кабинетные преступники» (должностные лица, отдающие распоряжения о совершении преступления), а те, кто входил в состав айнзатцгрупп и полицейского батальона, был сотрудником охраны в лагерях, кто, как и солдаты вермахта, принимал прямое участие в акциях уничтожения. Особое внимание Голдхаген уделяет описанию деятельности немецкого полицейского батальона, который функционировал на территории Польского генерал-губернаторства: выискивал живущих там евреев, пытал, расстреливал или отправлял в лагеря смерти [Там же: 243—325]. На основе анализа материалов послевоенных судебных процессов против членов этого батальона Голдхаген выявил, что эти люди не вынуждены, стыдливо и под нажимом совершали свои деяния, а напротив, делали это добровольно и исключительно рьяно, с гордостью и убеждением, что они поступают верно. Это происходило, потому что немцы видели в своих жертвах не людей, а зло, которое должно быть устранено, подобно злокачественной опухоли. При этом они не были законными нацистами. Батальон состоял из добровольцев — среднестатистических граждан, которые были слишком стары для призыва на фронт и политическая социализация которых состоялась задолго до прихода Гитлера к власти. Они не были представителями ослепленной молодежи, они были совершенно обычными немцами — отсюда и заголовок книги Голдхагена. Отношение членов батальона к евреям показывало, по мнению Голдхагена, каким бесспорным и ярко выраженным был выращиваемый столетиями элиминаторный антисемитизм в Германии и каким маленьким оказался шаг от просто негативного отношения к евреям к зверскому их уничтожению.

Без готовности сотен тысяч немцев, которые непосредственно приняли участие в геноциде или в той или иной степени его поддержали, уничтожение европейских евреев не было бы до такой степени масштабным и беспрепятственным. Обосновывая свое мнение, Голдхаген подчеркивает: «Доклады агентов полны сведений о недовольстве немцев, об осуждении ими различных постановлений режима. Однако никто не подвергал критике антиеврейскую политику режима. Совершенно очевидно, что немцы оценивали акции нацистов, исходя из собственных взглядов и ценностей, и уже то, что они не выступали против антиеврейских акций, весьма показательно. Более того, они проявляли рвение. Это были люди, принявшиеся охотно убивать евреев, делавшие даже больше, чем от них требовалось» [Блюм].

Холокост — это для Голдхагена преступление не только нацистов (или только СС), а вообще

всех немцев. Голдхаген отмечает, что были и исключения: не каждый немец разделял такие взгляды, не все помогали режиму, многие так или иначе ему противостояли. Некоторые фактически помогали евреям: «Я не берусь делать какие-то обобщения, касающиеся немецкого народа в целом, можно говорить о немцах индивидуально, о немцах, воспитанных в духе специфичной культуры» [Goldhagen 1996c: 535]. Главный тезис и вывод Голдхагена таков: врожденный немецкий антисемитизм был главной причиной холокоста.

Тезисы Голдхагена вызвали бурную реакцию не только профессиональных историков, но и всего немецкого общества. Эта дискуссия была предельно политизирована. Ее особенностью стало то, что споры велись в основном на страницах средств массовой информации, которые обладают более сильным воздействием на людей, чем отдельные исторические труды, издающиеся небольшим тиражом.

Обсуждение велось на страницах периодических изданий федерального и регионального уровня, еженедельных и ежемесячных газет и журналов как в старых, так и в новых федеральных землях. Издания, в которых регулярно появлялись публикации, посвященные Голдхагену, можно разделить на несколько групп:

1) **ежедневные газеты** («Aachener Nachrichten», «Berliner Zeitung», «Frankfurter Allgemeine Zeitung», «Frankfurter Rundschau», «Junge Welt», «Sächsische Zeitung», «Süddeutsche Zeitung», «Tageszeitung», «Welt»);

2) **еженедельные газеты** («Das Sonntagsblatt», «Das Parlament», «Der Schlesier», «Deutsche National-Zeitung», «Die Woche», «Focus», «Freitag», «Jungle World», «Der Spiegel», «Wochenpost», «Die Zeit»);

3) **ежемесячные журналы** («Blätter für deutsche und internationale Politik», «Deutsche Archiv», «Die Brücke», «Kommune», «Konkret», «Links», «Morgengrauen», «Mut», «Spex», «Staatsbriefe»).

Дискуссия вокруг контroversы Голдхагена, начавшаяся в конце марта 1996 г., развивалась с различной интенсивностью на разных этапах. Интересен тот факт, что в Германии дискуссия была спровоцирована еще до публикации переведенного на немецкий язык издания книги Голдхагена — статьи Ф. Ульриха «Немцы — верные соучастники Гитлера. Книга провоцирует новый спор историков» [Ulrich 1996a]. Автор дал короткую и критичную характеристику книге и сделал вывод: «Несмотря на всю неоднозначность, речь идет об очень важной, достойной публичного обсуждения книге. Радикальность, с которой Голдхаген раскрывает свои тезисы, вынуждает к пересмотру существовавших ранее убеждений... То, каким образом будет встречена эта тревожащая, будоражащая книга, покажет уровень исторического сознания в нашей республике» [Там же: 92].

После сдержанной критики в конце марта 1996 г. последовал бурный медиарезонанс, вызванный первой официальной публикацией отрывков книги Голдхагена в «Die Zeit» [Goldhagen 1996b]. Буквально за одну неделю были сформулированы основные контраргументы против версии Голдхагена. Как сомнительные и провокаци-

онные оценили поначалу не сами тезисы Голдхагена, а его отношение к предшествующим исследованиям проблем холокоста, а также стиль изложения [Browning 1996; Creig 1996; Gilcher-Holtey 1996]. Так, главным упреком известного историка Х. Моммзена в адрес американского социолога было то, что «книга Голдхагена игнорирует результаты предыдущих исследований и не открывает принципиально новых данных», возвращая исследователей на уровень 1950-х гг. [Mommssen 1996b]. Другой влиятельный историк, Э. Экель, назвал труд Голдхагена «просто очень плохой книгой» [Jäckel 1996]. Критики Голдхагена подчеркивали, что антисемитские настроения в XIX и начале XX века были сильны не только в Германии. Они указывали на «Дело Дрейфуса» во Франции и на еврейские погромы в царской России. Кроме того, критике подверглось сосредоточение внимания автора на истреблении евреев, в то время как политика на оккупированных территориях, направленная на уничтожение славянских народов, игнорировалась [Herbert 1996; Ulrich 1996b; Ulrich 1996d; Wehler 1996].

Возмущение вызвал и главный тезис об элиминаторности немецкого антисемитизма. Либеральные и правые круги общественности и науки восприняли книгу Голдхагена как попытку возродить теорию о коллективной вине немцев за преступления нацизма. В одной из статей, опубликованной в «Der Spiegel», прозвучала такая мысль: «Люди должны покаяться: нацистская теория коллективной вины евреев после поражения в 1945 г. временно обернулась против немцев. Американский историк Д. Голдхаген вновь возродил ее» [Herbert 1999; Sentker 1996].

Дебаты продолжались сравнительно активно до начала лета. Постепенно споры сосредоточились вокруг самой идеи о «вине немцев», а не вокруг конкретных положений теории Голдхагена.

Вторая фаза дискуссий началась после публикации книги Голдхагена на немецком языке 6 августа 1996 г. [Goldhagen 1996b]. В сентябре 1996 г. Голдхаген совершил турне по Германии и предстал в разных городах перед напором своих критиков. Во время этого турне («Die Zeit» назвала его триумфальным) тысячи людей приняли участие в публичных дискуссиях [Ulrich 1996c].

На встречах с читателями Голдхаген всегда задавал три вопроса: «Что исполнители знали о своих жертвах? Верили ли они в то, что делают правое дело? И если верили, то каким образом убедились в своей правоте?» По поводу критических выпадов в свой адрес Голдхаген отмечал: «Я верю, что в Германии достаточно много людей, желающих честно проанализировать проблему. Что же касается тех, кто хотел бы „замести ее под ковер“, то они, разумеется, не станут всерьез участвовать в дискуссии. К сожалению, многие немцы посылают в газеты темпераментные письма, не содержащие убедительных аргументов» [Goldhagen 1996a].

Преимущественно молодые представители левой и леволиберальной общественности горячо поддержали американского политолога. И это был очевидный парадокс, поскольку критиками Голдхагена в научных кругах были представители ле-

волиберального лагеря историков, многие из которых долгие годы посвятили интенсивным исследованиям нацистского режима и холокоста, в первую очередь Ханс Моммзен и Эберхардт Экель, одними из первых выразившие критические мнения [Herbert 1999; Mommssen 1996a]. Этой отправной точкой, заданной периодическими изданиями, — «Die Zeit», «Der Spiegel», «Frankfurter Allgemeine Zeitung», «Welt», — курс обсуждения контroversы Голдхагена был уже определен.

Осенью 1996 г. под редакцией директора Центра европейско-еврейских исследований Потсдамского университета Ю. Шопса вышел сборник статей англо-американских и немецких авторов, посвященных труду Голдхагена [Schoeps 1996]. Отмечалось, что «это уникальный случай, когда книга зарубежного автора привлекла к себе такое внимание историков и общественности. Голдхаген своей книгой вызвал дебаты, которые оказались глубже и значимее, чем та проблема, которую он раскрывает в исследовании — дебаты оказались важнее, чем сам предмет обсуждения» [Wieso kann...].

Дополнительную политическую остроту дискуссиям придали агрессивный протест политического деятеля П. Гаувайлера в газете «Bayernkurier» — официальном партийном печатном органе Христианско-социального союза. Враждебное выступление Гаувайлера призывало открыть глаза на левых и их обращение с историей. Дебаты продолжились и после этого выпада. Тем временем настроения в обществе изменились. Общественный подъем достиг апогея после вручения Д. Голдхагену демократической премии журнала «Blätter für deutsche und internationale Politik» за заслуги перед немецкой демократией. Естественно, это событие сопровождалось рядом публикаций [Naberamas 1997].

Уже в марте 1997 г., вскоре после вручения Голдхагену демократической премии, в Кембриджском историческом журнале была опубликована острая критическая статья эксперта канадского министерства юстиции по военным преступлениям и преступлениям против человечности Р. Б. Бирн [Birn 1997; Holocaust als Andachtsbild]. Медиатемой это сообщение стало месяцем позже, когда Голдхаген обратился к адвокатам с просьбой принять меры против автора статьи.

Новый этап споров вокруг контroversы Голдхагена начался в августе 1997 г., когда «Spiegel» опубликовал интервью ответственного редактора Р. Аугштайна с Голдхагеном. Интересно, что в начале дискуссии Аугштайн выступил с резкой критикой Голдхагена, а затем изменил свое мнение [Augstein 1996; Was dachten die Mörder...]. «Подогрела» дискуссию публикация обстоятельной статьи американского политолога Н. Финкельштейна, который поддержал Р. Б. Бирн, выразив сомнения по поводу научности работы американского социолога [Alles und nichts erklärt; Finkelstein, Birn 1998; Goldhagen — ein Quellentricker; Naumann 1997; Ulrich 1997].

Параллельно с «медийными битвами» осенью 1997 г. были опубликованы две новые книги по этой теме: «Письма Голдхагену» и особенно значимая для дебатов «Голдхаген и немецкие ле-

вые» [Briefe an Goldhagen... 1997; Goldhagen und die deutsche Linke... 1997]. По мнению авторов, заразная политика отрицания вины подспудно определяет повседневную политическую ситуацию: «Отказ немецких левых воспринимать теорию Голдхагена реалистично (и самокритично) наталкивает на вывод о том, что процесс вытеснения из памяти „неудобных вопросов“, характерный для послевоенного немецкого общественного сознания, проникает в настоящее и будет передаваться новому поколению» [Küntzel 1997].

К концу 1997 г. наступило время осмысления самой дискуссии и причин, ее породивших, а также перспектив дальнейших исследований проблемой, затронутых Голдхагеном, что нашло отражение в ряде аналитических статей в специализированных исторических журналах [Benner, Köster 1997; Pohl 1997; Schneider 1997].

Летом 1998 г. был издан сборник статей, в котором проводился анализ реакции общественности на книгу Голдхагена в Европе и США и подводились итоги дискуссии [Geschichtswissenschaft und Öffentlichkeit... 1998]. Вопросов возникало немало: что позволило Голдхагену, написавшему «очень плохую книгу», спровоцировать столь бурную реакцию как в среде историков, так и в обществе? Чем отличалась эта реакция? Какие выводы об историческом сознании в современной Германии можно сделать на основе анализа этой дискуссии?

Прежде всего следует отметить, что, с одной стороны, труд Голдхагена стал методически и содержательно своеобразным фоном, контрастом для рецензий на другие исследования о нацизме. С другой стороны, работа Голдхагена послужила стимулом для появления новых исследований, посвященных нацизму или уничтожению евреев. Тема, затронутая Голдхагеном, самым темным образом связана с проблемами политики памяти, коллективной вины и преодоления прошлого, поэтому контрверзу Голдхагена и дискуссии вокруг нее можно считать этапом культурно-исторического развития.

Чем объясняется популярность и одобрение Голдхагена в общественных кругах, особенно во время его турне по Германии? Интересное объяснение этому феномену дает У. Герберт: во-первых, сработал механизм «Враг моего врага — мой друг»; во-вторых, могло оказать влияние мнение «Если вы не на моей стороне в дебатах об „обычных немцах“, значит, вы — один из них» [Herbert 1999].

Другим фактором, которым можно объяснить положительную реакцию в различных слоях немецкого общества, является сама манера изложения материала в книге. Голдхаген описал убийства так широко и подробно, что создал ауру «радикального преступления». Традиционные исследователи холокоста рассматривали истоки и следствия этого явления, избегая подобной детализации, будь то из благочестия либо из-за опасения обвинений в сенсационности. Подход Голдхагена в итоге дает возможность идентификации с жертвами. Младшее поколение немцев, соглашаясь с мнением Голдхагена, оказывается на стороне обвинителей, а не обвиняемых.

Книга Голдхагена оказалась одновременно в двух дискурсивных полях. Историки рассматривали ее как научную работу и критиковали с научной точки зрения. Леволиберальная общественность рассматривала труд Голдхагена как еще одну главу в истории «примирения с прошлым». Безусловно, позитивным эффектом книги было то, что она ускорила развитие в обеих этих сферах. Труд Голдхагена вызвал целый ряд новых вопросов и исследований и открыл новые аспекты в изучении холокоста, — прежде всего ментальную детерминированность произошедших в XX в. событий.

Таким образом, резонанс, который вызвала книга Голдхагена в медиаполитическом дискурсе, значительно превысил резонанс выборочного историографического сюжета. Почти два года после публикации книги продолжались исторические и общественные дебаты. Это позволяет сказать, что продолжительное обсуждение «контрверзы Голдхагена» стало частью более старого и пространный обсуждения «политики памяти», важной вехой в процессе длительного и мучительного «преодоления прошлого» историками и обществом ФРГ.

ЛИТЕРАТУРА

- Блум Х. Насколько плохими были немцы? URL: <http://www.lechaim.ru/ARHIV/97/blum.htm>.
- Борозняк А. И. Националсоциализм — вторая история. Преодоление — интерпретация — память // Nationalsozialismus — die zweite Geschichte. Überwindung — Deutung — Erinnerung. — München, 2009. URL: <http://www.perspectivia.net>.
- Alles und nichts erklärt // Der Spiegel. 1997. № 34.
- Augstein R. Der Soziologe als Scharfrichter // Der Spiegel. 1996. № 16.
- Benner T., Köster C. R. Auf ewig Sisyphos? Die Goldhagen-Debatte und die politische Kultur der Berliner Republik // Sozialwissenschaftliche Informationen. 1997. № 26 (1). S. 55—64.
- Birn R. B. Revising the Holocaust // The Historical Journal. 1997. № 40/1. P. 195—215.
- Briefe an Goldhagen: Eingeleitet und beantwortet von D. Goldhagen. — Berlin, 1997.
- Broszat M. „Holocaust“ und die Geschichtswissenschaft // Vierteljahreshefte für Zeitgeschichte. 1979. H. 2. S. 285—299.
- Browning C. Dämonisierung erklärt nichts // Zeit. 1996. № 17.
- Creig G. A. Ein Volk von Antisemiten? // Zeit. 1996. № 20.
- Finkelstein N. G., Birn R. B. Eine Nation auf dem Prüfstand: Die Goldhagen These und die historische Wahrheit. — Hildesheim, 1998.
- Geschichtswissenschaft und Öffentlichkeit. Der Streit um Daniel J. Goldhagen / hrsg. Von J. Heil u. K. Erb. — Frankfurt/M, 1998.
- Gilcher-Holtey I. Die Mentalität der Täter // Zeit. 1996. № 24.
- Goldhagen — ein Quellentricksen? // Der Spiegel. 1997. № 33.
- Goldhagen D. Das Versagen der Kritiker // Zeit. 1996a. № 32.
- Goldhagen D. J. Auszüge aus „Hitler's Willing Executioners“ // Zeit. 1996b. № 16.
- Goldhagen D. J. Hitlers willige Vollstrecker: Ganz gewöhnliche Deutsche und der Holocaust. — Berlin : Siedler-Verlag, 1996c.
- Goldhagen und die deutsche Linke oder die Gegenwart des Holocaust. — Elefant Press Berlin, 1997.

Habermas J. Warum ein „Demokratiepreis“ für Daniel J. Goldhagen? Eine Laudatio // Zeit. 1997. № 16.

Herbert U. Academic and Public Discourses on the Holocaust: The Goldhagen Debate in Germany // German Politics and Society. 1999. № 4.

Herbert U. Aus der Mitte der Gesellschaft // Zeit. 1996. № 25.

Holocaust als Andachtsbild: Interview mit NS-Expertin Ruth Bettina Birn über Daniel Goldhagens Attacken auf Kritiker // Der Spiegel. 1997. № 46.

Im Kreuzfeuer: Der Fernsehfilm „Holocaust“. Eine Nation ist betroffen. — Frankfurt/M, 1979.

Jäckel E. Einfach ein schlechtes Buch // Zeit. 1996. № 21.

Küntzel M. Goldhagen und die gewöhnliche deutsche Linke // Junge Welt, 21. März 1997.

Mommsen H. Die dünne Patina der Zivilisation // Zeit. 1996a. № 36.

Mommsen H. Hans Mommsens Antwort auf Daniel Jonah Goldhagen: Der Antisemitismus war eine notwendige, aber keineswegs hinreichende Bedingung für Holocaust // Die Zeit. 1996b. 30.08.

Naumann K. Goldhagens Anstoß // Zeit. 1997. № 11.

Pohl D. Die Holocaustforschung und Goldhagen Thesen // Vierteljahreshefte für Zeitgeschichte. 1997. H. 1. S. 1—48.

Schneider M. Die „Goldhagen-Debatte“: ein Historikerstreit in der Mediengesellschaft. — Bonn, 1997.

Schoeps J. H. Ein Volk von Mördern? Die Dokumentation zur Goldhagen-Kontroverse um die Rolle der Deutschen im Holocaust. — Hamburg : Hoffmann und Campe, 1996.

Sentker A. Deutscher Irrtum // Zeit. 1996. № 35.

Ullrich V. Die Deutschen — Hitlers willige Mordgesellen: Ein Buch provoziert einen neuen Historikerstreit: Waren die Deutschen doch alle schuldig? // Zeit. 1996a. № 16. S. 89—92.

Ullrich V. Goldhagen ohne Ende. Die neue Kritik entwertet die Holocaust-Studie nicht // Zeit. 1997. № 35.

Ullrich V. Vertraute Töne. Der Goldhagen-Streit erinnert an die Fischer-Kontroverse // Zeit. 1996b. № 25.

Ullrich V. Daniel J. Goldhagen in Deutschland: Die Buchtournee wurde zum Triumphzug // Zeit. 1996c. № 36.

Ullrich V. Goldhagen-Debatte: einmütige Verdammung wie bei Fischer. Der Goldhagen-Streit erinnert an die Fischer-Kontroverse // Zeit. 1996d. № 24.

Was dachten die Mörder? Der US-Politologe Daniel Jonah Goldhagen über den Streit um sein Holocaust-Buch und das Bild der Täter // Der Spiegel. 1996. № 33.

Was uns 2011 erwarten könnte: Debatten-Führer für Deutschland // Der Tagesspiegel. 2010. 31.12.

Wehler H.-U. Goldhagen-Debatte: Wie ein Stachel im Fleisch // Zeit. 1996. № 22.

Wieso kann eine Debatte wichtiger sein als ihr Gegenstand. URL: <http://www.uni-potsdam.de/u/putz/jan97/13.htm>.

Zum 40. Jahrestag der Beendigung des Krieges in Europa und der nationalsozialistischen Gewaltherrschaft. Ansprache des Bundespräsidenten Richard von Weizsäcker am 8. Mai 1985 in der Gedenkstunde im Plenarsaal des Deutschen Bundestages. URL: http://www.hdg.de/lemo/html/dokumente/NeueHerausforderungen_redeVollstaendigRichardVonWeizsaecker8Mai1985/.

Статью рекомендует к публикации д-р ист. наук, проф. В. Н. Земцов

Л. Д. Гутрина
Екатеринбург, Россия

L. D. Gutrina
Ekaterinburg, Russia

**РЕБЕНОК И СОЦИУМ
В СОВРЕМЕННОЙ ДЕТСКОЙ ПОЭЗИИ
(А. ГИВАРГИЗОВ, Е. КЛЮЕВ)**

**CHILD AND SOCIETY
IN MODERN POETRY FOR CHILDREN
(A. GIVARGIZOV, E. KLIUEV)**

Аннотация. Рассматривается воплощение в текстах современных поэтов школьной темы — вопросов социализации, взаимоотношений детей и учителей, родителей. Раскрывается семантика милитаризации образа школы в творчестве А. Гиваргизова, подоплека его поэтики перевертышей, функции старомодного слога в книге Е. Клюева «Учителя всякой всячины».

Abstract. The problem of embodiment in the texts by contemporary poets questions of school theme such as questions of socialization, relations between children and teachers, parents is investigated. Semantics of militarization of the school image in the works by A. Givargizov, functions of old-fashioned style in the book by E. Kliuev «Teachers of All Sorts of Things» are disclosed.

Ключевые слова: ранняя социализация; ребенок и социум; образ школы в современной поэзии; милитаризация образа школы.

Key words: early socialization; child and society; school image in modern poetry; militarization of school image.

Сведения об авторе: Гутрина Лилия Дмитриевна, доцент кафедры современной русской литературы.

About the author: Gutrina Liliya Dmitrievna, Assistant Professor of the Chair of Modern Russian Literature.

Место работы: Уральский государственный педагогический университет (Екатеринбург).

Place of employment: Ural State Pedagogical University (Ekaterinburg).

Контактная информация: 620017, г. Екатеринбург, пр-т Космонавтов, 26, каб. 279.
e-mail: gutrina@bk.ru.

Ранняя социализация — обычное явление наших дней. Школы развития, группы для дошкольников в школах искусств, курсы для 5-6-летних в общеобразовательных школах давно стали повседневностью. Считается дурным тоном не водить куда-либо подрастающее чадо. Родительское желание «шагать в ногу» со всеми, а значит, со временем, объясняется вроде бы желанием добра ребенку: выявить таланты, раньше начать их развивать, помочь маленькому вписаться в коллектив, научить дисциплине, которая поможет хорошо учиться. Результат подобных устремлений родителей оказывается не совсем таким, каким планировался. К первому классу ребенок достаточно много знает, но школа уже не является для него влекущей и интересной; а главное, ребенок уже сильно устал к ней готовиться (на подготовительных курсах задают немало) и успел почувствовать — кто в большей, кто в меньшей степени — страх: а вдруг я сделал неправильно? а вдруг я не успею? а что будет, если я не решу?

Именно эта коллизия — усталость ребенка от школы — стала центральной для книги А. Гиваргизова «Про драконов и милиционеров» (2006).

При всем при том самая первая и интенсивная реакция на книгу Гиваргизова — это смех. Во многом реакция программируется визуальным обликом книги: она иллюстрирована Еленой Блиновой, создавшей образ неумелого, наивного, но по-своему точного детского рисунка. Иллюстрации Е. Блиновой многогеройны, динамичны, полны мелких деталей, содержат текстовые фрагменты — все это привлекает маленького читателя. Сам А. Гиваргизов в интервью радио «Эхо Москвы» говорил о важности совпадения текста и иллюстрации, высоко оценивая необычные иллюстрации Елены Блиновой [Книжное казино].

В заглавие книги Гиваргизова вынесена пара образов, первый из которых (Дракон) является воплощением злой сказочной силы, второй (Ми-

лицонер) символизирует санкцию, порядок, принуждение. И тот и другой в русской культуре — устойчивые знаки власти, догмы (вспомним Милицанера Дмитрия Александровича Пригова). Однако драконы и милиционеры в книге А. Гиваргизова совсем не страшные. В стихотворении «Непослушный ребенок» Дракон изображен как терпеливый папочка: *Дракон объяснял пятнадцатый раз / (Никогда не кричал на ребенка) / Если видишь, написано „газ“ / „Бензин“ — то это колонка / Для заправки автомашин. / А ты выдыхаешь пламя! / На этих колонках вообще не дыши! / Понял? Махни головами* [Гиваргизов 2006: 104]. В другом стихотворении Милиционер и Дракон душевно беседуют; из беседы становится ясно, что Дракон — тонкая натура, а Милиционер искренне желает добра и процветания Дракону: *У дракона три головы / И крылышки как у птицы. / Бабочек ловит! Лучше бы вы, / Дракон, служили в милиции. / Сильнее медведя, умнее совы! / Зачем вам эта пещера?! / Подумайте, ладно? Три головы — / Редкость для офицера. / Давно бы были уже майор. / Вот вам мой телефон... / Что? Не можете жить без гор? / Глупости это, дракон* [Там же: 106].

Третий персонаж в книге, воплощающий власть и представляющий третью голову «чудища», — генерал (раздел «Генералы»). Он также существо безобидное: любитель и защитник кошек (стихотворение «Генерал уезжает» [Там же: 79], театрал («Печальный случай» [Там же: 88]), работник школьного гардероба («Генерал. Военный совет» [Там же: 75]), дачник («Генерал без фуражки» [Там же: 85]).

Итак, все образы, связанные с санкциями, запретами, догмами, трансформированы у Гиваргизова в знаки нормы человеческой жизни.

Генералы и Драконы в книге Гиваргизова защищают детей от иного зла — от школы. В стихотворении «По коням» заскучавшая без дела рота во главе с генералом сидит на берегу реки;

...в это же время мальчик зачем-то куда-то / Шел, а точнее он полз после школы убитый. / Роту увидел и крикнул: — Чего ж вы, ребята?! / Вы тут сидите, а там педагоги-бандиты / Заняли школу, к доске отвечать вызывают / Лучших людей, указками колют в живот. / — Вот и отлично, — сказал генерал, вытирая / Нос рукавом. — По коням, четвертая рота! [Там же: 78]. Школа у Гиваргизова — по-настоящему милитарный образ; при чтении стихотворений об учителях вспоминается лицемерная жалоба Власа, лентяя и лоботряса: «Прошу письмо к учителю, учителю-мучителю». Атрибуты школы не по-детски суровы: школьной тетрадкой можно оглушить большого дядьку, потому что тетрадки бывают в тяжелых чугуновых обложках (стихотворение «Тетрадь» [Там же: 51]); дорога в школу и из нее сопряжена с опасностями: *Дети в школу еле-еле / Шли. Им град царапал лица...* (стихотворение «Пять Капиц» [Там же: 47]); *Вот ползет домой из школы / По-пластунски Саша Зверев. / Головой на перемене / Он ударился о дверь* (стихотворение «Вот ползет» [Там же: 44]).

Принцип перевертыша — когда зло оказывается добром, а добро выглядит устрашающе — распространяется в книге Гиваргизова на образ ребенка и его окружения. Нередко ребенок показан в ситуации работы над собой («Как я сам себя заставляю бегать каждое утро, даже зимой» [Там же: 65]), чаще всего он чрезмерно рассудителен и скептичен: *На велике надоело, / С компьютером до смерти тоже. / Пойти, что ль, уроки поделать? / Хотя, ну чего там может / Быть интересного. У- / роки и в тундре уроки. / Пойду утоплю тоску / В двухлитровой бутылочке коки* («У» [Там же: 34]; в стихотворении «Фить!» мальчик так отвечает птице, просящей у него бутерброд: — *Нет, извини, сейчас не зима. / Смотри, в траве сколько мух! / Вот и прыгай за ними сама, — / Ответил я птице вслух* [Там же: 95]; мечта ребенка — *Дедушкам в школу не надо ходить. / вот бы мне до такого дожить* [Там же: 45]. По мнению одного из критиков, Гиваргизов показывает тотальный скептицизм нашей эпохи, охвативший и детское сознание: «Герой стихов А. Гиваргизова — герой трагический. Пожалуй, Гиваргизов первым обнаружил это в наших современниках, и самое печальное, обнаружил эту потерянность и обреченность в детях» [Артур Александрович Гиваргизов].

По контрасту с ребенком изображаются в книге родители; папа выступает хулиганом (*Уроки надо делать, но / Поверь, совсем не обязательно. / Ты посмотри вокруг внимательно: / Аттракцион, кафе, кино, / Футбол, велосипед... Так вот, / Наплюй на все, послушай папу: / Давай, бросай тетради на пол, / Смелее, мама подметет!* [Гиваргизов 2006: 36]), а мама ведет себя как ребенокнытик, упрямившая сына встать в угол (*Встань, пожалуйста, в угол. / Ну что, тебе трудно встать? / Я хоть немного, Сережа, / Должна тебя наказать. / Ведь ты разбил всю посуду / И шкаф с одеждой поджег. / Противно слушать? Не буду. / Ну, встань, ради мамы, сынок* [Там же: 35]).

Милитаризируя образ школы, Гиваргизов, безусловно, фиксирует тревожный симптом —

лишение современных детей детства (А. Гиваргизов преподает музыку в одной из музыкальных школ Москвы, знает школу изнутри). В этом смысле книга Гиваргизова, конечно, адресована взрослым: высокие требования, предъявляемые родителями и учителями к детям, гротескно выведены в образе учения как схватки, нападения: *Что ты, Сережа, сегодня не в духе? — / Спросили, кусая Сережу, две мухи. / — Его разморило от сильной жары, — / сказали, кусая его, комары. // — Давай улыбайся, и высуши слезы, — / сказали, кусая, пиявки и осы. // — Ведь нам непривычно, всегда был веселый, — // сказали, кусая, собаки и пчелы. // — А может быть, он заболел, вот и грустный? / — Отстаньте от мальчика, главное, вкусный!* [Там же: 91]. Это стихотворение из раздела «Комары и другие нас.»; речевая игра со словом «нас.» ориентирует на выстраивание поэтической семантики: не только комары нас мучают, но и кое-кто другой. Действительно, насекомые в этом разделе порой напоминают людей: Муха учит ребят порядку, и в ее голосе слышны интонации школьной уборщицы (*Позади три брода и два перевала, / Устали мои ребята, / Легли на траву. // Муха сказала: / — Теперь она будет примята! Ишь, разлеглись! Здесь не кровать! / Это не ваша трава! / Сказала муха. / Надо вставать. / Ребята, муха права* [Там же: 92]), комары и муравьи действуют заодно, нападая на ребенка, как хулиганы («Хулиганы» [Там же: 96], «Непривычно» [Там же: 93]).

Однако пафос Гиваргизова не только критический! В хороших школах учиться было тяжело всегда. Гиваргизов не обличает, а предлагает детям способы компенсации, способы самозащиты во взрослом мире — и в этом смысле книга адресована в первую очередь детям. Гиваргизов, переворачивая все и вся, сам лично демонстрирует, как сделать существование во взрослом мире более сносным: только посредством игры. Именно игра — первый механизм защиты от навязываемого взрослыми порядка и режима.

Игра ведется поэтом на самых разных уровнях книги.

Во-первых, ситуация игры просто тематизируется: в книге немало стихотворений о театре, о театральной игре; нередко стихотворение строится как сценка, представляет собой обмен репликами разных персонажей [Там же: 23—25].

Во-вторых, Гиваргизов играет с адресацией текста. Нередко стихотворение представляет собой монологическое высказывание героя, обращенное к собеседнику, причем адресатом высказывания ощущает себя и читатель: *Слышали выстрел? Сейчас услышите гром. / Даже из окон выглядывает милиция: / Что случилось? Это я по стене ведром. / Готовлюсь к спектаклю, генеральная репетиция* (стихотворение «Мастер по шуму» [Там же: 52]). Подобная коммуникативная обращенность текста делает проницаемой границу, отделяющую героя от читателя, впускает читателя в мир книги, а героям книги — особенно шумным и отчаянным — дает убежать, покинуть книгу.

В-третьих, игра возникает из соотнесения стихотворения с иллюстрацией: персонаж стихотворения и тот же персонаж на иллюстрации Елены

Блиновой названы разными именами (например, в стихотворении «Эстафета» героиня Лена, а на иллюстрации Е. Блиновой она же — Света [Там же: 40]; в стихотворении «Наконец-то борода...» счастливым обладателем бороды является Саша, а на иллюстрации бородатый мальчик назван Витей [Там же: 50]).

Вера поэта в ребенка, его внутренний потенциал, в благополучный исход «ранней социализации» воплощается в образной структуре книги. Именно маленькие существа — дети, мышки — оказываются терпеливее, выносливее, сообразительнее, чем «большие» герои: *Показалось однажды мышке, / Что у нее слабые мышцы: / „Слабые мышцы. С полочки / Надо купить гантели“.* / *Через месяц знакомые кошки / Посмотрели на мышкены ножки, / На спину и грудь посмотрели / И сказали: — Такого сюрприза!.. / Нет, ну такого сюрприза!.. / Ужас какой-то! Крыса! / Нет, ну такого сюрприза!..* [Там же: 116]. Детская непосредственность (в стихотворении «Терпеливый ученик» ребенку надоело сидеть на уроке, он встал и ушел [Там же: 55]), фантазирование («На верблюде», «Приключенье») — то, что, к счастью, в детях невероятно устойчиво.

В поэтическом мире книги «Про драконов и милиционеров» существует образ нормального, адекватного взрослого «я»: *Я, на море отдыхая, / Целый день лежал в воде. / У меня звезда морская / Поселилась в бороде. / Я ее и не заметил, / Так и вышел, не прогнал. / И за мной бежали дети / И кричали: „Генерал!“* («Генерал» [Там же: 76]). Лирический герой стихотворения — взрослый, но ведет себя как ребенок. Подобный лирический герой встречается еще в двух стихотворениях («Полет самолета по нотам» [Там же: 56] и «Готов всегда» [Там же: 58]), но его присутствие заметно и является значимым элементом художественного целого.

Таким образом, специфика образной структуры книги, установка текста на коммуникацию, вычленение в субъектной структуре голоса нормального «я» взрослого человека, игровой принцип построения стихотворного текста выражают авторскую позицию — она оптимистична. Контрапункт пессимизма, ощущаемого нами в затекстовой, реальной ситуации, и веселого взгляда на жизнь создавшего книгу автора создает то напряжение, которое делает книгу, во-первых, цельной, во-вторых, очень нужной — прежде всего из-за ее исцеляющей силы. Стихотворения Артура Гиваргизова — приглашение вместе осмеять страхи; признание взрослым того, что жизнь ребенка сложна; послание к ребенку, говорящее о готовности взрослого помочь.

Ключевая для Гиваргизова идея игры по своему воплощается в книге Е. Клюева «Учителя

всякой всячины» [Клюев 2009], на первый взгляд совершенно не похожей на книгу Гиваргизова. У Гиваргизова образ учителя снижен, у Клюева учитель опозитизирован. Каждое стихотворение книги посвящено учителю. Нот при этом Клюев и Гиваргизов близки в оценке происходящего, поскольку каждый из учителей в книге Клюева учит какой-нибудь ерунде, игре: *Игнат Велосипедович Рожков / учил оттаиванию кружков / на ледяной поверхности окон...* [Там же: 16]; *Никитой Урагановичем Дюжим я обучался шлепанью по лужам...* [Там же: 20]; *Нинель Орловна Самородочек пусканию учила лодочек в эмалированном тазу...* [Там же: 27]; *Галина Пустяковна Сельдерей учила ловле мыльных пузырей...* [Там же: 32]. Не потому ли, что игра стала занимать в жизни слишком мало места, будучи замененной взрослыми делами? Если так, то легко объясняется установка Клюева на создание образа старомодного слога: *Вместе с Павлом Пневичем Тименчиком / мы брэнчали шелковым бубенчиком, / выходя на Чистые Пруды, — / и, чудесной музыкой влекомые, / птицы, звери, рыбы, насекомые / подпевали нам на все лады* [Там же: 46]. Обращает на себя внимание синтаксис стихотворений: длинные, распространенные предложения с обилием причастных и деепричастных оборотов, вводных и вставных конструкций; старомодна и грамматика окончаний, многочисленны примеры традиционной поэтической лексики. И, кстати, понятнее становится подзаголовок книги: «Книга на промокашках» — о промокашках забыли намного раньше, чем об играх.

Итак, милитаризация образа школы и учения, многочисленные перевертыши в книге А. Гиваргизова, а также установка на старомодность в книге стихотворений Е. Клюева призваны обратить внимание на напряженную ситуацию, в которой существуют нынешние дошкольники и школьники. А поскольку школьная тема является темой вечной, ибо все через это прошли, адресованы эти книги и детям, и взрослым. Для первых они — терапия и врачевание, для вторых — повод к размышлению и осердечиванию отношения к нежному возрасту — детству.

ЛИТЕРАТУРА

Артур Александрович Гиваргизов // Тамбовская областная детская библиотека. URL: <http://odb.tamboff.ru/index.php?id=73&place=content>.

Гиваргизов А. Про драконов и милиционеров. — М.: Эгмонт Россия, 2006. (Школа прикола).

Книжное казино: издательство «Эгмонт Россия». URL: <http://www.echo.msk.ru/programs/kazino/526851-echo/>.

Клюев Е. Учителя всякой всячины. Книга на промокашках. — М.: Livebook: Гаятри, 2009.

Статью рекомендует к публикации д-р филол. наук, проф. Н. В. Барковская

Г. А. Заварзина
Воронеж, Россия

G. A. Zavarzina
Voronezh, Russia

**ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ
КОНЦЕПТА «РЫНОК» В СФЕРЕ РОССИЙСКОГО
ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ НАЧАЛА
XXI ВЕКА**

**PECULIARITIES OF FUNCTIONING
OF CONCEPT "MARKET" IN THE FIELD
OF RUSSIAN PUBLIC ADMINISTRATION
IN THE BEGINNING OF THE XXI CENTURY**

Аннотация. Исследуются особенности функционирования ментального феномена «рынок» в концептосфере государственного управления современной России, получившего новое терминологическое обозначение «новый государственный менеджмент». В работе анализируются рыночные номинации, характеризующие особенности системы нового государственного управления России. Особое внимание уделяется описанию закрепившихся в настоящее время в концепте «рынок» когнитивных признаков, определяющих специфику анализируемого ментального образования в языке российского государственного управления начала XXI в.

Abstract. Peculiarities of functioning of concept "market" in the field of Russian public administration are analyzed. In the new politological literature and in Mass media the concept received a new terminological nomination of a "new public management". The research deals with the analysis of various market nominations reflecting peculiarities of new public management in the economy of Russia. Particular attention is given to the description of the cognitive indications fixed in the concept "market" which define specific character of the analyzed mental product in the language of Russian public administration in the beginning of the XXI century.

Ключевые слова: концепт; концептосфера; когнитивные признаки; денотативный, эмотивный, собственно-языковой, эмпирический компоненты значения; слабые, сильные неологизмы; идеологизированные семы.

Key words: concept; concept sphere; cognitive indications; denotative, emotive, empirical components of the meaning; weak and strong neologisms; ideologized meaning.

Сведения об авторе: Заварзина Галина Анатольевна, кандидат филологических наук, доцент, кафедра русского языка и современной русской и зарубежной литературы.

About the author: Zavarzina Galina Anatolievna, Candidate of Philology, Assistant Professor of the Chair of the Russian Language and Modern Russian and Foreign Literature.

Место работы: Воронежский государственный педагогический университет.

Place of employment: Voronezh State Pedagogical University.

Контактная информация: 394611, г. Воронеж, ул. Ленина, д. 86а.
e-mail: zga1311@mail.ru.

Как известно, смена общественно-политического строя и социально-экономического уклада (с административно-командной экономики на рыночную систему построения экономических взаимодействий) в нашей стране, использование опыта развитых государств в сфере рыночных отношений способствовали формированию в современном русском языке понятийного поля «рынок», ставшего предметом исследования многих российских лингвистов (ср. работы Н. А. Ждановой, Е. Ф. Ковлака, Л. Г. Аксютенковой, Н. М. Карпухиной, М. В. Китайгородской, Е. А. Коноваловой, Я. Монкоши-Богдан, С. М. Киршо, Л. М. Величко и др.). Так, Л. Г. Аксютенкова отмечает: «Формирование данного терминологического пространства в русском языке по сравнению с английским нельзя считать законченным процессом, так как дальнейшее развитие рыночной экономики сопровождается эволюцией и модификацией понятийной и деривационной систем всей рыночно-экономической терминологии, которая может интерпретироваться как динамический интегративный мета-языковой континуум, содержащий огромное количество терминов, использующихся различными слоями общества в научно-технической, профессионально-деловой и социальной сферах деятельности» [Аксютенкова 2002: 3].

Следует отметить, что процесс становления важнейшего в экономической концептосфере западных обществ лингвокультурного концепта «рынок», начавшийся в перестроечный период, в новейшую эпоху сопровождается значительным

увеличением частотности его дискурсивной реализации, повышением его актуальности (обсуждаемости носителями языка), а также расширением сфер возможного приложения концепта и его составляющих. Особого интереса, на наш взгляд, заслуживает новый процесс формирования и функционирования данного концепта в сфере государственного управления современной России, обусловленный реализацией принципов и направлений административной реформы РФ; ср. высказывания некоторых исследователей: «В России... система государственного управления в целом трансформируется от преимущественно командно-административных методов к преимущественно экономическим» [Атаманчук 2010: 51]; «...традиционная бюрократическая система управления постепенно начинает замещаться новой, в которой присутствуют элементы рыночных механизмов» [Гапоненко, Панкрухин 2001: 31].

Названный концепт вербализуется в современном русском языке прежде всего посредством одноименной лексической единицы, пришедшей в русский язык из немецкого при влиянии западнославянских языков (польск. *grynek* < ср.-в.-нем. *grinc* 'круг; площадь') и функционирующей с начала XVIII века в значении «постоянное место (площадь) розничной торговли съестными продуктами и другими товарами в торговых рядах или под открытым небом; базар» (ИЭС 2006: 130). С развитием товарного обмена, появлением денег, товарно-денежных отношений возникает возможность разрыва купли-продажи во времени и простран-

ве, и характеристика рынка только как места торговли уже не отражает реальность, ибо формируется новая структура общественного производства — сфера общения, которая характеризуется обособлением материальных и трудовых ресурсов, затрат труда с целью выполнения определенных специфических для обращения функций. В результате возникает новое понимание рынка как сферы (формы) товарного и товарно-денежного обмена (обращения).

Как показал анализ лексикографических изданий русского языка советского периода, семантическая структура словесного знака «рынок» была представлена следующими лексико-семантическими вариантами: **рынок** — 1. Место розничной торговли под открытым небом или в торговых рядах. 2. Шумный спор, галдеж, пререкания (простореч., пренебр.). 3. Сфера товарного обращения, товарооборота (экон.). Борьба империалистических стран за рынки [ТСУ 1939: 1416; ср. ТСЖРЯ]. Однако в бытовом представлении советских людей рынок понимался как место купли-продажи и ассоциировался прежде всего с колхозными продовольственными рынками, рынками сельскохозяйственной и кустарной продукции, а также с базарами и ярмарками [ТСЯС 1998: 528].

В настоящее время рынок представляет собой сложное и многообразное экономическое и социальное понятие, отражающее изменения в сфере экономических отношений в России современной эпохи, и имеет в толковых и энциклопедических словарях русского языка новейшего периода, а также в современной специальной экономической литературе целый ряд значений, сопровождающихся обязательным указанием на отнесенность понятия к экономической сфере общественной жизни. При этом три лексико-семантических варианта: 'система экономических отношений', 'сфера экономического пространства' и 'совокупность покупателей' / 'всякая группа людей, вступающая в тесные деловые отношения и заключающая крупные сделки по поводу любого товара', — традиционно присутствовавшие в языковом сознании носителей английского языка и фиксировавшиеся в зарубежных лексикографических изданиях, являются новыми для анализируемого словесного знака русского языка новейшего периода.

Проведенные исследования позволяют сделать вывод о том, что в настоящее время существенные трансформации в плане содержания слова «рынок» происходят не только на уровне его семантической структуры, но и на уровне разных компонентов значения анализируемой лексической единицы: денотативного, эмотивного, собственно языкового и эмпирического.

Изменения на уровне денотативного компонента плана содержания слова «рынок» в настоящее время связаны прежде всего 1) с разрушением идеологизированных сем, содержащих информацию о принадлежности понятия буржуазному, капиталистическому обществу, и осознанием его внешнегеографической закрепленности (ср.: «Когда в конце восьмидесятых годов рухнул коммунистический тоталитаризм, открылась дверь к полноценному рынку без идеологических ограни-

чений» [Bauer 1986: 34]); 2) с закреплением сем 'основанный на частной собственности' (ср.: «Практика „рыночных“ реформ в социалистических странах доказала, что рынок без частной собственности, хотя и может существовать (в отличие, например, от „демократического“ центрального планирования), но является системой не вполне эффективной и малоустойчивой» [Wal-segowicz 1988: 16]), 'характеризующийся эффективностью', а также 3) с формированием новых сем: 'лишенный обусловленности политическими и идеологическими установками' (ср.: «В СССР существовала реальность, которую удобнее всего называть административным рынком, то есть жестко, но многомерно иерархизированной синкретичной системой (где экономическая и политическая компоненты даже аналитически не могли быть разделены), в которой социальные статусы и потребительские блага конвертируются друг в друга по определенным отчасти неписанным правилам, меняющимся во времени» [Коммерсант — Власть 2009]); 'относящийся к любой сфере общественной деятельности, в том числе к сфере госуправления' (ср.: «Сегодня экономисты под термином „рынок“ понимают любую упорядоченную структуру, которая обеспечивает нормальное взаимодействие продавцов (поставщиков) отдельных товаров и услуг и покупателей» [Котлер 2006: 127]; «Глубинная трансформация системы госуправления на новых принципах повлекла за собой изменение принципов работы госаппарата: в оборот вошли экономические категории (*рынок, прибыль, издержки, конкуренция, расчет затрат* и т. д.» [Ирхин 2009]).

Изменения на уровне эмотивного компонента значения слова «рынок» проявляются в разрушении идеологизированных эмотивных сем отрицательной оценки, связанных с денотативными семмами 'характерный для буржуазного общества', 'связанный с антагонистическими тенденциями', 'связанный с конкурентной борьбой', 'отличающийся неустойчивым характером', 'направленный на эксплуатацию'. Ср.: «Слово „рынок“ приобрело отрицательный смысл. Это что-то ругательное, то, что нам подсунил капитализм. Нечто вроде баракхолки в Малаховке» [Известия 1999].

Изменения на уровне собственно языкового компонента значения слова «рынок» также связаны со сдвигами в денотативном содержании и касаются в основном парадигматического, синтагматического и стилистического компонентов.

Изменения на уровне парадигматического микрокомпонента плана содержания анализируемого слова проявляются в ослаблении прежних, характерных для советского периода существования русского языка синонимических (*рынок — базар, рынок — капитализм*) и антонимических рядов (*рынок — план, планирование, плановое регулирование*) (ср.: «Эти модели, базирующиеся на альтернативе „план или рынок“, также имеют своими гносеологическими корнями реальные деформации планирования, преобладание командных методов управления» [Известия 2009]), а также в формировании новых синонимических (*рынок регулируемый — смешанная экономика*) и антонимических отношений (*рынок — директива*)

(ср.: «Современное состояние рыночной системы обычно обозначают как „регулируемый рынок“ (синонимом является понятие „смешанная экономика“); «Диаметрально противоположный тип экономической координации — не рынок, а директива, — отличается, по мнению неоклассиков, именно тем, что ликвидация спонтанного саморазвития уничтожает и экономическую свободу» [Комсомольская правда 2008]).

Сдвиги на уровне синтагматического микрокомпонента значения слова «рынок» связаны с изменением его лексической и фразеологической сочетаемости. Ср.: рынок (колхозный; империалистический, капиталистический, социалистический) — в советскую эпоху и рынок (валютный, вторичный, легальный, теневой, черный, серый, оптовый, свободный, узкий; глобальный; интеллектуальной собственности; инвестиций, инноваций; знаний и идей, услуг; выйти на рынок, переход к рынку, конъюнктура рынка, страны развивающихся рынков, сектор рынка) — в современную эпоху.

Изменения на уровне стилистического микрокомпонента значения слова «рынок» связаны с исчезновением помет, указывающих на отнесенность понятия к узкопрофессиональной экономической сфере деятельности, и появлением пометы «общеупотребительное». Отмеченный факт обусловлен расширением сферы функционирования данного словесного знака.

Изменения на уровне эмпирического компонента значения слова «рынок», также обусловленные сдвигами в его денотативном содержании, связаны с изменениями конкретно-чувственного образа-представления, входящего в план содержания слова «рынок», восприятие которого перестает ассоциироваться с площадкой / местом реализации колхозных продуктов, но вызывает ассоциации с чем-то абстрактным, отличающимся сложной системой экономических отношений.

В настоящее время возрастает словообразовательный потенциал слова «рынок» (ср.: *псевдо-рынок, нерынок, недорынок, квазирынок, рыночник* ('сторонник рыночной экономики', а не 'тот, кто торгует на рынке'), *антирыночник, псевдорыночник, рыночный (экономика, инфраструктура, отношения, стоимость, система, процесс, условия, модель хозяйствования, курс, идеология, мышление, реформа и др.), антирыночный, прорыночный, безрыночный, ультрарыночный, рыночно*).

Словесный знак «рынок» вместе с его производными формируют ядро одноименного концепта в сфере нового государственного управления.

Актуализаторами периферийной зоны номинативного пространства концепта «рынок» можно считать номинации, представленные лексико-тематическими группами двух типов: 1) наименования явлений и понятий, отражающих особенности нового государственного управления в экономике; 2) наименования рыночных (экономических) явлений и понятий, характеризующих особенности системы нового государственного управления России. Такое разграничение лексики обусловлено закрепившимся в новом государственном управлении РФ разделением властных (политических) и собственно экономических функций, ср.: «Господ-

ство либеральных ценностей и выражающее его понятие „экономический человек“ вызвало к жизни понятие „госуправление“, то есть основу, противоположную единовластию и непосредственному делегированию властных и экономических полномочий» [Егоров 2000: 4].

Среди наименований явлений и понятий, отражающих особенности нового государственного управления в экономике, выделяются следующие.

1. Номинативы, отражающие особенности нового государственного управления в экономике: а) обозначения государственных мероприятий, направленных на закрепление относительной самостоятельности экономической сферы (ср.: *снижение административных барьеров в бизнесе, уменьшение налоговой нагрузки, модернизация экономики, сокращение бюджетных вливаний в экономику* и др.); б) обозначения государственных документов, регулирующих развитие рыночной сферы (ср.: *доктрина, способ социальной защиты, целевая программа; план Путина, антикризисный пакет* и др.); в) наименования субъектов рынка (ср.: *маклер, бизнесмен, представители бизнеса, капитаны российской промышленности, менеджер* и др.); г) наименования платежных средств и процессов (ср.: *денежные средства, кредит, субвенции, социальные карты, инфраструктурные и «проектные» облигации* и др.); д) обозначения новых элементов инфраструктуры рынка (ср.: *зона свободного предпринимательства, торговые площадки, электронные торги, предприятия реального сектора, социальная инфраструктура, экономические форумы* и др.).

2. Атрибутивные характеристики понятий, отражающих особенности нового государственного управления в сфере экономики (ср.: *прозрачные компании, сбалансированный бюджет, программно-целевой метод составления бюджета, долгосрочный инвестиционный ресурс, теневая экономика* и др.).

3. Предикативные характеристики явлений и понятий, отражающих особенности нового государственного управления в сфере экономики (ср.: *отпустить цены, подготовить бюджет, распределять финансовые потоки, обеспечить стабильность бюджетной системы* и др.).

Среди наименований рыночных (экономических) явлений и понятий, характеризующих особенности системы нового государственного управления России, выделяются 1) обозначения важнейших явлений в сфере государственного управления (ср.: *экономизация власти, экономика электронного правительства, государственный менеджмент, административный рынок, бюджетирование госуправления, аутсорсинг в органах госуправления* и др.); 2) обозначения видов госуправления (ср.: *рыночный тип государственного управления, предпринимательское государственное управление, менеджеральная модель госуправления* и др.); 3) обозначения методов государственного управления (ср.: *эффективность госуправления, продуктивность госуправления, производительность госуправления, рыночная оценка деятельности госструктур, издержки деятельности госорганов* и др.); 4) обозначения негативных явлений в сфере госуправле-

ния (ср.: *риски, транзакционные издержки, коммерциализация* и др.); 5) названия лиц, участвующих в осуществлении государственного управления (ср.: *государственный менеджер, сетевой менеджер страны, сити-менеджер, менеджер государства, менеджер партии* и др.).

Исследования показали, что номинативное поле концепта «рынок» в сфере нового государственного управления формируется за счет традиционно функционирующих в экономической сфере русского языка словесных знаков (*цена (стоимость, платежи), процент, расходы, спрос, предложение* и др.), а также за счет различного рода инноваций (о типологии инноваций см.: [Загорская 2001]), среди которых выделяются 1) сильные неологизмы, представленные заимствованными в новейший период развития русского языка лексемами (*аутсорсинг, реинжиниринг, топ-менеджмент, транзакционные издержки, маркетинг услуг* и др.), морфологическими неологизмами, образованными приставочным (с помощью приставок *сверх-*: *сверхдоходы, сверхприбыль; гипер-*: *гиперинфляция, со-*: *софинансирование, софинансировать; де-*: *денационализация; ре-*: *реинвестиция; квази-*: *квазинационализация; анти-*: *антиинфляционный; про-*: *профинансировать, проиндексировать*), суффиксальным способом (с помощью суффиксов *-урова-*: *бюджетирование, дотирование, коммерциализировать; -изация/-и-*: *коммерциализация, маркетингизация, монетизация; -ов-*: *инжиниринговый*), способом сложения (*финрынок, госбюджет, инвестпрограмма*), а также синтаксическими неологизмами (*менеджер (политический, государственный); процедура банкротства, оптимизация расходов, деbüroкратизация экономики, дефицит госбюджета* и др.); 2) слабые неологизмы, представленные а) собственно семантическими неологизмами, образованными путем переориентации номинаций явлений и понятий зарубежных экономических систем на российскую действительность (*конкурентный, кризис, деноминация, маркетинг, валоризация, пособие по безработице* и др.), путем сужения семантической структуры, обусловленной снятием идеологических наслоений советской эпохи в значении каждого лексико-семантического варианта (ср.: *прибыль, кредит, бюджетное планирование, государственный бюджет, денежные реформы* и др.); б) функционально-семантическими неологизмами, представленными реактивированными в настоящее время словесными знаками (ср.: *планирование, баланс трудовых ресурсов, приватизация* и др.) и жаргонными лексемами и устойчивыми словосочетаниями (ср.: *откат, вымывание, обвал, барьер; антиотмывочная система, мыльный пузырь, налоговая оптимизация* и др.).

Исследования показали, что формирование концепта «рынок» в анализируемой сфере на русской почве сопровождается закреплением в нем когнитивных признаков, традиционно присутствовавших в языковом сознании носителей западной культуры, к которым относятся следующие.

1. Рынок становится относительно обособленной, менее зависимой от государственного управления сферой (ср.: «Новый курс правительства постепенно обретает более четкие очертания. Государство прекращает экспансию в экономику. Госрасходы неумолимо сокращаются. Возврат от госкапитализма к рынку» [Профиль 2010]; «Время, когда царствует ручное управление экономикой, проходит. Государственное вмешательство в экономику будет планомерно и целенаправленно снижаться, обещает он, будут использоваться традиционные рыночные инструменты — например, приватизация» [Ведомости 2009]).

2. Рынок становится открытой для общества сферой, что проявляется в формировании тенденций к закреплению новых форм публичной отчетности субъектов рынка и представителей государственной власти о результатах деятельности, в создании новых форм реализации рыночной продукции (напр., независимые торговые площадки, аукционы и др.), а также в выстраивании новых, диалоговых способов общения представителей власти и бизнеса.

3. Рынок переносит в сферу государственного управления свои механизмы, методы и модели (ср., напр., оценку деятельности по результатам вместо уравнительной и др.) (ср.: «Внедрение т. н. бюджетирования, ориентированного на результат, позволит повысить эффективность использования ресурсов федеральных органов исполнительной власти и органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации» [Коммерсантъ 2009]).

Следует отметить также формирование и закрепление в анализируемом концепте новых и уникальных, специфических для языкового сознания носителей русского языка признаков,

– связанных с утратой престижности статуса важнейших субъектов рынка (предпринимателя, бизнесмена) и популяризацией статуса государственного служащего (ср.: «Большее половины россиян предпочитают регулировать, охранять или контролировать, то есть работать на государство — это данные социологических опросов. Рисковать и начинать свое дело сейчас не в моде» [Русский Newsweek 2010]; «Многие молодые люди хотят стать чиновниками, потому что они видят, где находятся деньги» [Известия. 2010]);

– связанных с ярко выраженной коррумпированностью рыночной (экономической) сферы (ср.: «Как недавно отметил Медведев, российская экономика глубоко отсталая, неэффективная, она инфицирована коррупцией, ее душит бюрократия, она практически не способна конкурировать на международном рынке» [Газета 2010]).

Таким образом, особенности функционирования в современном русском языке концепта «рынок», отличающегося достаточной подвижностью и открытостью для новообразований, указывают на двойственный характер современного российского государственного управления, который проявляется, с од-

ной стороны, в ослаблении регулирующего воздействия государственного управления на систему современного рынка, а с другой — в активном использовании методов и принципов рынка в построении модели нового государственного управления.

ЛИТЕРАТУРА

Аксютенкова Л. Г. Деривация как фактор эволюции терминосистемы: На материале терминологии «Рыночная экономика»: дис. ... канд. филол. наук. — Краснодар, 2002.

Атаманчук Г. В. Теория государственного управления: учеб.— М.: Омега-Л, 2010.

Даль В. И. Толковый словарь живого великорусского языка: в 4 т. — М., 1995 (ТСЖРЯ).

Егоров В. С. Государственная служба сегодня подменяет государственное управление // Независимая газета. 2000. С. 2—4.

Загоровская О. В. Основные процессы в развитии русской лексики на рубеже XX—XXI вв. // Проблемы русистики на рубеже XX—XXI веков. — Воронеж, 2001. С. 8—12.

Ирхин Ю. В. Новое государственное управление, национальные проекты и проблемы эффективности госслужбы в современной России. URL: <http://viperson.ru/wind.php?ID=291079>.

Котлер Ф. Основы маркетинга. — М., 2006.

Мокиенко В. М., Никитина Т. Г. Толковый словарь языка Совдепии. — СПб.: Фолио-Пресс, 1998 (ТСЯС).

Гапоненко А. Л., Панкрухин А. П. [общ. ред.]. Общий и специальный менеджмент: учеб. — М.: Изд-во РАГС, 2001.

Толковый словарь русского языка / под ред. Д. Н. Ушакова: в 4 т. — М., 1934—1940 (ТСУ).

Черных П. Я. Историко-этимологический словарь современного русского языка: в 2 т. — 7-е изд., стер. — М.: Рус. яз.—Медиа, 2006 (ИЭС).

Bauer T. Reforming or Perfectioning the Economic Mechanism in Eastern Europe // EUI Working Papers. 1986. № 86 (247).

Balcerowicz L. The «Socialist Controversy» Debate and Discussion of Reform in the Socialist Countries // Conference «Plan and/or Market», Institut für die Wissenschaften vom Menschen, Vienna, December 15—18. Balcerowicz, 1988.

Статью рекомендует к публикации канд. филол. наук, доц. Е. В. Дзюба

С. В. Иванова

Уфа, Россия

А. В. Николаева

Стерлитамак, Россия

S. V. Ivanova

Ufa, Russia

A. V. Nikolayeva

Sterlitamak, Russia

**РОЛЬ «ПУСТЫХ» СЛОВ В ТЕКСТЕ РЕКЛАМЫ
(НА МАТЕРИАЛЕ**

АНГЛОЯЗЫЧНЫХ РЕКЛАМНЫХ ТЕКСТОВ)

**THE ROLE OF “EMPTY” WORDS
IN THE ADVERTIZING TEXT**

(ON THE BASIS OF ENGLISH COMMERCIALS)

Аннотация. Рассматривается категория так называемых пустых слов, семантическая опустошенность которых позволяет копирайтерам использовать их для достижения воздействующего эффекта рекламного текста. «Пустые» слова по праву можно назвать рекламогенами, поскольку они лежат в основе прототипического рекламного текста, создавая семантические зияния, которые дают возможность реципиенту насыщать текст притягательными для него смыслами. «Пустые» слова воздействуют на адресата рекламного текста, реализуя эффекты аттракции, фасцинации и ассертивности, что в целом способствует созданию положительного (соблазнительного для покупателя) образа товара.

Ключевые слова: «пустые» слова; аттрактивная, фасцинативная, ассертивная функции; рекламный текст; рекламоген.

Abstract. The article is focused on the so-called “empty” words semantic depletion of which allows copywriters to use them to achieve the impact a commercial is designed for. “Empty” words can be ascribed the status of advertigenic elements testifying to a prototypical commercial, they are responsible of the semantic hiatus which enables a recipient of the text to saturate the advertisement with the desired sense. “Empty” words influence the addressee; they realize the effects of attraction, fascination and assertiveness aimed at boosting positive image of advertized goods.

Key words: “empty” (semantically deficient) words; functions of attraction; fascination and assertiveness; commercial; advertigenic.

Сведения об авторе: Иванова Светлана Викторовна, доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой английской филологии и межкультурной коммуникации.

Место работы: Башкирский государственный университет.

Контактная информация: 450074, г. Уфа, ул. Коммунистическая, 19, каб. 8.
e-mail: ivasv@rambler.ru.

About the author: Ivanova Svetlana Viktorovna, Doctor of Philology, Intercultural Communication and Translation Chair, Professor and Head of the Chair.

Place of employment: Bashkir State University.

Сведения об авторе: Николаева Анастасия Владимировна, старший преподаватель кафедры иностранных языков.

Место работы: Стерлитамакская государственная педагогическая академия им. Зайнаб Бишиевой.

Контактная информация: 453103, г. Стерлитамак, пр-т. Ленина, 49.
e-mail: stasy79@list.ru.

About the author: Nikolayeva Anastasia Vladimirovna, Senior Lecturer of the Chair of Foreign Languages.

Place of employment: Zainab Biisheva Sterlitamak State Pedagogical Academy.

Рекламный текст отмечен использованием ряда лексических единиц различной частеречной принадлежности, которые в силу денотативной опустошенности являют собой прекрасный материал, обеспечивающий достижение цели создателя рекламных текстов. Представляется, что такого рода существительные, глаголы, прилагательные можно с полным правом именовать «пустыми» словами. Цель данной статьи состоит в описании особенностей функционирования так называемых «пустых» слов в рекламном тексте. Объектом исследования являются рекламные тексты британских и американских путеводителей, газет и журналов. Предмет исследования — воздействующий эффект (создание положительного образа) семантически опустошенных языковых единиц, которые в данной статье именуются «пустыми» словами.

Предварительный анализ функционирования «пустых» слов в рекламном тексте позволяет сформулировать рабочую гипотезу исследования. Представляется, что «пустые» слова воздействуют на адресата рекламного текста, реализуя эффекты аттракции, фасцинации и ассертивности,

что в целом способствует созданию положительного (соблазнительного для покупателя) образа товара. Формулирование рабочей гипотезы данного исследования предполагает уточнение тех положений, которые восходят к идеям и современной лингвистики, и теории коммуникации: необходимо, во-первых, остановиться на определении феномена «пустых» слов, во-вторых, рассмотреть основные психологические инструменты создания положительного образа.

Наши предварительные исследования данной тематики и проблематики [Николаева 2008, 2009] позволяют выделить целый пласт специфической, характерной для рекламного текста лексики, которая включает существительные, глаголы и прилагательные. Речь в данном случае идет о «пустых» словах, заполняющих текстовое пространство рекламы. «Пустыми» следует считать денотативно опустошенные слова, которые не соотносятся с образным представлением о реально существующих материальных предметах или воспринимаемых органами чувств свойствах данных предметов. По выражению И. М. Кобозевой, с такого

рода словами не ассоциируются образы эталонного представителя соответствующей категории предметов или явлений действительности [Кобозева 2009: 82] или этот эталон выступает чрезвычайно размытым, в силу относительности либо субъективной интерпретируемости выражаемого значения. К данному слою лексики относятся широкозначные и абстрактные лексические единицы, а также терминологическая и научная/научнообразная лексика. Анализ эмпирического материала показывает, что единицы, относящиеся к этому пласту лексики, могут эффективно использоваться копирайтерами для создания положительного образа рекламируемого товара/услуги. Порождаемый эффект призван в конечном итоге оказывать воздействие на сознание реципиента и изменить его поведение в нужном для продавца рекламируемого продукта направлении.

Второй этап осмысления проблемы предполагает обращение к коммуникативно-психологическим теориям создания положительного имиджа. Так, психологи утверждают, что для формирования позитивного имиджа деловому человеку необходимо развивать такие важные его составляющие, как аттракцию, ассертивность и фасцинацию [Elitarium]. Знакомство с данными теориями неизбежно подводит к мысли о том, что те же самые психологические механизмы задействуются при использовании выделенных нами «пустых слов». Представляется, что «пустые» слова реализуют те же воздействующие эффекты, которые характеризуют успешную коммуникацию в широком плане. Совершенно очевидно, что такие составляющие воздействия, направленного на создание положительного имиджа, как аттрактивность, фасцинация и ассертивность, способствуют созданию положительного образа продукта в рекламном тексте. Для доказательства данной рабочей гипотезы необходимо обратиться к рекламным текстам и установить возможности «пустых» слов для создания вышеназванных коммуникативно-психологических эффектов успешности.

Аттракция (от лат. *attrahere* — привлекать, притягивать) понимается как процесс формирования привлекательности человека для воспринимающей стороны и как продукт этого процесса, т. е. некоторое качество отношения, с другой стороны [vocabulary]. Аттракция значительно облегчает «скрытое» управление объектом, хотя и не всегда выступает в явном виде. База аттракции — потребность человека в положительных эмоциях. Она стимулируется многими приемами: тонким комплиментом, умением слушать, уважительным отношением к объекту, «отзеркаливанием» собеседника, позитивными невербальными проявлениями, комфортным для собеседника расположением и т. п. [Манджиева 2007]. Исследователи указывают, что «аттракция обеспечивает формирование эмоционального отношения к воспринимаемому человеку» [Манджиева 2007]. В нашем случае аттракция обеспечивает формирование позитивного отношения к товару посредством его положительной характеристики в рекламном тексте. Наличие аттрактивных элементов значительно облегчает «скрытое» управление объектом — реципиентом рекламного текста, хотя это управле-

ние не всегда очевидно. Исследование эмпирического корпуса убеждает, что создание положительного образа продукта производится при помощи слов, наделенных положительной эмоционально-оценочной коннотацией при отсутствии сенсорно воспринимаемого денотата [Николаева 2008, 2009]. В данном случае речь идет о формировании положительного отношения к образу товара, создающемуся рекламным текстом. В дальнейшем именно это положительное отношение переносится на сам товар.

Во-первых, при реализации аттрактивной функции положительный образ товара создается с помощью оценочных прилагательных, требующих уточнения, — они признаются исследователями основным манипулятивным средством [Зирка 2010; Минка 2006]. Группа прилагательных общей оценки (*amazing, excellent, fabulous, fantastic, fine, great, ideal, magnificent, marvelous, perfect, splendid, superb, wonderful*) с ядром-лексемой *good* мастерски используется рекламистами почти в каждом тексте: *a few pretty amazing things, for excellent views and photos, 3 fabulous prizes, fantastic new prices, finest handcraft porcelain, great things, ideal solution, to create perfect panini, the splendid scenery, a superb range of LaserJet printers, a wonderful holiday experience*. Исследователи утверждают, что общеоценочная лексика в основном служит цели описания товара или услуги, а частнооценочная больше направлена на восхваление адресата рекламного сообщения, т. е. потребителя: *a safer, richer and more convenient lifestyle, brightened appearance for a soft, even-toned, fresh complexion, a healthy, lively style, can make your free time a lot more exciting, those pretty bottles of things to help make us young and beautiful!*

В аттрактивной функции выступают не только оценочные слова. Привлекают внимание реципиента и те, которые в любом другом контексте, кроме рекламного, выполняют дескриптивную функцию, т. е. предполагают нейтральное стилистическое описание в лексикографических источниках. Данную группу составляют прилагательные *new, natural, revolutionary, personal*. Такие лексемы становятся «предикатами дескриптивной оценки» [Баранов 1989], т. е. дескриптивный компонент в них представлен в большей степени, нежели оценочный. Наведение сем оценки происходит благодаря тому, что дескриптивные прилагательные стоят в одном ряду с оценочными, а значит, оценочность первых носит контекстуальный характер. Приведем пример: (1) **Natural minerals in new TruBlend Naturally Luminous Loose Powder give a brightened appearance for a soft, even-toned, fresh complexion** [<http://www.covergirl.com> (дата обращения: 25.03.2007)]. В данном тексте частнооценочными являются определения *brightened* и *fresh* (от *brighten* — *make (something) more attractively colourful; make or become happier and more cheerful; Fresh* — (of a person) **attractively** youthful and unspoilt; (of a colour or a person's complexion) *bright or healthy in appearance* [ODE]), которые к тому же имеют сему аттрактивности, распространяющуюся на дескриптивные прилагательные *soft, natural, new, even-toned*, свидетельством чего являются дефиниции соответствующих лексем: *soft* — *hav-*

ing a smooth surface or texture; not rough or coarse; natural — 1) existing in or derived from nature; not made or caused by humankind; new — 1) produced, introduced, or discovered recently or now for the first time; not existing before; even-toned от *even — 1) flat and smooth* и *tone — 4) the particular quality of brightness, deepness, or hue of a shade of a colour* [ODE]. Анализ словарных дефиниций с очевидностью доказывает, что семантика этих слов стилистически нейтральна. Тем не менее в рекламных текстах у них появляется оценочная коннотация, что можно доказать известным тестом «и это хорошо».

Во-вторых, к выделенной группе аттрактантов можно отнести абстрактные существительные с коннотацией положительной оценки, как в следующем примере: (2) *Running your own show says — we try harder. <...>Then there's the way we treat our people — and our customers. **Passion, courage, modesty and loyalty** aren't the things you might expect from a car rental company. But at Avis, they are at heart of everything we do. And they are what set us apart.* Такими характеристиками, как страсть, храбрость, скромность и преданность (*passion, courage, modesty and loyalty*) нельзя описать полезность предлагаемого товара/услуги, но можно создать его образ, который и призван выделить данную фирму среди подобных, о чем доходчиво и красноречиво говорится в тексте (*And they are what set us apart*). В примере (2) с помощью существительных абстрактной семантики, денотативная «пустота» которых связана с относительностью степени проявления данного качества, олицетворяется образ фирмы (по сдаче автомобилей). Ее услугам приписаны человеческие качества: страсть, храбрость, скромность и верность (*passion — 2. a very **strong** belief or feeling about something, 3. a very strong liking for something; courage — 1. the quality of being **brave** when you are in danger, in pain, in a difficult situation etc; modesty — 1. a **modest** way of behaving or talking; loyalty — 1. the quality of remaining **faithful** to your friends, principles, country etc 2. a feeling of support for someone or something* [LDOCE]). Аттрактивный эффект в данном случае достигается за счет абстрактных существительных с коннотацией положительной оценки (*passion, courage, modesty and loyalty*), денотативно опустошенных вследствие относительности передаваемого значения. Именно эти существительные, формируя у реципиента положительный образ услуги, помогают рекламисту достичь цели — вызвать у потребителя желание воспользоваться этой услугой: реципиент переносит положительные впечатления от рекламного текста на качество самой услуги. Данные существительные используются в рекламных текстах еще и потому, что называют качества, имеющие ценность для потребителя в контексте определенной эпохи и этнокультурного сообщества.

Еще пример: (3) *For those who choose the **finer** things in life. When everything in your life reflects **elegance and good taste**, you'll certainly want to **accessorize** your home with Acenti. **Sleek, beautifully contoured and engineered to **perfection****, the Acenti.* Большинство выделенных лексем передает только положительную оценку, например *good,*

beautifully, fine, elegance, accessorize и *perfection: perfection — 1. the state of being perfect, a perfect, в свою очередь, 2. as **good as possible**, or the **best** of its kind; elegance от elegant 1. beautiful, **attractive**, or graceful; 3) taste — the ability to discern what is of **good** quality or of a high aesthetic standard; sleek — (of an object) having an elegant, streamlined shape or design; accessorize — To accessorize something such as a set of furniture or clothing means to add other things to it in order to make it **look more attractive** [CC]. Они являются собственно оценочными словами, которые создают особую атмосферу эмоциональной оценочности рекламного текста и не передают никакой другой, объективной информации о рекламируемом товаре. Кроме того, некоторые слова (*perfection, accessorize*) содержат сему привлекательности/аттрактивности в сигнификативном компоненте семантической структуры.*

Подобным же образом функционирует и ряд глаголов. Например, *discover (be the first to find or observe (a place, substance, or **scientific phenomenon**)), enjoy (1) take **delight** or **pleasure** in (an activity or occasion)), experience (feel (an emotion or **sensation**))*. В их значениях можно обнаружить дополнительное значение **положительной эмоциональности**: объекту действия приписывается характер научного открытия или сенсации, а его субъекту — привлекательная возможность стать первооткрывателем. Приведем примеры. (4) ***Discover** the excitement of the 1880's around every corner* [Sky. A Traveling Magazine. 2008. August]. (5) ***Enjoy** our heated indoor and outdoor Jacuzzi and our fitness center* [Sky. A Traveling Magazine. 2008. August]. (6) ***Experience** the better way to buy a luxury vehicle!* <...> [Sky. A Traveling Magazine. 2008. August].

В большинстве случаев данные глаголы используются в форме повелительного наклонения, а значит, обладают большой силой побуждения к совершению действия [Зирка 2010]. Они эмотивны, т. е. способствуют выражению эмоций, и настаивают на позитивное восприятие всего текста.

В рекламных текстах встречаются и глаголы, содержащие оценочную семантику: *improve (make or become **better**), enrich (1) **improve** or **enhance** the quality or value of [ODE]; 1. to **improve** the quality of something, especially by adding things to it* [LDOCE]; *to make smth **better** or **more enjoyable*** [MacMillan] и *enhance (1) means to **improve** its value, quality, or **attractiveness*** [CC]. Приведем пример употребления: (7) *Xerox color **improves** business performance* [Newsweek. 2005].

Анализ дефиниций очевидно свидетельствует, что они передают действия, приводящие к изменению чего-либо в лучшую сторону, и одним из семантических компонентов сигнификата является сема *оценки* (положительной) без указания степени этого изменения. Так, к примеру, передавая лишь общую оценку и являясь по сути «пустым», глагол *improve* неизменно служит описанию некоего «хорошего» действия рекламируемого продукта.

Приведем примеры: (8) ***Enriched with aloe and vitamin E**, each silky soft cloth is a healthy treat for thirsty skin* [Reader's Digest. 2003]. (9) *KUKUI. Skin*

& Hair Care Collection <...> **Enhanced** with vitamin E this oil quickly penetrates and moisturizes, leaving your skin silky smooth... [Spirit of Aloha. 2007. Jan/Feb]. Обращает на себя внимание насыщенность эмотивной лексикой в текстах, нацеленных на женщину как на потребителя. Рекламные тексты подобного характера исходят из представлений о женщине, акцентируют ее внешний и социальный облик. Поэтому вполне объяснимо появление изощренных и порой эксцентричных метафор и эпитетов в рекламных текстах [Зирка 2010]. Потребительницу, очевидно, привлечет то, что она станет обладательницей не просто туши для ресниц, а туши, обогащенной минералами, не простого масла для тела, а обогащенного витамином E.

Таким образом, можно с уверенностью сказать, что «пустые» слова в рекламном тексте выполняют функцию привлечения внимания адресата рекламного сообщения и выступают в качестве аттрактантов для потенциальных потребителей рекламируемой продукции.

Размытость семантики лежит и в основе фасцинирующего (от лат. *fascino* — зачаровывать, околдовывать, сглазить) эффекта «пустых» слов. Следует напомнить, что российский ученый В. М. Соковнин понимает под фасцинацией «то, что мгновенно привлекает внимание и мобилизует организм и психику, вызывает удивление, страх, напрямую сигнализирует о наслаждении или опасности, обещает или мгновенно вызывает чувственный или психологический комфорт и удовольствие или дискомфорт и страх» [Соковнин 2005]. Это такое воздействие сигнала, которое вызывают и молния (как природное явление), и обольщение (как целенаправленное человеческое поведение), — т. е. все то, что «вызывает волнение, внимание, захваченность» [Соковнин 2009: 3]. Ю. В. Кнорозов считает сильнейшим фасцинирующим средством неясность, многозначность описания. Великим открытием называет он «возможность выдумки». В качестве средства семантической фасциации выступают выдуманные события и мнимые личности [Кнорозов]. Совершенно очевидно, что рекламный текст не может не использовать вербальные средства, нацеленные на создание фасцинирующего эффекта.

Исключительно целям фасциации служат наукообразная лексика, широко используемая в рекламных сообщениях. О намеренном использовании такой лексики в рекламе пишут многие исследователи [Буков, Сартан 2007: 557; Медведева 2008]. По мнению Е. В. Медведевой, многие «употребляемые в рекламе термины науки, техники, медицины, химии <...> в сочетании с графиками и диаграммами, создают впечатление научной обоснованности, однако оставляют потребителя в недоумении, поскольку не приводят понятного им объяснения, в чем же состоит полезность продукта» [Медведева 2008] и подчинены целям стилистического оформления текста. Поэтому стиль изложения многих рекламных сообщений можно охарактеризовать как псевдонаучный. «Научный миф» — вот как называют исследователи рекламного дела такие рекламные истории, развивающиеся по особому сценарию с использованием

наукообразной лексики. П. Буков и Г. Сартан иронично высказываются о назначении таких слов в рекламном тексте: «Благодаря суперэффективному компоненту — триклозану, хлоринолу с флюористатом, керамидам (название должно быть обязательно научным и непонятным), новый товар во много раз эффективнее всего, что было раньше». Решающим аргументом в пользу товара призваны стать графики, диаграммы, схемы [Буков, Сартан 2007: 559]. Такие слова С. Г. Кара-Мурза называет «словами-амебами». Их роль в СМИ, политическом и рекламном дискурсах совершенно очевидна: «Важный признак этих слов-амеб — их кажущаяся „научность“. ... Если человек их использует, значит, может считать себя членом „приличного общества“» [Кара-Мурза].

Для иллюстрации вышесказанного необходимо обратиться к анализу материала рекламы: (10) *Use patented **ceramide** to dramatically repair and reinforce hair natural protective layer. <...> 3 customized **formulas** enriched with hibiscus, algae or ginseng, tailored to treat hair-type specific needs. Available in: hydrotherapie — fortetherapie — colorcaretherapie. Salon beautiful enjoy! MATRIX* [Cosmopolitan. 2005. August]. «Научный миф» создается с помощью слов-загадок, таких как *ceramide*, *formula*. Значение лексемы *ceramide* дает только словарь биологических терминов (*ceramide* — *церамид* [НАРБС]), оно не зафиксировано ни в толковых словарях, ни в словаре иностранных слов. Само слово *керамид*, на наш взгляд, стало известно именно благодаря рекламе косметических средств, но его семантическое наполнение остается для большинства загадочным. Слово *formula* изначально принадлежит химии и математике: 3) *A formula is a group of letters, numbers, or other symbols which represents a **scientific or mathematical** rule, 4) **In science, the formula for a substance is a list of the amounts of various substances which make up that substance, or an indication of the atoms that it is composed of** [CC], — а в рекламе используется для того, чтобы отнести рекламируемый товар к категории научных достижений. Подобные слова (*formula* и *ceramide*), принадлежащие определенным научным областям, вырабатывают у реципиента убежденность в том, что именно данное средство, являясь результатом научных разработок, и будет способствовать восстановлению волос.*

Еще пример: (11) *Plump 'em, don't clump 'em! VolumeExact's flexible bristles with **microchambers** surround each lash, to plump and separate — for expressive volume* [http://www.covergirl.com (дата обращения: 17.06.2008)]. В данном тексте на себя обращает внимание слово *microchambers* (*microchamber* — *микрокамера*), значение которого приводит только словарь физических терминов [АРИРАФС]. Слово-загадка *microchambers* непременно окажет свое действие, заставив поверить в связь товара с наукой, а также подведет к мысли о том, что только *тушь с гибкой цветочкой с микрокамерами*, и никакая другая, может создать «выразительный объем» (*expressive volume*). Подобным образом, на наш взгляд, функционируют и другие наукообразные слова: (12) *Clinique's non-drying formula maintains protective **lipids**. <...> Cli-*

nique Soap is very different from traditional soaps. It's super-fatted to help protect skin lipids, and has been buffered with ingredients like glycerin to assure that skin isn't stripped taut and dry during the cleansing process. It's also designed to rinse easily from skin, neutralizing any effects of pH imbalance." ... This one isn't. Bar or liquid, Clinique's dermatologist-developed Facial Soap creates a soft, non-drying lather to cleanse thoroughly, gently. Protects natural lipids [http://www.clinique.com (дата обращения: 17.06.2008)]. Толкование лексемы *lipid* — (*chemistry*) *any of a class of organic compounds that are fatty acids or their derivatives and are insoluble in water but soluble in organic solvents. They include many natural oils, waxes, and steroids* [ODE] — понятно только специалистам медицины, биологии, химии, но малопонятно или вовсе непонятно среднестатистическому потребителю, а особенно потребительницам, на которых и рассчитан данный текст. Это та «непонятность», которая дает право отнести слово к разряду фасцинирующих. Использование лексической единицы данного ряда — беспроблемный способ «зачаровывать, околдовывать», обещая уже упомянутый выше «психологический комфорт» и удовольствие.

Еще примеры: (13) *a powerful antioxidant for a strong immune system* [People. 2008. Aug. 18]. (14) *86 % natural-origin ingredients + minerals* // [People. 2008. Aug.]. (15) *The Aquacurrent pro-vitamin formula helps protect every single strand of your hair <...>* [People. 2008. Aug.]. (16) *Also try the Continuous Clean Clay Mask and Microbead Cleanser* [People Specials. Fall 2006] (*microbead* — *микрошарик, микробусинка* [АФНТС]). (17) *Vitamin C corrects environmental damage caused by free radicals and stimulates collagen production to renew firm skin* [Family Circle. 1998. July 14]. (18) *Guaranteed not to mark your walls, using 3M technology, it is quick to create adhesive strip strong enough to take any shape, style or size of card, it also creates a stylish display as the hang-up itself is invisible once the cards are in place* [Your London. 2008. Nov. 17].

Словосочетание *3M technology* (пример 18) иначе как загадочным не назовешь: в словаре нет его определения, а слово *technology* устанавливает связь стильного дисплея для поздравительных открыток (*a stylish display*) с результатами научных знаний (*technology — machinery and equipment developed from scientific knowledge* [ODE], *Technology refers to methods, systems, and devices which are the result of scientific knowledge being used for practical purposes* [CC]).

Порою копирайтеры в своем стремлении убедить реципиента в строгой научности рекламируемого средства и добиться необходимого для себя результата превосходят сами себя, насыщая рекламный текст подобными единицами. Например, в следующем рекламном тексте используется целый ряд лексем, которые служат не только созданию, но и прочному закреплению фасцинирующего эффекта:

(19) *Hair therapy only from the salon. BIOLAGE cera-repair pro^{4TM} treatments. Professional strength. Intense repair. Transformed hair. Cera-repair pro^{4TM} in-salon treatments.*

Use patented ceramide to dramatically repair and reinforce hair natural protective layer.

– *Cera-repairTM, home maintenance treatments prolong hair's salon-renewed health and manageability.*

– *3 customized formulas enriched with hibiscus, algae or ginseng, tailored to treat hair-type specific needs. Available in: hydrotherapie — fortetherapie — colorcaretherapie. Salon beautiful enjoy! MATRIX* [Cosmopolitan. 2005. Aug.: 95].

В рекламном тексте выстраивается логическая цепочка: компоненты — гибискус, водоросли и женьшень (*hibiscus, algae or ginseng*), включенные в состав средства, помогут восстановить силу волос. Но даже если среднестатистическому потребителю знакомы названия этих растений, то результат их применения в косметологии вряд ли известен. Словосочетание *cera-repair pro^{4TM}* скорее напоминает математическую формулу, но, что характерно, также не имеет конкретного смысла. Лексема *cera* (сокращение от *ceramide*) не зафиксирована ни в толковом словаре LDOCE, ни в словаре иностранных слов. Само слово *церамид* стало известно благодаря рекламным роликам косметических средств, но его семантическое наполнение остается туманно-неопределенным, о чем уже говорилось выше. Даже если принять во внимание, что ТМ — *торговая марка* (1. *a written abbreviation of trademark*), то что означает ^{4TM} — 4 торговые марки? Трудно причислить *pro* к определенной части речи (существительное, прилагательное, предлог или даже морфологическая единица — префикс), но чем бы она ни была, определенно ощущается ее положительная коннотация, а именно поддержка и одобрение (как префикс — *supporting or approving of something*, как предлог — *if you are pro an idea, suggestion etc, you support it*). Значит, создатели рекламного текста используют *pro* с целью формулирования положительного мнения покупателя о данном товаре. Положительная коннотация имеется и у совершенно нейтрального на первый взгляд слова *repair* (*repair — something that you do to fix a thing that is damaged, broken, or not working*): восстанавливать то, что разрушено — хорошо.

Получив данное сообщение, реципиент не сможет объяснить, что такое *церамид*, но будет уверен, что именно он способствует восстановлению волос. Научнообразно, а значит, завораживающе привлекательно звучат и следующие названия: *hydrotherapie, fortetherapie, colorcaretherapie*, — которые определенно не имеют никакого значения для реципиента. Слова, принадлежащие к текстам других научных дискурсов (медицины, физики, химии, науки, математики) нередко используются в рекламе, чтобы придать тексту характер научной обоснованности, серьезность, с помощью которой копирайтеры пытаются вызвать доверие потенциального потребителя, а затем и соблазнить его приобрести товар.

Совершенно очевидно, что существительные такого рода способствуют созданию эффекта принадлежности рекламного текста к науке и используются «для пущей важности» — в качестве средства аргументации, для придания объекту рекламы весомости как последнему слову в науке. Среднестатистический покупатель не пытается разгадать неведомый ему смысл, относя завораживающую непонятность на счет высокой научно-

сти. Нельзя не отметить и тот факт, что представленный лексический ресурс используется главным образом в рекламе косметических средств, т. е. рассчитан на женскую аудиторию.

Ассертивность, третья составляющая конструктивного имиджа человека, заключается в стремлении удовлетворить свои потребности, интересы, желания на основе мира и взаимопонимания, без столкновений и конфликтов. Умение договариваться и приходиться к согласию с окружающими, причем не только с пользой для самих себя, но и с выгодой для противников, встречается не часто и поэтому очень высоко ценится в деловом мире. Такой способ поведения называется ассертивным. Он предполагает, что человек знает, чего он хочет и чего не хочет (по крайней мере, в конкретной ситуации), и может это четко сформулировать.

Лучше понять ассертивные качества общения можно при сравнении их с другими способами взаимодействия (например, агрессивностью или пассивностью), при которых наши права, чувства или потребности могут быть нарушены или проигнорированы. Различие между ассертивным, пассивным и агрессивным поведением состоит не в чувствах, стоящих за вашей реакцией, а в способе реагирования на события. Так, *пассивная реакция* выражает послание «Я не важен, а вы важны», а *агрессивная реакция* выражает послание «Я важен, а вы ничто», ассертивный ответ выражает послание «Я важен, вы важны, мы оба важны». Одной из главных характеристик ассертивного поведения является отказ от использования угроз, оценок или высказываний, не допускающих возражений. Люди, придерживающиеся такой линии поведения, достигают желаемой цели, избегая знаков неуверенности при построении высказывания, не причиняя вреда окружающим. Они добиваются своего, не манипулируя оппонентом посредством чувства вины или каким-либо иным способом из разряда приемов эмоционального шантажа [elitarium]. Вместо того чтобы сосредоточивать внимание на посторонних предметах, ассертивные люди используют описательные выражения, которые фокусируются на более уместных вопросах.

Применительно к рекламным текстам, слово выполняет ассертивную функцию, если оно воздействует на мнение реципиента, не пробуждая в нем чувства вины или другие подобного рода эмоции. Такую функцию выполняют слова, принадлежащие слою широкозначной лексики, например *business, people, thing, way, idea, place, get, make, give, have*, не имеющие дополнительных смыслов в виде оценочных коннотаций. Поскольку они не расшатывают эмоциональную сферу реципиента, можно сказать, что они выполняют ассертивную функцию.

Приведем примеры: (20) *The second thing you notice about the new Digital IXUS 40 is its leading-edge technology* [Newsweek. 2004. Nov. 29]. (21) *Are you looking for a next big thing?* [Manchester Evening News. 2008. Nov. 17]. (22) *Some people shouldn't take Prozac, especially people on MAO inhibitors* [Family Circle. 1998. July 14]. (23) *Big news about oral care may change the way you think about*

rinsing with Listerine Antiseptic [Newsweek. 2006. Oct. 26]. (24) *When your offices around the globe are working in sync, the sun will never set on your ideas. ... Create, share and think as one.* Ricoh [Newsweek. 2006. June 26]. (25) *Heading to New York? PLATFORMA CHURRASCARIA RODIZIO. Who said you can't be in two places at once?* [Sky. A Traveling Magazine. 2008. Aug.]. (26) *Do you ever take more than one medicine to treat a single migraine attack?* [People. 2008. Aug.]. (27) *It also gives you extended warranties, travel benefits and discounts from leading suppliers and retailers.* [Newsweek. 2006. Aug. 28]. (28) *Make room for a counter evolution with The Griddler by Cuisinart* [People. 2006. Dec. 4]. (29) *Get ColorMatched to find the makeup shades that are right for you* [www.covergirl.com (дата обращения: 25.03.2007)].

Семантическая структура широкозначных существительных предполагает пустоту, которая может быть заполнена преподносимой в высказывании информацией [Schmid 2000]. В большинстве случаев нейтральность слова, выполняющего ассертивную функцию, перекрывается оценкой слова-аттрактанта: (30) *Pantene. Hot as ice. Ice Shine. Get chills with the Ice Shine Collection from Pantene. The pro-vitamin formula heats up your look with 2X the shine in just one use. Learn cool ways to shine at pantene.com/iceshine* [People. 2006. Dec. 4]. Слова *cool* и *shine* распространяют свою оценочность на нейтральное *ways*: *cool* — (informal) *If you say that something is cool, you think it is very good* [CC]; (informal) *fashionably attractive or impressive* [ODE]; *shine* — (figurative) *be brilliant or excellent at something* [OAD], [ODE]. Приведем еще пример: (31) *Sometimes it takes a great idea to give power to good intentions* [New York traveler. 2008] (напомним, что *Great* — *very good*; *excellent* [ODE]; (informal) *very good or satisfactory*; *excellent* [OAD]).

В нижеследующих примерах пустое слово *thing* используется с оценочным *good* — *better* — *best*, которое выполняет аттрактивную роль, о чем уже говорилось выше. (32) *New creamier Chocolate Crème Treasures. Good things really do come in small packages. Now our Chocolate Crème Nestle Treasures are creamier and more luscious. Unwrap a gift to yourself. From you to you* [RD. 2002. Sept.]. (33) *Want the dish on us? Rated top premium U. S. airline for comfort, service and overall performance by Zagat Survey. It's no secret. Zagat Survey knows a good thing when it rates one. That's why we're honored they gave us such high marks. Of course, now that the world is out, you'll want to experience the top-notch service straight from the source. For reservations and information, go to continental.com or call ... ZagatSurvey. Continental Airlines. Work hard. Fly right* [New York Style Travel Magazine. Travel Summer. 2007].

Оценочные лексемы предшествуют и широкозначному слову *place*: (34) *The best place in the Universe. New Mexico, Earth* [Sky. A Traveling Magazine. 2008. Aug.]. (35) *There are better places to spend your day off than under the bathroom sink. Vacation days are precious, don't waste them on household chores. From fishing, hiking and golf to shopping sightseeing and sandcastles. With so much*

to do, so close by, Maryland is **the perfect place** to seize the day off. Maryland. Welcome [Sky. A Traveling Magazine. 2008. Aug.]. В этом отношении необходимо напомнить, что лингвисты заметили способность широкозначной единицы *thing* служить средством создания экспрессивности высказывания, что особенно заметно, когда данному слову предшествуют прилагательные оценочного характера (*good, bad, awful, wonderful* и т. д.) [Гузеева 1981: 28]. Как показывает материал, данный вывод можно сделать и относительно других широкозначных существительных.

Вместе с тем имеющаяся в нашем распоряжении эмпирическая база демонстрирует, что лексема *people* не используется с оценочным атрибутом, но может иногда комбинироваться со словом, выполняющим функцию аттрактанта: (36) *Cargill. Nourishing ideas. Nourishing people* [Forbes. 2007. Feb. 12]. Чаше данная лексема используется с неопределенным или притяжательным местоимением, видимо, для создания ощущения размытого, не имеющего границ количества людей, увлеченных одной идеей или уже пользующихся данным товаром или услугой. В этом и заключается ее воздействующий потенциал. Например: (37) **Some people think we're all about the lobster** [Sky. A Traveling Magazine. 2008. Aug.]. (38) *Stop shaving. Start living. Why do more people trust American Laser Centers for smoother, more beautiful skin than anyone else in the country?* [Sky. A Traveling Magazine. 2008. Aug.]. (39) *These tend to go away within a few weeks of starting treatment, and usually aren't serious enough to make most people stop taking it* [Family Circle. 1998. July 14].

Широкозначное слово *business* иногда используется со словами, имеющими коннотации положительной оценки или эмоции: (40) "A new fleet with sleeper seats and in-seat power..." "KLM's way of turning **Business into pleasure**" [Business week. 2005. Feb. 14]. (41) *With the right help. Your idea can grow into a successful business* [The Independent. 2008. Nov. 18]. (42) *Ad Cash Generator. Finally! A Million Dollar Income Opportunity Anyone Can Do! ... This Fun and Enjoyable business is proven to help anyone have the above benefits, simply working on your computer, surfing the Internet for only 10-15 minute per day — anytime and anyplace you want* [Sky. A Traveling Magazine. 2008. Aug.]. (43) **Passionate About Your Business? So are we. Printing. America's print shop. The Smarter Way to Buy Printing** [Sky. A Traveling Magazine. 2008. Aug.].

Атрибуты *fun, enjoyable* и другие явно эмотивны и наполняют собой нейтральное *business: fun — amusing, entertaining, or enjoyable* [CC], 3) *If you describe something as a fun thing, you mean that you think it is enjoyable* [ODE], *enjoyable (of an activity or occasion) giving delight or pleasure* [ODE]; *passionate — having, showing, or caused by strong feelings or beliefs*.

Еще пример: (44) *Xerox color turns people on. It makes everything easier to read, understand and remember. Whether you use it to highlight facts, underscore conclusions, or to get billing statements noticed, Xerox color improves business performance* [Newsweek. 2005. Nov.]. Глагол *improve*, как уже отмечалось выше, содержит оценку и иррадиру-

ет ее на «пустое» слово *business*. В других случаях значение последнего остается нейтральным, что способствует выполнению ассертивной функции: (45) *Because we're the business bank, we aim to deliver everything your business needs. ... You can't do that if you look at things like other banks do. Look at things differently* [The Independent. 2008. Nov. 18]. (46) *They have the expertise and freedom to craft the ideal solution, so your insurance can stay in-synch with your business and your life* [Newsweek. 2006. Oct. 23]. (47) *See how we can help your business go further, faster* [Business Week. 2008. Dec. 15].

Ассертивная функция широкозначных глаголов *do, get, give, have, make, take* также заключается в размытости их стилистически нейтральных значений и фокусировке внимания на окружении в виде дополнений, обстоятельств, т. е. на результате действия, например: (48) *Give us your money. We'll give you a loan more back. Simple as that. Save some cash in our Choices Bond and you'll get a great fixed interest rate* [Sunday Express. 2003. Nov. 23]. (49) *Your job. Your partner. Life can be a tall order. So make it a little easier — with Taster's Choice coffee* [Reader's Digest. 2003. May]. (50) **Made in a wink. Gone in a flash. Jell-O Magic Mousse ... Easy to make. Easy to love** [People. 2006. Dec. 4]. (51) *In fact, rinsing twice a day with Listerine gives you 24-hour protection against the germs the cause plaque and gingivitis. Do it for your mouth. Do it for life* [Newsweek. 2006. Oct.]. Значения глаголов размыты, а результаты их действий вполне конкретны для понимания реципиента: **получите великолепную фиксированную ставку (get a great fixed interest rate), сделать легко, облегчать (easy to make, make it a little easier), делать быстро (made in a wink), дает защиту (gives you 24-hour protection)**.

Итак, воздействующий потенциал данной группы слов зиждется на широкозначности их значений, подразумевающей неограниченно большой круг референтов-вещей (для существительных) и референтов-действий (для глаголов). При желании, реципиент зачисляет свою потребность в круг этих референтов. Такую воздействующую функцию слов можно по праву назвать ассертивной.

Таким образом, роль «пустых» слов в рекламном тексте невозможно преуменьшить. Они являются ключевым элементом для данного типа текстов, поскольку напрямую связаны с достижением основной цели рекламного текста: убедить покупателя совершить необходимое с точки зрения копирайтера (и заказчика рекламы) действие — совершить покупку. Определенная доля вербального ресурса рекламного текста большей частью не несет семантической нагрузки, но пресуппонирует принципиальную необходимость пользования данным продуктом. В этом и заключается сила семантически «пустых» слов: занимая физически позиции в тексте, они оставляют семантические зияния, пустоты, которые заполняются реципиентом рекламного текста в соответствии с тем смыслом, который он хочет для себя образовать. Вызвать интерес к прочтению текста, выдвинуть соблазнительную аргументацию, вербально оформленную как научное доказательство, показать

весомость и значимость объекта рекламы — вот те цели, которые достигаются использованием данного пласта лексики. При этом положительный образ товара формируется за счет выполнения «пустыми» словами аттрактивной, фасцинирующей и ассертивной функций, направленных на создание положительного образа как товара, так и того, кто его приобретет, потому что все позитивные атрибуты первого автоматически экстраполируются на последнего. Поскольку семантическая структура данного класса слов характеризуется зияниями, смысловое наполнение «пустых» слов осуществляется реципиентом текста: их семантическая опустошенность приглашает адресата к соучастию в создании образа рекламируемого товара или услуги. О таких словах можно с уверенностью говорить как о рекламогенах, т. е. единицах, языковой потенциал которых наиболее адекватен тем задачам, которые выполняет рекламный текст.

ЛИТЕРАТУРА

- Баранов А. Н. Аксиологическая стратегия в структуре языка // Вопросы языкознания. 1989. № 3. С. 74—90.
- Буков П., Сарган Г. Психологические эффекты в рекламе // Психология и психоанализ рекламы : уч. пособие для фак. психологии, социологии, экономики и журналистики. — Самара : Бахрах-М, 2007. С. 556—562.
- Гузеева К. А. Функционирование десемантизированного существительного в диалогических единствах // Теория и методы исследования текста и предложения : межвуз. сб. науч. тр. — Л., 1981. С. 27—31.
- Зирка В. В. Манипулятивные игры в рекламе: лингвистический аспект. Изд. 2-е, испр. — М. : ЛИБРОКОМ, 2010.
- Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием. URL: <http://www.kara-murza.ru/manipul.htm> (дата обращения: 25.07.2008).
- Кнорозов Ю. В. Фасцинология. URL: <http://fascinology.narod.ru/Knorozov.htm> (дата обращения: 10.03.2010).
- Кобозева И. М. Лингвистическая семантика. — М. : Эдиториал УРСС, 2000.
- Манджиева Е. В. Аттракция как один из основных компонентов «скрытого управления». URL: <http://www.eidos.ru/journal/2007/0115-5.htm> (дата обращения: 16.03.2010).
- Медведева Е. В. Рекламная коммуникация. Изд. 3-е. — М. : Изд-во ЛКИ, 2008.
- Минка А. Н. Функциональные особенности имен прилагательных как выразителей категории степени в тексте // Концепт и культура : материалы 2 Междунар. науч. конф. (Кемерово, 30—31 мар. 2006 г.). — Прокопьевск : Полиграф-Центр, 2006. С. 959—966.
- Николаева А. В. «Пустые» прилагательные в англоязычных рекламных текстах // Вестн. Челяб. гос. ун-та. 2008. Вып. 26 : Искусствоведение. Филология. № 30. С. 108—112.
- Николаева А. В. Манипулятивный потенциал «пустых» глаголов в рекламных текстах (на материале английской рекламы) // Вестн. Челяб. гос. ун-та. 2009. Вып. 38 : Искусствоведение. Филология. № 39. С. 118—121.
- Соковнин В. М. Что такое фасцинация. — Екатеринбург : Авторская Академия фасцинологии, 2009.
- Elitarium = центр дистанционного образования. URL: <http://www.elitarium.ru> (дата обращения: 4.03.2010).
- Schmid H.-J. English Nouns as Conceptual Shells. From Corpus to Cognition. — Berlin ; N. Y. : Mouton de Gruyter, 2000.

ЛЕКСИКОГРАФИЧЕСКИЕ ИСТОЧНИКИ

- АРИРАФС = Англо-русский индекс к Русско-английскому физическому словарю : 81 тыс. ст. // Русско-английский физический словарь / В. Д. Новиков [и др.] ; РУССО. 2003.
- АРНТС = Англо-русский научно-технический словарь = The English-Russian Scientific Dictionary : ок. 140 тыс. ст. 7-е изд., испр. и доп. / Е. К. Масловский ; АBBYY Software. 2008.
- НАРБС = Новый англо-русский биологический словарь : 72 тыс. ст. / О. И. Чибисова [и др.] ; РУССО. 2003.
- CC = Collins Cobuild Advanced Learner's English Dictionary. — Harper Collins Publishers, 2008 / Е. К. Масловский ; АBBYY Software. 2008.
- LDOCE = Longman Dictionary of Contemporary English. — Longman Group, 1995.
- Macmillan = Macmillan English Dictionary for Advanced Learners. Intern. Student Ed. — Macmillan Publ., 2002.
- ODE = Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English / Ed. J. Crowther. — Oxford Univ. Pr., 1999.
- OAD = New Oxford American Dictionary. 2nd Ed. — Oxford : Oxford Univ. Pr., 2005 / Е. К. Масловский ; АBBYY Software, 2008.
- Vocabulary. URL: <http://vocabulary.ru/dictionary/8/word> (дата обращения: 16.03.2010).

Статью рекомендует к публикации д-р филол. наук, проф. А. П. Чудинов

**РАЗВЕРТЫВАНИЕ МЕТАФОРЫ
ДВОЙНОЙ АКТУАЛИЗАЦИИ
В РОССИЙСКИХ И БРИТАНСКИХ СМИ**

**THE EVOLUTION (EXPANSION)
OF DOUBLE REALIZATION METAPHOR
IN RUSSIAN AND BRITISH MASS MEDIA**

Аннотация. СМИ являются важным инструментом формирования социальной реальности. Рассматривается вопрос, как метафора в заголовке статьи связана с текстом и какое влияние оказывает на восприятие. В статье представлены метафоры двойной актуализации и модели их развертывания в тексте на материале российских и британских СМИ.

Abstract. Mass media are instrumental in the creation of social reality. How is a metaphor in the heading connected with the article, and how does it influence our perception? The article presents double realization metaphors and their expansion patterns in the text on the basis of Russian and British mass media.

Ключевые слова: когерентность; когезийность; метафора двойной актуализации; развертывание метафорических моделей; заголовок; сопоставительный анализ.

Key words: coherence; cohesion; double realization metaphors; expansion of metaphor models; heading; contrastive analysis.

Сведения об авторе: Каган Елена Борисовна, аспирант.

About the author: Kagan Elena Borisovna, Postgraduate Student.

Место работы: Институт международных связей (Екатеринбург).

Place of employment: Institute of International Relations (Ekaterinburg).

Контактная информация: 620000, г. Екатеринбург, Карла Либкнехта, 33.
e-mail: lena-kagan@yandex.ru.

Одним из важнейших свойств концептуальной метафоры является ее способность к развертыванию в тексте. Как отмечает Е. А. Макаренко, в последние десятилетия текст из материала лингвистического исследования превратился в его объект и предмет [Макаренко 2006: 147]. Феноменальное языковое явление, каким является текст, при всей разности подходов к его исследованию всегда предстает как «сознательно организованный результат речетворческого процесса» [Гальперин 2008: 3], подчиненный определенным закономерностям своей организации, как «сложное связанное целое высшего порядка» [Середа 1984: 4].

Для данного исследования важны представления о постоянных признаках текста, носящих характер категорий. С философской точки зрения категория — это «предельно широкое понятие, в котором отображаются наиболее общие и существенные признаки, связи и отношения предметов, явлений объективного мира» [Кондаков 1975: 240]. Несмотря на отсутствие единства мнений о составе текстовых категорий, практически всеми исследователями (Н. И. Кондаков, А. А. Леонтьев, Е. А. Макаренко, Л. М. Середа, З. Я. Тураева, Т. В. Харламова, Н. В. Шевченко и др.) основными признаками текста признаются категории когерентности и когезийности.

Еще полностью не преодолено смешение признаков когерентности и когезийности текста. Иногда данные термины используются как синонимы. А. А. Леонтьев по этому поводу пишет: «Связность обычно является условием цельности, но цельность не может полностью определяться через связность. С другой стороны, связный текст не всегда обладает характеристикой цельности» [Аспекты общей и частной лингвистической теории текста: 51]. По мнению Т. В. Харламовой, когерентность представляет собою некоторое смысловое единство текста, а когезийность — формальное выражение когерентности [см. Харламова

2000], т. е. когерентность связывается с планом содержания текста, а когезийность — с планом выражения. Тем самым фактически обе эти категории объединяются в одну, хотя в реальной речевой действительности между ними знака равенства нет, несмотря на тесную связь. З. Я. Тураева и Н. В. Шевченко отмечают, что все категории текста имеют и план содержания, и план выражения, а следовательно, нельзя категорию когерентности сводить лишь к смысловому единству, а категорию когезийности — к ее формальному выражению [Тураева 2009; Шевченко 2003]. Е. А. Макаренко полагает, что именно «связность манифестируется лингвистически — в целом ряде эксплицитных и имплицитных средств, отношений между компонентами текстопостроения, в основе которых лежат синтаксические и логико-семантические отношения» [Макаренко 2006: 164]. Этим объясняется то, что многие исследования в области лингвистики текста рассматривали различные способы и средства достижения когезийности. Мы разделяем эту точку зрения. В настоящей статье наше внимание направлено на средства достижения связности между заголовком и основным текстом газетного материала, на модели развертывания метафорического заголовка в тексте.

Для любого политического текста характерна «пропаганда тех или иных идей, эмотивное воздействие на граждан страны и побуждение их к политическим действиям, выработка общественного консенсуса, принятие и обоснование социально-политических решений в условиях множественности точек зрения в обществе» [Чудинов 2003: 138]. Целенаправленное управление восприятием адресата достигается в том числе с помощью метафор.

Используя подход А. П. Чудинова к выделению типов развертывания метафорических моделей в пределах текста, мы проанализировали метафорические заголовки двойной актуализации (в них реализуется две метафоры — как из одной и

сферы-источника, так и из разных сфер-источников). В ходе анализа выявилось, что для газетного текста типичными являются следующие варианты развертывания метафорических моделей:

1) в тексте преобладают метафоры, относящиеся к той же сфере-источнику, что и одна из метафор заголовка;

2) в тексте преобладают метафоры, относящиеся к тем же сферам-источникам, что и метафоры заголовка, или, кроме названных, еще и метафоры с иной сферой-источником;

3) в тексте преобладают метафоры, относящиеся к сфере-источнику, отличному от сфер-источников метафор заголовка;

4) в тексте используются различные метафоры, но ни одна модель не воспринимается как ведущая.

Развертывание метафорического заголовка в пространстве статьи свидетельствует о когезивности текста в целом, что подтверждается конкретными примерами.

В статье Татьяны Замахиной «Правительство и лечит, и калечит» (Известия. 2010. 18 нояб.) преобладают метафоры, относящиеся к сфере-источнику «Мир криминала». Комментируя дебаты по выходу из кризиса на заседании Государственной думы, автор публикации создает образ «сходки» криминальных авторитетов, на которой звучат призывы «перестать „топить“ бизнесменов», «не топить рубль», предложения «снизить аппетиты естественных монополистов и банкиров, чтобы не загнать производство еще в большую яму», упреки в том, что хотя государство «поделилось „куском пирога“ и деньги дошли до промышленников, «малой кровью те не отделались», выражается надежда, что «все, что нас не убьет — сделает нас сильнее». На наш взгляд, такое взаимодействие отрицательно окрашенных метафор из сфер-источников «Криминал» и «Война» только усиливает враждебность образа Государственной думы. Криминальная метафора является не только самой частотной в данном тексте, она рассредоточена по всему тексту, т. е. выступает средством связи его частей, обеспечивает целостность восприятия. Более того, криминальная метафора используется в сильных позициях: в первой фразе первого, третьего и пятого абзацев, в последней фразе заключительной части текста. Таким образом, в тексте доминирует одна из метафор заголовка двойной актуализации.

Параллельное развертывание в тексте метафор, относящихся к тем же сферам-источникам, что и метафоры заголовка, — еще один типичный вариант метафорического сценария газетного текста. Так, в «The Observer» в 2008 г. была опубликована статья под заголовком «It's a very deep hole — and Brown needs to find a ladder to climb out» — «Это очень глубокая яма — и, чтобы выкарабкаться из нее, Браун должен найти лестницу». Метафоры со сферами-источниками «Неживая природа» и «Артефакт», представленные в заголовке, являются доминантными в тексте, организуют его. Кризис, в котором находится Соединенное Королевство, — это метафорическая яма, а пути выхода из кризиса — метафорическая лестница, которую необходимо найти, чтобы кризис

не углубился, или, говоря метафорическим языком, «чтобы не закопаться еще глубже» («The whole point about the worsening economic crisis is that we are in a hole and should not dig deeper»). Обе метафоры взаимодействуют друг с другом, используются в одном абзаце или даже предложении, чем акцентируется созданный заголовком статьи образ («So many people are climbing on to the Keynesian bandwagon that those of us who never jumped off it are now short of elbow room. There is, however, an important difference of approach between true Keynesians and those who have latched on to the popular excitement about possible tax cuts but argue that these would have to be 'paid for' by tax increases elsewhere, or by cuts in public spending»). «But at a time when businesses and their customers (known by the economists as “consumers”) are cutting back like mad, it is up to the governments to fill the economic void»). Острота и боль кризиса представляются через метафору «сжатия» — *credit crunch, the savage monetary squeeze, to tighten fiscal policy tighter credit conditions*, — подкрепляются мрачными банковскими прогнозами дождливой погоды и сильного ветра: *...the Bank gloomily forecasts that rising unemployment will cause real incomes to contract, outweighing the benefits from lower commodity prices; other depressing factors will be tighter credit conditions and people's natural desire to save more for a rainy (or perhaps gale force?) day.*

Следует отметить, что основой для взаимодействия двух метафор является осознание человеком своей силы и возможности с помощью определенных механизмов воздействовать на неживую природу. Кроме того, развертывание натуроморфной метафоры в значительной степени определено стилем текста.

Достаточно часто, как показал проведенный анализ, в газетных статьях с метафорическими заголовками двойной актуализации доминантной в тексте является модель, отличная от моделей заголовка. Примером может служить публикация «Охота на „хромую утку“» (Взгляд. 2009. 13 апр.). Тема статьи задана уже в первом предложении: *Выборы президента Украины могут пройти без участия Ющенко*. Развертывание военной метафоры, являющейся доминантной, в значительной степени определено дискурсом. Известно, что обострение политической ситуации всегда ведет к активизации метафорических моделей с сильным агрессивным потенциалом. Публикация насыщена милитарными метафорами (*под угрозой, уличная война, угрожая, принимать жесткие меры, штурмовать*). Избирательная кампания на Украине моделируется как военное столкновение кандидатов в президенты страны: В. Ющенко, В. Януковича, Ю. Тимошенко. Причем если В. Ющенко задумывается, «штурмовать или не штурмовать» второй раз президентскую должность, а В. Янукович только из-за отсутствия серьезной финансовой поддержки откладывает «уличную войну», то Ю. Тимошенко «угрожает массовыми акциями протеста». Напряженность политической ситуации на Украине передается через яркий концептуальный вектор агрессивности, присущий военной метафоре, причем автор подчеркивает, что эта напряженность может при-

вести к жертвам: *Ющенко не может честно сейчас сказать, что не будет баллотироваться на второй срок, потому что из „хромой утки“ сразу превратится в „дохлую“*. Включение в текст метафорических политических терминов *хромая утка*, *дохлая утка* придает статье особую образность.

Как правило, выделение одной-двух доминантных моделей происходит в относительно небольших по объему текстах. Чем текст больше, тем выше вероятность взаимодействия в нем нескольких моделей, что не позволяет выделить какую-либо в качестве доминантной. В значительных по объему текстах автор использует разнообразные метафоры, причем «заявленные» в заголовке могут развертываться или не развертываться в статье.

Рассмотрим в качестве примера материал с заголовком двойной актуализации «Stable Money Is The Key To Recovery» (Wall Street Journal. 2008. 17.11). Сферы-источники метафор, заявленных в заголовке, — «Дом» и «Болезнь». Обе развертываются в тексте, моделируя выход из кризиса как выздоровление экономики (*economic recovery*) и строительство большого общего дома (*to build together the capitalism of the future...*). Финансовое благополучие этого дома связывается с его открытыми окнами: *When President Richard Nixon closed the gold window some 37 years ago, it marked the end of a golden age of robust trade and unprecedented global economic growth*. Наряду с этими, в тексте выделяются и другие повторяющиеся метафорические образы. Так, международный монетарный порядок моделируется как «стоящий на якоре корабль» (*anchored by a gold-convertible dollar, missed the boat, it was as if all currencies were anchored to gold*), о нарушении этого порядка он сигнализирует (*Meanwhile, price signals in the global marketplace are hopelessly distorted*). Для обозначения нарушенного порядка используются также образы, восходящие к различным сферам: *Today, a soupy mix of currencies sloshes investment capital around the world, channeling it into stagnant pools while productive endeavor is left high and dry. Entrepreneurs in countries with overvalued currencies are unable to attract the foreign investment that*

should logically flow in their direction, while scam artists in countries with undervalued currencies lure global financial resources into brackish puddles; ... the capricious monetary policies of central banks and the chaotic movements of currencies. Однако для всех метафор характерен однотипный прагматический потенциал.

Насыщенность текста метафорами, ни одна из которых не имеет признаков доминантной, делает его более ярким и передает мироощущение читателей.

Анализ способов развертывания метафор газетного заголовка в текстах статей позволяет сделать вывод, что категории цельности и связности текста реализуются в газетных статьях с метафорическими заголовками через развертывание метафорических моделей в тексте. В отдельном тексте и в политическом нарративе используемые метафоры представляют собой не набор абсолютно автономных случайных элементов, а целую систему с прочными внутри- и внетекстовыми связями, организующим стержнем которой становится взаимодействие метафорических моделей.

ЛИТЕРАТУРА

- Аспекты общей и частной лингвистической теории текста. — М., 1982.
- Будаев Э. В., Чудинов А. П. Метафора в политической коммуникации. — М.: Флинта: Наука, 2008.
- Гальперин И. Р. Текст как объект лингвистического исследования. Изд. 6-е. — М.: УРСС Эдиториал, 2008.
- Кондаков Н. И. Логический слов.-справ. — М., 1975.
- Макарченко Е. А. Роль контекстуальных синонимов в обеспечении связности текста // Вестн. СамГУ. 2006. № 10/2 (50).
- Середа Л. М. Функционирование лексико-тематических групп в структуре английского короткого рассказа: автореф. ... канд. филол. наук. — Минск, 1984.
- Тураева З. Я. Лингвистика текста Текст: структура и семантика. Изд. 2, доп. — М., 2009.
- Харламова Т. В. Текстобразующие средства в устной речи (на материале русского и английского языков). — Саратов: АКД, 2000.
- Чудинов А. П. Метафорическая мозаика в современной политической коммуникации / УрГПУ. — Екатеринбург, 2003.
- Шевченко Н. В. Основы лингвистики текста: учеб. пособие. — М.: Приор-издат, 2003.

Статью рекомендует к публикации канд. филол. наук, доц. М. Б. Ворошилова

УДК 81'27:17.022.1

ББК Ш100.3

ГСНТИ 13.01.11; 16.21.47

Код ВАК 24.00.01

Е. Г. Калюжная
Екатеринбург, Россия

E. G. Kaliuzhnaya
Ekaterinburg, Russia

**ПЕРСОНАЛЬНЫЙ ИМИДЖ:
ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ
АНАЛИЗА ПОНЯТИЯ**

**PERSONAL IMAGE:
LINGOCULTURAL ASPECT
OF THE NOTION ANALYSIS**

Аннотация. Что фиксируется понятием «имидж»? Каковы границы этого понятия? Для ответов на вопросы адекватным инструментом культурологического анализа служит лингвистический метод. Понимание значения слова «имидж» способствует рассмотрению проблематики, заданной дефиницией. Лингвокультурологический аспект анализа направлен на исследование сущности имиджа и выявления сходства и отличий понятий «имидж» и «образ» в традициях российской культуры.

Abstract. What is fixed by the concept «image»? What are the borders of this concept? To answers the questions the linguistic method can be applied which is an adequate tool of the culturological analysis. Understanding of the word «image» promotes consideration of the problematic set definition. The lingocultural aspect of the analysis is directed on research of the essence of image and revealing similarities and differences of concepts «image» and «appearance» in traditions of Russian culture.

Ключевые слова: имидж; образ; культура; лингвистический анализ; историко-культурное значение слова.

Key words: image; appearance; culture; linguistic analysis; historical and cultural word meaning.

Сведения об авторе: Калюжная Екатерина Геннадьевна, старший преподаватель кафедры «Управление в сфере физической культуры и спорта» Института физической культуры, спорта и молодежной политики.

About the author: Kaliuzhnaya Ekaterina Gennadievna, Senior Lecturer of the Chair of Management in the Sphere of Physical Education and Sport, Institute of Physical Education, Sport and Youth Politics.

Место работы: Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина (Екатеринбург).

Place of employment: Ural Federal University n. a. the first President of Russia B. N. Yeltsin (Ekaterinburg).

Контактная информация: 620002, г. Екатеринбург, ул. Мира, 19.
e-mail: kultura.land@mail.ru.

В современной культуре значимость имиджа обусловлена его востребованностью в различных сферах жизнедеятельности человека. Имидж актуален в таких социальных практиках, как маркетинг, реклама, связи с общественностью, менеджмент, политика, мода, шоу-бизнес. Слово «имидж» обрело статус активного словоупотребления, стало обозначением целого ряда характеристик явлений действительности и культуры, которые выступают объектами формирования имиджа (от имиджа «звезды» массовой культуры до имиджа качества услуги).

Какое же значение имеет слово «имидж», что означает понятие «персональный имидж»? Понимание значения слова способствует рассмотрению проблематики, заданной той или иной дефиницией. Кроме того, «мир человека главным образом должен определяться как мир значений. Мир может быть назван „человеческим“ лишь в той мере, в какой он что-либо означает» [Греймас 2004: 5]. Поэтому анализ семантики слова «имидж» связан и с ответом на вопрос о смысле человеческой деятельности в отношении персонального имиджа, являющийся принципиальным при рассмотрении этого явления в культурологическом аспекте.

История эволюции имиджа в современной российской культуре и как феномена, и как понятия весьма показательна. Перевод слова «image», конечно, существовал в англо-русских словарях. Употребление кириллического написания «имидж» в СМИ относится к середине 1980-х гг., к периоду интенсивных языковых заимствований в ситуации экономических и социокультурных изменений в России. Для людей, открытых для нововведений и международных контактов, имидж стал необходи-

мым и престижным условием карьеры и самовыражения. Однако на уровне разговорного стиля речи «новомодное иностранное слово» имело скорее негативную окраску, как отсылающее к западному, буржуазному образу жизни. Переводимое буквально как «образ» слово «имидж» не воспринималось деятелями науки и культуры. Например, А. И. Солженицын в написанном в 1988 г. предисловии к своему словарю отмечал, что «если беспрепятственно допускать в русский язык такие невыносимые слова, как „уик-энд“, „брифинг“, „истеблишмент“, ... „имидж“ — то надо вообще с родным языком распрощаться» [Русский словарь языкового расширения: 3]. Известный лингвист В. Г. Костомаров указывал на лексическую параллель «имидж — образ», свидетельствующую о том, что нет нужды в заимствовании, поскольку существует эквивалент слова [Костомаров 1994: 81—83]. Время показало неравноценность этого сопоставления. Слово «имидж» закрепилось в массовом сознании, нашло свое место в словарях, в имиджологии решается вопрос о его терминологическом статусе.

В настоящее время заимствование «имидж» в русском языке используется для обозначения понятий из разных сфер культурной деятельности человека. Слово «имидж», емкое и многозначное, становится выражением таких «мультикультурных символов», как «образ, мотив, роль, амплуа, маска, типаж, установка, фасад, репутация, лицедейство, прогнозируемое ожидание» [Борисов 2001: 383].

Что же фиксируется понятием «имидж»? Каковы границы этого понятия? Для ответов на вопросы адекватным инструментом культурологического анализа служит лингвистический метод.

Язык в науке о культуре рассматривается как способ, вербализирующий объективно-духовную действительность. Лингвистика предоставляет понятийные и методологические средства для определения и анализа культуры и ее феноменов. Язык органически связан с культурой и является одним из инструментов создания, трансформации, аккумуляции и трансляции культуры. В лингвистической науке существует традиция понимания языка как «непосредственной действительности мысли», идущая от В. Гумбольдта [Гумбольдт 2000: 68]. Язык, образованный из понятий и представлений отдельного народа, определяет его мировоззрение и формирует картину мира. Освоение же иностранного языка, полагал В. Гумбольдт, можно уподобить завоеванию новой позиции в прежнем видении мира: «...до известной степени фактически дело так и обстоит, поскольку каждый язык содержит в себе структуру понятий и весь способ представлений определенной части человечества. И только потому, что мы в большей или меньшей степени переносим на иностранный язык свое миропонимание и, больше того, свое собственное представление о языке, мы не осознаем отчетливо и в полной мере, чего нам здесь удалось достичь» [Там же: 80—81]. Язык у В. Гумбольдта выступает как деятельность, преобразующая внешний мир в собственность духа.

Идеи В. Гумбольдта получили развитие в теории Э. Сепира — Б. Уорфа [Сепир 1993], согласно которой реальный мир создается с учетом языковых особенностей данной культуры, поскольку каждый язык имеет собственный способ представить одну и ту же реальность.

Проблема языка и культуры сегодня решается наукой в рамках теории межкультурной коммуникации, которая понимается как «особая форма взаимодействия культуры» [Садохин 2005: 7] и, шире, как процесс человеческого взаимопонимания в рамках лингвокультурологии, изучающей «проявления культурно-национальных особенностей менталитета в актуальном языке» [Неретина, Огурцов 2005: 222].

Итак, язык, мышление, культура тесно взаимосвязаны и воспринимаются как части единого целого. Культура наполняет содержательный план языка, а язык выступает в качестве сохраняющего элемента духовных ценностей национальной культуры. В языке проявляется то, что обусловлено уровнем развития общества и его культуры, а социальные феномены прямо или косвенно воздействуют на язык, испытывая при этом обратное влияние со стороны языка. Культура — это мир смыслов, определяющих деятельность человека и результаты этой деятельности. Мир смыслов — культурно значимая информация, заложенная в том числе и в языковых знаках. Слово выступает своеобразным репрезентантом культуры.

Значение слова — не постоянная величина, а трансформация семантики, как известно, является источником изысканий по истории культуры и мышления народа (А. А. Потебня). Употребление слова «имидж» в лексической системе русского языка, связанное с экономической, общественно-политической, культурной жизнью, должно было привести к неким изменениям в семантическом

наполнении через перенос национально-культурного миропонимания на иноязычное слово. Дополнительные коннотации, отражающие специфику национальной культуры, в таких случаях неизбежны.

Кириллическое написание слова «имидж» — транслитерация английского «image», которое в исходном языке является многозначным [MED: 955; Webster 2003: 1128]. Списки дефиниций в английских словарях показывают, что значения слова «имидж» образуют сложное семантическое единство. Действительно, энциклопедический словарный справочник «The world book encyclopedia» [The world book encyclopedia: 33] сообщает о двух значениях: вариант, связанный с идеей отражения реальной действительности (то, что видно, визуально представлено) и комплекс значений, соотношенный с религиозными представлениями и иконописью.

Формирование значения, актуального в современных социокультурных практиках, происходило на фоне становления новых реалий жизни. Словом, послужившим толчком к появлению феномена «имидж», стал термин психоанализа «image» — бессознательный высокозначимый образ, идеализированный прообраз (то же, что «imago») [Webster 1988: 673]. Возникнув как понятие маркетинга в условиях насыщенного рынка и проблем сбыта в культуре западной цивилизации середины XX в., имидж аккумулировал идеи уникальности, дифференциации товара и целенаправленного конструирования положительного образа. Характеризовать товар (а в дальнейшем и любого носителя имиджа) стало принято не только по технологическим параметрами, но и по другим (имиджевым) составляющим: бренд, репутация производителя, ценности референтной группы, транслируемые через рекламу.

В дальнейшем имидж как явление оформляется в области массовой культуры и проявляется в условиях постиндустриального общества, способ развития и главный источник производительности которого заключается в генерировании знаний, обработке информации и символической коммуникации.

В России в 1980-е гг. появляются бизнес-словари с толкованием важнейших терминов, понятий и категорий цивилизованной рыночной экономики. Их издание было связано с попыткой спроектировать западную действительность на собственную, российскую реальность, сферы прикладного бизнеса, практику делового общения. Диалог с западными коллегами предполагал знание «одного» общепринятого делового языка и гарантировал успех. Введение новых понятий давало возможности сокращения разрыва не только в экономике, но и в общей культуре. Имидж как явление социальной жизни привлекает внимание ученых, и в процессе унификации и систематизации мировой социологической терминологии уточняется значение слова и указывается на его многозначность: «Имидж (от англ. image — образ, представление) ... 1. Внешний образ, создаваемый субъектом, с целью вызвать определенное впечатление, мнение, отношение у других. 2. Совокупность свойств, приписываемых рекламой,

пропагандой, модой, предрассудками, традицией и т. д. объекту с целью вызвать определенные реакции по отношению к нему» [СЭС 1998: 97]. Впоследствии новые переводные словари стали предлагать всю палитру многозначности слова «image»: это не только образ, но и характер, представление (о чем-либо), мнение, отражение, поддобие, символ и т. д. [Мюллер 2001; Апресян 2000].

Итак, изначально соответствующая языковая единица была зарегистрирована как отражение современных реалий, в дальнейшем словари [Иванова 1998: 95; Крупнов 1997: 137, 226] решили проблему выбора ее в речи из ряда близких по смыслу. Фоном для раскрытия значения слова служил социокультурный контекст того времени: развитие международной торговли, интерес к проблемам делового общения, культуре оформления коммерческой документации, стремление появившихся компаний создавать свой имидж и укреплять деловую репутацию. Деловой язык, становясь составной частью стратегии бизнеса, активно расширял соответствующий понятийный аппарат.

Однако возникшее в другой ментальности, в другом культурном пространстве слово «имидж» в русском языке просто не могло получить адекватного перевода и явление, обозначенное им, приобретало новые нюансы и коннотации. Несомненно, появление понятия «имидж» — результат межкультурного общения в контексте глобализации культуры. Попав на русскую почву, оно начало испытывать влияние национальной культуры. Мышление каждого народа имеет специфические национальные черты. Представителям различных языковых сообществ свойственно различное видение вещей, что ведет к различиям в картинах мира и обуславливает национально-культурную специфику языков. Выше упоминалась связь лексического значения слова с культурой народа. Признание того факта, что языковая семантика является отражением реальности, позволяет говорить о наличии культурного компонента лексического значения. «Культурное значение» слова как элемент языка является частью духовной организации определенного народа. Разные культуры по-разному формируют «культурные значения». В теории межкультурной коммуникации считается, что не может быть перевода «слова в слово», и значительная часть лексики становится понятной через описание, а не через перевод. Отличия слов двух языков связаны с их функционированием в разных лексических системах, а также с наличием культурной коннотации. В языке науки слова-понятия, логические понятия интернациональны. В случае со словом «имидж», которое пока не стало научным термином, комплекс компонентов значения иностранного слова наполняется с учетом отечественных реалий. Изучение способа освоения культурного компонента, безусловно, должно быть связано с рассмотрением особенностей национальной культуры.

Естественный язык есть высшая форма культуры, и смыслы культуры вербализируются в языке. Отношение знака к явлению действительности опосредуется человеческим сознанием, т. е. носит

общественный характер и детерминирован социокультурным контекстом, а также специфическими для данного явления внутренними особенностями. Такая ситуация характеризует понятие «персональный имидж», которым обозначается специфический способ самовыражения субъекта культурной деятельности (человека) в социальных коммуникациях. В феномене, обозначенном этим словом, ведущим признаком оказался признак образа. Но в понятии «имидж» наблюдается сужение понятия «образ», поскольку русский «образ» имеет собственную культурную традицию понимания. Семантическое расхождение («Под семантическими расхождениями двух лексических единиц понимаются несовпадения семантических полей двух слов, расхождения в семантической сочетаемости каждого из слов в их синонимических и антонимических связях» [Циткина 1988: 116]) слов «имидж» и «образ» связано еще и с тем, что «значения — национальная категория и расхождения здесь неизбежны, а понятия — интернациональная категория: структура понятий похожа в разных языках и соответствует структуре действительности» [Звегинцев 1968: 62—63]. Адекватность перевода обеспечивается отсутствием понятийных семантических расхождений. Заимствованное слово из западной культуры с дополнительной коннотацией значения поначалу было эквивалентно слову «образ», поскольку само понятие на языке перевода было не определено.

В отечественной социокультурной ситуации на эмпирическом уровне сосуществуют два противоположных представления о персональном имидже. С одной стороны, имидж человека нередко воспринимается только как визуальный образ, внешняя «картинка». С другой, — использование буквального перевода слова «image» с английского языка в повседневной практике приводит к замене иноязычного термина отечественным словом «образ». В этом случае происходит попытка соединить внешние характеристики с внутренним миром человека. Очевидно, что понятия «имидж» и «образ» подразумевают разные историко-культурные значения. Имидж — заимствование и вербальное, и культурное. В традициях же российской культуры «образ человека» сопрягается с понятием самосовершенствования, стремления к гармонии, целостности внутреннего и внешнего, отражая следование чеховской формуле: «В человеке все должно быть прекрасно...». Этим продиктовано противоречивое отношение к имиджу. Существует позитивная установка на восприятие имиджа как органического единства внешней и внутренней культуры человека, позиционирования им лучших личностно-деловых качеств, фактора развития его ресурсов, творческого акта проявления индивидуальности. В этом значении «имидж» часто выступает синонимом слова «образ». В то же время имидж рассматривается как «упаковка», внешний, поверхностный слой представлений о человеке, технологический прием коммуникаций в системе рыночных отношений и даже симулякр культуры постмодерна. В этом случае понятие употребляется в отрицательном контексте.

Имидж как факт российской действительности, как новая форма социальной адаптации (осо-

бенно в деловой коммуникации) утверждался в связи с развитием рыночных отношений, ассоциируясь в основном с ценностями западной культуры. Безусловно, социально-экономическое и культурное развитие России происходит в тесной связи с общемировыми процессами. Интегрируются не только западные экономические модели и цивилизационные парадигмы, но и реальные типы поведения в межличностных и деловых отношениях. С начала 1990-х гг. в стране меняются представления человека о себе и мире, в котором он живет. Эти представления связаны с историческим опытом, и в то же время возникают во взаимодействии с другими формами познания и описания мира. При этом происходит «перенос образов», когда российское общество усваивает, углубляет или изменяет мировоззренческие концепции других народов, культур и цивилизаций. Однако на фоне многих положительных процессов в российском обществе существует тенденция к стихийному самоутверждению индивидов в узкопрактической материальной сфере, к преобладанию «ценностей» рынка и потребительства. Это порождает ситуацию отчуждения человека от духовно-ценностных устремлений, без которых невозможны поиски смыслов при конструировании своего имиджа. Решение вопроса о гармонизации прагматической ориентации и имманентно присутствующего человеку духовно-творческого (культурного) потенциала и снятии противопоставления «внешнего» — «внутреннего» в имидже человека возможно только в рамках целостного подхода, который обеспечивается культурологическим инструментарием.

ЛИТЕРАТУРА

- Апресян Ю. Д. [и др.]. Новый Большой англо-русский словарь : в 3 т. 5-е изд., стер. — М. : Рус. яз., 2000.
- Борисов Б. Л. Технологии рекламы и PR : учеб. пособие. — М. : ФАИР-ПРЕСС, 2001.
- Греймас А.-Ж. Структурная семантика: поиск метода / пер. с фр. Л. Зиминой. — М. : Академический проект, 2004.
- Гумбольдт В. О различии строения человеческих языков и его влиянии на духовное развитие человечества // Гумбольдт В. Избранные труды по языкознанию : пер. с нем. / общ. ред. Г. В. Рамишвили ; послесл. А. В. Гулыги и В. А. Звегинцева. — М. : Прогресс, 2000.
- Звегинцев В. А. Теоретическая и прикладная лингвистика. — М., 1968.
- Иванова К. А. Англо-русский словарь по рекламе и PR (с толкованиями) : ок. 5 000 терминов. — СПб. : Политехника, 1998.
- Крупнов В. Н. Русско-английский словарь активной деловой лексики. — М. : Дело, 1997.
- Костомаров В. Г. Языковой вкус эпохи. — М., 1994.
- Мюллер В. К. [и др.]. Новый англо-русский словарь. — М. : Рус. яз., 2001.
- Неретина С. С., Огурцов А. П. Язык и речь — векторы определения пространства культуры // Теоретическая культурология. — М. : Академический проект ; Екатеринбург : Деловая книга ; РИК, 2005.
- Русский словарь языкового расширения / сост. А. И. Солженицын. 3-е изд. М. : Русский путь, 2000.
- Садохин А. П. Введение в теорию межкультурной коммуникации. — М. : Высш. шк., 2005.
- Сепир Э. Избранные труды по языкознанию и культурологии : [пер. с англ.] / общ. ред. и вступ. ст. А. Е. Кибрика. — М. : Прогресс ; Универс, 1993.
- Социологический энциклопедический словарь на русском, английском, немецком, французском и чешском языках / ред.-координатор: акад. РАН Т. В. Осипов. — М. : ИНФРА М НОРМА, 1998.
- Циткина Ф. А. К вопросу о семантических расхождениях в терминологии // Термины в науч. и учеб. литературе : межвуз. сб. — Горький, 1988.
- MED = Macmillan Essential Dictionary / Macmillan Publishers Limited — 2003. Random House unabridged dictionary. — N. Y., 1987.
- Webster 2003 = Webster's Third New International Dictionary of the English Language Unabridged. — Springfield, Massachusetts, U. S. A. : Merriam — Webster, 2003.
- The world book encyclopedia. Vol. 10 / World Book International «World Book» Reg. U.S. Pat & T.M. Off. Marca Registrada.
- Webster 1988 = Webster's New World Dictionary of American English. — Webster's New World Cleveland and New York, 1988.

Статью рекомендует к публикации д-р культурол., проф. И. Я. Мурзина

К. Н. Лоскутова
Москва, Россия

K. N. Loskutova
Moscow, Russia

**ЯЗЫК ПРАВА
В ПОЛИТИЧЕСКОЙ ЛИНГВИСТИКЕ
(ТЕКСТЫ СОВЕТСКИХ КОНСТИТУЦИЙ
1918 И 1936 ГОДОВ)**

**LANGUAGE OF LAW
IN POLITICAL LINGUISTICS
(TEXTS OF THE SOVIET
CONSTITUTIONS 1918 AND 1936)**

Аннотация. Обосновывается необходимость привлечения правовых текстов в качестве исследовательского материала для политической лингвистики. Лексико-семантический анализ правовых текстов позволяет проводить строгий отбор и классификацию политически актуальной лексики. Полученные результаты могут применяться в исследованиях по когнитивной лингвистике и лингвокультурологии.

Abstract. The necessity of analysis of law texts in the context of political linguistics is stated. Lexico-semantic analysis of law texts allows to choose and classify politically topical lexis. The results of the study may be used in research works in cognitive linguistics and lingoculturology.

Ключевые слова: право; Конституция; советский; синонимия; референция; политическая актуальность лексики.

Key words: law; Constitution; Soviet; synonymy; reference; political topicality of lexis.

Сведения об авторе: Лоскутова Ксения Никитична, атташе Департамента лингвистического обеспечения Министерства иностранных дел РФ, аспирант.

About the author: Loskutova Kseniya Nikitichna, Attache of the Department of Linguistic Support of the Ministry of Foreign Affairs of Russia, Post-graduate Student.

Место работы: Санкт-Петербургский государственный университет.

Place of employment: St. Petersburg State University.

Контактная информация: 119200, Москва, Смоленская-Сенная пл., д. 30, стр. 2, корп. 1.
e-mail: ksenia_loskutova@yahoo.com.

Язык права принято рассматривать отдельно от языка политики. Так, в классическом российском учебнике по политической лингвистике А. П. Чудинова [Чудинов 2007] нет раздела, посвященного языку права. (Предлагаемая статья является лингвистической, а не юридической, поэтому нет необходимости различать понятия *право*, *законодательство* и *закон* — они используются синонимично. Теоретическая база исследования сформировалась в период выполнения переводов официальных политических текстов в Организации Объединенных Наций и Министерстве иностранных дел России. Высказываемые в отношении сущности языка права идеи согласованы с работами ведущих российских специалистов по теории государства и права.)

Разграничение языка политики и языка права объясняется тем, что юриспруденция как самостоятельная наука насчитывает не менее двух тысяч лет. Говорить же о появлении политологии как самостоятельной науки можно не ранее второй половины XIX в. [Политология 2001: /15.php]. В России интерес к политологии появляется лишь в конце XX в. Однако это не мешает отказаться от «очевидного» разграничения политики и права и рассматривать язык права как часть языка политики, что может оказаться плодотворным для политической лингвистики. Ряд теоретических положений данной статьи обосновывает возможность включения языка права в язык политики, а анализ материала демонстрирует эффективность использования категорий права в исследованиях по политической лингвистике.

Во-первых, следует сказать о том, что политика и право объединены понятием *власть*. Понятие *власть* присовокупляет к политике и праву еще и *идеологию*. В результате анализа современных словарей социальных наук и классических

энциклопедических словарей советской эпохи можно предложить такие определения понятий «политика», «идеология» и «власть», содержащие наиболее актуальные для политической лингвистики свойства: *политика* — это деятельность, направленная на достижение, удержание и усиление власти; *идеология* — это система взглядов, объясняющая преимущества той или иной формы принадлежности и распределения власти; *право* — это способ языкового закрепления той или иной формы принадлежности и распределения власти, а также контроля за ее осуществлением.

Хотя политика, право и идеология объединены понятием «власть», они не являются рядоположаемыми понятиями. Политика — это деятельность, идеология — система взглядов, а право — способ закрепления власти. Это разграничение допускает возможность пересечения политики и права.

Вторым аргументом в пользу рассмотрения языка права в рамках языка политики является сходство целей политической и юридической коммуникации. Как пишет А. П. Чудинов, целью политической коммуникации является борьба за власть, а целью юридической коммуникации является регулирование правоотношений [Чудинов 2007 : 35]. Отношения же, которые регулирует право, — это в первую очередь общественно-политические отношения. Иными словами, право регулирует вопрос о том, кому принадлежит власть. В связи с этим наибольший интерес представляет собой конституционное право. Именно конституционное право является основой общественно-политических отношений, а политическая лингвистика изучает коммуникацию в этой сфере.

На практике выполнять анализ текстов конституций можно в различных аспектах: политический режим и его отражение в языке; политиче-

ский язык нестабильного и стабильного общества; структура общества и ее отражение в языке; структура государственной власти и ее отражение в языке и т. д.

Следует помнить, что, работая с любым правовым текстом, в частности с текстом конституции, мы всегда имеем дело с официальным политическим языком.

Для анализа выбраны тексты Конституции РСФСР 1918 г. и Конституции СССР 1936 г. Такой выбор продиктован тем, что первые 20 лет советской власти — интереснейший период в истории нашей страны. Эта эпоха предоставляет уникальный для политической лингвистики материал: за короткий период было принято несколько конституций. Конституция РСФСР 1918 г. была конституцией революционного правительства, которое не было признано на международном уровне и контролировало только часть территории страны. Конституция СССР 1924 г. не привлекается к анализу, поскольку затрагивает только вопросы образования нового государства — СССР, права республик и верховных органов власти. Принята сразу за ней Конституция РСФСР 1925 г. в основном повторяет текст Конституции 1918 г. Конституция СССР 1936 г. была полной противоположностью Конституции 1918 г., как конституция политически стабильного государства, имеющего строгие границы, осуществляющего фактический контроль на всей территории, а также признаваемого международным сообществом (при работе использовались тексты, доступные на сайте информационно-правового портала «Гарант» [URL: <http://www.garant.ru>], в цитатах указывается год принятия Конституции и номер цитируемой статьи).

Центральное место в статье отводится анализу политического языка нестабильного и стабильного общества, а также проблеме отражения структуры общества в языке. На материале текстов конституций рассматриваются оппозиция «цель — результат», синонимия в правовом тексте, а также выделение политически актуальной лексики на основании признака наличия/отсутствия политического права.

А. Оппозиция «цель — результат». В Конституции 1918 г. доминируют так называемые нормы-цели. В современном языке права норма-цель грамматически оформляется как утвердительное предложение со сказуемым в форме настоящего времени, которое не содержит лексем *задача* и *цель*, в том числе в составе предлогов *в целях* и *с целью*. В качестве примера можно привести текст действующей Конституции Российской Федерации [Конституция Российской Федерации]: *Российская Федерация — Россия есть демократическое федеративное правовое государство с республиканской формой правления* (Конституция РФ 1993, 1-1).

Как цель здесь устанавливается создание правового государства, поскольку ни одно государство на данный момент не реализует принцип верховенства права и не является правовым.

В Конституции 1918 г. существительное *задача* употреблено 6 раз, существительное *цель* — 3 раза, предлог *в целях* — 9 раз, предлог *с целью* — 2 раза. Например: *Основная задача рассчитанной на настоящий переходный момент Консти-*

туции РСФСР заключается в установлении диктатуры городского и сельского пролетариата и беднейшего крестьянства в виде мощной Всероссийской Советской власти в целях полного подавления буржуазии, уничтожения эксплуатации человека человеком и водворения социализма (1918, ст. 9).

Текст Конституции 1918 г. отличается концентрацией таких лексем, как *цель*, *задача*, *подготовление*, *переходный*, которые объединены общим компонентом значения — *будущее*: *Финансовая политика Российской Социалистической Федеративной Советской Республики в настоящий переходный момент диктатуры трудящихся способствует основной цели экспроприации буржуазии и подготвления условий для всеобщего равенства граждан Республики в области производства и распределения богатств. В этих целях она ставит себе задачей предоставить в распоряжение органов Советской власти все необходимые средства для удовлетворения местных и общегосударственных нужд Советской Республики, не останавливаясь перед вторжением в право частной собственности* (1918, ст. 79).

Анализ сходных контекстов в Конституции 1936 г. дает иной результат. Если в Конституции 1918 г. доминирует смысловое соотношение *цель — будущее*, то в Конституции 1936 г. актуальны компоненты *имеющийся результат — настоящее*. В Конституции 1936 г. используется лексема *результат* в составе предлога *в результате* (2 употребления): *Политическую основу СССР составляют Советы депутатов трудящихся, выросшие и окрепшие в результате свержения власти помещиков и капиталистов и завоевания диктатуры пролетариата* (1936, ст. 2); *Экономическую основу СССР составляют социалистическая система хозяйства и социалистическая собственность на орудия и средства производства, утвердившиеся в результате ликвидации капиталистической системы хозяйства, отмены частной собственности на орудия и средства производства и уничтожения эксплуатации человека человеком* (1936, ст. 4).

Значение результата подкрепляется и формами причастий прошедшего времени: *выросший, окрепший, утвердившийся*.

В Конституции 1918 г. предлог *в целях* употребляется в основном в статьях, устанавливающих права граждан: *В целях обеспечения за трудящимися действительной свободы совести церковь отделяется от государства и школа от церкви, а свобода религиозной и антирелигиозной пропаганды признается за всеми гражданами* (1918, ст. 13).

В Конституции 1936 г. предлог *в целях* употребляется лишь 3 раза, причем его использование обусловлено скорее традицией синтаксического построения статей с этим предлогом в начале предложения: *В целях обеспечения за гражданами свободы совести церковь в СССР отделена от государства и школа от церкви. Свобода отправления религиозных культов и свобода антирелигиозной пропаганды признается за всеми гражданами* (1936, ст. 124).

В большинстве же случаев то, что в Конституции 1918 г. устанавливалось в качестве цели, в Конституции 1936 г. воспринимается как данность: *В целях обеспечения за трудящимися действительного доступа к знанию Российской Социалистическая Федеративная Советская Республика ставит своей задачей...* (1918, ст. 17); ср.: *Граждане СССР имеют право на образование...* (1936, ст. 121).

В Конституции 1936 г. существительные задача и цель, а также предлог с целью не встречаются, предлог в целях употреблен лишь 3 раза.

В. СИНОНИМИЯ И ПРОБЛЕМА РЕФЕРЕНЦИИ. Конституция 1918 г., в отличие от Конституции 1936 г., содержит синонимические ряды. Самым ярким примером синонимии в Конституции 1918 г. является ряд наименований государства. В качестве доминанты синонимического ряда мы принимаем наименование *Российская Социалистическая Федеративная Советская Республика*, которое, во-первых, использовано в полном названии Конституции и, во-вторых, является наиболее употребительным (49 употреблений). В качестве дублетов используются названия *Россия*, *Советская Рабоче-Крестьянская Республика*, *Российская Республика*, *Советская Республика*, просто *Республика* и даже *Российская Федерация*. Иногда разные наименования государства встречаются в одной статье. Вероятно, это обусловлено желанием авторов избежать навязчивых повторов. Например: *Российская Социалистическая Федеративная Советская Республика предоставляет все политические права российских граждан иностранцам, проживающим на территории Российской Республики для трудовых занятий и принадлежащим к рабочему классу или к не пользующемуся чужим трудом крестьянству...* (1918, ст. 20); *Ведению Всероссийского Съезда Советов и Всероссийского Центрального Исполнительного Комитета Советов подлежат все вопросы общегосударственного значения, как-то: ... д) принятие в состав Российской Социалистической Федеративной Советской Республики новых сочленов Советской Республики и признание выхода из Российской Федерации отдельных частей ее* (1918, ст. 49-д).

Строго говоря, на основании текста Конституции 1918 г. невозможно сделать вывод о том, что указанные слова и словосочетания имеют одно значение и один референт. Мы делаем этот вывод по умолчанию как люди, знакомые с ситуацией. С точки зрения юридической техники, любой правовой документ требует однозначной референции. Допустимо думать, что наименование *Россия* относится не к новому государству РСФСР, а к Российской империи: *Не избирают и не могут быть избранными... члены царствовавшего в России дома* (1918, ст. 65-д).

Примером того, как можно разрешить проблему референции синонимов в правовом тексте, служит действующая Конституция Российской Федерации: *Российская Федерация — Россия есть демократическое федеративное правовое государство с республиканской формой правления. Наименования Российская Федерация и Россия равнозначны* (Конституция РФ 1993, ст. 1).

В Конституции 1918 г. вопрос референции усложняется наличием двух статей, содержащих разные определения России и Российской Республики: *Россия объявляется Республикой Советов рабочих, солдатских и крестьянских депутатов. Вся власть в центре и на местах принадлежит этим Советам* (1918, ст. 1); *Российская Республика есть свободное социалистическое общество всех трудящихся России. Вся власть в пределах РСФСР принадлежит всему рабочему населению страны, объединенному в городских и сельских Советах* (1918, ст. 10).

Расхождение в формулировках можно объяснить тем, что Конституция РСФСР 1918 г. состоит из двух разделов, причем эти разделы были приняты в разное время. Первый раздел (ст.ст. 1—8) — это Декларация прав трудящегося и эксплуатируемого народа, которая была утверждена в январе 1918 г. Второй раздел (ст.ст. 9—90) — это Общие положения Конституции, которые были утверждены 10 июля 1918 г. Как видим, статьи 1 и 10 принадлежат к разным разделам. Однако с появлением Конституции как «единого основного закона» эти статьи вошли в противоречие друг с другом.

Текст Конституции 1936 г. содержит только одно наименование государства — *Союз Советских Социалистических Республик*, или *СССР*: *Союз Советских Социалистических Республик есть социалистическое государство рабочих и крестьян* (1936, ст. 1).

Выделяются в тексте Конституции 1918 г. и следующие синонимические ряды: *эксплуататоры*, *имущие классы*, *паразитические слои общества*, *нетрудовые элементы*. Некоторые члены синонимического ряда имеют эмоционально-оценочную окраску.

Наличие близких по значению слов и словосочетаний, равнозначность которых нигде не эксплицирована, а также наличие нескольких статей, содержащих разные определения одного понятия, юридически недопустимо. Юридические тексты требуют однозначности и избегают избыточности, в том числе синонимии. Это сводит на нет и возможность появления оценочной лексики. В Конституции 1936 г. синонимии ключевых политико-правовых понятий нет. Наличие перечисленных явлений в Конституции 1918 г. делает ее похожей на политический манифест или политическую декларацию, которая в большей степени рассчитана на эмоциональное воздействие и не требует логичности в смысловой организации текста. С этой точки зрения, Конституция 1936 г. является сухим юридическим текстом, в котором лексемы *эксплуатация*, *капиталист* и *пролетариат* употребляются как дань традиции в первых четырех статьях.

С. ВЫДЕЛЕНИЕ ПОЛИТИЧЕСКИ АКТУАЛЬНОЙ ЛЕКСИКИ НА ОСНОВАНИИ ПРИЗНАКА НАЛИЧИЯ/ОТСУТСТВИЯ ПОЛИТИЧЕСКОГО ПРАВА. Мы считаем, что язык права дает возможность четко определять наиболее актуальную с политической точки зрения лексику, т. е. лексику, которая в первую очередь интересует специалиста по политической лингвистике. Попробуем продемонстрировать это на примере существительного *трудящийся*. Является ли эта лексема политически актуальной сейчас? Явля-

лась ли она политически актуальной в советское время? Ответы на эти вопросы кажутся очевидными, но стоит рассмотреть их пристальнее.

Прежде всего проанализируем значение лексемы *трудоустроенный* из толкового словаря русского языка под редакцией Д. Н. Ушакова [Ушаков 1935—1940]. Обратим внимание, что в качестве примера употребления в словаре приводятся цитаты из текста Конституции 1936 г:

ТРУДОУСТРОЕННЫЙ, аяся, еяся. 1. *Прич. действ. наст. вр.* от трудиться. 2. То же, что **трудоустроенный** в 3 знач. *Трудоустроенное население. Трудоустроенные женщины Востока.* 3. То же в знач. сущ. **трудоустроенный**, егося, м., **трудоустроенная**, ейся, ж. *Вся власть в СССР принадлежит трудоустроенным города и деревни в лице Советов депутатов трудоустроенных.* Конституция СССР.

Посмотрим соотносительные однокоренные слова.

ТРУДОВОЙ, ая, ое. 1. *Прил. к труд* в 1 знач. ... 3. Живущий заработком от своего труда, физического или умственного.

Это значение реализуется в таких словосочетаниях, как *трудоустроенный человек, трудоустроенное население, трудоустроенное крестьянство, трудовая интеллигенция.*

ТРУД, а, м. 1. *только ед.* Целесообразная деятельность человека, работа, требующая умственного и физического напряжения.

Итак, существительное *трудоустроенный* имеет значение «человек, живущий заработком от своего труда, физического или умственного».

Соотнесем это значение со статистикой употребления слова *трудоустроенный* в Конституциях 1918 и 1936 гг. В Конституции 1918 г. существительное *трудоустроенный* употреблено 14 раз, всегда в форме множественного числа; 6 раз употреблено причастие *трудоустроенный*, всегда во множественном числе, в словосочетаниях «трудоустроенные массы» и «трудоустроенные классы»: *В осуществление социализации земли частная собственность на землю отменяется и весь земельный фонд объявляется трудовым достоянием и передается трудовым без всякого выкупа, на началах равноправного землепользования* (1918, ст. 3-а); *...создать действительно свободный и добровольный, а следовательно тем более полный и прочный, союз трудоустроенных классов всех наций России* (1918, ст. 8).

В одном случае грамматическая характеристика лексемы *трудоустроенный* осложнена недостаточностью контекста. В приводимом примере лексема *трудоустроенный* может быть как существительным, так и причастием: *Российская Социалистическая Федеративная Советская Республика признает труд обязанностью всех граждан Республики и провозглашает лозунг: „Не трудоустроенный да не ест“* (1918, ст. 18).

Что касается текста Конституции 1936 г., то в нем лексема *трудоустроенный* встречается 38 раз, грамматически является существительным и всегда стоит в форме множественного числа (часто с несогласованным определением): *Вся власть в СССР принадлежит трудовым города и деревни в лице Советов депутатов трудоустроенных* (1936, ст. 3).

Количественное преобладание формы множественного числа в обеих конституциях говорит в пользу того, что в качестве наиболее политически актуальной лексемы используется именно лексе-

ма *трудоустроенный* в значении «класс людей, живущих заработком от своего труда, физического или умственного». Словосочетания *трудоустроенные классы* и *трудоустроенные массы* интерпретируются некоторыми исследователями как способ выражения недискретного множества [Румянцев 2009].

Теперь проследим, как изменялась политическая актуальность существительного *трудоустроенный*. Критерием политической актуальности слова для нас выступает соотнесенность его содержания с правом — наличием или отсутствием той или иной правовой нормы, разрешающей, обязывающей или запрещающей. Наличие или отсутствие нормы отражено в текстах конституций.

Следует оговорить, что политически актуальными являются не только лексемы со значением социальных групп. Политически актуальными могут быть и лексемы со значением тех или иных прав, обязанностей или запретов. Например, в контексте лексемы «трудоустроенный» можно говорить о политической актуальности лексемы «труд»: *Российская Социалистическая Федеративная Советская Республика признает труд обязанностью всех граждан Республики* (1918, ст. 18).

Стандартными примерами прав и обязанностей являются право на жизнь, право на образование, право на труд, избирательное право, военная обязанность. Власть также можно рассматривать как право. Это соответствует как профессиональному юридическому, так и непрофессиональному значению существительного *власть*. Согласно толковому словарю русского языка под редакцией Д. Н. Ушакова, *власть* — это «право и возможность подчинять кого-что-нибудь своей воле, распоряжаться действиями кого-нибудь».

Вся власть в пределах Российской Социалистической Федеративной Советской Республики принадлежит всему рабочему населению страны, объединенному в городских и сельских Советах (1918, ст. 10).

На основании признака наличия политической власти у определенных социальных групп выделяется политически актуальная лексическая единица *рабочее население*. Однако в этом же тексте есть статья, согласно которой *власть* является компонентом значения не только словосочетания «рабочее население», но и словосочетания «трудоустроенные массы» и лексемы «трудоустроенный»: *В интересах обеспечения всей полноты власти за трудовыми массами и устранения всякой возможности восстановления власти эксплуататоров декретируется вооружение трудоустроенных, образование Социалистической Красной Армии рабочих и крестьян и полное разоружение имущих классов* (1918, ст. 3-ж); *Как первый шаг к полному переходу фабрик, заводов, рудников, железных дорог, прочих средств производства и транспорта в собственность Советской Рабоче-Крестьянской Республики, подтверждаете Советский закон о рабочем контроле и о Высшем Совете Народного Хозяйства в целях обеспечения власти трудоустроенных над эксплуататорами* (1918, ст. 3-в).

Представляется, что это связано с описанным выше явлением синонимии и избыточности в тексте Конституции 1918 г. Итак, на основании ком-

понента значения *наличие власти* формируется целый синонимический ряд: *трудящиеся, трудящиеся массы, рабочее население*. В данном тексте доминанту синонимического ряда мы можем выделить только по частотности употребления — *трудящиеся*. Следует отметить, что в последнем примере (1918, ст. 3-в; см. выше) признак власти передан некорректно, поскольку понятие государственной власти обширнее понятия власти над эксплуататорами.

По отношению к власти выделяется социальная группа, которая властью не обладает. Название этой социальной группы также должно пониматься как политически актуальная для данного периода единица словаря. Это такие лексемы и словосочетания, как *эксплуататоры, имущие классы, паразитические слои общества, нетрудовые элементы*.

Относительно признака наделенности властью лексемы *трудящиеся* и *эксплуататоры* в современном русском языке актуальными не являются. На основании того же признака наличия власти политически актуальными можно назвать единицы «народ», «органы государственной власти» и «органы местного самоуправления»: *Носителем суверенитета и единственным источником власти в Российской Федерации является ее многонациональный народ. Народ осуществляет свою власть непосредственно, а также через органы государственной власти и органы местного самоуправления* (Конституция РФ 1993, ст. 2-1, 2).

Приведем другой пример, в котором основанием для выделения лексемы *трудящиеся* как политически актуальной является утверждение за обозначаемым ей классом права защищать революцию с оружием в руках: *В целях всемерной охраны завоеваний Великой Рабоче-Крестьянской Революции Российской Социалистической Федеративной Советская Республика признает обязанностью всех граждан Республики защиту социалистического отечества и устанавливает всеобщую воинскую повинность. Почетное право защищать революцию с оружием в руках предоставляется только трудящимся; на нетрудовые же элементы возлагается отправление иных военных обязанностей* (1918, ст. 9).

Относительно этого права а) выделяется социальная группа трудящихся, которая обладает этим правом, и б) социальная группа нетрудовых элементов, которая им не обладает. Таким образом, оппозиция двух социальных групп оформляется политически актуальной лексикой, образующей антонимическую пару.

Помимо отношений синонимии и антонимии политически актуальных лексических средств, можно установить и описать их родо-видовые отношения. Например, на основании текста статей 64 и 65 Конституции 1918 г. выделяется лексика, обозначающая разновидности социальных групп трудящихся и видов социальных групп нетрудовых элементов. Так, право избирать и быть избранными в Советы имеют: *независимо от вероисповедания, национальности, оседлости и т. п., следующие обоего пола граждане Российской Социалистической Федеративной Советской Республики, коим ко дню выборов исполнилось во-*

семнадцать лет: а) все добывающие средства к жизни производительным и общественно полезным трудом, а также лица, занятые домашним хозяйством, обеспечивающим для первых возможность производительного труда, как-то: рабочие и служащие всех видов и категорий, занятые в промышленности, торговле, сельском хозяйстве и проч., крестьяне и казаки-земледельцы, не пользующиеся наемным трудом с целью извлечения прибыли; б) солдаты Советской армии и флота; в) граждане, входящие в категории, перечисленные в пунктах „а“ и „б“ настоящей статьи, потерявшие в какой-нибудь мере трудоспособность (1918, ст. 64).

Если вся власть в государстве принадлежит Советам (1918, ст. 1) и рабочему населению страны (1918, ст. 10), то перечисленные в статье 64 названия групп населения находятся в родо-видовых отношениях с лексемой *трудящиеся*. Аналогичная рубрикация устанавливается и для групп нетрудовых элементов на основании текста статьи 65: *Не избирают и не могут быть избранными, хотя бы они входили в одну из вышеперечисленных категорий: а) лица, прибегающие к наемному труду с целью извлечения прибыли; б) лица, живущие на нетрудовой доход, как-то проценты с капитала, доходы с предприятий, поступления с имущества и т. п.; в) частные торговцы, торговые и коммерческие посредники...* (1918, ст. 65).

Итак, мы установили синонимические, антонимические и родо-видовые отношения лексемы *трудящиеся* на основании наличия или отсутствия того или иного права.

Остается ли лексема *трудящиеся* ключевой в политическом языке с момента вступления в силу Конституции 1936 г.? Если анализировать только текст Конституции 1936 г., то в ней нет ни одной статьи, которая устанавливала бы особые политические права трудящихся, как это было в Конституции 1918 г. По Конституции 1936 г., вся власть принадлежит «трудящимся». Избирательным правом, т. е. фактическим доступом к власти, обладают «все граждане государства». *Вся власть в СССР принадлежит трудящимся города и деревни в лице Советов депутатов трудящихся* (1936, ст. 3); *Выборы депутатов являются всеобщими: все граждане СССР, достигшие 18 лет, независимо от расовой и национальной принадлежности, вероисповедания, образовательного ценза, оседлости, социального происхождения, имущественного положения и прошлой деятельности, имеют право участвовать в выборах депутатов и быть избранными, за исключением умалишенных и лиц, осужденных судом с лишением избирательных прав* (1936, ст. 135).

Таким образом, с этого момента лексема *трудящиеся* перестает быть политически актуальной, потому что в 1936 г. официально было признано, что полная победа над имущими классами достигнута и что все граждане СССР являются трудящимися, поэтому отпала необходимость противопоставлять их нетрудящимся.

Однако лексема *труд* оставалась политически актуальной. Конституция 1936 г. называла

труд не только правом и обязанностью граждан СССР, но и делом чести, хотя последняя характеристика не имеет никакого юридического наполнения: **Труд в СССР является обязанностью и делом чести каждого способного к труду гражданина по принципу: «кто не работает, тот не ест»** (1936, ст. 12); **Граждане СССР имеют право на труд, то есть право на получение гарантированной работы с оплатой их труда в соответствии с его количеством и качеством. Право на труд обеспечивается социалистической организацией народного хозяйства, неуклонным ростом производительных сил советского общества, устранением возможности хозяйственных кризисов и ликвидацией безработицы** (1936, ст. 118).

Лексема **труд** до сих пор остается политически актуальной, поскольку право на труд регулируется и действующей Конституцией РФ: **Труд свободен... Каждый имеет право на труд в условиях, отвечающих требованиям безопасности и гигиены** (Конституция РФ 1993, ст. 37).

Итак, на основании анализа текста одного жанра — Конституции — выделяется лексика, являющаяся политически актуальной в определенную эпоху. Началом политической эпохи считается вступление в силу одной Конституции, ее окончанием — вступление в силу следующей Конституции. Приведенная ниже таблица отражает результаты исследования.

Таблица.

Актуальная политическая лексика в период действия Конституции РСФСР 1918 г. (1918—1936 г.)

Ключевая лексическая единица и ее синонимы	трудящиеся, массы, рабочее население	Отношения антонимии ↔	эксплуататоры нетрудовые элементы, имущие классы, паразитические слои общества
Родо-видовые отношения	– лица, добывающие средства к жизни производительно и общественно полезным трудом; – лица, занятые домашним хозяйством, обеспечивающим для первых возможность производительного труда		– лица, прибегающие к наемному труду с целью извлечения прибыли; – лица, живущие на нетрудовой доход; – частные торговцы, торговые и коммерческие посредники и т. д.
Нормы права, актуальные для ключевой лексической единицы и ее синонимов	– власть и доступ к власти (избирательное право); – право на ношение оружия ; – труд		

Правовые тексты представляют собой очень удобный для исследования материал. Они ограничены по объему, в отличие от языка СМИ. Продемонстрированный в статье принцип работы с правовыми текстами позволяет проводить строгий отбор и классификацию политически актуальной лексики, чтобы в дальнейшем использовать полученный результат в исследованиях по когнитивной лингвистике и лингвокультурологии. На основании полученных данных можно выделить лексику, обозначающую представителя того или иного социального класса. Следующим шагом может стать привлечение неправовых текстов и классификация присутствующей в них лексики на основании полученного лексико-семантического «каркаса». Это оказывается оправданным, поскольку нередко политические тексты отличаются значительной экспрессией, в которой трудно найти точку опоры. Также возможно исследовать различия тех или иных лексико-семантических полей в правовых и иных видах политических текстов. Представляется, что такой подход применим в исследованиях по политической лингвистике на материале разных стран и эпох.

ЛИТЕРАТУРА

Конституция (Основной Закон) Российской Социалистической Федеративной Советской Республики : (принята V Всероссийским Съездом Советов в заседании от 10 июля 1918 г.) // Гарант : информационно-правовой портал. URL: <http://constitution.garant.ru/history/ussr-rsfsr/1918>.

Конституция (Основной закон) Союза Советских Социалистических Республик : (утверждена постановлением Чрезвычайного VIII Съезда Советов Союза Советских Социалистических Республик от 5 декабря 1936 г.) // Гарант : информационно-правовой портал. URL: <http://constitution.garant.ru/history/ussr-rsfsr/1936>.

Конституция Российской Федерации : (принята всенародным голосованием 12 декабря 1993 года). URL: <http://constitution.kremlin.ru>.

Политология // Политология : словарь-справочник / М. А. Василик [и др.]. — М. : Гардарики, 2001. URL: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Polit/Dict/.

Румянцева А. В. Комплексный анализ способов выражения множеств лиц в современном русском языке : автореф. дис. ... канд. филол. наук. — М., 2009.

Ушаков = Толковый словарь русского языка : в 4 т. / под ред. Д. Н. Ушакова. — М. : Гос. ин-т «Сов. энцикл.» ; ОГИЗ ; Гос. изд-во иностр. и нац. слов., 1935—1940.

Чудинов А. П. Политическая лингвистика : учеб. пособие. — М. : Флинта : Наука, 2007.

Статью рекомендует к публикации д-р филол. наук, проф. Д. Б. Поцепня

С. О. Макеева

Екатеринбург, Россия

S. O. Makeeva

Ekaterinburg, Russia

**ДИСКУРСИВНЫЕ СТРАТЕГИИ
КЛАССИФИЦИРОВАННОЙ РЕКЛАМЫ
КОННОГО БИЗНЕСА**

**DISCOURSE STRATEGIES OF RUSSIAN
AND BRITISH 'HORSE FOR SALE' CLASSIFIEDS**

(на материале английского и русского языков)

Аннотация. Дискурсивный анализ объявлений о продаже лошадей, предложенный в статье, является одним из фрагментов моделирования речевого портрета конноспортивного сообщества. В статье представлены культуроспецифические особенности репрезентации типового адресата, выявлена специфика семантической реализации концепта ЛОШАДЬ, дана характеристика ценностных предпочтений профессиональной группы. Статья выполнена в контексте современных сопоставительных исследований классифицированной рекламы; материал впервые получает лингвистическую интерпретацию.

Ключевые слова: концепт; дискурс; рубричная реклама; стратегия моделирования; образ; профессиональная группа.

Abstract. The article presents discourse analysis of 'Horse for Sale' classifieds as part of riders' collective speech portrait. The chosen theme allows for comparative study of Addressee/ Object of sale culture-conditioned modeling strategies. Value priorities in speech behavior serve both as clue to and result of this study. Even though parallel study of British and Russian classified ads might be considered popular, the given linguistic material has not been subjected to analysis.

Key words: concept; discourse; classifieds; modeling strategies; image; professional group.

Сведения об авторе: Макеева Светлана Олеговна, кандидат филологических наук, доцент, заведующий кафедрой английского языка.

Место работы: Уральский государственный педагогический университет.

Контактная информация: 620017, г. Екатеринбург, пр-т Космонавтов, 26, каб. 379.
e-mail: makeeva@uspu.ru.

About the author: Makeeva Svetlana Olegovna, Candidate of Philology, Assistant Professor, Head of the Chair of the English Language.

Place of employment: Ural State Pedagogical University.

Моделирование речевого портрета малой профессиональной группы требует равного внимания к различным речевым ситуациям — спутникам институциональной деятельности. В ряде публикаций [см.: Макеева 2009а; 2009б; 2010] мы рассмотрели ситуации устной профессиональной коммуникации: был проведен лингвистический анализ обучающего занятия по верховой езде как жанровой разновидности дискурса конников, рассмотрены стратегии моделирования концепта КОННЫЙ ГОРОДСКОЙ ПРОКАТ как обозначения традиционного промысла, претерпевшего ряд существенных изменений; была затронута тема прецедентных имен и определения их корпоративного статуса.

К письменным речевым продуктам, характерным для деятельности конных клубов и конников-любителей, относятся объявления об оказании услуг (аренды, тренинга) и объявления купли-продажи, относящиеся к жанру классифицированной рекламы. В данной статье рассматриваются коммуникативные акты конноспортивного дискурса, целью которых является продажа лошадей в частные руки. Перед нами стоят следующие задачи: выявить стратегии моделирования типового адресата, присущие рекламным объявлениям как текстам адаптирующего характера в английском и русском языках; выявить специфику семантической реализации концепта ЛОШАДЬ в рекламе двух лингвокультур, в частности ценностные ориентации, поскольку объявления купли-продажи являются зеркалом профессиональных ценностных ориентаций.

Классифицированная (также рубричная, или строчная) реклама («small ad» <British English>

«want ad» <American English>) включает в себя короткие рекламные объявления, в которых может преобладать как рекламная часть (Sales, Jobs, Pets), так и извещательная (Lost and Found, BMDs). Основными составляющими текста *Classifieds* являются субъект и объект. Субъект — это представленный вербальными средствами автор текста (фирма, семья, отдельный человек). Объектом могут быть новорожденные, будущие молодые, нужные/требуемые работники, усопшие, животные, различные артефакты (выставленные на продажу или «утраченные/найденные»). Данные тексты имеют ряд черт как институционального, так и личностно ориентированного дискурса, функционируют в сфере массовой коммуникации, обнаруживая свойственные ей характеристики: опосредованный характер связи между адресантом и адресатом; отсутствие непосредственной обратной связи; воздействие на адресата как главная цель коммуникации [Строева 2007]. Подавляющее большинство объявлений о продаже лошадей, опубликованных частными лицами в Великобритании и США, однозначно относится к разделу «Pets 'домашние любимцы'» и, наряду с чертами коммерческой рекламы, демонстрирует ряд признаков рекламы социальной, так как позволяет рассматривать продажу лошади как социально допустимое либо социально неодобряемое действие (о признаках социальной рекламы см.: [Гаран 2009]). Отказ от домашнего любимца без веских оснований является социально порицаемым поступком — отсюда в англоязычном рекламном дискурсе доминантой, на наш взгляд, является экспликация *причины продажи* и модели-

рование *желаемого отношения* к купленному животному. Специфика русскоязычных объявлений обусловлена противоречивым взглядом на лошадь в современных российских условиях — это и признак высокого уровня доходов ее владельца, пример так называемого демонстративного потребления, и тягловое животное, обеспечивающее выживание в обнищавшей деревне, и способ легкого заработка деклассированной группы «покатушников». В силу этого для русскоязычного рекламного дискурса первоочередной задачей является разграничение и моделирование адресата — в этом рассматриваемые объявления, как ни странно, смыкаются с жанром объявлений о знакомствах [см.: Акулова 2010; Исламмова 2008].

Экстралингвистические различия, лежащие в основе русских и англоязычных объявлений купли-продажи, влияют на композицию текста в целом (набор фреймов, сильная позиция), проявляются в степени номинативной плотности отдельных структурных компонентов концепта ЛОШАДЬ, в актуализации того или иного признака для покупателей, в лакунарных или частично лакунарных номинациях, наличии эвфемизации.

Сферой бытования рекламных объявлений, как правило, является Интернет, что накладывает свой отпечаток на моделирование текста и ведет к дальнейшей асимметрии текстов в двух лингвокультурах. По образному выражению Э. А. Лазаревой, интернет-реклама «построена наподобие матрешки, т. е. текст имеет полидискурсивный характер, обязательно наличие одновременно сосуществующих произведений в составе целого» [Лазарева 2010]. Текст объявления в данном случае выполняет функцию вводящего субдискурса, тогда как в роли сопутствующего субдискурса, уточняющего, развивающего текст, обогащающего его новыми признаками и средствами привлечения внимания адресата, как правило, выступает изображительная наглядность (фотография либо видеоролик). Эта закономерность характерна для англоязычной рекламы; в русскоязычном дискурсе текст объявления часто лапидарен, не содержит минимально достаточной информации об объекте продажи, выполняет функцию отсылки-приглашения к устной коммуникации: *Подробнее по телефону; все остальное по телефону*. Эта черта, возможно, продиктована потребностью выявления «своего» покупателя, что затруднительно при отсутствии обратной связи. Аpellятив *Звоните!*; *Спрашивайте!*; *Обращайтесь — договоримся* занимает финальную сильную позицию, в то время как аpellятивы (ср.: *Спешите! мальчик пока что продается*) не характерны для обеих лингвокультур. Англоязычные объявления характеризует акцентированное предпочтение **письменной формы коммуникации**. Сторонники общения по телефону воспринимаются как нарушители статусных ролей и обозначены пейоративом *time-wasters* (*No phone calls from time-wasters*). Нарушение коммуникативного постулата «соответствия формы и содержания» в русскоязычном дискурсе ведет к игнорированию не только условий однонаправленности, но и одноразового характера взаимодействия в ситуации купли-продажи. Включение в объявления о продажах элементов

конь очень дорог, поэтому проверю, как он у вас живет; буду проверять условия содержания; будьте готовы к звонкам и визитам и под., характерных для ситуации социальной опеки, смещает приоритетные акценты в прогнозируемой коммуникации в сторону приоритетов профессиональной группы [Гаран 2009]. Нарушен один из важнейших постулатов рекламы: «адресант должен солидаризироваться с адресатом, а не возвышаться над ним».

Роль и место иконических элементов в двух лингвокультурах определяются прежде всего уровнем профессиональной компетентности адресата: «...специалисты, демонстрируя своим зрителям знания и навыки своих профессий, „переводят“ только то, что не подкрепляется „зрительным рядом“». [Винокур 2009: 149]. Рекламные объявления высокого ценового класса, предназначенные для профессиональных спортсменов, отличаются более полной креолизацией, т. е. «между вербальным и иконическим компонентами устанавливаются подчиненные отношения, при которых вербальный текст полностью зависит от изобразительного ряда и само изображение выступает в качестве необходимого элемента текста» [Елина 2010; Тюрина 2009]. Любопытно, что У. Эко, затрагивая вопрос о членности иконических кодов, приводит в качестве примера сложности выделения единиц второго членения как раз изображение лошади: «Глядя на изображение лошади, сбоку, выполненное одной линией, я сразу опознаю знаки „голова“, „хвост“, „глаз“, „грива“, но не могу ответить на вопрос, каковы в данном случае элементы второго членения...» [Эко 1998: 156]. Для специалистов иконографическая сема «стандарт породы» либо «стандарт молодняка породы» является легко читаемой как совокупность определенных элементов, но только в том случае, если иконический компонент соответствует требованиям племенного паспорта лошади. Фотографии, сделанные без соблюдения правил «выводки», свидетельствуют о любительском уровне продавца и, как правило, поддерживают семы «добрый», «безобидный» в портретировании объекта продажи.

Политекстуальный характер интернет-рекламы «задает» еще один фактор, влияющий на композицию объявления о продаже — сегментацию информации, тип рубрикации объявлений.

Для русскоязычной традиции свойственна рубрикация «от объекта»: объявления о продажах лошадей группируются на основании породы, пола, возраста животного и его цены. В ряде страниц форумов любителей верховой езды какая-либо группировка отсутствует, объявления о покупке и продаже публикуются по мере поступления (данный материал подтверждает наблюдение И. С. Строевой: «для АЯ <английского языка — прим. ред.> характерно большее разнообразие тем (рубрик), выделение текстов... в специальный разряд, строгое объемно-прагматическое членение и большая эмотивность. Русскоязычная классифицированная реклама имеет неустойчивый набор рубричных имен и объемно-прагматических матриц, менее эмотивна» [Строева 2009: 11]). Интернет-сайтам Великобритании и США свойствен-

на рубрикация по объекту и субъекту (покупателю и его потребностям). При этом наряду с общими для двух лингвокультур сферами использования животного (для пробега, для конкура, упряжной, выездки и пр.) выделяются рубрики *первый пони, первая лошадь, для работы «в поводе», лошадь-учитель, лошадь-пенсионер*, позволяющие опускать информацию о физическом состоянии и здоровье животного в самом тексте объявления. Сема «здоровье», эксплицированная в русских объявлениях о продажах (ср.: *совершенно здоров; ноги и спина целые; не убитый; с отъема в одних руках; осмотрен Викторией Аликперовой; без проблем со здоровьем*), для англоязычного дискурса представляется избыточной.

Субъект-субъектный характер объявлений Великобритании и США прослеживается и в экспликации фрейма «Причина продажи»: как правило, в объявлениях реализован следующий шаблон: ПРЕДПОЧТЕНИЯ/ТАЛАНТЫ ЖИВОТНОГО — НЕВОЗМОЖНОСТЬ ДАЛЬНЕЙШЕГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ В ДАННЫХ ЦЕЛЯХ — ОГОРЧЕНИЕ ПО ПОВОДУ ПРОДАЖИ: *Extremely sad sale of this brilliant little horse but I can no longer do him justice // Genuine reason for sale, home more important than price // I've had him some years I'm now giving up competing and he's wanting to carry on // Extremely sad sale as my daughter has outgrown her // We are selling our lovely little gelding due to my daughter losing interest in riding him and him being completely wasted with us! // Sad sale due to him growing much bigger than expected, owned and handled daily by wheelchair user // Hate to let him go // Was bought as a confidence giver but daughter is now ready for a more forward going pony.*

Коммуникативная задача адресанта — убедить покупателей, что продажа домашнего любимца в данном случае не является неблагоприятным поступком, так как продиктована заботой о животном. Совершенно другие задачи решаются в русскоязычном дискурсе: фрейм присутствует (по семейным обстоятельствам; в связи с нехваткой мест на конюшне; негде держать и нечем кормить; в связи с финансовыми затруднениями; вырастили, выучили и продаем; некогда заниматься; в связи с нехваткой времени), но лапидарный характер представления информации, отсутствие слота ВИНА/ОГОРЧЕНИЕ, ВЫЗВАННЫЕ ПРОДАЖЕЙ позволяют отнести данный компонент объявления к слоту ПОВЕДЕНИЕ ЖИВОТНОГО (импликация отсутствия поведенческих проблем).

Исследование И. С. Строевой [Строева 2009] содержит ряд интересных наблюдений о рубричной рекламе как зеркале, отражающем мыслительные структуры определенных социальных групп: так, по ее мнению, объявления о потере пернатых любимцев ограничиваются так называемым средним классом. В нашем случае можно утверждать об определенной гомогенности языковой личности ПРОДАВЦА англоязычных текстов — это также представители среднего класса. Продюсеры русскоязычной рекламы представляют весьма пеструю группу: определенная доля объявлений пестрит грубыми орфографическими ошибками (*продаю клипера* (правильно «клеппе-

ра»); *конь хорошо ходит голопом* и под.), позволяющими усомниться как в профессиональной компетентности, так и образованности авторов.

Если сравнить стратегии портретирования ПОКУПАТЕЛЯ, выявляется следующая картина.

1. В обеих лингвокультурах номинация покупателя осуществляется путем метонимического переноса. Смещенная (метонимическая) референция, как известно, является своеобразным средством формирования приоритетных акцентов в планируемой коммуникации. В русской лингвокультуре ключевой референцией выступает в хорошие (заботливые, опытные) руки, в английском языке основной лексической репрезентацией является *home: 5* home wanted // private home only // a loving home 5* // we are not happy to sell to a novice home*. В русском языке эквивалентные наименования *в частный дом // для частного подворья* следует отнести к слоту «Тип животного» (рабочепользовательский) — о ценностных ориентациях по отношению к покупателю они не свидетельствуют.

2. В обеих лингвокультурах очерчивается круг лиц, неприемлемых для покупки: для английских объявлений это перекупщики и лица, не имеющие серьезных намерений — *No dealers or time-wasters please*. Объявлениям на русском языке свойственно отсекание лиц по месту проживания, диктующему наиболее вероятный способ использования лошади: *Не в город // не в прокат* (для лошадей в умеренном ценовом классе). Для русских объявлений также характерно ограничение круга покупателей за счет экспликации семы «допустимая степень нагрузки»: *не в спорт // максимум в любительскую выездку // не в конкур.*

3. Напомним, что реклама обладает собственной концептосферой: концепт рекламируемого товара моделируется с учетом регулярных запросов потребителя по отношению к данному товару. Сравним стратегии моделирования базового концепта в рекламе по отношению к обозначенным далее трем группам покупателей:

а) группа любителей, начинающих конников, воспринимаемых как аутсайдеры: профилирующими в характеристике объекта продажи оказываются признаки оценочной зоны, причем отбор характеристик подчинен общей закономерности рекламной коммуникации — товар всегда позиционируется как уникальный, единственный в своем роде: *отличная лошадь // продаю шикарного мерина // конь великолепный // эксклюзивный жеребец в стиле вестерн* и под. Поскольку покупка лошади, особенно для новичка, — ситуация, теоретически создающая угрозу безопасности для покупателя и членов его семьи, выдвижение семы «безопасность животного» является вполне ожидаемым: *очень добрая, умная преданная. Любит детей. // Жеребец с прекрасным характером, никогда не укусит и не ударит // Спокойный, безопасный. Подойдет всаднику любого уровня, ребёнку //...добрый, отзывчивый, под верхом спокоен как танк, ни на что не реагирует, справится ребёнок*. Для русскоязычных объявлений в большей степени характерна контекстная реализация семы «безопасность» от противного, отсутствия типичных поведенческих про-

блем: *не козлит, не свечит, не таскает, не вышибает // Никогда не укусит и не ударит.* Данные примеры можно отнести к приему «отрицательного сравнения», отмеченного Е. С. Сердобинцевой: «...утверждение рекламируемого товара или услуги достигается не за счет усиления их позитивных свойств, а за счет сравнения с другими товарами и услугами, которые уже успели сформировать у потребителя негативный образ» [Сердобинцева 2010: 57].

Как видим, вербальная экспликация актуализируемой семы выступает как средство контекстуального усиления семы и заключается «в использовании в коммуникации слова или словосочетания, эквивалентного отдельной актуализируемой семе или всему актуальному смыслу слова» [Арнольд 1973: 139]. По справедливому наблюдению С. П. Поповой, для рекламы в целом характерно «смещение ракурса восприятия, акцентирование лишь определенных сторон объекта. Благодаря этому достигается иллюзорное отображение рекламируемого объекта. В рекламном тексте акцентируются положительные стороны товара и при этом вуалируются или замалчиваются отрицательные» [Попова 2002: 17; Попова 2005]. В рассматриваемых текстах, как правило, смягчены описательные характеристики животного, относящиеся к слоту ПРОБЛЕМЫ С ПОВЕДЕНИЕМ: *горячевата // по характеру однолюб // любит проверять всадника // кобыла импульсивная, под уверенного всадника // по характеру «мужик в юбке» // характер нордический; ср.: just a little bit too green // is eager to learn // needs a bit more training.* Как видим, для русскоязычного дискурса более характерно субъектное отношение к товару (лошади), тогда как в англоязычном дискурсе поведенческие проблемы интерпретируются как недостаток тренинга. Следует подчеркнуть, что использование эпитетов, наиболее частотного тропа в рекламной практике, в нашем случае скорее всего свидетельствует о любительском уровне продавца. Подтверждается наблюдение И. С. Строевой о наличии «парадигмы слов-классификаторов, обладающих определенным конвенциональным социальным значением» [Строева 2009: 94; Строева 2007]. Сниженные разговорные маркеры для любви и покатания // для поцелования и попокатаения // хобик являются сигналами ориентации текста в группе А (любителей);

б) группа покупателей, приобретающих лошадь для частного хозяйства: на первый план выдвигается **темологическая** (утилитарная) оценка животного, представленная как набор умений/способов использования: *Кобыла заезжена в упряжку и под седло, выполняет все сельхоз работы. Продаем вместе с жеребушкой // пойдет в городской прокат, салютов не боится // сильный выносливый, неприхотливый // хорошая мамаша, дает крупных жеребят и пр.;*

в) группа покупателей — профессиональных спортсменов. Объявления, адресованные данной группе, отличаются по структуре — в них включены элементы нарратива, позволяющие получить представление о предыдущем соревновательном опыте животного, например: *участвовала в стипль чезе (2 место) в 2009 году. Напрыгана*

маршруты 120, с одиночками 130. в перспективе прыгать выше. Не закидывается не обносит, не останавливается. Доверяет всаднику. не тугая на рот (мягкое железо, возможно ехать на сайд пуле) и на шенкель. хлыст не требуется. прыгает абсолютно любые препятствия, связки. выпрыгивает из любых положений. Данный класс объявлений отличается наибольшей терминологической плотностью; отсутствие семантизации, ввода контекстных дефиниций свидетельствует об интерпрофессиональном характере коммуникации. Высокая информативность достигается путем использования прецедентных имен (клички родоначальников породных линий, фамилии тренеров, названия конезаводов). Идея качества товара, присутствующая в рекламных сообщениях, данной группой интерпретируется как соответствие стандарту, поэтому в текстах заметно отсутствие суперлативов, экспрессивной лексики. Ср.: *стандарт породы // проходил тренинг соответственно возрасту // стандартные замеры молодняка // адекватное поведение.* Для описательной характеристики животного в данной группе объявлений используется емкий термин **экстерьерный** (*выразительный экстерьер, старотипный экстерьер, типичный экстерьер*), информативный при условии наличия представлений о стандарте породы у адресата.

Отметим, что данные особенности моделирования концепта ЛОШАДЬ как объекта продажи свойственны, если принять условное деление рекламы на «рациональную» и «эмоциональную», группе объявлений с приоритетом рациональных стратегий (информирование адресата). В случае приоритета эмоциональных стратегий можно выделить любопытный прием «смещения адресации», являющийся частным случаем языковой игры. В данном случае профессиональная терминология используется в качестве своеобразного маркера «степени посвящения» — сигнала профессиональной компетентности. Сравним два объявления:

(1) *Конь подготовлен на вожжах, в руках, исполняет на вожжах элементы высшей школы, переходы, принимания и т. д. Отличные движения, шикарная темповая рысь, шикарный шаг, как собранный, так и прибавленный. Конь **отлично выезжен.***

(2) *Продаётся рыже-пегая кобыла, по кличке Малышка. **Идеально выезжена.** Ходит в упряжи, пашет, куётся замечательно, очень добрая, умная преданная. Любит детей.*

Термин «выезжен» в обоих фрагментах является ключевым в создании рекламного образа. Тем не менее в примере (1) очевидна функция повтора, так как в объявлении присутствует как термин, так и контекстная дефиниция, фактически совпадающая со словарной. В примере (2) «выезжен/а» выступает как эмоционально-экспрессивный маркер либо, скорее всего, является «заявкой» продавца на определенную степень профессиональной компетентности, поскольку «...мы, основываясь на системе наших ценностных категорий, считаем показателем компетентности такой язык, который характерен именно для данной области, т. е. язык специалиста. Пользование же

слишком доступным, простым языком может вызвать подозрение, не является ли говорящий дилетантом» [Комлев 1992: 189]. Использование специальной лексики в данном случае можно рассматривать и как манипулятивную тактику, обозначенную Е. С. Поповой как «Свой круг»; тем не менее тактика не является эффективной в силу смутного представления о понятийном содержании единицы «выездка» у самого адресанта. Соположение элементов «выезжена» и «пашет» в одном текстовом отрезке создает комический эффект, автором не предусмотренный.

Рассмотрим еще два примера:

(1) *Не под новичка, жеребец кривший, под седлом иногда **играет**.*

(2) *Продается жеребец башкирской породы, кличка Сэм, 2009 года. Энергия из него так и прет — **игручий** и **приставучий**. Будет идеальным другом вашему ребенку.*

В первом примере введение маркера «наличие опыта» позволяет определить фрагмент как коммуникативно достаточный: «играет» для конника является емким термином, определяющим прогнозируемое поведение, условия использования животного и уровень риска. Во втором объявлении, адресованном, судя по всему, случайным покупателем, проявляется оценочная энантиосемия: объявление намеренно вводит аутсайдера в заблуждение, активизируя в сознании покупателя гештальт «игривый детеныш домашнего животного». Нарушаются как минимум два коммуникативных постулата:

– качества/истинности (сообщение не должно быть ложным или не имеющим под собой должных оснований);

– количества/информативности (понимание сообщения зависит от его информативной насыщенности; говорящий должен учитывать экстралингвистическую реальность, все компоненты коммуникативного контекста, включающего в себя фоновые знания и отношения между коммуникантами).

Еще одним случаем оценочной энантиосемии в объявлениях можно считать технические характеристики животного: **сильный, энергичный**. Воспринимаемые в рамках антропоморфной картины мира, качественные прилагательные могут быть расшифрованы как маркеры положительной оценки либо примеры собственных рекламе плеоназмов-генерализаций (ср. *не содержит холестерина*). В рамках конноспортивного дискурса данные единицы относятся к слоту ХАРАКТЕР ТРЕНИНГА, а не к слоту ФИЗИЧЕСКОЕ СОСТОЯНИЕ животного: **сильный/энергичный** — ‘требующий регулярной длительной отработки на резвых аллюрах’. Фрагмент *лошадка маленькая, но сильная, очень сильная. Подойдет под тяжелого всадника* является ярким примером нарушения постулата количества/информативности. При полной расшифровке «технической характеристики товара» получаем: <лошадь нуждается в регулярной интенсивной отработке, не „чувствует“ всадника с легким весом, могут возникнуть проблемы с управлением и под.>.

Сопоставляемым англоязычным текстам словесная игра с терминами не свойственна в силу вышеупомянутой рубрикации «от субъекта».

С определенной степенью уверенности можно утверждать, что усложнение прототипной структуры текста (например, введение в состав объявления нарратива), использование риторических приемов (силлогизмов), использование специальной лексики в отношении рекламы, адресованной группе А (аутсайдеры либо любители), являются сигналами нарушения ряда коммуникативных постулатов. Следующее объявление заслуживает детального рассмотрения.

Продается жеребенок Яхонт, 1,5 года, интересной „дикой“ масти (буланый), элита башкирской породы. Лошади этой породы отличаются неприхотливостью и выносливостью, хороши для детского спорта, пробегов и конного туризма. Много гуляет (вольный выпас), тренине соответственно возрасту, не форсировали.

Терминологические сочетания *элита породы, тренинг соответственно возрасту, не форсировали*, «заимствованные» из группы рекламных объявлений В (для конников), в данном отрезке подчинены рекламной цели. В профессиональной рекламе «элита породы» предполагает указание породных линий отца и матери; вольный выпас, т. е. табунное содержание, исключает какой-либо тренинг; форсирование тренинга возможно при заездке под седло, что осуществляется в отношении двухлеток и более старых животных. В объявлении не представлены промеры животного (рост в холке и пр.), что не позволяет судить о его развитии и физическом состоянии. Единственный фрагмент, непосредственно относящийся к фрейму ПОРТРЕТИРОВАНИЕ ОБЪЕКТА, имеет характер плеоназма: данная масть является достаточно типичной для башкирской породы. Фрагмент нарратива (описание общих породных характеристик) подталкивает адресата объявления перенести характеристики породы на объект продажи. Это было бы оправдано в отношении некоторых европейских пород, но, поскольку башкирская порода разводилась в основном для продовольственных целей и племенная работа практически не велась, любая генерализация была бы ошибочной. Налицо манипулирование, в целом типичное для рекламных текстов, которым присуща «контролируемость подачи информации, которая проявляется в фрагментарности ее подачи (переакцентуация фактов, утаивание какой-то невыгодной части информации, искажение информации путем создания иллюзий, мифов, имиджа) и формирование заданной оценки» [Попова 2005: 9].

Достаточно распространенной стратегией в отношении группы А является апелляция к социальным поведенческим мотивам (жалости, сострадания) как причине покупки: *помогите коню! Срочно! до начала месяца, потом он пойдет на мясо! // у коня небольшая проблема со здоровьем (эмфизема легких), нуждается в качественных кормах и хорошем уходе // у коня была спортивная травма, но он восстанавливается. Нужны заботливые ручки*. Структура подобных объявлений, их общая тональность требует отнести их к рубрике ПОМОЩЬ БЕЗДОМНЫМ ЖИВОТНЫМ, но указание цены объекта продажи в пределах 30-45 тыс. рублей свидетельствует о ловком рекламном ходе. Другим признаком именно коммерческого ха-

рактера рекламного объявления является сохранение классической трехчастной структуры (АДРЕСАНТ — ОБЪЕКТ — АДРЕСАТ), тогда как для рекламы о бесплатном приросте животных типичен прием персонализации объекта рекламы; ср. о приросте котят: *ищу папу и маму // где ты, хозяин, отзовись!*

Подведем некоторые итоги сопоставительного обзора дискурсивных стратегий частных объявлений о продаже лошадей. Обозначим наиболее существенные различия:

1) для англоязычного дискурса наиболее значимым является фрейм ПРИЧИНА ПРОДАЖИ, тогда как для русскоязычных объявлений наиболее актуально моделирование адресата;

2) только русскоязычному дискурсу свойственна зависимость доли информации, переданной невербальным рядом (иконемой) от степени профессиональной подготовки адресата; в англоязычных объявлениях зрительный ряд, как правило, дублируется вербальным;

3) проанализированный материал может служить иллюстрацией не раз отмечавшихся коммуникативных предпочтений высококонтекстных и низкоконтекстных культур (предпочтение устной коммуникации для российского профессионального сообщества и письменных форм общения для конников Великобритании и США);

4) различия в подходе к рубрикации в рассматриваемых объявлениях приводит к существенному различию в портретировании объекта продажи, введению в русскоязычные тексты информации, которая для англоязычных текстов являлась бы избыточной.

Вместе с тем классифицированные объявления обеих лингвокультур имеют ряд общих черт, в целом для рекламных текстов не характерных и продиктованных спецификой профессиональной области:

а) смешение черт социальной и коммерческой рекламы в рамках одного текста;

б) практически полное отсутствие апеллятивов;

в) выбор маркера *соответствие стандарту*, а не *эксклюзивность* при моделировании объекта продажи.

На структуру данного вида рубричной рекламы в равной степени влияют этические, этнические и корпоративные **нормы** двух социумов. Подчеркнем, что речь идет именно о норме, так как объявления о продаже лошадей достаточно традиционны, смещаются лишь акценты. Рубричная реклама услуг конных клубов двух лингвокультур, не включенная в данный обзор, обладает своей спецификой; нормативность может отмечаться в отношении англоязычного корпоративного дискурса. Для русскоязычных текстов основной задачей является **поиск нормы**, выработка нормативной регуляции отношений сторон, свидетельствующая о переходе от бытового к институциональному дискурсу. Анализ данного типа руб-

ричных объявлений может быть обозначен как логическое развитие темы.

ЛИТЕРАТУРА

Акулова Е. В. Жанр «объявление о знакомстве»: гендерная и этнокультурная специфика : автореф. дис. ... канд. филол. наук. — Саратов, 2010.

Арнольд И. В. Стилистика современного английского языка (стилистика декодирования) : учеб. пособие. — Л. : Просвещение, 1973.

Винокур Т. Г. Говорящий и слушающий: варианты речевого поведения : моногр. — М. : Либроком, 2009.

Гаран Е. П. Лингвокультурологические аспекты интерпретации рекламного дискурса : автореф. дис. ... канд. филол. наук. — Ростов н/Д, 2009.

Елина Е. А. Семиотика рекламы. URL: <http://bookvisor.ru/474-semiotika-reklamy.html> (дата обращения: 7.07.2011).

Исламова И. С. Композиционные и лексико-стилистикальные особенности уличных объявлений (на материале уличных объявлений города Уфы) // Вестн. Башкир. ун-та. 2008. Т. 13. № 4. С. 197—205.

Комлев Н. Г. Слово в речи: денотативные аспекты : моногр. — М. : Изд-во МГУ, 1992.

Куликова Е. В. Языковая специфика рекламного дискурса // Вестн. Нижегород. ун-та им. Н. И. Лобачевского. Филология. Искусствоведение. 2008. № 4. С. 197—205.

Лазарева Э. Л. Конституирующие особенности Интернет-рекламы. URL: [http://journals.uspu.ru/ling6\(26\)2008](http://journals.uspu.ru/ling6(26)2008) (дата обращения: 18.08.2011).

Макеева С. О. Верховая езда: профессиональная интерпретационная норма и проблема релевантности речевых действий инструктора // Язык и культура : сб. ст. / УГТУ—УПИ. — Екатеринбург, 2009а. С. 84—105.

Макеева С. О. Показательность: становление профессионального концепта // Актуальные проблемы лингвистики и теории преподавания языков и культур : материалы Междунар. науч.-практ. конф. — М. ; Шадринск : Изд-во ШГПИ, 2009б. С. 61—68.

Макеева С. О. Портрет А. Г. Невзорова в конноспортивном дискурсе (определение статуса прецедентного имени профессиональной группой) : докл. // Междунар. науч.-практ. конф. «Современная лингвистическая ситуация в международном пространстве» (Тюмень, март 2010).

Попова Е. С. Структура манипулятивного воздействия в рекламном тексте // Изв. Урал. гос. ун-та. — Екатеринбург, 2002. № 24. С. 276—288.

Попова Е. С. Рекламный текст и проблемы манипуляции : автореф. дис. ... канд. филол. наук. — Екатеринбург, 2005.

Сердобинцева Е. Н. Структура и язык рекламных текстов : учеб. пособие. — М. : Флинта : Наука, 2010.

Строева И. С. Особенности прагматики классифицированной рекламы // Вестн. Ставропол. гос. ун-та. 2007. № 48. С. 110—117.

Строева И. С. Прагматические и когнитивные особенности текстов англоязычной и русскоязычной классифицированной рекламы : дис. ... канд. филол. наук. — Пенза, 2009.

Тюрина С. Ю. О понятиях *рекламный дискурс* и *рекламный текст* // Вестн. ИГЭУ. 2009. Вып. 1. С. 1—3.

Эко У. Отсутствующая структура. Введение в семиологию : моногр. — Петрополис, 1998.

Статью рекомендует к публикации д-р филол. наук, проф. Е. В. Шустрова

Е. Е. Меньшикова
Иркутск, Россия

Е. Е. Menshikova
Irkutsk, Russia

ИДЕОЛОГЕМЫ В ТУРИСТИЧЕСКОМ НАРРАТИВЕ

Аннотация. Рассматривается функционирование идеологем в туристическом нарративе. Идеологемы, как лингвосемиотический феномен, взаимодействуя с текстовыми элементами туристического нарратива, служат в качестве яркого смыслообразующего компонента.

Ключевые слова: туристический нарратив; идеологема; дискурс; концепт; аксиология.

Сведения об авторе: Меньшикова Екатерина Евгеньевна, старший преподаватель кафедры английского языка (вторая специальность).

Место работы: Иркутский государственный лингвистический университет.

Контактная информация: 664025 Россия, г. Иркутск, ул. Ленина, 8.
e-mail: canoe@list.ru.

IDILOGEMS IN TOURIST NARRATIVE

Abstract. In the given article functioning of ideologems in tourist narrative is examined. Ideologems as lingvo-semiotic phenomenon interacting with text elements of tourist narrative act as an impressive sense-making component.

Key words: tourist narrative; ideologem; discourse; concept; axiology.

About the author: Menshikova Ekaterina Evgenyevna, Senior Lecturer of the Chair of the English Language (second qualification).

Place of employment: Irkutsk State Linguistic University.

В современных исследованиях понятие «нарратив» постепенно становится одним из ключевых: оно активно используется при изучении феноменов текста, речеповеденческих актов, а также в контексте изучения постоянно меняющегося информационного общества и массовой культуры. Широкий диапазон проблематики нарратива связан с тем, что он наиболее четко отражает структуру новейшей коммуникации и феномены современной культуры. Нарратив как механизм коммуникации рассматривается в качестве стержневого способа общения между людьми.

Согласно Л. В. Татару, «нарратив рассматривается как специфическая форма когнитивной логики, порождающая особый нарративный дискурс, результатом и главной единицей которого является нарративный текст. Нарративный дискурс — это нарративно организованное событие, вовлекающее двух и более людей в информационный обмен с помощью текста, содержащего историю» [Татару 2009: 13], это дискурсивный способ конструирования события и компонент риторической стратегии, представляющей собой индивидуально-авторский и ситуативно обусловленный механизм речевого кодирования установки на адресата. Нарратив ориентирован на усиление предметной составляющей речи, его воплощение обеспечивается семантической нарративной системой, ответственной за представленность элементов события, или нарративных компонентов, в тексте, а также речевыми актами оперирования нарративным содержанием и композицией как тематическим объединением речевых актов.

Сегодня не вызывает сомнений, что нарративность представляет собой широкоупотребительный способ текстообразования. Как отмечает Б. В. Томашевский, «тексты, называемые нарративными в структуралистском смысле слова, излагают, обладая на уровне изображаемого мира темпоральной структурой, некую историю. Понятие же истории подразумевает событие. Событием является некое изменение исходной ситуации: или внешней ситуации в повествуемом мире (естественные, акциональные и интеракционные

события), или внутренней ситуации того или другого персонажа (ментальные события). Таким образом, нарративными, в структуралистском смысле, являются произведения, которые излагают историю, в которых изображается событие» [Томашевский 1996: 186].

Исходя из вышеизложенного, туристический нарратив определяется нами как зафиксированное в виде текста дискурсивное образование, представляющее собой способ воссоздания фрагмента мира в виде сюжетно-повествовательных событий, происходящих в определенных пространственно-временных рамках.

Говоря о функционировании идеологем в туристическом нарративе, следует обратиться к экспликации понятия идеологема. Четкого определения термина «идеологема» не выработано, хотя он широко распространен в научной среде. Г. Ч. Гусейнов дает такое определение идеологемы: «...минимальный отрезок письменного текста или потока речи, предмет или символ, который воспринимается автором, слушателем, читателем как отсылка — прямая или косвенная — к мета-языку, или к воображаемому своду мировоззренческих норм и фундаментальных идейных установок, которыми должно руководствоваться общество. Сводя определение к метафоре, можно назвать идеологему простейшим переключателем с естественно-частного на казенно-публичный режим речевого поведения и наоборот» [Гусейнов 2003: 27]. Процесс преобразования слова в идеологему детально рассматривается в работах Н. А. Купиной. По ее мнению, это «идеологизация слов с помощью догматических добавок: на традиционную семантику слова искусственно накладываются идеологические смыслы» [Купина 1995: 98]. Автор определяет идеологему как «мировоззренческую установку (предписание), облеченную в языковую форму» [Купина 1995: 43], «языковую единицу, семантика которой покрывает идеологический денотат или наслаивается на семантику, покрывающую денотат неидеологический» [Купина 2000: 183]. Л. Н. Мурзин понятие «идеологема» соотносит с понятием «ключевое

слово». По мнению автора, одним из средств реализации цельности текста является определенный набор ключевых слов. В качестве сигналов ключевого слова выделяются: его позиция (актант или предикат), положение в тексте (заголовок, начало), отношение к теме и реме [Мурзин 1991].

Как отмечает Е. Г. Малышева, при всем многообразии подходов к определению данного феномена, продиктованном прежде всего кардинальными различиями в объекте и предмете исследования различных научных дисциплин и направлений, общим местом существующих дефиниций является то, что констатировал М. М. Бахтин: идеологема — это экспликация, способ репрезентации той или иной идеологии [Малышева 2009: 32]. М. М. Бахтин понимал и идеологема, и идеологию в самом широком, семиотическом смысле: слово как социальный знак есть идеологический феномен *par excellence* [Бахтин 1975]. При таком понимании дискурсивная реализация выступает языковым отражением идеологии. Оно не является непременным атрибутом (и тем более своеобразной «визитной карточкой») ни времени, ни пространства, поскольку механизм идеологизации прескриптивен, а потому и не устраняется из общекультурного кода вместе с переменами экономического, политического и иного характера, а сохраняется и трансформируется на лингвогенетическом уровне, являясь одновременно и отличительной чертой, и базовой характеристикой социума. Идеологизация языка представляет собой особый вид актуализации, способствующий формированию у языкового коллектива особого восприятия тех или иных слов. В результате представление о слове иногда оказывалось более значимым, чем само слово [Журавлев 2004].

Е. Г. Малышева под идеологемой понимает единицу когнитивного уровня — «особого типа многоуровневый концепт, в структуре которого (в ядре или на периферии) актуализируются идеологически маркированные концептуальные признаки, заключающие в себе коллективное, часто стереотипное и даже мифологизированное представление носителей языка о власти, государстве, нации, гражданском обществе, политических и идеологических институтах». Идеологема как ментальная единица характеризуется национальной специфичностью, динамичностью семантики, повышенной аксиологичностью, частотностью и разнообразием способов репрезентации знаками различных семиотических систем, в том числе языковой. Употребление вербальных маркеров идеологемы — ключевого слова, клише, устойчивых метафор — является одним из способов ее языковой реализации [Малышева 2009: 35].

Согласно С. А. Журавлеву, идеологема — конкретная цельная единица синкретичной лингвосемиотической природы; это знаковое образование идеологического метаязыка; это дискурсивная единица, значимость которой определяется метаконтекстуально. Идеологемы как ценностно мотивированные знаковые образования группируются вокруг того или иного идеологически значимого концепта, служащего основой для формирования аксиологических категорий (аксиокатегорий). В результате идеологемы русского

языка С. А. Журавлев распределяет по следующим пяти разрядам: аксиокатегория власти, аксиокатегория социального устройства, аксиокатегория образа врага, аксиокатегория религии, аксиокатегория культурно-философских ценностей [Журавлев 2004].

Н. И. Клушина рассматривает идеологема сквозь призму коммуникативной стилистики. По мнению автора, в основе идеологемы лежит «мировоззренчески насыщенное обобщающее слово, чаще всего образное слово, метафора, обладающая мощной суггестивной силой (светлое будущее, империя зла, ось зла, холодная война и т. п.). Такие слова имеют оценочную коннотацию, „иррадирующую“ на весь текстовый континуум и задающую определенную идеологическую модальность тексту. В создании идеологем также участвуют новые, нетипичные ранее контексты. Слова-идеи закрепляют за собой определенный устойчивый смысл, а квазисинонимические и квазиантонимические ряды помогают необходимому стилистическому и семантическому переосмыслению мировоззренческого слова-символа» [Клушина 2008: 34].

Идеологема предполагает целенаправленное воздействие со стороны адресанта на сознание адресата с помощью заранее заданной идеи. Идеологема ложится в основу публицистического текста и организует все текстовое пространство. Идеологема, включенная в коммуникативную ситуацию, получает дополнительные смыслы, встраивается в публицистическую картину мира, создаваемую средствами массовой коммуникации, и становится центральным понятием публицистического дискурса. Идеологема — это воплощение вербальными средствами идеологических, политических, социальных установок, которые должен усвоить адресат и которые формируют в обществе определенную устойчивую идеологию, способствующую сплочению социума. Идеологема подчиняет себе остальные интенциональные категории публицистического текста и дискурса, поскольку формулирование идеологем происходит с помощью выбора определенных номинаций, имеющих или «присваивающих» из контекста положительную или негативную оценочность, а утверждению идеологем способствуют такие интенциональные категории воздействующего текста, как тональность, создающая необходимый контекст и усиливающая авторскую и социальную оценку, а также интерпретация, задающая однозначное декодирование адресатом авторской идеи [Клушина 2008: 35].

Идеологема, таким образом, по своей сути неоднозначное явление. Ее значение — «это словно стенд-вертушка, на котором означенное постоянно оборачивается то смыслом, то формой, то языком-объектом, то метаязыком, то чисто знаковым, то чисто образным сознанием» [Барт 1996: 248].

В рамках данной статьи мы опираемся на понимание идеологемы как лингвосемиотического феномена, предполагающего целенаправленное воздействие со стороны адресанта на сознание адресата и во взаимодействии с текстовыми элементами туристического нарратива выступающего в качестве яркого смыслообразующего компонента.

Важным является вопрос о классификации идеологем. В современных исследованиях предлагаются некоторые типологические и видовые классификации, сильно зависящие от цели и объекта конкретного исследования. Так, А. П. Чудинов, рассматривая специфику функционирования слов-идеологем в современном политическом дискурсе, выделяет *два основных вида идеологем* в зависимости от использования представителями разных политических партий и движений. В первом случае имеется в виду слово, смысловое содержание которого неодинаково понимается сторонниками различных политических взглядов; особенно часто эти различия связаны с эмоциональной окраской слова, на которое переносится оценка соответствующего явления. Второй тип идеологем — «наименования, которые используются только сторонниками определенных политических взглядов, соответствующие наименования передают специфический взгляд на соответствующую реалию» [Чудинов 2003: 43—44].

Е. Г. Малышева предлагает классификацию идеологем по нескольким базовым основаниям. Так, для выделения типов идеологем релевантными оказываются прежде всего следующие характеристики: специфика концептуализируемой ими информации (данный параметр описания подчеркивает когнитивную природу изучаемого явления); актуальность / неактуальность идеологемы в современной идеологической картине мира и современных дискурсах разного типа (прежде всего в политическом и публицистическом, а также во взаимосвязанных с ними); особенности прагматической и коммуникативной характеристик идеологемы (аксиологические характеристики содержания идеологемы, специфика ее понимания и восприятия носителями языка и пр.). Автор предлагает следующую классификацию:

«1. В связи с характером концептуализируемой информации:

- идеологемы-понятия (например, народ, флаг, гимн, демократия);
- идеологемы-фреймы (олимпиада, спорт, съезд, Государственная дума);
- идеологемы-гештальты (свобода, равенство);
- идеологемы-архетипы (Ленин, Сталин, Брежнев, Горбачев, Ельцин, Путин, Николай).

2. С точки зрения сферы употребления и понимания носителями языка:

- идеологемы общеупотребительные, понимаемые по-разному (народ, свобода);
- идеологемы общеупотребительные, понимаемые одинаково (спорт, отечество, гимн);
- идеологемы ограниченного употребления, понимаемые одинаково (советские солдаты-освободители (ср. оккупанты)).

3. С учетом прагматического компонента (оценочного потенциала, специфики восприятия носителями языка, в том числе представителями разных политических партий):

- идеологемы с положительным аксиологическим модусом (родина, флаг, отечество);

- идеологемы с отрицательным аксиологическим модусом (террор, фашизм);
- идеологемы со смешанным аксиологическим модусом (патриотизм, президент, воля, демократия, народ).

4. В связи с актуальностью / неактуальностью идеологемы в современной идеологической картине мира:

- идеологемы-историзмы (советский народ, социалистическое соревнование, КПСС, царь);
- новоидеологемы, или современные идеологемы (финансовый кризис, принуждение к миру, парламент, национальная идея, монетизация льгот, толерантность);
- реактуализованные идеологемы (губернатор, дума);
- универсальные идеологемы (Родина, флаг, гимн, патриотизм)» [Малышева 2009: 37].

Применительно к публицистическому дискурсу Н. И. Клушина выделяет социальные и личностные идеологемы. Социальные идеологемы отражают установки и ориентиры общества на конкретном отрезке его развития. Концептуальными для публицистического дискурса являются идеологемы «модель будущего/прошлого», «образ друга/врага», «образ государства», «самоидентификация народа», «национальная идея» и др. Это базовые, онтологические идеологемы любого социума, имеющие, однако, конкретное этноспецифическое наполнение. Идеологемы характеризуются определенной временной закрепленностью, и в то же время перспективны. Если идеологемы расположить по оси времени, то можно выделить исторические, современные и футурологические идеологемы, отражающие историю и поиск для общества идей (например, исторические идеологемы *держава*, *мессианизм* и футурологическая *национальная идея*) в современной российской публицистике.

Личностные идеологемы складываются вокруг руководителя государства, любого значительного политического лидера, героев/антигероев своего времени. Личностные идеологемы складываются, например, вокруг каждого руководителя государства, начиная с образа «царя-батюшки» и заканчивая образом президента. Подобные идеологемы укореняются в массовом сознании с помощью стереотипов, тиражируемых СМИ, например: *вождь мирового пролетариата* (о Ленине), *гениальный вождь и учитель* (о Сталине), *генеральный конструктор* (о Хрущеве), *верный ленинец* (о Брежнев), *архитектор перестройки* (о Горбачеве), *царь Борис* (о Ельцине). Такие стереотипные номинации приводят к образованию психологически обусловленного постоянного языкового навыка. Знаки оценки данных стереотипных номинаций зависят от шкалы ценностей, принятой в каждом конкретном издании [Клушина 2008: 36].

Идеологемы репрезентируются не только в базовых дискурсах (идеологическом, политическом, информационно-массовом, публицистическом), но и в других типах дискурсов: рекламном, спортивном, учебном, научном, религиозном, развлека-

тельном, бытовом, а также в туристическом, — «впрочем, даже в рамках большинства дискурсов, для которых идеологема не является содержательной доминантой, названная когнитивная универсалия реализует свою важнейшую суггестивную функцию» [Малышева 2009: 35].

Важнейшим условием существования идеологемы является ее актуализация в пределах того или иного метаконтекста. При соблюдении этого условия она обретает ценностный характер, становится идеологически значимой для большей части языкового коллектива. Актуализация идеологемы, как правило, проходит в два этапа: во-первых, в рамках идеологического дискурса, благодаря чему идеологема и получает свой статус; во-вторых, в рамках какого-либо частного дискурса, т. е. в конкретной своей реализации, когда идеологема, попадая в языковое окружение, начинает взаимодействовать с элементами текста и выступать в этом тексте в качестве яркого и неоднозначного смыслообразующего компонента [Журавлев 2004].

Туристический нарратив актуализирует как социальные, так и личностные идеологемы. Среди основных социальных идеологем туристического нарратива выделяется идеологема «национальный образ».

Национальный образ — идеальное конструирование этнической общностью как носительницей культуры определенных представлений о себе, о своих типических чертах, особенностях национального характера, а также о своей стране. Национальный образ — одна из важнейших составляющих национального самосознания. Суждения о характерных чертах и особенностях своего народа непременно соотносятся с представлениями о характерных свойствах других народов и их представителей. Национальный образ воплощает в себе единство всеобщего (универсального) и единичного (уникального). Ядром национального образа выступают культурные архетипы — первичные идеи и представления, заложенные в основу национальной культуры и достаточно устойчивые, несмотря на динамику культуры. Национальный образ может рассматриваться как знаковое выражение представлений нации о своей сущности и роли в истории. Именно постижение и принятие национального образа в рамках определенной национальной культуры позволяет индивиду как члену национально-государственного образования постичь базовые понятия и ценности своей культуры, осознать свою принадлежность к национально-государственному целому, соотнести себя с определенной нацией и культурой [Борисенко 2008: 8—9].

Говоря об идеологеме «национальный образ» в туристическом нарративе, мы имеем в виду образ страны, который не тождествен образу государства. В контексте бинарной оппозиции двух философских парадигм — целерационального и коммуникативного действий — образ государства, являясь компонентом «мягкой силы», предстает как инструмент геополитической конкуренции; это упрощенный символический образ всей совокупности институтов власти государства, основанный как на их реальной деятельности, так и создаваемый стихийно или целенаправленно на основе

мифов и стереотипов массового сознания, формирующий устойчивые политические мотивации людей. Образ страны предстает как совокупность культурно-ценностного потенциала страны и ее народа. Образ страны трактуется как результат обобщения гетерогенных, гетеросубстратных, гетерохронных сведений о стране.

Основываясь на классификации национальных образов, предложенной Э. М. Галумовым [Галумов 2003], мы выделяем в рамках идеологемы «национальный образ» в туристическом нарративе географический образ, природно-ресурсный, цивилизационно-культурный образ, социально-ментальный образ, национально-ценностный образ.

Туристический нарратив проецирует в массовое сознание политико-географический образ страны, представляющий собой концентрацию ведущих географических знаков, символов, черт страны: *Россия — самая удивительная страна в мире! Это самая большая страна. Одна восьмая часть мировой суши, 11 часовых поясов с востока на запад, 14 морей и три океана. Самый богатый природный потенциал и климатическое разнообразие: от Северного Ледовитого океана, тундры, тайги, смешанных лесов до южных степей и субтропиков. В России проживает более 100 народностей со своей уникальной культурой, традициями, бытом, национальной кухней. Россия — это пятая часть всех лесов планеты. Русская тайга — самый большой лес в мире и самое крупное и чистое в мире пресноводное озеро — Байкал, самая протяженная автотрасса в мире — 10 тысяч километров от Москвы до Владивостока. Называя Россию страной контрастов, имеют в виду присущее ей бесконечное разнообразие. В России можно выбрать отдых на любой вкус, какими притягательными эти самые вкусы не были: от жаркого черноморского побережья с золотыми песчаными пляжами и комфортабельными отелями до экстремальных сафари по трассам зимней Карелии.*

На политико-географический образ наносится привлекательный природно-ресурсный образ — концентрация ведущих признаков и символов национальных ресурсных богатств в природном, ландшафтном или климатическом отношении: *Еще один плюс в копилку преимуществ отдыха в России — это безграничное разнообразие и неоспоримое великолепие русской природы. Воспетая великими русскими поэтами, природа России поражает своей непредсказуемостью и живописностью. Знойные прикаспийские полупустыни сменяются бескрайними степными просторами и сочными заливаемыми лугами. На равнинах вырастают величественные горы, увенчанные снеговыми коронами, а тихие речушки превращаются в бурные горные потоки. За лесными массивами открывается таинственная тайга с вкраплениями небесно-голубых озер.*

Природно-ресурсный образ служит основой для цивилизационно-культурного образа, представляющего собой концентрацию национальных культурных знаков, символов и черт народа, страны в историческом и цивилизационном измерении: *Что касается отдыха культурного, то*

здесь так же Россия предоставляет самый широкий спектр возможностей. Обилие достопримечательностей — архитектурных ансамблей, музеев, дворцов, мемориальных комплексов — позволит всем желающим приблизиться к великому и прекрасному, приоткрыть завесу прошлого и прикоснуться к настоящему, окунуться в атмосферу русской культуры. Каждый российский город хранит страничку нашей богатой истории, и поэтому даже самый маленький, провинциальный городок России имеет неоценимую значимость.

На природно-цивилизационно-культурный фон накладывается социоментальный образ народа как концентрации ведущих социальных признаков, символов, черт народа в ментальном отношении. Социально-ментальный образ идентифицирует народ с характерными, наиболее типичными социально-психологическими признаками: *Отдых в России — это и ознакомление с бытом, культурой, традициями и обычаями людей, которые живут в гармонии с окружающей природной средой, возможность увидеть традиционные жилищные и хозяйственные постройки, местных жителей в национальной одежде, а также возможность принять участие в традиционных праздниках, попробовать блюда национальной кухни и купить в качестве сувениров предметы традиционного быта.*

Завершает череду перечисленных образов национально-ценностный образ — концентрация ведущих знаков и символов, выражающих государственные интересы, цели и устремления в национально-идейном отношении: *Россия — огромная страна с огромным туристическим потенциалом, который сейчас раскрывается во всем своем многообразии. Она щедра и хлебосольна, самобытна и вместе тем современна, величественна и в то же время изящна, проста, но со своей загадкой, которую под силу разгадать каждому. Стоит только сделать первый шаг ей навстречу!*

Моделирование национальных образов в туристическом нарративе актуализирует интерес к истории страны, посещение исторических памятников и памятных мест, тематических лекций по истории и других мероприятий; интерес к старинным традиционным или современным постановочным культурным мероприятиям или «событиям» (праздникам, фестивалям) и участию в них; интерес к религии или религиям страны, посещение культовых сооружений, мест паломничества, тематических лекций по религии, знакомство с религиозными обычаями, традициями, ритуалами и обрядами; интерес к археологии страны, посещение памятников древности, мест раскопок, участие в археологических экспедициях; интерес к культуре этноса (народа или народности), объектам, предметам и явлениям этнической культуры, быту, костюму, языку, фольклору, традициям и обычаям, этническому творчеству; посещение родины предков, знакомство с культурным наследием своего исконного народа, этнических заповедных территорий, этнических тематических парков; интерес к представителю этноса в развитии, с точки зрения эволюции; посещение страны с целью зна-

комства с современной «живой культурой»; интерес к взаимодействию природы и культуры, к природно-культурным памятникам, посещение природно-культурных ансамблей, участие в культурно-экологических программах и т. д.

Конструирование национальных образов в туристическом нарративе осуществляется с помощью комплекса вербальных и невербальных средств. Отбор языковых средств, используемых адресантом туристического нарратива для именованья различных событий/фактов внеязыковой действительности, позволяет говорить о реализации в тексте определенных стратегий, направленных на конструирование/поддержание образа страны в сознании единичного и/или коллективного адресата. Стратегия является системой, составленной из организованных по принципу иерархии компонентов, предполагающей отбор фактов и их подачу в определенном освещении с целью воздействия на интеллектуальную, волевою и эмоциональную сферу адресата.

Можно выделить номинативные и дискурсивные стратегии создания национальных образов в туристическом нарративе. Номинативные стратегии состоят в выборе из совокупности всех потенциально возможных изофункциональных гетерогенных средств именованья как отдельных элементов картины мира (предметов, процессов, качеств и т. д.), так и ее фрагментов (ситуаций или комплексов ситуаций, связанных друг с другом причинно или аддитивно, постоянно или случайно). Решая задачу сообщения и задачу воздействия, номинативные стратегии в туристическом нарративе выполняют ряд взаимосвязанных функций, основными из которых являются следующие: номинативная, информативная, эстетическая, дифференцирующая, воздействующая, рекомендательная, аттрактивная.

В туристическом нарративе выделяются номинативные стратегии прямой/косвенной идентификации, прямого/косвенного атрибуирования, стратегия акцентирования определенного рода информации, стратегия обозначения через контраст, стратегия модальности и др. Номинативные стратегии реализуются по таким макротекстовым объектам, как номинация «Я», коннотативность, акциональность. В качестве средств реализации названных стратегий могут выступать вербальные (лексические, грамматические, морфологические, синтаксические, стилистические) средства в совокупности с различного рода невербальными средствами.

Национальный образ страны формируется в первую очередь выбором лексики, служащей для номинации и оценки страны в целом и различных ее составляющих. В отличие от других языковых средств лексический состав, в частности ключевые слова, наиболее эксплицитно представляет объект. Ключевые лексемы, вербализующие национальный образ, служат для номинации таких аспектов, как исторические территории, архитектурные сооружения и комплексы, зоны археологических раскопок, художественные и исторические музеи, народные промыслы, праздники, бытовые обряды, выступления фольклорных коллективов, актуальная культура сегодняшнего дня (художест-

венная, а также образ жизни населения: кухня, костюм, особенности гостеприимства и пр.), природа, ландшафт и др.

Так, например, природа и ландшафт представлены целым спектром дескрипторов пространства: *изумительная природа; девственно экзотическая природа; романтическая и причудливая природа; живописные природные красоты; божественной красоты природа; потрясающая воображение природа; мир нетронутой, живой, отзывчивой природы; дикая первозданная природа; ошеломляющие пейзажи; сказочно красивые пейзажи; диковинные растения и экзотические животные; чистая лазурь неба; бархат ночного неба; экзотическая флора и фауна; удивительный, потрясающий подводный мир; удивительные экзотические цветы, пьянящие своим ароматом; таинственные зеленые тропические джунгли; буйное многоцветье флоры; фантастическое разнообразие животного мира; завораживающие пейзажи с оазисами и цветущими садами; золотистые песчаные пляжи; белоснежные пляжи с золотистым песком; яркое солнце; ласковое солнце; кристально чистые зелено-голубые воды; кристально чистая вода цвета сапфира; безбрежный сияющий океан; искрящиеся на солнце воды океана; изумрудная вода; бирюзовые лагуны; великолепные коралловые рифы с экзотическими морскими обитателями; изумрудная вода; чистейшая вода; утопающая в зелени экзотика с озерами, лагунами, водопадами; горы в серебристой дымке; розовые закаты; таинственные пещеры; манящий сказочный мир; райская страна; райский остров; райские пейзажи; сказочный мир, полный райских наслаждений; волшебное место; неизведанный мир экзотики; потрясающий, таинственный и необычный мир; мир неземных красок; мир невероятных ощущений; мир древних тайн и удивительных приключений; затерянный мир; романтическое и уникальное место; страна покоя, умиротворения, уюта; экзотическое, самое идеальное место для отдыха; тихое, солнечное и романтическое место; удивительно прекрасный подводный мир; мир солнца и света; таинственный, ни с чем не сравнимый мир; волшебный мир; кусочек рая на Земле; мир яркий, обворожительный и т. п.*

Номинативные стратегии тесно связаны с дискурсивными. Дискурсивные стратегии — это выбор аранжировки номинативных стратегий для достижения определенной цели в конкретных дискурсивных условиях. К дискурсивным стратегиям создания национального образа в туристическом нарративе можно отнести стратегию мелиоризации, мифопоэтическую стратегию, стратегию эвфемизации, стратегию суггестивной метафоризации и метонимизации, стратегию «идеальной презентации», стратегию гиперболизации и др.

Так, например, мифопоэтическая стратегия представлена в туристическом нарративе культурными локусами. Локус — воспроизводимый в нарративе пространственный объект, являющийся местом действия или созерцания. Такие локусы наделяются в культуре символическим значением: их номинации связывают мир денотатов с миром реальности — в последнем денотаты обра-

тают набором ассоциаций, характерных для сознания, сами же номинации в языковом сознании наделяются соответствующими коннотациями. Культурные локусы — ландшафтные или рукотворные образования, являющиеся в текстах воспроизводимым местом действия и обладающие символическим значением, т. е. соединяющие различные сферы реальности: мир денотатов (объективная реальность) и мир эмоций и ассоциаций, этими денотатами вызываемых (психическая реальность).

Мифопоэтическая стратегия представлена в туристическом нарративе такими локусами, как локус желаемых встреч, локус воплощенного рая и абсолютного счастья, локус ирреального мира и сомкнутых пространств, локус сказки и сна, локус таинства, возвращения в детство, локус инициации и т. д. Они актуализируются такими лексикодами, как *загадочный, замечательный, потрясающий, неотразимый, изумительный, неповторимый, живописный, восхитительный, чарующий, райский, необычный, удивительный, захватывающий, дивный, впечатляющий, уникальный, незабываемый, диковинный, особенный, исключительный, неземной, экзотический* и т. п., а также психологическими ассоциативами: *мир красоты, мир тайны, мир приключений, мир мифологизированного прошлого, мир природы, мир воображения, мир мечты, мир таинства и приключений, мир романтики, мир сказки* и т. д.

Конструирование национального образа в туристическом нарративе исходит из логики знакомства с некой «terra incognita», обусловленной последовательностью вопросов. Данная последовательность демонстрирует очередность продвижения образа страны в наше сознание и выглядит следующим образом (в плане культурно-исторических достопримечательностей и в плане природных достопримечательностей), каков народ страны (ментальность, духовные ценности и т. д.), что в стране производят (умеют делать), каковы устремления народа и т. д.

При актуализации идеологемы «национальный образ» в туристическом нарративе на первый план выходит понятие «бренд-имидж» страны. Если национальный образ подразумевает представления о стране и ее народе, бытующие в сознании находящихся с ней культурно-исторических прикасающихся с ним групп населения, то имидж — понятие более узкое: «оно определяет ту составляющую национального образа, которая формируется под воздействием направленных на его конструирование ресурсов и технологий, в первую очередь находящихся в непосредственном расположении заинтересованного государства» [Борисенко 2008: 18—19]. Под имиджем страны следует понимать стройную и последовательную систему ассоциаций, выстраиваемую в сознании аудитории при упоминании страны. Как самостоятельное социальное явление, имидж страны имеет свою специфику, отличающую его, в частности, от имиджа государства. Если последний исходит из задачи достижения преимущества государства в глобальной конкуренции, то имидж страны лишен политической окраски и вмещает в

себя главным образом культурно-ценностный потенциал страны и ее народа [Гринев 2009].

Имидж в определенной степени идеализирует объект, либо преувеличивая его выгодные черты, либо наделяя его дополнительными социальными, психологическими качествами в соответствии с ожиданиями тех, на кого направлен туристический нарратив. Туристический нарратив способствует созданию многоуровневого контекста ассоциативных связей со страной, основанного на туристической привлекательности.

Помимо социальных идеологем, туристический нарратив актуализирует также и личные идеологемы. Данная сфера включает имена известных политических деятелей, как современности, так и былых лет, имена глав государств и первых леди различных стран, названия правящих династий, имена выдающихся полководцев. Среди основных личных идеологем туристического нарратива выделяются такие, как «Царь», «Иван Грозный», «Петр I», «Екатерина II» и т. д.: *Наш город, существовавший уже в XII в., расцвел к „золотому веку Екатерины“.* *История города связана с именами Афанасия Никитина, Ивана Грозного, Петра I, Екатерины II, Матвея Казакова, Карла Росси и др. Вы увидите уникальные памятники архитектуры XVI—XVIII веков: Собор Белая Троица, Императорский путевой дворец, построенный для царской семьи, городские купеческие усадьбы. Вы узнаете, почему Новый мост старше Старого моста, как появилось выражение „Филькина грамота“, как Петр I строил мост в Твери и много других тайн и легенд.*

Таким образом, туристический нарратив актуализирует как социальные, так и личные идеологемы, которые связаны с национальной идентификацией: связь с определенной территорией, природные богатства, культурное наследие и высшие достижения культуры, исторические события, общераспространенные суждения о национальном характере.

ЛИТЕРАТУРА

- Бахтин М. М. Слово в романе // Вопросы литературы и эстетики. — М. : Художественная литература, 1975. С. 132—179.
- Барт Р. Мифологии. — М. : Изд-во им. Сабашниковых, 1996.
- Борисенко И. В. Национальный образ России: фило-софско-культурологический анализ : автореф. дис. ... канд. филос. наук. — Ростов н/Д, 2008.
- Галумов Э. А. Международный имидж России: стратегия формирования. — М. : Известия, 2003.
- Гусейнов Г. Ч. Советские идеологемы в русском дискурсе 1990-х. — М. : Три квадрата, 2003.
- Гринев И. В. Роль национальной российской культуры в формировании международного имиджа страны : автореф. дис. ... канд. филос. наук. — М., 2009.
- Журавлев С. А. Идеологемы и их актуализация в русском лексикографическом дискурсе : автореф. дис. ... канд. филол. наук. — Казань, 2004.
- Клушина Н. И. Интенциональные категории публицистического текста: на материале периодических изданий 2000—2008 гг. : автореф. дис. ... д-ра. филол. наук. — М., 2008.
- Купина Н. А. Тоталитарный язык: словарь и речевые реакции. — Екатеринбург ; Пермь, 1995.
- Купина Н. А. Языковое строительство: от системы идеологем к системе культурем // Русский язык сегодня / РАН, Ин-т рус. яз. им. В. В. Виноградова. — М. : Азбуковник, 2000. Вып. 1. С. 182—189.
- Мурзин Л. Н, Штерн А. С. Текст и его восприятие. — Свердловск : Изд-во Урал. ун-та, 1991.
- Мальшева Е. Г. Идеологема как лингвокогнитивный феномен: определение и классификация // Политическая лингвистика. — 2009. Вып. 4 (30). С. 32—41.
- Татару Л. В. Точка зрения и ритм композиции нарративного текста (на материале произведений Дж. Джойса и В. Вулфа) : автореф. дис. ... д-ра. филол. наук. — Саратов, 2009.
- Томашевский Б. В. Теория литературы. Поэтика : учеб. пособие. — М. : Аспект Пресс, 1996.
- Чудинов А. П. Метафорическая мозаика в современной политической коммуникации : моногр. — Екатеринбург : Изд-во Урал. гос. пед. ун-та, 2003.

Статью рекомендует к публикации д-р филол. наук, проф. М. В. Пименова

А. М. Никифорова
Пушкин, Россия

А. М. Nikiforova
Pushkin, Russia

**ЦВЕТ КАК ЭЛЕМЕНТ
«ВИЗУАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ»**

**COLOUR AS THE ELEMENT
OF "VISUAL POLITICS"**

Аннотация. Рассматривается значение феномена цвета как элемента «визуальной политики». Современный политический дискурс, эксплуатируя символическую составляющую семантики цвета, апеллирует к сложившимся в общественном сознании стереотипам, облегчающим и определенным образом направляющим восприятие информации избирателями.

Abstract. The article considers the meaning of the color phenomenon as an element of "the visual politics". Modern political discourse, maintaining a symbolical component of semantics of color, appeals to the stereotypes which have developed in public consciousness facilitating and definitely directing perception of the information by voters.

Ключевые слова: цвет; парадигма познания цвета; цветовой символизм; политический дискурс.

Key words: color; paradigm of color knowledge; color symbolism; political discourse.

Сведения об авторе: Никифорова Алиса Михайловна, магистр филологического образования, аспирант кафедры иностранных языков Ленинградского государственного университета имени А. С. Пушкина.

About the author: Nikiforova Alisa Mikhailovna, Master of Philology, Post-graduate Student of the Chair of Foreign Languages at Leningrad State University n.a. A.S. Pushkin.

Место работы: МБОУ «Коммунарская СОШ №2».

Place of employment: Kommunar State School № 2.

Контактная информация: 188321, г. Коммунар, ул. Ижорская, д. 14.
e-mail: 14anirodis@mail.ru.

Современные коммуникации в настоящее время претерпевают очень серьезные изменения. Старые «символические наборы» перестают выполнять коммуникативные функции так же эффективно, как раньше. П. Родькин отмечает, что сегодня «создание туристических, территориальных, представительских и государственных знаков и стилей продиктовано качественными изменениями коммуникативных моделей». В монографии «Визуальная политика. Фирменный стиль России» Родькин вводит термин «визуальная политика», под которым понимает государственный фирменный стиль, от которого зависит стабильность современной информационной и знаковой среды, социальных и политических коммуникаций [Родькин 2007: 8].

Выбрав цветовую визуальность в качестве объекта исследования, мы поставили своей целью определить степень укорененности цветового компонента политики в общественном сознании. Как известно, цвет есть сложный природно-культурный знак, включающий, с одной стороны, генетически наследуемую информацию в виде архетипов, а с другой — «совокупность представлений, складывающихся в сознании, как на основе личного жизненного опыта, так и с помощью многообразных источников информации» [Философский словарь 1986: 459]. Архетип цвета прочно закрепился в культуре, а цветовые стереотипы в общественном сознании, так как цвет представляет собой одну из важнейших характеристик явлений окружающего мира.

Цвет всегда был объектом изучения во многих дисциплинах. Реконструируя общие основания различных воззрений на цвет, можно говорить о трех основных парадигмах изучения данного феномена. Исторически первой парадигмой познания цвета была **метафизическая парадигма**, становление которой связано с возникновением философии в VI—V вв. до н. э. Основы **естественно-научной парадигмы** были заложены в теории цвета Исаака Ньютона, которому принадлежит

первая из современных, наиболее известная формулировка понятия «цвет», данная более 300 лет назад в его «Оптике». **Гуманитарная парадигма** познания цвета начала оформляться благодаря деятельности И. В. Гете, который обосновал свое понимание цвета как альтернативу ньютоновской естественно-научной трактовке [Гете 1957: 101—139]. Как отмечает П. В. Яньшин, своим учением о чувственно-нравственном действии цвета И. В. Гете заложил основу для исследования **импрессионной функции цвета** — эффектов разнообразного воздействия цвета на человека. Основная идея Гете прослеживается у разных исследователей (см. работы Н. В. Серова, П. В. Яньшина, А. А. Исаева) и состоит в интерпретации цвета в качестве субъекта воздействия, т. е. как активного, воздействующего начала, обладающего собственной силой, энергетикой, некой «волей», независимой от сознания человека.

Таким образом, общество в познании цвета от античного ассоциирования с физическими телами и средневекового представления о цвете как о проявлении трансцендентного Света через абсолютизацию материалистически ориентированных концепций понимания природы света в рамках естественно-научной парадигмы приходит к принципиально иному осмыслению данного феномена, что приводит к формированию новой исследовательской парадигмы. Изучение цвета в социально-гуманитарных науках преодолевает ограниченность естественно-научных методов и оказывается ориентированным на понимание языка цвета в человеческом сознании, на познание человеком себя в этом многоцветном мире, «на поиск „человеческого“ содержания в феномене цвета» [Исаев 2007: 50].

Интересной представляется и концепция этапов развития цветового символизма Б. А. Базымы, который представляет вышеперечисленные парадигмы в виде трех этапов, основываясь на степени сакральности, выражаемого посредством цвета содержания. Классификация имеет следующий вид.

1. **Космологический этап.** Цвет как символ главных мировых сил и начал. Продолжается от начала использования цвета как символа и до античности, которая рассматривается как «переходное время» ко второму этапу.

2. **Богословский (религиозный) этап.** Цвет как символ отдельных качеств высших сил, стихий, явлений. Цвет перестает полностью отождествляться с определенной силой или стихией. Ему отдается роль визуальной формы определенных качеств той или иной силы, которая, несомненно, больше, чем формы, в которых она себя проявляет (своеобразное цветовое иконоборчество). Переход к этому этапу разрешает те многочисленные противоречия, которые неизбежно возникают при однозначном отождествлении цвета и высшей силы. Длится от античности и до эпохи Возрождения, которая, в свою очередь, также является временем перехода.

3. **Социально-психологический этап.** Цвет становится символом социально-политических структур и самого человека, включая его отдельные свойства и качества. Уместно говорить о «цвете нации», соотносить цвет с возрастом и полом человека, его темпераментом и т. д. Именно на этом этапе возникает цветовая психодиагностика как набор определенных принципов интерпретации отношения «цвет — психика», которые в своем большинстве сохраняются и сейчас (см., напр., теоретическую основу теста М. Люшера). Простирается от Возрождения до настоящего времени [Базыма 2001: 21—25].

Гуманитарная парадигма познания цвета по А. А. Исаеву, или социально-психологический этап в развитии теоретических знаний о цвете по Б. А. Базыме, открывает двойственную природу цвета, его способность оказывать физическое и психическое воздействие. Н. В. Серов подчеркивает, что цветообозначение, как любое другое вербальное выражение, есть языковой знак целостной системы «внешняя среда — интеллект», в которой закодирован, с одной стороны, определенный смысл (идеальное) а с другой — соответствие обозначаемой краске предмету (материальному) [Серов 2001: 6]. Это же утверждает и А. Вежбицкая, говоря о том, что цвет может рассматриваться как вполне самостоятельное семантическое поле [Вежбицкая 1996: 231], а концептуализация цвета человеком, отражаемая в языке, может быть ограничена возможностями нейрофизиологии зрения, но в терминах нейрофизиологии зрения она не может быть ни описана, ни объяснена [Там же: 285].

Проведенный обзор исследовательской литературы по проблематике цвета позволяет прийти к выводу, что определение понятия «цвет» в рамках гуманитарной парадигмы должно учитывать субъектно-объектные отношения, поскольку, с одной стороны, цвет — действительно существующая характеристика объектов, а с другой — такая система, которая может оказывать воздействие на субъекта вне зависимости от его воли. В свете этого представляется наиболее полным и продуктивным определение цвета, сформулированное А. П. Яньшиным: **«Цвет, как совокупность оттенков, представляет собой устойчивую семантическую структуру, соотношенную с**

эмоционально-личностными особенностями человека. Цвет является самостоятельной системой ориентации в действительности, независимой от предметной, причем такой системой, которая способна осуществлять комплексное изменение функционального состояния индивида, минуя сознание, а также точно сигнализировать об этом изменении» [Яньшин 2001]. Таким образом, ньютоновская теория, оставлявшая человеку место стороннего наблюдателя в механистической вселенной, сменяется признанием существования, наряду с материальной, и нематериальной природы цвета.

Гуманитарная парадигма исследования цвета подчеркивает, что действие каждого цвета и специфика его внутреннего значения не зависят от отношения человека к нему. Как справедливо отмечает В. Ю. Драгунский, «цвет может нравиться или не нравиться, но характер его влияния, специфика его воздействия на психику остаются неизменными, вне зависимости от состояния организма в момент воздействия. **Таким образом, символическое значение цвета, его „психологический код“ действительно объективны и не зависят от положения того или иного цвета в ряду индивидуального предпочтения»** [Драгунский 1995].

Специфичность цвета, по признанию многих ученых, состоит в том, что его объективное значение требует одновременного отнесения цвета к феноменам объективной действительности наряду с прочими агентами, закономерно изменяющими физическое и психологическое состояние человека (см. работы: [Гете 1957: 112—185; Гегель 1977; Кандинский 1992; Люшер 2005 и мн. др.]). Именно поэтому цвет так планомерно и настойчиво используется в ряде социальных структур, и прежде всего в политической.

Описывая впечатления, производимые цветами, еще Г. Ф. Г. Гегель придавал им особый символический смысл. Цвет для Гегеля — символ определенных идей, вечных начал. Так, синий выражает кротость, тишину, женское начало. Красный — мужское, господствующее, царственное начало. Зеленый — индифферентен, нейтрален. В целом, светлые цвета выражают активность, жизненность, созидание, а темные — пассивность, уступчивость [Гегель, цит. по: Базыма 2001: 59].

Существование у цветов значений и смыслов наиболее ярко обнаруживается в **символической функции цвета**. Общеизвестно, что цвета выполняют важную символическую функцию в самых различных мифологических системах. Б. А. Базыма отмечает, что проблема цветового символизма — одна из центральных при изучении взаимосвязей между цветом и психикой. Происхождение цветового символа, его содержание, отношение к тем или иным явлениям и событиям в жизни людей, межкультурные различия в цветовой символике — вот одни из главных вопросов этой проблематики [Базыма 2001: 61].

Б. А. Базыма выделяет три основных типа цветовой символики:

1. Цвет сам по себе (изолированно от других цветов и форм), отличающийся многозначностью и противоречивостью.

2. Цветовое сочетание, содержащее два и большее число цветов, составляющих символическое целое, смысл которого не сводится к сумме значений отдельно взятых цветов.

3. Соединение цвета и формы — символика цветных форм, причем как абстрактных геометрических фигур (круг, квадрат, треугольник), так и конкретных физических предметов, например драгоценных камней [Базыма 2001: 21—25].

Политические партии во всем мире активно пользуются всеми тремя вышеперечисленными символическими функциями цвета, о чем свидетельствует даже беглый обзор сайтов политических партий. В статье Википедии «Цвета и эмблемы партий» отмечается, что красный, как правило, является цветом левых партий: коммунистов, социалистов и т. п.; цвета консервативных партий — синие и черные. Исключение: в США цвет Республиканской партии — красный, а демократической — синий [Википедия].

Выбирая тот или иной цвет для самопрезентации, политическая партия оказывается неразрывно связана с определенным символическо-понятийным комплексом. Британская партия консерваторов, например, апеллирует к синему и зеленому цветам, потому что это яркие позитивные цвета, цвета уверенности: «We've chosen bright, confident and positive colours as our primary palette» (<http://www.conservatives.com>). Оформление сайта в сине-зеленой гамме отсылает нас к первым двум типам цветовой символики по Базыме, а выбор и последовательное проведение партией образа дерева с синим стволом и зеленой кроной — значимое соединение цвета и формы.

Сайт Американской партии демократов предстает в строгом сине-белом решении, а в качестве некоего символического сгустка выступает знак некого круга с буквой D в середине.

Республиканская партия США окрашивает свой сайт в красные тона и в качестве символа выбирает красное изображение слона на белом фоне букв GOP, что является вторым неофициальным названием партии и означает *Великая Старая Партия* (англ. *Grand Old Party*, GOP). Выбор такого символа на самом сайте объясняется историческими причинами: «Elephants, Not Donkeys — the symbol of the Republican Party is the elephant. During the mid term elections in 1874, Democrats tried to scare voters into thinking President Ulysses S. Grant would seek to run for an unprecedented third term. Thomas Nast, a cartoonist for *Harper's Weekly*, depicted a Democratic donkey trying to scare a Republican elephant — and both symbols stuck. For a long time, Republicans have been known as the "G.O.P." with party faithful believing it meant the "Grand Old Party." But apparently the original meaning (in 1875) was "gallant old party." When automobiles were invented it also came to mean, "get out and push." That's still a pretty good slogan for Republicans who depend every campaign year on the hard work of hundreds of thousands of everyday volunteers to get out and vote and push people to support the causes of the Republican Party» (http://www.gop.com/index.php/issues/who_we_are/). По данным энциклопедии «Знаки и символы», слон является олицетворением спокойствия, мощи, сво-

его рода «устранителем препятствий» [О'Коннелл 2009: 43]. В цитированной самохарактеристике республиканцев приводится оправдательная интерпретация данного символа: партия имеет вес не за счет грубой силы, но благодаря тяжелому труду.

Существует и второй вариант изображения основного символа партии, восходящий к карикатуре начала девятнадцатого века, — сине-красный слон с тремя белыми звездами, противостоящий демократическому сине-красному ослу с теми же звездами. Осел обычно выступает как символ глупости, однако в прошлом ассоциации с этим животным были несколько иными: терпение, покорность, бедность [О'Коннелл 2009: 229]. Как показывает текст самохарактеристики, демократы в этом символе как раз и актуализируют терпение, тяжелый труд и бедность: «Our party was founded on the conviction that wealth and privilege shouldn't be an entitlement to rule and the belief that the values of hardworking families are the values that should guide us» (http://www.democrats.org/about/our_party).

В статье А. Л. Алюшина и В. Н. Поруса отмечается, что, вступая на политический рынок, субъекты власти располагают не только различными «запасами» власти и не только различными по интенсивности импульсами «воли к власти». Они также различаются своими способностями, умением ориентироваться в динамичных и быстро меняющихся обстоятельствах, большей или меньшей коммуникативностью, гибкостью стратегий, избираемых для достижения своих целей, и т. д. [Алюшин, Порус 1999: 90].

Одним из механизмов борьбы за власть является позиционирование политическими партиями своей цветовой принадлежности. Если вспомнить часто проводимую параллель между игровыми ситуациями и стратегиями поведения политиков [Там же: 97], то игровой процесс расцветивания политической картины мира предстанет в виде попытки выразить сложные смыслы политической коммуникации через символический потенциал цветообразов.

Цветовая визуальность в значительной степени облегчает представление и продвижение политического продукта. Окрашивая партию в определенный цвет, политики апеллируют к сложившимся в общественном сознании стереотипам, сквозь призму которых избиратели смогут воспринимать остальную информацию.

«Философский словарь» под редакцией И. Т. Фролова дает следующее определение стереотипа: «**стереотип социальный** (греч. stereos — твердый, typos — отпечаток) — устойчивая совокупность представлений, складывающихся в сознании как на основе личного жизненного опыта, так и с помощью многообразных источников информации. Сквозь призму социальных стереотипов воспринимаются реальные предметы, отношения, события, действующие лица. Социальные стереотипы — неотъемлемые компоненты индивидуального и массового сознания. Благодаря им происходит необходимое сокращение восприятия и иных информационных и идеологических процессов в сознании, закрепляется как положительный, так и отрицательный опыт людей [Философский словарь 1986: 459].

Как отмечает П. С. Гуревич, анализируя концепцию стереотипов У. Липпмана, ни один человек не может обойтись в своей жизни без определенных автоматизмов в мышлении, так как обдумывать заново каждую ситуацию в принципе невозможно. В этом состоит базовое значение стереотипа, шаблона, которое нельзя не учитывать [Гуревич 2008]. У. Липпман объясняет: «Мы не столько видим данного человека и данный закат, сколько замечаем, что данный предмет — это человек, а данное явление — это закат, а затем переключаем внимание в основном на то, что ассоциируется в нашем сознании с этими предметами. Это связано с экономией усилий. Ведь попытка увидеть все вещи заново и в подробностях, а не как типы и способы обобщения, утомительна, а если вы очень заняты, то она практически обречена на провал» [Липпман 2004: 98]. Получается, что умелое использование потенциала стереотипов, хранящихся в общественном сознании, дает возможность высказать *много* за счет *немногих* усилий.

С целью изучения цветового аспекта политической картины мира в общественном сознании был проведен ассоциативный эксперимент, предложенный рядовым носителем американского варианта английского языка. Одно из заданий ассоциативного эксперимента предъявляло в качестве стимула название политической партии для определения цветовой реакции испытуемых на нее. В результате были получены следующие данные:

1) из предложенного списка цветов информантами были исключены цвета *white, purple, violet, pink*. Политически активными оказались цвета *red, green* и *blue*.

2) частотность реакций: Republican party — red (63 %), Democratic — blue (77 %), — объясняется сложившейся к середине XIX в. двухпартийной системой политического строя США, при которой власти попеременно находятся две партии — демократическая и республиканская. Если вспомнить символику этих партий — однотипных сине-красных слона и осла, созданных карикатуристом Томасом Настом (Thomas Nast), то станет очевидной роль этих партий в политике США. Республиканцы и демократы — лишь разные формы (слон и осел) единого содержания (сине-красно-белый);

3) довольно стойкая ассоциация красного цвета с коммунистической партией объясняется, безусловно, не только наличием в американской партийной системе такой партии в этом цветовом решении, но и международным историческим опытом. Интересно в этом плане связывание коммунистической партии с черным цветом (20 %) и даже с тираническим черным — *oppressive black* (3,3 %);

4) ассоциирование партии по защите окружающей среды с зеленым цветом находит объяснение как в самом названии этой партии и в оформлении ее сайта, так и в том комплексе идей, который стоит за словом «green»: Green Party — 30 %.

Результаты эксперимента показывают, что цвет в современной политической коммуникации является своего рода визитной карточкой. В сознании рядовых носителей языка оказывается вполне сформированной цветовой политической

картина мира: демократический — значит синий, республиканский — красный, относящийся к партии по защите окружающей среды — зеленый.

Следовательно, с одной стороны, использование цвета в политике — это своеобразная отсылка к символично-понятийному уровню общественного сознания, возможно, даже к определенной стереотипической рамке; а с другой — через прикрепление к тому или иному цветообразу политическая партия может сформировать новый стереотип в сознании избирателей.

Проведенный обзор научной литературы по проблематике цвета, а также ассоциативный эксперимент позволяют сделать вывод, что изучение цвета в рамках гуманитарной парадигмы ориентировано как на материальную, так и на нематериальную составляющую цвета. Современная физика, диалектически отвечая на вопрос о природе света («...Свет есть материальный объект, обладающий как волновыми, так и корпускулярными свойствами» [Мартисон 2004: 57—58]), все-таки имеет дело прежде всего с материей, тогда как целостное представление о данном феномене может быть получено только при условии изучения его двойственной природы с учетом его способности оказывать физическое и психическое воздействие.

Оценивая политическое увлечение цветом сквозь призму идеи Ф. Шеллинга, можно сказать, что общим выражением политического партийного амплуа оказывается синтез вербальных и невербальных, в том числе и цветовых, составляющих [Шеллинг 1996: 213].

Увлеченность политических структур цветом объясняется возможностью использования символических значений цветов, а также стремлением предоставить обществу некий шаблон, который бы позволил в значительной степени сократить и облегчить процесс восприятия. Кроме того, цветное представление политической партии может служить своеобразным пропуском в мир «чувственных феноменов» [Шопенгауэр 1992: 53], на предмет которых у обывателя уже сложились определенные впечатления и в мир *которых может быть вполне допущена* и данная структура.

Таким образом, цвет как важнейший элемент «визуальной политики» во многом облегчает «созерцание» происходящего и позволяет на уровне чувственного феномена войти в сознание адресата, потребителя политического продукта.

ЛИТЕРАТУРА

- Алюшин А. Л., Порус В. Н. Политический рынок как состязание субъектов власти («игровая модель») // Психология и психоанализ власти. Т. 1. : Хрестоматия / сост. Д. Я. Райгородский. — Самара : Бахрах, 1999. С. 81—100.
- Базыма Б. А. Цвет и психика : моногр. — Харьков : Изд-во ХГАК, 2001.
- Бордийяр Ж. Система вещей = *Le système des objets* : [1968, рус.пер. 2001]. — М. : Рудомино, 2001. — С. 177—189.
- Вежицкая А. Обозначения цвета и универсалии зрительного восприятия // Вежицкая А. Язык. Культура. Познание. — М. : Русские словари, 1996. С. 231—291.
- Википедия. URL: <http://ru.wikipedia.org> (дата обращения: 16.10.2011).
- Гегель Г. В. Ф. Энциклопедия философских наук : в 3 т. — М. : Мысль, 1977. Т. 3.

Гете И. В. Трактат о цвете // Избр. соч. по естествознанию. — М., 1957. С. 101—185.

Драгунский В. Ю. Живая энергия цвета // Полный цветопсихологический тест Макса Люшера. 1995. URL: <http://www.aquarun.ru/psih/ct/default.htm> (дата обращения: 16.10.2011).

Гуревич П. С. Стереотипы в политике. URL: <http://psyfactor.org/lib/stereotype14.htm> (дата обращения: 04.10.2011).

Исаев А. А. Феномен цвета в контексте бытия человека: опыт философского анализа : дис. ... канд. филос. наук : 09.00.01. — Магнитогорск : РГБ, 2007.

Кандинский В. О духовном в искусстве. — М. : Архимед, 1992.

Липпман У. Общественное мнение / пер. с англ. Т. В. Барчуновой ; ред. пер.: К. А. Левинсон, К. В. Петренко. — М. : Ин-т Фонда «Общественное мнение», 2004.

Люшер М. Цветовой тест Люшера. — М. : АСТ ; СПб. : Сова, 2005.

Мартинсон Л. К., Смирнов Б. В. Корпускулярно-волновой дуализм света // Мартинсон Л. К., Смирнов Б. В. Квантовая физика : учеб. пособие. — М. : Изд-во МГТУ им. Н. Э. Баумана, 2004. С. 50—65.

О'Коннелл М., Эйри Р. Знаки и символы : ил. энцикл. [пер. И. Крупичевой]. — М. : Эксмо, 2009.

Петренко В. Ф. Основы психосемантики : учеб. пособие. — Смоленск : Изд-во Смолен. гуманит. ун-та, 1997.

Родькин П. Визуальная политика. Фирменный стиль России. — М., 2007.

Стереотип социальный // Философский словарь / под ред. И. Т. Фролова. — М., 1986.

Серов Н. В. Светоцветовая терапия. Смысл и значение цвета: информация — цвет — интеллект. — СПб. : Речь, 2001.

Серов Н. В. Эстетика цвета. Методологические аспекты хроматизма. — СПб. : ФПБ — ТОО «БИОНТ», 1997.

Шеллинг Ф. В. Й. Философия искусства. — М. : Мысль, 1966.

Шопенгауэр А. Мир как воля и представление // Шопенгауэр А. Собр. соч. : в 5 т. / пер. Ю. И. Айхенвальда ; под ред. Ю. Н. Попова. — М. : Московский клуб, 1992. Т 1.

Яншин П. В. Введение в психосемантику цвета : учеб. пособие. — Самара : Изд-во СамГПУ, 2001. URL: <http://colormind.narod.ru/YanshinMonograph/YnshinMngrphIndex.htm> (дата обращения: 16.10.2011).

Статью рекомендует к публикации д-р филол. наук, доц. Э. В. Будаев

А. А. Постникова
Екатеринбург, Россия

A. A. Postnikova
Ekaterinburg, Russia

**ДЕЛО МАРИИ ЛАФАРГ В КОНТЕКСТЕ
ФРАНЦУЗСКОГО ПОЛИТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА
СЕРЕДИНЫ XIX ВЕКА**

M. LAFARG'S JUDICIAL PROCESS

Аннотация. Судебный казус середины XIX в. рассмотрен в контексте французского политического дискурса. Использован широкий круг источников, в том числе пресса тех лет, материалы судебного процесса, публицистическая и беллетристическая литература.

Abstract. The author of this article tuned the judicial process of M. Lafarg of the middle of a XIX-th century as to the characteristic example reflecting an originality of the French political and public discourse as a whole. A wide range of sources including press, publicistic and fiction of the period is analyzed

Ключевые слова: судебный процесс; Июльская монархия; французский политический дискурс; французская политическая традиция.

Key words: judicial process; July monarchy; French political discourse; French political tradition.

Сведения об авторе: Постникова Алена Александровна, аспирант кафедры всеобщей истории.

About the author: Postnikova Alena Alexandrovna, Postgraduate Student of the Chair of Universal History

Место работы: Уральский государственный университет (Екатеринбург).

Place of employment: Ural State Pedagogical University (Ekaterinburg).

Контактная информация: 620017, г. Екатеринбург, пр-т Космонавтов, 26.
e-mail: alina33_07_87@mail.ru.

Обращение к громким судебным процессам, проходившим ранее во Франции, может предоставить интересный материал для понимания современного политического и общественного дискурса Франции. Самые известные события такого рода, без сомнения, процесс генерала Ж. Буланже, скандал вокруг строительства Панамского канала и, конечно же, знаменитое «Дело А. Дрейфуса». Однако начало этой, судя по всему, бесконечной в истории Франции серии громких судебных процессов положило дело Марии Лафарг 1840 г., обвиненной в отравлении мужа.

Революция 1830 г. привела к установлению во Франции режима Июльской монархии, в результате чего был достигнут компромисс между радикальными и монархическими принципами. Политические изменения сопровождались борьбой демократических и консервативных начал в сознании людей. Однако человек, ущемленный в правах, мог теперь стать объектом всеобщего сочувствия, а несправедливость, допущенная в отношении него, — поводом для разоблачений французского судопроизводства и всей общественной системы. (В отечественной историографии вплоть до 2-й половины 1980-х гг. эта эпоха глубоко не изучалась, только в последние два десятилетия появились работы, в которых исследователи попытались учесть оживленные споры зарубежных авторов, ведущиеся на протяжении сотен лет. См., напр.: [Земцов 2010].)

Это может показаться странным, но в рамках французской традиции изучения политического и социального дискурса последних десятилетий воздействию судебных процессов уделялось слабое внимание. Напомним, что еще в 70-х гг. прошлого века политическая лингвистика рассматривалась во Франции как направление, анализирующее способы манипуляции общественным сознанием, как научная сфера, исследующая политические процессы, принципы коммуникации и культуры человеческого сообщества [см., напр.: Proceedings 1978]. Через несколько лет во французской политической лингвистике проявился большой интерес к изучению ситуации на франкоязычных территориях, в бывших колониях Франции [см., напр.: Tabi-Manga 2000]. Но, увлекшись теоретической составляющей политической лингвистики и проблемами франкофонии, французские исследователи оставили вне поля зрения прошлое собственной страны. Автор предлагаемой статьи, посвященной делу Марии Лафарг, пытается частично восполнить этот досадный пробел.

Героиня нашей статьи — Мария Лафарг, обвиненная в убийстве мужа, — оказалась в центре бурных общественных дискуссий. Для многих писателей и поэтов М. Лафарг стала воплощением вечной загадки женской природы. 17 сентября 1840 г. уголовный суд в г. Тюле вынес ей приговор: «Большинством голосов обвиняемая признана виновной. Приговорить к пожизненным каторжным работам» [La Presse 1840]. Так закончился судебный процесс, приковавший на несколько месяцев к себе всеобщее внимание.

Бурные события Французской революции и Наполеоновской эпохи вызвали мощные перемены во всех сферах общественной и культурной жизни европейских народов. Особенно заметными эти перемены были во Франции, где вслед за свержением Наполеона I, а затем и Карла X все прочнее утверждалась вера в незыблемость человеческого права защищать свои честь и достоинство.

Пристально следили за ходом процесса столичные и провинциальные газеты. Толпы людей окружали здание суда, на слушание дела стали даже продавать входные билеты. Участники процесса на тот момент были самыми известными людьми Франции. Все с нетерпением ждали приговор: «Наконец-то мрачные тайны одиночества в городке Легландье станут известны. Тайны женщины, оборвавшей преступлением свое замужество, станут явными» [Там же]. У многих, наблюдавших за этим процессом, возникал вопрос: зачем родственнице французского короля Луи Филиппа Орлеанского, обладательнице богатого наследства, убивать своего мужа-банкрота? Напомним обстоятельства этого дела.

14 января 1840 г. умер Шарль Лафарг. С этого дня спокойная жизнь Марии Лафарг, его жены, радикально изменилась. Через несколько дней после смерти мужа ее обвинили в том, что она украла драгоценности у подруги своей свекрови. Следующий удар был еще страшнее: родственники предположили, что Мария отравила своего мужа. Началось долгое и мучительное судебное разбирательство. Женщине, никогда не претендовавшей на известность, теперь пришлось предстать перед всей Францией, дабы доказывать свою невиновность. До наших дней дошли газеты, в которых опубликованы материалы судебного заседания [Там же]. С первого же взгляда удивляет та упрямая настойчивость, с которой прокурор хотел доказать виновность подсудимой. Складывается впечатление, что следствие намеренно искало доказательства виновности М. Лафарг, совершенно игнорируя те факты, которые позволили бы усомниться в этом.

Прокурор начал свою обвинительную речь следующими словами: «Отравление мужа — это неудачный способ со стороны жены сохранить свою свободу» [Там же]. Адвокат Марии указал прокурору на необходимость аргументировать свои высказывания доказательствами: «Я могу сказать, что обвинение следует какой-то бессмысленной молве и иллюзиям, которые, возможно, через несколько часов развеются» [Там же].

Прокурор, ссылаясь на соображения о том, что М. Лафарг трудно жилось в браке, намекнул на пагубную демократизацию французского общества. В свою очередь, сторонники М. Лафарг усматривали в этом браке изжитые традиционные принципы союза по воле родителей. Так на фоне личной жизни женщины развернулась полемика между консерваторами и либералами во французском обществе.

В соответствии с материалами процесса, доказательства обвинения Марии сводились к заявлениям свидетелей о наличии у нее яда. Из этих показаний следствие сделало вывод, что М. Лафарг в течение нескольких дней травила Ш. Лафарга мышьяком. В качестве мотива убийства было названо недовольство замужеством. Свидетели в своих показаниях намеренно преувеличили аморальные качества Лафарг. Таким образом, на суде Марию выставили злоумышленницей, в течение нескольких дней травившей мужа мышьяком.

Адвокат обвиняемой, защищая Марию, представил иные версии драматических событий, которые судом были проигнорированы: «Всем известно о тех событиях, которые сопровождали ее замужество. Я уважаю эту женщину. Она проникнута печалью... Как Вам известно, Лафарг приехал в Гландиер уже больным. Возможно, он имел врагов. Совершить убийство могла мать Лафарга» [Там же].

Окончательным доказательством вины М. Лафарг могло быть только наличие мышьяка в теле Шарля. Но результаты двух экспертиз оказались отрицательными. Сочувствующие Марии стали уже надеяться на то, что ее оправдают. Однако суд настоял на третьей экспертизе. В ходе нее каким-то непостижимым образом все же был най-

ден мышьяк. 17 сентября М. Лафарг была признана виновной в убийстве мужа. В последний раз она обратилась к французскому обществу со словами: «Надеюсь, вы знаете, что я стала жертвой клеветы» [Там же].

На следующий день в одной из газет было отмечено: «Мадам Лафарг вчера была на скамье подсудимых. Она отчаянно боролась за свободу». С тех пор М. Лафарг стала символом угнетения и борьбы за свободу французских женщин: «Оглушенная происшедшими событиями, я безмолвно уступила судьбе» [Lafarge 1841: 332], — так написала М. Лафарг в своих мемуарах.

Из зала суда Лафарг увезли в тюрьму Монпелье, где ей пришлось провести двенадцать долгих лет одиночества.

Закрылись двери тюремной камеры, и полемика вокруг дела Марии Лафарг утихла. Однако во враждебно настроенных ко Франции и французам странах о процессе не забывали. Одна американская газета, намекая на «сумасшествие лягушатников», напечатала следующие слова: «Лафарг подмешивала мышьяк в еду мужу. Это неудивительно, ведь во Франции много случаев умственного помешательства» [The American journal of insanity 1847]. В 1842 г. в Шотландии вышло несколько номеров различных газет, посвященных делу М. Лафарг. Основной причиной обвинительного приговора была названа несостоятельность французской судебной системы. По мнению авторов статей, в этом деле явно было недостаточно доказательств совершенного подсудимой преступления [Edinburgh review 1842]. Через несколько лет общество признало дело М. Лафарг воплощением «всеобщей драмы времени» [The popular encyclopedia: 664].

В этой политической полемике, продолжавшейся несколько лет, не хватало самого главного — голоса М. Лафарг. Только один человек, не вступая в ожесточенные споры, предоставил ей слово. Это был давний знакомый М. Лафарг, известный писатель А. Дюма-отец [Дюма 2008]. Он не пытался обвинить или оправдать узницу, а лишь обратился к ее мемуарам, добавив важную вещь к следственным документам — описание жизни Лафарг до замужества. Рано ставшая сиротой, Мария жила в мире одиночества и книг. В будущем муже она хотела видеть человека, который изменит ее жизнь. Ш. Лафарг не оправдал ее ожиданий. Позиция писателя по отношению к этому процессу не вполне ясна, но, открыв перед Францией внутренний мир М. Лафарг, он заставил всех проникнуться уважением к этой женщине. А. Дюма продолжал выступать в защиту чести М. Лафарг даже после ее смерти. В 1866 г. он написал редактору одной из французских газет: «В этом процессе многое очень странно и неясно. Я обязан рассказать все, что я знаю об этом преступлении. Оно так простительно, если преступление возможно прощать» [La Presse 1866].

Жизнь мадам Лафарг заставила французского писателя Г. Флобера задуматься о положении женщины, о противоречиях между ее жизненными идеалами и действительностью. Под впечатлением от этого судебного процесса писатель и создал свое великое произведение «Госпожа Бовари».

Проявил внимание к личности М. Лафарг и английский писатель Ч. Диккенс. Он высказал предположение, что доказательства ее виновности были сфальсифицированы: «Процесс в Гландиере собирался из воздуха» [Dickens 1863: 298]. Подобно А. Дюма, он обратился к характеристике моральных качеств М. Лафарг, которые, по его мнению, не дали бы ей преступить закон: «Ее мораль не позволяла ей возвыситься, но она беспокоилась за свою репутацию» [Там же].

Благодаря силе художественного внушения, исходившей от писателей, общество стало верить в невиновность М. Лафарг. Доказательства, документы теперь стали лишними. М. Лафарг предстала перед всеми жертвой несправедливой судебной системы Июльской монархии.

Благодаря активным действиям и просьбам А. Дюма, Ж. Жасмена и др. в 1852 г. было объявлено об освобождении М. Лафарг. Но она не дождалась момента, когда сможет покинуть тесную и одинокую камеру. Лафарг внезапно тяжело заболела и умерла. Она была похоронена на кладбище Орнолак. Но все-таки М. Лафарг умерла свободной.

В конце XX в. после длительного перерыва вновь была предпринята попытка вспомнить о жертве судебной ошибки 1840 г. Теперь эта трагедия превратилась в обычную романтическую историю. На страницах книг современных нам авторов предстает женщина с великим сердцем, столкнувшаяся с жестокой действительностью [Thompson 2003; Jones 2003; Evans 2008].

Печальная судьба М. Лафарг оказалась в центре полемики мирового сообщества, став примером того, как ораторское искусство влиятельных личностей способно оправдать или обвинить человека в глазах общественного мнения. В судебном процессе, описанном в данной статье, открылись проблемы, волновавшие общество: борьба традиции и свободы выбора, незавершенность процесса демократизации общества, политическое бесправие женщины.

Мы попытались обратиться к общественному дискурсу, связанному с конкретным судебным случаем, имевшим место во Франции в середине XIX в.

Представленный материал позволяет сделать следующие выводы:

1. Значительную роль в формировании французской политической традиции издавна играет творческая общественность, неизменно привносящая в политические дебаты элементы игры и интриги.

2. Французский политический и общественный дискурс, имеющий серьезную тенденцию к театрализации, нередко связан с обостренным вниманием к частной жизни его участников.

3. В традициях правового дискурса во Франции характерным является его выход на бытовой, общественный и даже литературный дискурс. В свою очередь, традиционная риторика судебного процесса легко воспринимает речевые обороты, стилистику и метафоричность иных коммуникативных сфер.

В целом особенности политического дискурса во Франции, характерного для сегодняшнего дня, стали формироваться достаточно давно, не позже середины XIX в. и, по-видимому, были предопределены исторической и национальной спецификой Франции и французской нации.

ЛИТЕРАТУРА

- Дюма А. Мадам Лафарг. — М., 2008.
 Земцов В. Н. Алмаз и мшеница: Дюма-отец, Наполеон и Июльская монархия // Запад, Восток и Россия: историк и власть. — Екатеринбург, 2010. Вып. 12.
 Dickens Ch. All the year round. — L., 1863.
 Edinburgh review. — Edinburgh, 1842.
 Evans D. Pleasure and pain in French literature. — L., 2008.
 Jones J. Medea's daughters: forming and performing the woman who kills. — L., 2003.
 La Presse. 1840. Sept.
 La Presse. 1866. Oct.
 Lafarge M. Mémoires. — P., 1841.
 Proceedings of the 5th congress of l'association internationale de linguistique appliquée. — Montréal, 1978.
 Tabi-Manga J. Les politiques linguistiques du Cameroun. — P., 2000.
 The American journal of insanity. — N. Y., 1847.
 The popular encyclopedia. — L., 1862.
 Thompson C. J. S. Poison Mysteries in history. — L., 2003.

Статью рекомендует к публикации д-р ист. наук, проф. В. Н. Земцов

С. А. Прямухина

Орехово-Зуево, Россия

S. A. Pryamukhina

Orekhovo-Zuevo, Russia

**ЖИЗНЬ РЕЗУЛЬТАТОВ
ЭТНОЛИНГВИСТИЧЕСКОГО
ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ**

**LIFE OF THE RESULTS
OF ETHNO-LINGUISTIC INTERACTION**

Аннотация. В центре внимания находится проблема этнолингвистического взаимодействия, отношение к иностранным словам — заимствованиям и калькам — в целом и к одному конкретному слову в частности.

Abstract. In the focus of the article is the problem of ethno-linguistic interaction, attitude to foreign words: loan words and calques in general, and to a concrete word in particular.

Ключевые слова: этнолингвистическое взаимодействие; глагол «выглядеть»; глагол «aussehen»; калька.

Key words: ethno-linguistic interaction; verb “выглядеть”; verb “aussehen”; calque.

Сведения об авторе: Прямухина Светлана Александровна, аспирант кафедры русского языка.

About the author: Pryamukhina Svetlana Alexandrovna, Post-graduate Student of the Chair of the Russian Language.

Место работы: Московский государственный областной гуманитарный институт.

Place of employment: Moscow Regional State University for the Humanities.

Контактная информация: 142000, г. Орехово-Зуево, ул. Зеленая, д. 22.
e-mail: sveta-pr@bk.ru.

В журнале «Политическая лингвистика» опубликована статья О. В. Третьяковой «Межкультурный диалог в романе Н. И. Греча „Поездка в Германию» (лингвокультурологический аспект)» [Третьякова 2011]. В ней автор рассматривает языковые средства выражения идеи толерантности, т. е. терпимости ко всему чужому, разбирает взаимодействие двух культур: русской и немецкой. Однако такое взаимодействие может охватывать большее количество народов, а следовательно, культур и языков. Например, языки Восточной Европы контактируют между собой, и поэтому испытывают влияния друг друга. Одним из результатов этнолингвистического взаимодействия является употребление слова *выглядеть* в значении «иметь какой-либо вид», которое встречается в немецком, польском, литовском и русском литературных языках. В связи с этим можно говорить также о проблеме толерантности в языке, так как это слово вызвало неоднозначное отношение к себе со стороны лингвистов, филологов и литературных деятелей.

Глагол *выглядеть* встречается в вышеназванном романе русского писателя немецкого происхождения Н. И. Греча (1787—1867). Главный герой «Поездки в Германию» (1831), будучи приглашенным в дом петербургского немца, живущего на Васильевском острове, заметил, «...что мать со старшими (детьми — С. П.) говорила по-Нѣмецки, а съ младшими по-Русски. — „Поди, Карлинька, въ кухню“, сказала она младшему сыну: „и вымой себѣ руки: ты *выглядишь*, какъ трубочистъ...“», и подумал про себя: «Странный Русскій языкъ...». Ему кажется странным употребление глагола *выглядеть* в значении «иметь вид; казаться кем-, чем-либо». Именно эту «странность», чуждость русскому языку подчеркивает Н. И. Греч, особо выделяя это слово. Автор поясняет его, указывая в сноске немецкий вариант: «Du siehst aus» [Греч Н. 1831: 154] (букв. ‘ты выглядишь’). Таким образом Н. И. Греч обращает внимание читателя на то, что в данном случае русский глагол *выглядеть* является эквивалентом немецкого *aussehen* «иметь какой-либо вид; казаться кем-, чем-либо» и употребляется в качестве признака немецкой речи.

Н. И. Греч не первым употребил русский глагол в чужом значении. Но, как человек, имевший немецкие «корни», он был более точен, чем, например, Н. А. Полевой, в отношении происхождения этого значения. В 1830 г. в «Новом живописце общества и литературы» — приложении к журналу «Московский телеграф», издаваемому Н. А. Полевым, — опубликована статья «Дѣлать карьеръ». В ней критикуется употребление молодыми людьми того времени заимствованных и калькированных слов и выражений французского происхождения. Все они были особо выделены в тексте: «Что такое значить собственно: *делать куры?* Это нестерпимый галлицизм, подобный галлицизмамъ: *Я его слышалъ говорить; делать зубы; она выглядить* и прочѣе, что слышимъ мы изъ устъ хорошенькихъ девушекъ, которые сами галлицизмъ въ нашемъ быту» [Московский телеграф 1830: 321]. Автор причисляет выражение *она выглядит*, противоречащее правилам русского языка, к галлицизмам из-за того, что в это время наблюдалось засилие в русском языке французских слов. Во французском языке значение «иметь какой-либо вид» имеет словосочетание *avoir l'air* (букв. ‘иметь вид’), что никак не похоже на русское *выглядеть*. Такое же значение отмечается у немецкого глагола *aussehen*. Например, в Полном немецко-русском лексиконе И. Х. Аделунга обращает на себя внимание второе значение: «показываться, казаться, видѣ имѣть. *Schwarz, roth aussehen, на видѣ быть черну, красну. Du siehest recht sauer aus, ты имѣешь весьма угрюмый видѣ*» [Аделунг 1798: 176]. Как видно из примеров, в конце XVIII в. немецкий образец переводился на русский язык словосочетанием *иметь вид*, что соответствовало уже упоминавшемуся французскому сочетанию *avoir l'air*. А русский глагол *выглядеть* рассматривается академическими словарями только как форма совершенного вида глагола *выглядывать*. Так, Словарь Академии Российской (1789—1794) отмечает следующие значения этого слова: «**Выглядываю**, ешь, ал, -ать, 1) В образе гл. среднего: Часто или украдкою, тайком поглядываю отсюда. *Выглядывать из окна. Выглядывать из-за*

угла. 2) В образе гл. действ. в прош. вр. сов. имеет: *выглядел*, в буд.: *выгляжу*; в неоконч.: **выглядеть**. Тайно высматриваю, что где находится или делается. *Выглядел все, что в доме у них ни делается. Выглядеть происходящее в неприглядном стану. Я совершенно его выглядел* [САР 1790, II: 101—102].

При употреблении *выглядеть* в значении «иметь вид» чувствовалось явное влияние иностранного языка, поэтому реакция на это слово была неоднозначной, а иногда даже резко отрицательной. А. Н. Греч (1814—1850), сын Н. И. Греча, разделяет мнение отца о том, что *выглядеть* имеет немецкие корни, и употребление его в русском языке является ошибкой. В своем сборнике неправомерностей разговорного языка «Справочное место русского слова» (1839) он пишет: «Не довольно обрусѣлые Нѣмцы, переводя со Нѣмецкаго: Sie sieht hübsch aus, говорятъ: „Она хорошо **выглядитъ**“ вмѣсто: „Она хороша собою“, или „Чернилица (sic! — С. П.) **выглядитъ**, какъ ваза“, желая сказать, что: чернилица имѣетъ видъ вазы. Слово **выглядѣть** значить то же, что разглядѣть, и отнюдь не можетъ быть употреблено в значеніи, которое ему придають недоученые» [Греч А. 1839: 21—22]. Таким образом, первую «атаку» на это слово начали сами немцы. Отец и сын — петербургские немцы, писавшие по-русски, — тонко чувствовали влияние немецкого языка на русский.

В это же время Н. А. Полевой, видимо, под влиянием Гречей, использует этот глагол в качестве показателя немецкого происхождения героя. В повести «Дурочка» (1839) он помещает это слово в кавычки: «Какъ вамъ идетъ этотъ фракъ — вы „**выглядите**“ другимъ челоѡкомъ!» — так говорит героиня немецкого происхождения, которую главный герой называет «Дурочка» [СРЛ 1839, I: 497]. Такое употребление слова *выглядеть* носит юмористический характер.

Шокировавший Гречей в 30-е гг. XIX в. глагол по-прежнему употребляется в литературе 50-х гг., но только в качестве признака немецкой речи, немецкого происхождения героя. Д. В. Григорович (1822—1899) в очерке «Свистулькин» (1855) высмеивает это слово. Немка Вильгельмина Карловна Беккер, которая говорила «с сильным немецким выговором», оценивает гуляющих по Петербургу людей: «...такъ всѣ хорошо **выглядятъ**... ganz elegant... prächtig-schön!..» [Библиотека для чтения 1855, 129: 27, 29]. Автор, выделяя курсивом глагол *выглядеть* наряду с другими немецкими словами и вкладывая его в уста немки, подчеркивает тем самым его принадлежность к немецкому языку, а также чуждость русскому.

Несмотря на то что глагол *выглядеть* уже употребляется в разговорной речи в значении «иметь вид; казаться», русские академические словари XIX в. игнорируют это новшество.

Постепенно это слово проникает в русский литературный язык. Так, его первое нейтральное литературное употребление отмечается в 60-е гг. XIX в. у Н. Г. Помяловского (1835—1863), выходца из семьи дьякона. В повести «Молотов» (1861) главный герой — Молотов Егор Иванович — **выглядитъ** такой невинной дѣвухой, а самъ все

видитъ, ничего не уйдетъ отъ его глазъ» [Помяловский 1897: 93]. В «Очерках бурсы» («Женихи бурсы» (очерк третий)) (1863; в «Истории слов» те же примеры датируются изданием 1885 г. [Виноградов 1994: 118]) один из учеников — Васенда, который с особым усердием занимался богословскими науками, — «... **выглядитъ** кремнемъ-причетникомъ, у котораго хозяйство никакъ не будетъ хуже, по крайней мѣрѣ, дьяконскаго»; «Онъ ужъ и теперь такъ и **выглядитъ** степеннымъ и практическимъ дьячкомъ» [Помяловский 1897: 400]. Героиня неоконченного рассказа «Поречане» (1863) Аграфена Митревна, властная женщина, держащая в ежовых рукавицах всю свою семью, в день Марии Магдалины 22 июля «...**выглядитъ** не прежней амазонкой, а простой российской женщиной, хорошо знакомой съ плетью — суррогатом супружескаго счастья, и радующейся тому, что брачная плеть виситъ спокойно на стѣнѣ» [Там же: 558]. Как видим, автор уже достаточно свободно пользуется этим словом.

Более терпимо стал к нему относиться и сам Н. И. Греч. В книге поздних мемуаров «Записки о моей жизни», которая была издана после его смерти, слово *выглядеть* уже не характеризует немецкое происхождение героев, а употребляется скорее как ироничное. Тем не менее автор выделяет его особым образом: «Товарищи Сипягина, пресмыкавшіеся предъ нимъ наканунѣ, прислали къ нему Николая Ивановича Демидова, чтобы посмотрѣть, какъ онъ **выглядитъ**. Сипягинъ принялъ генераль-лейтенанта стоя, в сюртукъ и ночныхъ сапогахъ, не вынимая изо рта сигары...» [Греч Н. 1886: 337].

Итак, глагол несовершенного вида *выглядеть*, калька немецкого *aussehen*, проникает в русский литературный язык, но его по-прежнему игнорируют лексикографы. Знаменитый В. И. Даль в своем монументальном труде «Толковый словарь живого великорусского языка» (1863) объясняет это слово так: «**Выглядывать** или **выглядѣть**, **выглядѣть** высматривать, оглядывать тайком, наблюдать скрытно, соглядать» [Даль 1863, I: 249]. В третьем издании, под редакцией И. А. Бодуэна-де-Куртене (1903), форма *выглядеть* помещена уже на первое место, но новое значение не зафиксировано [Даль 1903, I: 695].

В 60-70-е гг. XIX в. это слово все еще обращает на себя внимание филологов. В. И. Классовский, писатель и педагог, автор учебника по теории литературы, пишет: «Безусловно вооружаться блюстителемъ чистоты слога можно только противъ *барбаризмовъ* (курсив в тексте — С. П.), напр. *хорошо выглядѣть* (немецкое *aussehen*)... Отчего бы не сказать: имѣетъ видъ, кажется, кажутся, походить, а непременно *выглядитъ*» [Классовский 1866: 46].

Выдающийся русский языковед А. А. Потебня (1835—1891) более сдержанно относится к слову *выглядеть*. В докторской диссертации «Из записок по русской грамматике» (1874) он лишь сомневается в его русском происхождении. Вероятно, до А. А. Потебни не дошла полемика, развернувшаяся вокруг этого глагола. В то же время он приводит примеры из литовского и польского языков, которых нет в спорах ни раньше, ни позже:

«Въ лит. при *iszweizdmi, iszweizdėti*, казаться, смотрѣть чѣмъ, или, **какъ нѣкоторые говорятъ, незнаю, порусски ли, выглядѣть**, стоитъ прилагательное, но въ польск. при *wyglądać* если не дополнение, то нарѣчіе: *jis grażus, baisus, sweiks, iszsiweizd*, кажется красивъ, страшень, здоровъ, ... польск. *tak* (нар.) *dziwnie wyglądał; koks tu iszweizdi? ne toks iszsiweizd*, букв. какой ты выглядываешь (пол. *jak ty wyglądasz*), нетакой онъ выглядываетъ, т. е. не такъ, не тѣмъ онъ смотреть, не на то похожъ...» [Потебня 1874: 64—65]. Позднее, во втором издании (1888) А. А. Потебня уточняет, что *выглядеть* стало употребляться в значении «иметь вид» благодаря польско-немецкому влиянию: «Въ лит. при *iszweizdmi, iszweizdėti*, казаться, смотрѣть чѣмъ, или, **какъ нѣкоторые на польско-нѣмец. ладъ говорятъ, выглядѣть...**» [Потебня 1888: 172—173]. Как свидетельствуют вышеописанные примеры, приведенные А. А. Потебней в диссертации, значение «иметь вид; казаться» имел и литовский глагол, который переводился русским *выглядеть*. Таким образом, в XIX в. употребление глагола в новом значении являлось не только русской проблемой, но и литовской. Здесь можно говорить о лингвистическом взаимодействии четырех народов: немецкого, польского, литовского и русского.

Несмотря на жесткий протест В. И. Классовского и сдержанное высказывание А. А. Потебни, старый глагол в новом значении все более распространяется в разговорной и литературной речи. Его иностранное происхождение еще ощущается. Так, в рассказе «Две маски», впервые напечатанном в «Русском Вестнике» 1874 г., Б. М. Маркевич особо выделяет этот глагол и уточняет, что его употребляют петербургские немцы: «Несмотря на лѣченіе заграницей... по наружности **выглядѣть** я, какъ говорятъ василеостровские Нѣмцы, еще довольно плохо» [Маркевич 1885: 226].

В 1886 г. В. Р. Долопчев фиксирует глаголы *выглядывать, выглядит* в значении «иметь вид» в «Опыте словаря неправильностей в русской разговорной речи»: «**Больной сегодня лучше выглядывает. Дитя выглядить бодрѣе. Солдаты выглядять молодцами**» [Долопчев 1886: 20]. Однако слово *выглядывать* в значении «иметь какой-либо вид» употребляется не только в разговорной речи, как отмечает В. Р. Долопчев, но и в русской литературной. Например, оно встречается у А. П. Чехова (1860—1904). В письме дяде 11 апреля 1886 г. он сообщает о себе: «Сегодня я накупилъ себѣ одежды и **выглядываю** совсѣмъ франтомъ» [Чехов 1912: 172]. Такое употребление А. П. Чеховым формы *выглядывать* вместо *выглядеть* выражает, скорее всего, ироничное, шутливое отношение автора к употреблению слов, нарушающих законы русского литературного языка. Оно является игрой со словами, своеобразной авторской шуткой, так как А. П. Чехов в своих произведениях иногда отступал от норм русского языка; например, в рассказе «Чужая беда» (1886) он пишет о доме: «Онъ **выглядываль** поэтично, скромно и добродушно, какъ старая дѣвствующая тетка» [Чехов 1918, XX: 185]. В случае использования глагола *выглядывать* в значении «иметь какой-либо вид» можно говорить о

том, что в 80-х гг. XIX в. еще не произошла грамматическая дифференциация, разграничивающая в наше время глаголы *выглядывать* и *выглядеть*. В более поздних своих произведениях А. П. Чехов употребляет уже форму *выглядеть* несовершенного вида, например в рассказе «Мужики» (1897): «Это была несчастная, убогая семья и только одинъ Антипъ **выглядѣль** молодцомъ и красавцемъ» [Чехов 1918, XI: 110]. В пьесе «Вишневый сад» (1903) Гаев говорит Любви Андреевне: «...ты, Люба, ...**выглядишь** лучше, это несомнѣнно» [Чехов 1918, XXI: 230].

В 90-е гг. XIX в. это слово продолжают считать неправильным и чужим для системы русского языка. В Журнале Министерства народного просвещения (1892) в рецензии на восьмой выпуск «*Les prisonniers du Caucase, par Xavier de Maistre*» с примечаниями и словарем, которые составил Александр Алексеев, преподаватель Царицынской Александровской гимназии, помещено достаточно корректное замечание: «Намъ кажется только не совсѣмъ удачнымъ въ выноскѣ 2-й на страницѣ 94-й выражение „она *выглядѣла* старше“, которое не въ духѣ русскаго языка...» [ЖМНП 1892: 14—15]. А в Словаре русского языка, составленном Вторым отделением Императорской Академии наук (1892), академик Я. К. Грот (1812—1893) резко отрицательно высказывается о германизме *выглядеть*, осуждает его: «Часто встречающееся употребление глагола **выглядѣть** въ значеніи немецкаго *aussehen* (имеетъ такой-то видъ, смотритъ темъ-то) противно какъ духу русскаго языка, такъ и грамматикѣ: онъ *выглядитъ*, какъ форма совершеннаго вида дѣйствительнаго глагола, есть будущее время, а не настоящее, и однозначаще съ выраженіемъ: онъ *высмотритъ*, требующимъ дополненія въ винительномъ падеже: что онъ *высмотритъ*? что онъ *выглядитъ*?» [СлРЯ 1892, I: 2, 606]. Как видим, в XIX в. глагол *выглядеть* в значении «иметь какой-либо вид» уже почти закрепился в русском языке. Однако филологи XIX — начала XX в. считают его употребление грубым нарушением, поэтому глагол *выглядеть* несовершенного вида не зафиксирован в словарях этого времени.

В конце 90-х гг. XIX в. этот глагол встречается в письмах Н. К. Крупской. Она пишет матери В. И. Ленина, М. А. Ульяновой, 10 мая 1898 г.: «Дорогая Марья Александровна! добрались мы до Шушенского, и я исполняю свое обещание — написать, как **выглядит** Володя» [Ленин 1975, 55: 390], — или, 10 января 1899 года: «Э. Э. **выглядит** много лучше, чем в Питере, несмотря на свою болезнь... <...> Особенно плохо **выглядит** Тонечка, которую донимает малокровие и экзема» [Там же: 406].

В письмах самого В. И. Ленина глагол *выглядеть* в значении «иметь вид» встречается лишь один раз, в письме матери от 30 сентября 1897 г.: «Глеб **выглядит** не совсем хорошо, все прихварывает, нервничает» [Там же: 53]. В этом значении В. И. Ленин часто употребляет синонимичный глагол *высмотреть*. Например, в том же самом письме: «...я растолстел за лето, загорел и **высмотрю** совсем сибиряком» [Там же: 54]. В письме от 10 мая 1898 г.: «Я нашел, что Надежда Константиновна **высмотрит** неудовлетворительно —

придется ей здесь заняться получше своим здоровьем» [Там же: 88]. 13 февраля 1899 г. он пишет сестре, А. И. Ульяновой-Елизаровой: «Сегодня проехал Михаил Александрович (Сильвин). Он переведен в село Ермаковское (верст 40 от нас). **Высмотрит** он вполне здоровым и физически и психически; изменился мало» [Там же: 140]. 24 августа 1909 г. В. И. Ленин пишет матери, М. А. Ульяновой, о младшей сестре Маняше: «Вообще говоря, вид у нее стал несравненно лучше, аппетит и сон хорошие, **высмотрит** вполне здоровой» [Там же: 295].

Такое употребление глагола *высмотреть* говорит о том, что процесс заимствования значения имел более широкое распространение, чем отмечалось в предшествующей литературе. В начале XX в. это слово, так же, как и *выглядеть*, отражено как неправильное во втором издании Словаря В. Р. Долопчева (1909): «**Высматривать** на кого — имѣть видъ кого, походить на кого. *Послѣ болѣзни онъ высматриваетъ на старика 70 лѣтъ. Она высматриваетъ на больную*» [Долопчев 1909: 39]. Однако эта единица в языке не закрепилась. Кроме глагола *высмотреть*, В. Р. Долопчев зафиксировал предложные формы глагола *выглядеть* (*выглядывать*): «**Выглядывать**, **выглядеть** на кого — имѣть видъ. *Онъ выглядить на мальчика десяти лѣтъ*» [Там же: 36].

В этом же году выходит в свет статья филолога П. Д. Драганова (1858—1928) «О германизме выглядит в русском языке, как неправильной форме среднего глагола настоящего времени» (1909). Она является наиболее подробным исследованием начала века. В ней автор предполагает, что это слово распространилось из речи петербургских немцев: «Возможно также предположить, что неправильность *выглядит* обязана своим происхождением петербургским ученым, чиновникам и сановникам нѣмецкаго происхождения и что эта неправильность салоннаго происхождения, пришедшаяся впоследствии ко двору не только других сфер образованной русской публики, но и задворков русской литературы» [Драганов 1909: 3—4]. П. Д. Драганов составил списки тех писателей, журналистов и общественных деятелей, которые правильно, по его мнению, заменяли глагол *выглядеть* в русском языке, и тех, которые использовали это слово в новом значении, причем список вторых значительно больше. По этим данным легко проследить проникновение глагола в русский литературный язык и определить период его господства, который приходится на конец XIX — начало XX в., а точнее, на 1899—1906 гг. В описываемой статье П. Д. Драганов приводит несколько примеров употребления глагола *выглядеть* из сочинений А. П. Чехова. При этом болгарский филолог осуждает русского писателя: «...самъ А. П. Чеховъ употреблялъ притомъ нерѣдко, этотъ германизмъ, но это неудивительно, ибо онъ сжился съ Петербургомъ и самъ Чеховъ вообще считается началомъ упадка русской литературы и стиля» [Там же: 3]. Они были современниками, но придерживались, по-видимому, разных взглядов на развитие и обогащение словарного состава русского языка. П. Д. Драганов, будучи противником «неправильности *выглядит*»,

резко высказывается в адрес А. П. Чехова. Он несправедливо переносит свое отношение и на творчество писателя в целом. П. Д. Драганов отмечает этот глагол также у популярных в те годы авторов: В. П. Мещерского, Н. А. Лейкина, А. А. Плещеева [Там же: 22—24]. Тем не менее слово *выглядеть* постоянно сталкивается с неодобрением со стороны филологов. Решительными противниками этого слова были педагог, член ученого комитета по начальному образованию, автор «Теории словесности» (1890) А. Г. Филонов, П. П. Гнедич, преподаватель русского языка и стиля П. В. Смирновский, пуристы П. В. Шейн и П. Н. Тиханов [Там же: 11—13].

О глаголе *выглядеть* много писали в XX в. С 10-х гг. некоторые лингвисты не осуждают и «принимают» его в состав русского литературного языка. Так, известный русский филолог А. А. Шахматов (1864—1920) в «Очерке...» (1913) спокойно относится к употреблению этого слова в новом значении: «Слово *выглядеть*, *выгляжу*, *выглядит* оказывается русским переводом немецкого *aussehen*, *sieht aus*, причем наш глагол, несмотря на свое сложение с приставкой *вы*, сохранил значение несовершенного вида (под влиянием немецкого)» [Шахматов 1913: 94]. Его ученик, В. В. Виноградов (1895—1969), пишет об омонимичных глаголах: «...в некоторых омонимичных парах глаголов с видовыми различиями связана резкая разница лексических значений; различием видов парализуется неудобство омонимии, например ... *выглядеть* (снимок с немецкого *aussehen*) и *выглядеть* (т. е. *высмотреть*)» [Виноградов 1938: 423]. Он собирает материалы о глаголе *выглядеть* несовершенного вида, кальке немецкого *aussehen*, и датирует его «канонизацию» в русском литературном языке 50-60-ми гг. XIX в. На основе его материалов об этом слове была опубликована статья в книге «История слов» [Виноградов 1994: 118]. Однако авторский текст, напечатанный в комментариях, представляется нам более четким и богатым по содержанию [Добродомов 1995: 270].

В 30-х гг. XX в. русский лингвист и филолог немецкого происхождения Б. Унбегаун (1898—1973) в статье «Le calque dans les langues slaves littéraires» (1932) первым называет глагол *выглядеть* калькой: «**выглядѣть** “avoir l’air”, calque de l’allemand *aussehen*...» [Unbehaun 1932: 40]. Он спокойно относится к употреблению этого слова в русском языке, а вышеназванную статью П. Д. Драганова называет немного наивной. Вслед за Б. Унбегауном, М. Фасмер (1886—1962) в своем словаре объясняет несовершенный вид глагола *выглядеть*, противоречащий наличию приставки *вы-*, именно тем, что он является калькой немецкого *aussehen* [Фасмер 1986, I: 367]. (В немецком издании Этимологического словаря (1950) указано, что глагол *выглядеть* в значении «иметь какой-либо вид» распространился с 1860-х гг. через Ленинград: «...über Leningrad verbreitete Lehnübersetzung» [Vasmer 1950, I: 239]. Конечно же, в XIX в. этот город назывался Петербургом, но М. Фасмер работал над словарем в XX в. и, видимо, старался отразить в нем реальную действительность, несмотря на то что сам родился и жил в Петербурге

до 1917 г. В русском издании переводчик Этимологического словаря О. Н. Трубачев правильно отредактировал, исправив «Ленинград» на «Петербург» [Фасмер 1986: 367].)

Из словарей первым смирился с калькированным значением и считает его разговорным словарь Д. Н. Ушакова: «**Выглядеть**, яжу, ядишь, несоев. [все более входящий в употребление германизм — букв. перевод нем. *aussehen*] (разг.). Иметь какой-н. вид, производить какое-н. впечатление своим видом. *После болезни он хорошо выглядит. Этот дом выглядит совсем новым*» [Ушаков 1935, I: 441]. Интересна помета в словаре 30-х гг. XX в. «все более входящий в употребление...» — это при том, что еще в конце XIX в., как было указано выше, Я. К. Грот называет употребление глагола *выглядеть* в значении «иметь вид» «неправильным» и «часто встречающимся».

В конце 1969 г. В. И. Чернов в статье «25 рублей за одно слово» (именно такую сумму предлагал П. Д. Драганов своему сыну В. П. Драганову, «...если онъ или какой-нибудь его товарищ съест хоть одно *выглядит* у Пушкина, Лермонтова, Гоголя, Тургенева, Гончарова, Достоевского и хотя бы даже у Л. Толстого и М. Е. Салтыкова-Щедрина, стиль которыхъ ... небезукоризненный...» [Драганов 1909: 29]) объясняет причину возникновения ставшего уже привычным значения. Он считает, что глагол *выглядит* «приобрел заимствованное значение ... в период значительных изменений в системе сказуемого», когда ползузнаменательные связки «...сочетались с наиболее молодой формой русского сказуемого — творительным падежом». Глагол *выглядит* в этом случае становится «весьма удобным грамматическим компонентом сказуемого», так как требует творительного падежа: «Она выглядела красивой» [Чернов 1969: 44]. С этой статьей перекликается статья Н. А. Герасименко «Связка *выглядеть* в русском языке» [Герасименко 2006: 10].

Необычная история глагола *выглядеть* вызвала затруднения у специалистов по словообразованию. Они не знают, к какому способу образования отнести это слово. Эта проблема наглядно отражена в словарях А. Н. Тихонова. Вслед за Ю. С. Сорокиным [Сорокин 1965: 170], А. Н. Тихонов в Словообразовательном словаре русского языка фиксирует производность глагола *выглядеть* от глагола *глядеть*: «Глядеть — гляде-ни-е, вы-глядеть (иметь вид)» [Тихонов 1985, I: 226], а в Комплексном словаре русского языка отмечает, что он непроизводный [Тихонов 2007: 140]. Такое несоответствие еще раз подтверждает, что данный глагол не вписывается в систему русского языка. Отсюда вытекает еще одна проблема: определение типа калькирования этого слова, т. е. ответ на вопрос: *выглядеть* 'иметь вид' — это словообразовательная или семантическая калька? К. Флекенштейн, например, причисляет этот глагол к семантическим калькам с немецкого языка [Флекенштейн 1963: 226]. Л. М. Грановская пишет о калькированном значении глагола *выглядеть*. Однако, как подтверждает вышеописанная история этого слова, она ошибочно относит его распространение к первому десятилетию XX в. [Грановская 1981: 301]. Н. М. Шанский [Шанский

1975: 98] и Н. С. Арапова [Арапова 2000: 78] считают данное слово словообразовательной калькой.

Отзвуком давнего спора о неправильном употреблении в русском литературном языке глагола *выглядеть* в значении «иметь какой-либо вид; казаться каким-либо, кем-либо» является замечание В. Н. Буниной (Муромцевой) (1881—1961), вдовы русского писателя и поэта И. А. Бунина (1870—1953). В письме от 8 марта 1959 г. Н. П. Смирнову (1898—1978), писателю и первому буниноведу, она высказывается по поводу одной неточности в его повести «Золотой Плес»: «Покорбило меня ... слово „**выглядит**“. Вы не найдете его у Ивана Алексеевича. ... это слово пришло из Петербурга — аус зеен с немецкого, и употребляли его помощники присяжных поверенных, не обладавшие хорошим русским языком. Теперь оно встречается часто...» [Смирнов 1969: 214]. А ее современник, ученый-филолог Алексей Василькович Миртов (1886—1966), более резко настроен против этого слова. В книге «Говори правильно» он высказывается: «Не нужно слово „**выглядеть**“ употреблять вместо правильного „казаться“» [Миртов 1961: 114]. Его точка зрения по поводу источника этого глагола перекликается с вышеуказанным мнением А. А. Потебни. Автор считает, что этот глагол, возникший «в конце XIX в. в жаргоне больших юго-западных городов Украины, как явное заимствование польского перевода немецкого *aussehen*», находится «на путях к вымиранию» [Там же: 115].

Итак, наблюдения А. А. Потебни и А. В. Миртова показывают, что источник происхождения этого слова был не единственный. Глагол *выглядеть* представляет собой ареальное явление, которое охватывает немецкий, польский, литовский и русский языки. Остальные ученые, вслед за Н. И. Гречем, рассматривали взаимодействие лишь двух языков: немецкого и русского.

На примере употребления глагола *выглядеть* в значении «иметь вид» и его распространения в русском литературном языке видно, что этнолингвистическое взаимодействие имеет сложный характер. Важно не только обратить внимание на русскую речь иностранцев, но и на отношении к ней других представителей языкового сообщества. Зародившись в речи петербургских немцев, употребляясь русскими писателями для характеристики героев немецкого происхождения, глагол *выглядеть* вышел за пределы немецкой среды и, выдержав за сто лет нападки русских и иностранных филологов, полностью нейтрализовался в русском языке.

ЛИТЕРАТУРА

Аделунг И. Х. Полный немецко-русский Лексикон, из большого грамматико-критического Словаря господина Аделунга составленный, с присовокуплением всех для совершенного познания немецкого языка нужных словоизречений и объяснений, издано Обществом Ученых людей. — СПб. : в Имп. тип., у Ивана Вейтбрехта, 1798. Ч. I.

Арапова Н. С. Кальки в русском языке послепетровского периода : опыт словаря. — М. : Изд. Моск. ун-та, 2000.

Библиотека для чтения. 1855. Т. 129.

Виноградов В. В. История слов: около 1500 слов и выражений и более 5000 слов, с ними связанных. — М. : Толк, 1994.

Виноградов В. В. Современный русский язык. Грамматическое учение о слове. Вып. 2. — М. : Учпедгиз, 1938.

Герасименко Н. А. Связка «выглядеть» в русском языке // Русское слово и высказывание: рациональное и эмоциональное : межвуз. сб. науч. тр. — М., 2006. С. 9—13.

Грановская Л. М. Развитие лексики русского литературного языка в 70-е годы XIX — начале XX в. // Лексика русского литературного языка XIX — начала XX в. — М. : Наука, 1981. С. 183—318.

Греч А. Н. Справочное место русского слова. Четыреста поправок. — СПб. : Тип. Н. Греча, 1839.

Греч Н. И. Поездка в Германию : роман в письмах, изд. Николаем Гречем : в 2 ч. — СПб. : Тип. издателя, 1831. Ч. 1.

Греч Н. И. Записки о моей жизни. — СПб. : А. С. Суворин, 1886.

Даль В. И. Толковый словарь живого великорусского языка : в 4 ч. — М. : В тип. А. Семена, 1863. Ч. I.

Даль В. И. Толковый словарь живого великорусского языка : в 4 т. Изд. 3-е, испр. и значит. доп. / под ред. И. А. Бодуэна-де-Куртене. — СПб. ; М. : М. О. Вольф, 1903. Т. 1.

Добродомов И. Г. Рец. на кн. : Виноградов В. В. История слов: около 1500 слов и выражений и более 5000 слов, с ними связанных. — М. : Толк, 1994 // Philologica : двуяз. журн. по рус. и теор. филологии / под ред. И. А. Пильщикова и М. И. Шапира. 1995. Т. 2. № 3/4. С. 267—280.

Долопчев В. Р. Опыт словаря неправильностей в русской разговорной речи (преимущественно в Южной России). С приложением «Замечания о произношении в Южной России». — Одесса : Тип. «Одес. Вестн.», 1886.

Долопчев В. Р. Опыт словаря неправильностей в русской разговорной речи. Изд. 2-е, пересм. и до. — Варшава : Тип. К. Ковалевского, 1909.

Драганов П. Д. О германизме *выглядит* в русском языке, как неправильной форме среднего глагола настоящего времени. — СПб. : Тип. Имп. Акад. наук, 1909. (Отдельный оттиск из Известий Отделения русского языка и словесности Императорской Академии наук. СПб., 1909. Т. 14. Кн. 1. С. 172—200).

ЖМНП = Журнал Министерства народного просвещения. 1892. Ч. 284. № 11. Отд. 3. С. 1—33.

Классовский В. И. Основания словесности. — СПб. ; М. : М. О. Вольф, 1866. Ч. 1.

Ленин В. И. Полн. собр. соч. Изд. 5-е. — М. : Изд. полит. литературы, 1975. Т. 55 : Письма к родным (1893—1922).

Маркевич Б. М. Полн. собр. соч. : в 11 т. — СПб. : Тип. (бывшая) А. М. Котомина, 1885. Т. 1.

Миртов А. В. Говори правильно : грамматико-стилистические очерки о русском глаголе, его формах и словарных вариантах. — Горький, 1961. С. 113—115.

Московский телеграф. 1830. Ч. 35. № 19. С. 321.

Помяловский Н. Г. Полн. собр. соч. — СПб. : Тип. Ю. Н. Эрлих, 1897.

Потебня А. А. Из записок по русской грамматике. — Харьков : Унив. тип., 1874. Т. 2. (Оттиск из Записок Императорского Харьковского ун-та).

Потебня А. А. Из записок по русской грамматике. Изд. 2-е, исправ. и доп. — Харьков : Д. Н. Полуехтов, 1888.

САР = Словарь Академии Российской. — СПб. : Имп. Акад. наук, 1790. Ч. 2.

СлРЯ 1892 = Словарь Русского языка, составленный Вторым отделением Императорской Академии наук / под ред. Я. К. Грота. — СПб. : Имп. Акад. наук, 1892. Т. 1. Вып. 2.

Смирнов Н. П. Письма Буниной // Новый мир. 1969. № 3. С. 209—230.

Сорокин Ю. С. Развитие словарного состава русского литературного языка : 30—90-е годы XIX века. — М. ; Л. : Наука, 1965.

СРЛ = Сто русских литераторов. — СПб. : А. Смирдин, 1839. Т. 1. С. 497.

Тихонов А. Н. Словообразовательный словарь русского языка. — М. : Русский язык, 1985. Т. 1.

Тихонов 2007 = Комплексный словарь русского языка / под ред. А. Н. Тихонова. 3-е изд., стер. — М. : Русский язык — Медиа, 2007.

Третьякова О. В. Межкультурный диалог в романе Н. И. Греча «Поездка в Германию» (лингвокультурологический аспект) // Политическая лингвистика. 2011. № 1(35). С. 234—237.

Ушаков 1935 = Толковый словарь русского языка / под ред. проф. Д. Н. Ушакова. — М. : Сов. энцикл., 1935. Т. 1.

Фасмер М. Этимологический словарь русского языка : [пер. с нем. и доп. ...О. Н. Трубачева] : в 4 т. / под ред. проф. Б. А. Ларина. Изд. 2-е, стер. — М. : Прогресс, 1986. Т. 1.

Флекенштейн К. Кальки по немецкой модели в современном русском литературном языке : дис. ... канд. филол. наук. — М., 1963.

Чернов В. И. 25 рублей за одно слово // Русская речь. 1969. № 6. С. 43—44.

Чехов А. П. Письма. — М. : Изд. М. П. Чеховой, 1912. Т. 1.

Чехов А. П. Полн. собр. соч. : в 23 т., в 11 кн. — Петроград : Лит.-изд. отдел комиссариата народного просвещения, 1918.

Шанский Н. М. Краткий этимологический словарь русского языка : пособие для учителей / Н. М. Шанский [и др.] ; под ред. чл.-кор. АН СССР С. Г. Бархударова. 3-е изд., испр. и доп. — М. : Просвещение, 1975.

Шахматов А. А. Очерк современного русского литературного языка. — СПб. : Студ. изд-во ком. при Ист.-филол. фак. СПб. ун-та, 1913.

Unbegaun B. Le calque dans les langues slaves littéraires // Revue des études slaves. — P., 1932. Т. 12. F. 1, 2. P. 19—48.

Vasmer M. Russisches etymologisches Wörterbuch. — Heidelberg : Carl Winter Universitätsverlag, 1950. Lf. 1.

Статью рекомендует к публикации д-р филол. наук, проф. А. П. Чудинов

А. Ф. Рассказов
Сургут, Россия

A. F. Rasskazov
Surgut, Russia

**ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ДВУЯЗЫЧИЕ
У СПОРТСМЕНОВ**

SPORTSMEN PROFESSIONAL BILINGUALISM

Аннотация. Рассмотрены ситуации профессионального общения спортсменов-баскетболистов. Утверждается, что владение английским языком становится в настоящее время одним из условий успешной компетентности баскетболиста.

Abstract. We consider the situation of professional communication basketball athletes. Argues that knowledge of English is currently one of the conditions for successful competence in basketball.

Ключевые слова: двуязычие; профессиональное двуязычие; ситуации профессионального общения спортсменов-баскетболистов; профессиональная деятельность.

Key words: bilingualism; bilingual vocational; professional communication situations athletes-basketball players; professional activities.

Сведения об авторе: Рассказов Алексей Филиппович, аспирант, кафедра теории и методики профессионального образования.

About the author: Rasskazov Alexey Filippovich, Post-graduate Student of the Chair of Theory and Methodology of Vocational Education.

Место работы: Сургутский государственный университет ХМАО — Югры.

Place of employment: Surgut State University KhMAO — Yugra.

Контактная информация: 628412, г. Сургут, пр-т. Ленина, 1.
e-mail: lesi_rasskazov@mail.ru.

Двуязычие, или билингвизм, понимается в лингвистике как владение двумя языками, обычно в ситуации регулярного использования обоих языков в коммуникации. Двуязычие является частным случаем многоязычия (мультилингвизма), под которым понимается владение несколькими языками и регулярное переключение с одного языка на другой в зависимости от ситуации.

В отечественной науке явление двуязычия начинало исследоваться в условиях многонациональности советского государства (В. А. Аврорин, Т. А. Бертагаев, Ю. Д. Дешериев, К. М. Мусаев, С. Н. Оненко и др.), и поэтому рассматривалось, как правило, в отношении лиц нерусских национальностей, владеющих русским и родным языком. При этом «говорящие по-русски, для которых русский язык есть родной язык, но они владеют каким-то другим языком — безразлично, английским, немецким, казахским, бурятским или нанайским — в этом случае из числа билингвов, или двуязычных индивидуумов, попросту элиминированы на вечные времена» [Бурыкин 2011].

Согласно зарубежной традиции, явление попеременного использования одним и тем же человеком двух языков следует во всех случаях называть билингвизмом [Вайнрайх 1972]. По происхождению и условиям применения различают естественный и искусственный билингвизм, а также субординативный и координативный билингвизм. По возрасту, в котором происходит усвоение второго языка, различают билингвизм ранний и поздний. Различают также билингвизм рецептивный (воспринимающий), репродуктивный (воспроизводящий) и продуктивный (производящий), последний из которых является целью изучения иностранного языка.

Наиболее типичный случай естественного возникновения билингвизма — воспитание ребенка в семье, где родители говорят на разных языках. Один из частных случаев наблюдается тогда, когда няня или гувернантка, проводящая много времени с ребенком, говорит на другом языке и

таким образом обучает ему ребенка. Все более распространенной становится ситуация, когда семья живет в иноязычном окружении, и ребенок общается вне семьи на другом языке, чем дома (беженцы, иммигранты).

На сегодняшний день многоязычие, несомненно, представляет собой явление не только значительное, но и достаточно обычное и распространенное. По новейшим данным, около 70 % населения земного шара владеют в той или иной степени двумя или более языками.

Некоторые исследователи высказывают категорическое мнение о том, что взрослый человек вообще не может быть билингом. Другие авторы утверждают, что в данном случае речь идет о совершенно другом явлении — о возможности владения человеком двумя языками в совершенстве, как родными. Таких людей единицы, и те 70 % «двуязычных» людей, о которых говорится во многих источниках, к этой категории, безусловно, не относятся. Кроме того, приходится признать, что и среди «носителей языка», для которых он является родным, далеко не все им хорошо владеют и могут на нем грамотно писать и изъясняться. Поэтому критерии двуязычия должны быть более реалистичными.

В этом смысле, по мнению некоторых специалистов, можно говорить о редко достижимом абсолютном двуязычии и о «попеременном свободном использовании для коммуникации двух языков». Именно таково сегодня наиболее распространенное и общепринятое понимание билингвизма. Оно нашло отражение, например, в определении, данном В. Ю. Розенцвейгом: «Под двуязычием обычно понимается владение двумя языками и регулярное переключение с одного на другой в зависимости от ситуации общения» [1972: 9—10].

С этой точки зрения любой профессиональный переводчик, по мнению специалистов, безусловно, является билингом по определению, и он же является местом контакта двух (или более)

языков, попеременно используемых этим индивидом, даже если способ, каким он «пользуется» попеременно двумя языками, является несколько специфичным.

Вместе с тем интеграционные процессы в мире, протекающие на фоне постоянного обновления технологий и условий труда, исчезновения одних профессий и появления новых, серьезных изменений в сфере занятости, роста конкуренции и других изменений, скорость которых сегодня превышает скорость смены поколений, ставят современных людей перед необходимостью в течение трудовой жизни неоднократно менять характер, вид профессиональной деятельности и даже профессию, что в современном мире все чаще связано со сменой места жительства, а нередко — и страны проживания. Процессы международной профессиональной и трудовой миграции, обусловленные возможностью свободного передвижения между разными странами и приобретающие все более масштабный характер, требуют от людей знания иностранных языков. И если в сфере неквалифицированного труда оно минимально, то для специалистов необходимо владение иностранным языком на уровне, достаточном для полноценного профессионального общения [Сергеева, Бушманова 2011].

Указанная профессиональная миграция квалифицированных специалистов чаще всего носит временный характер как стажировка, работа по контракту, обмен специалистами в рамках какой-либо программы или международного проекта и т. п. При этом нередко человеку приходится общаться одновременно и с соотечественниками, работающими на тех же условиях, и с иностранными специалистами. В этом случае человек не разрывает связей с родной культурой, оставаясь активным носителем родного языка. По сути, речь идет о *профессиональном двуязычии* как владении двумя языками, обеспечивающем возможность полноценного профессионального взаимодействия и регулярного переключения с одного на другой в зависимости от ситуации общения.

Такие требования к знанию иностранных языков как необходимое условие развития международной интеграции были осознаны в европейском сообществе уже давно. Еще в 1960-х гг. Совет Европы предпринял ряд мер, направленных на разработку программы интенсификации обучения иностранным языкам на континенте. В 1971 г. группе экспертов было поручено изучить возможность создания системы обучения иностранным языкам взрослых. Была разработана концепция личностно-ориентированного обучения и сформировалась идея разработки пороговых уровней как цели овладения иностранным языком.

В 1980—90-х гг. был разработан ряд проектов по формированию системы коммуникативного общения, в рамках которых были определены три уровня начального овладения языком: 1) уровень «выживания»; 2) «на пути к языку»; 3) «пороговый уровень». На втором и третьем уровнях ведущую роль играют классифицированные ситуации общения и социального взаимодействия, ситуации общения в рамках социально-культурного контекста изучаемого языка (страноведческие реалии,

национальные традиции, привычки, формы выражения вежливости и др.). В каждом из уровней определены две степени овладения языком и речевым материалом: первая степень предполагает совпадение переданных и воспринятых коммуникативных намерений партнеров, вторая степень — эффективность общения [Щеголь 2006].

Коммуникативно ориентированное обучение иностранному языку, направленное на развитие профессионального двуязычия, должно обеспечивать выработку умений и навыков функционального перехода с одного языка на другой в ситуации профессионального общения. Поскольку профессиональное общение всегда осуществляется в рамках профессиональной деятельности, содержательно они взаимообусловлены. Говоря иначе, профессиональная деятельность выступает предметом профессионального общения. Поэтому его содержание отражает все составляющие деятельности: ее цели и функции, субъектов и средства труда, отношения и взаимосвязи между ними, условия и характер организации деятельности, приемы и способы ее осуществления, типовые ситуации и действия и т. д. Все эти компоненты профессиональной деятельности становятся объектом коммуникации, а их лексические обозначения, соответственно, — основным средством речевой коммуникации.

Важнейшая составляющая профессионального двуязычия — владение терминологией. Русская спортивная терминология неоднократно становилась объектом лингвистического изучения. Разные аспекты ее образования и функционирования в речи исследованы Н. Д. Андреевым, Е. И. Гуревой, Н. Л. Зелинской, И. Г. Кожевниковой, О. А. Коноваловой, А. А. Елистратовым, А. Ф. Пинчуком, О. А. Панкратовой, И. Ф. Протченко и др. Неизменный интерес языковедов вызывает заимствованная спортивная терминология, главным образом англоязычная, сыгравшая значительную роль в становлении терминологии спорта в России (В. М. Аристова, В. И. Гынин, З. С. Логинова и др.).

Однако, несмотря на внимание, которое уделяют языковеды проблемам спортивной терминологии, она по-прежнему остается малоисследованной областью. Главная трудность ее изучения заключается в значительном объеме и тематическом разнообразии, вследствие чего описание спортивной терминологии в полном объеме практически не представляется возможным. Под баскетбольной терминологией понимаются те слова, словосочетания и устойчивые выражения, которые используются в официальных играх и тренировочном процессе профессиональными спортсменами-баскетболистами, их тренерами, просто любителями данного вида спорта и всеми теми, кто непосредственно связан с баскетболом.

Проблема формирования коммуникативных умений баскетболистов в двуязычной спортивной команде все острее проявляется в спортивном сообществе. Для наставников баскетбольной команды, в которой общение происходит на двух языках, очень важно понимать, что речь баскетболиста состоит из баскетбольных терминов, которые в совокупности образуют терминологию данной области деятельности.

На сегодняшний день специфика профессионального общения спортсменов-баскетболистов заключается в том, что все больше игроков разных национальностей выступают вместе за один профессиональный клуб. Как правило, в профессиональной команде участвуют спортсмены разных национальностей, и между собой они общаются только на английском языке. В Россию начался приток иностранных баскетбольных тренеров и специалистов высочайшего уровня, а также спортсменов-легионеров, выступающих за российские баскетбольные клубы. Таким образом, владение английским языком становится в настоящее время одним из условий профессиональной компетентности баскетболиста, а баскетбольная терминология принимает интернациональный характер. Поэтому все острее в спортивном сообществе встает проблема формирования коммуникативных умений баскетболистов в двуязычной спортивной команде.

ЛИТЕРАТУРА

- Аврорин В. А. Двуязычие и школа // Проблемы двуязычия и многоязычия. — М., 1972.
- Бурькин А. А. Ментальность, языковое поведение и национально-русское двуязычие : реф. — СПб., 2011. URL: http://www.erudition.ru/referat/ref/id.24948_1.html.
- Головин Б. Н. Введение в языкознание : учеб. пособие для филол. специальностей ун-тов и пед. ин-тов — М. : Высшая школа, 1991.
- Гынин В. И. Некоторые характерные особенности заимствований в спортивной терминологии // Научная речь. Лингвометодические аспекты описания и преподавания. — М., 1988.
- Логинова З. С. Англизмы в спортивной терминологии русского языка: синхронно-диахроническая характеристика : дис. ... канд. филол. наук. — Ташкент, 1978.
- Розенцвейг В. Ю. Основные вопросы теории языковых контактов // Новое в лингвистике. — М., 1972. Вып. 6 : Языковые контакты.
- Сергеева Н. Н., Бушманова Ю. А. Профессионально ориентированная иноязычная коммуникативная компетентность студента технического вуза // Казанская наука. 2011. № 2.
- Щеголь В. И., Игнаткина Л. В. Усиление мировоззренческой направленности при обучении студентов иностранному языку как фактор гуманизации образования // Европа и современная Россия. Интегративная функция педагогической науки в едином образовательном пространстве. — М. : МАНПО, 2006.

Статью рекомендует к публикации д-р филол. наук, проф. А. П. Чудинов

Е. А. Сидельникова
Ставрополь, Россия

Е. А. Sidelnikova
Stavropol, Russia

**КОММУНИКАТИВНО-ПРАГМАТИЧЕСКАЯ
СПЕЦИФИКА ЭВФЕМИЗАЦИИ /
ДИСФЕМИЗАЦИИ В НАРРАТИВЕ ФИНАНСОВО-
ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА**

**THE COMMUNICATIVE-PRAGMATIC SPECIFIC
FEATURES OF EUPHEMISTIC / DYSPEMISTIC
PROCESSES IN THE FINANCIAL-ECONOMIC
CRISIS NARRATIVE**

Аннотация. Проводится лингвопрагматический анализ специфики глобальных стратегий эвфемизации / дисфемизации в нарративе кризиса на материале публицистического экономического дискурса.

Abstract. The article explores the lingo-pragmatic analysis of the global euphemistic / dysphemistic strategies peculiarities in the crisis narrative, which is based on the material of the journalistic economic discourse.

Ключевые слова: нарратив; экономический кризис; экономический дискурс; порождение информации; блокирование информации; коммуникативная стратегия; стратегия эвфемизации / дисфемизации.

Key words: narrative; economic crisis; economic discourse; information creation; information blocking; communicative strategy; euphemistic / dysphemistic strategies.

Сведения об авторе: Сидельникова Екатерина Алексеевна, аспирант кафедры теории и практики перевода Ставропольского государственного университета, ассистент кафедры лингвистики, межкультурной коммуникации и туризма.

About the author: Sidelnikova Ekaterina Alekseevna, Post-graduate Student of the Chair of Theory and Practice of Translation, the Stavropol State University. Assistant Lecturer of the Linguistics, Cross-cultural Communication and Tourism Chair.

Место работы: Северо-Кавказский государственный технический университет.

Place of employment: North-Caucasus State Technical University.

Контактная информация: Ставрополь, пр. Кулакова 2/2, корпус М, каб. 25.
e-mail: e.sidelnikova_7@mail.ru.

Актуальное и продуктивное исследовательское направление «лингвистика нарратива» определяет свой объект изучения как «текст, передающий информацию о реальных или вымышленных событиях, происходящих во временной последовательности» [Попова 2001: 87]. Задача данной статьи — определить функциональную специфику информационной нагрузки эвфемизации/дисфемизации в нарративе кризиса, реализуемого в публицистическом экономическом дискурсе. Материалом исследования послужили контексты качественных газетных и журнальных изданий экономической направленности за период с 2008 по 2011 г. (*The Guardian, The Observer, USA TODAY, Коммерсантъ — Деньги, Прямые инвестиции, Экономика и жизнь*).

В перечне категорий и понятий лингвистики нарратива Е. В. Падучева называет коммуникативную ситуацию и ее составляющие, первичные и вторичные эгоцентрические элементы языка (элементы, семантика которых связана с коммуникацией, прежде всего область дейксиса и субъективной модальности), режим интерпретации, тип повествования [Падучева 1996]. По мнению А. П. Чудинова, которое мы разделяем, нарратив характеризуется тематическим единством, общностью основных «героев», единой событийной канвой, обособленностью во времени и пространстве, однако его пространственная и темпоральная локализованность не абсолютна [Чудинов 2006: 78]. Д. Шифрин определяет нарратив как «форму дискурса, через которую мы реконструируем и репрезентируем прошлый опыт для себя и для других» [Schiffrin 2006: 321].

Нарратив финансово-экономического кризиса, его причины, составляющие и последствия получают глубокую и разностороннюю рефлексию как в массмедийном, так и в повседневном дискурсе соотствующих стран. Данное явление складыв-

ается из набора универсальных содержательных компонентов (финансовая политика, банковская система, торги на биржевых рынках, глобальная экономика) и ряда частных проблем (кризис, мировой кризис, европейский долговой кризис и т. д.). Однако в свете событий экономической ситуации мирового сообщества, переживаемой с 2008 по 2011 г., востребованным представляется функционально-прагматическое исследование нарратива экономического кризиса, освещаемого СМИ США (как страны, породившей финансовую нестабильность этого периода), а также Европы и России (как стран, ощущающих его пагубное влияние на своей экономике). В качестве эмпирического материала мы избрали такое экономическое событие, как кризис, начавшийся в августе 2008 г. и продолжающийся по настоящее время (август 2011 г.).

В XIX в. «классическое» определение кризиса («не желаемая и драматическая фаза в капиталистической экономической системе, характеризующаяся колебаниями и негативными явлениями, помехами») было заменено более многозначным понятием «экономический кризис». Об экономическом кризисе речь идет, по мнению Ф. Махлупа, в том случае, если «возникает не желаемое состояние экономических отношений, непереносимо критическое положение больших слоев населения и производящих отраслей экономики» [Machlup 1934: 1]. В. Зомбарт определяет экономический кризис как «экономическое негативное явление, при котором возникает опасность для экономической жизни, действительности по всем направлениям» [Sombart 1904: 1].

Согласно результатам проведенного нами опроса 152-х человек, принадлежащих к разным профессиональным и возрастным категориям, 100 % респондентов связывают понятие «кризис» в первую очередь с ухудшением качества своей жизни. С опорой на дефиниции кризиса, приве-

денные в толковых словарях, и с учетом результатов опроса мы предлагаем обобщенное определение данного явления, в достаточной мере отражающее специфику нашего исследования: периодически повторяющиеся нарушения сбалансированности денежно-кредитной системы государственного, частного секторов и человека (как участников рыночных отношений), ведущие к увеличению внешнего государственного долга, разорению средних и мелких производителей, к сокращению производства и росту безработицы.

По утверждению большинства авторитетных современных экономистов, основная причина кризиса в мире — перепроизводство доллара как основной мировой валюты. В 1971 г. была отменена привязка доллара к золотому запасу США, и доллары начали печатать в неограниченном количестве. Покупательская способность доллара обеспечивалась всеми странами мира, а не только экономикой США. Началась сильнейшая кредитная экспансия доллара во все страны Европы и остального мира, активно использовался фондовый рынок, где росла стоимость акций, не обеспеченная при этом реальной прибылью предприятий. Постепенно проявляется еще одна причина — рост ипотечных кредитов, когда в США стали выдавать высокорисковые кредиты, что привело к окончательному наполнению рынка кредитования, падению цен на жилье и, как следствие, к кризису в ипотечной сфере США. В других странах, в частности в Европе и Азии, практика высокорисковых кредитов до недавнего времени была тоже широко распространена, поэтому ипотечный кризис в США в совокупности с другими причинами и оказал такое сильное влияние на экономику европейских и азиатских стран.

Причина кризиса в России иная: он обусловлен сбоем в банковской сфере. Валютные поступления шли во многие банки из-за границы, но из-за кризиса они прекратились, поэтому наступил кризис ликвидности, появилась также нехватка валютных средств, и банки не смогли осуществлять выплаты в полном объеме. Финансовый кризис неизбежно перерастает в экономический, его последствиями оказались дефолт, банковский

кризис, девальвация национальной валюты, что в конечном итоге привело к экономическому кризису, означавшему сокращение персонала и производства, падение уровня жизни.

«Жизненный цикл» любого кризиса, согласно модели американского ученого Стивена Финка, описанной в его труде «Crisis Management» (2007), можно представить последовательностью пяти этапов: I этап — зародышевая стадия; II этап — первые сигналы кризиса; III этап — обострение кризиса; IV этап — хронический кризис; V этап — ликвидация кризиса. Так, эксперты считают, что зародышевая стадия текущего экономического кризиса в США пришлась на 2000—2006 гг. и выразилась в виде снижения числа продажи домов. В начале 2007 г. экономическая ситуация переросла в кризис высокорисковых ипотечных кредитов, довольно быстро проблемы с кредитованием ощутили и надежные заемщики. Летом 2007 г. кризис из ипотечного начал постепенно трансформироваться в финансовый и затронул не только США — условно говоря, это были первые сигналы кризиса. Обострение кризиса пришлось на 2008 — начало 2009 г., когда он приобрел мировой масштаб (т. е. в Россию это явление пришло уже сформированным) и постепенно начал проявляться в повсеместном снижении объемов производства, снижении спроса и цен на сырье, росте безработицы; начались банкротства крупных банков и попытки их спасения, котировки на фондовых рынках резко снизились. Период с 2010 по 2011 г. условно назовем этапом хронического кризиса. Согласно нашим наблюдениям, к августу 2011 г. этап преодоления кризиса еще не наступил.

Таким образом, наше исследование охватывает следующие этапы экономического кризиса: первые сигналы (II этап), обострение (III этап) и IV этап — хронический (2008—2011 гг.), так как изучаемое негативное событие одновременно протекает и в мире, и в России. Для наглядности изобразим на диаграмме с опорой на официальные показатели ВВП динамику развития изучаемого явления в мировом экономическом пространстве и в России.



Диаграмма. Динамика ВВП России и США в 2008—2011 гг.

Необходимо также отметить, что экономический кризис, отражающийся в нарративе, в данном исследовании выступает в форме экономического дискурса. Проанализируем его на примерах контекстов газетно-публицистического стиля с точки зрения прагматической нагрузки. Так, относительно субъекта речи его осуществление зачастую связано с целью передачи информации об экономическом положении дел с использованием языковых средств (стилистических приемов, тропов, экспрессивных выражений), с их деспециализацией / специализацией, с ориентацией на общий фонд знаний массового получателя, с соблюдением правил ведения разговора, сформулированных Грайсом, или с намеренным их нарушением, связанным с определенными целями и задачами субъекта, с презентацией личного отношения к сообщаемому. Обратимся к контексту из статьи «Потребкредиты инерционного действия»: *Безусловными лидерами среди самых убыточных банков по итогам 2009 года стали Росбанк и КИТ Финанс Инвестиционный Банк: убыток каждого превысил 10 млрд руб. О проблемах „КИТ Финанса“ известно давно — они начались еще в конце 2008 года, в разгар кризиса. Так что его убытки можно считать прогнозируемыми. „КИТ Финанс“ брались санировать самые разные структуры, но в результате ответственными за оздоровление банка стали Российские железные дороги* (Коммерсантъ — Деньги. 2010. 22—28 мар.).

Данное сообщение доносит до читателя информацию о катастрофическом положении дел в российских банках. Однако при том, что информация негативная, автору удается включить ее в контекст нейтрально, благодаря стилистическому приему — эвфемизму «безусловными лидерами», который закрепился в культурном фонде общества как элемент с положительной нагрузкой. В результате деспециализации термина «санировать» посредством сочетания «ответственными за оздоровление» автору удается подчеркнуть экономическую направленность издания, в котором опубликована данная статья, и одновременно — ориентацию на массового получателя. Иронический тон автора (*безусловными лидерами, убытки можно считать прогнозируемыми, в результате ответственными за оздоровление банка стали Российские железные дороги*) позволил достичь цели — осуществить имплицитное разоблачение экономической деятельности субъектов данного сектора и выразить негативное отношение к подобным финансовым структурам.

Относительно **адресата** речи прагматика изучает: 1) интерпретацию речи, в том числе правила вывода имплицитных/эксплицитных смыслов из прямой номинации высказывания; в этих правилах учитывается контекст, прагматическая ситуация и пресуппозиция, а также цели, с которыми говорящий может сознательно отступать от принятых максим общения; 2) воздействие высказывания на адресата: расширение экстралингвистических знаний референта; эмоциональное воздействие; эстетический эффект и т. п.; 3) типы речевого реагирования на полученную информацию. Продемонстрируем данные положения на примере статьи в форме комментария «Как долго

продлится ралли?»: *В апреле в США и Европе начинается сезон отчетностей за первый квартал 2010 года. Вполне вероятно, что его начало будет способствовать коррекции на российском рынке. Экономика восстанавливается гораздо медленнее, чем восстанавливаются мировые рынки. Так что есть вероятность того, что в отчетах мы продолжим фиксировать негативные последствия кризиса. Поэтому я бы посоветовала воздержаться от активных операций* (Коммерсантъ — Деньги. 2010. 5—11 апр.).

Данное сообщение направлено на передачу прямого совета адресату — не вкладывать свои финансовые средства в ценные бумаги: «я бы посоветовала воздержаться от активных операций». Анализируемое явление подкрепляется информацией, способствующей расширению экстралингвистических знаний референта: «экономика восстанавливается гораздо медленнее, чем восстанавливаются мировые рынки». Читатель, ознакомившийся с данной статьей, примет во внимание предоставленную в его распоряжение информацию при осуществлении дальнейших операций с собственными денежными средствами.

В рамках **отношений между участниками коммуникации** изучаются: 1) формы речевого общения (информативный диалог, спор, дебаты и т. п.); 2) социально-этикетная сторона речи (формы обращения, стиль общения); 3) соотношение между участниками коммуникации в тех или иных речевых актах. Проследить отношения между участниками коммуникации применительно к газетно-публицистическому экономическому дискурсу представляется целесообразным на примере интервью. Материал под заголовком «Зденек Турек: скоро банки начнут конкурировать за хороших клиентов» характеризует речевое поведение журналиста как стереотипное и индивидуальное автоматизированное, вежливое контактоустанавливающее, подготовленное (*Но не кажется ли вам странным, что страна с незначительной долей — порядка 0,5 % — в глобальном ВВП вызвала масштабную коррекцию на фондовом рынке, обвал евро и столько опасений очередной волны кризиса в Европе?*), наступательно-провокационное (*Если это часть глобальной стратегии, то почему тогда глобальному Citi не удалось избежать плохих долгов, закончив второй год подряд с убытком?*). Однако речевое поведение журналиста зависит в значительной степени от социального статуса собеседника. Речевое поведение интервьюируемого в данном тексте можно определить как подчеркнуто взаимовежливое, слегка отклоняющееся от языковой нормы (*Я бы не хотел спекулировать на эту тему*), эмоциональное (*...здесь присутствовала дополнительная нервозность из-за ожидания... операций*) (Коммерсантъ — Деньги. 2010. 22—28 мар.).

В связи с **ситуацией общения** изучаются: 1) интерпретация дейктических знаков, а также индексальных компонентов в значении слов; 2) влияние речевой ситуации на тематику и формы коммуникации. В речевой ситуации экономического дискурса значение имеет временной контекст: время дефолта, экономического кризиса, рост влияния банковских систем, саммиты, свя-

занные с внешнеэкономической деятельностью, и др. Исследуемый дискурс сам за себя говорит о предмете речи: события, окружающие человека в области экономики. Для речевой ситуации важным является цель общения. Непосредственной целью экономического дискурса также может быть побуждение партнера к действию, предупреждение его о возможных изменениях, привлечение внимания реципиента к производству предприятий и др.

Стрессовые ситуации, к которым причисляется и социально-экономический кризис, сужают число параметров, которые подлежат обработке. По этой причине человек по-иному оценивает поступающую информацию, преувеличивая значимость того или иного параметра. Эти особые условия сужения информационного потока формируют иные модели речевого действия и реагирования. Реципиент усиливает его, исходя из психологических механизмов работы с информацией — он избирательно берет из окружающей его действительности только те характеристики, которые поддерживают выбранную им интерпретацию.

Основным средством достижения соответствующего информационного доминирования остается контроль информационного пространства. Характерной особенностью управления коммуникациями в условиях кризиса является разработка моделей порождения информации и моделей блокирования ненужной информации, которая своей циркуляцией может приводить к саморазрушению системы. Таким образом, можно представить два основных коммуникативных процесса, значимых для управления кризисом: 1. Порождение информации. 2. Блокирование информации [Почепцов 2001: 515]. В процессе порождения/блокирования информации автору текста необходимо осмысленный, целенаправленный, прагматически обусловленный выбор языковых единиц, включаемых в коммуникативную ситуацию. Известно, что «под правилами отбора языковых средств и построения высказываний (текстов) в различных типичных ситуациях общения с разной коммуникативной интенцией в определенном обществе в данный исторический период его развития принято определять коммуникативно-прагматическую норму» [Анисимова 1988: 65]. Данная дефиниция напрямую коррелирует с определением С. И. Назарова: «Языковая норма может быть определена как комплекс представлений носителя данного языка о том, какие языковые и речевые формы в различных коммуникативных ситуациях являются наиболее адекватными для осуществления интенций говорящего» [Назаров 1990: 20].

Коммуникативная интенция может быть реализована посредством множества разных способов, а выбор того или иного пути ее достижения называют стратегическим целеполаганием: «...коммуникативная ситуация всегда проблемна, т. е. предполагает решение какой-либо коммуникативной задачи. Это „движение“ от реально существующей ситуации к воображаемой результирующей воплощается в способах речевого поведения общающихся — стратегиях создания текста (дискурсивных стратегиях коммуникантов)» [Борисова 1999: 82].

Е. В. Клюев понимает под коммуникативной стратегией «совокупность запланированных говорящим заранее и реализуемых в ходе коммуникативного акта теоретических ходов, направленных на достижение коммуникативной цели» [Клюев 1998: 10]. В свою очередь, И. Н. Борисова утверждает, что это «способ организации речевого поведения в соответствии с замыслом, интенцией коммуниканта» [Борисова 1999: 85]. В данном исследовании считаем целесообразным отдать приоритет определению стратегии с прагмалингвистической точки зрения, понимая под ней «совокупность речевых действий» [Труфанова 2001: 58], «цепочку решений говорящего, его выборов определенных коммуникативных действий и языковых средств» [Макаров 2003: 192].

По нашему мнению, явление «экономического эвфемизма» (соответствующее стратегии «эвфемизация»), призванное отвлечь внимание слушающей/читающей аудитории от запретного понятия, закамуфлировать нежелательную информацию во избежание социально-экономических конфликтов между государственным сектором, частным сектором и человеком как основными участниками экономического дискурса, завуалировать неверные действия, неоправданное поведение в сфере экономики, создать социальные условия для максимально беспрепятственного осуществления «предпринимательского диалога», можно считать одной из основных стратегий реализации блокирования информации в публицистическом экономическом дискурсе.

Обратное тому явление — экономический дисфемизм (стратегия «дисфемизация») как 1) прямая номинация негативных событий в экономической сфере, 2) грубое или непристойное обозначение изначально нейтрального понятия с целью придания ему негативной смысловой нагрузки или просто для усиления экспрессивности речи; 3) «устаревание» некогда бывших эвфемизмов, вуалировавших правду экономических событий, способно порождать информацию в коммуникативном процессе управления кризисом.

Наглядно продемонстрируем нашу точку зрения на примерах контекстов нарратива кризиса со II по IV этап его развития, включенных в нашу исследовательскую картотеку.

But in a recent note, analysts at Keefe Bruyette & Woods said: "Most Latin American capital markets have experienced a steep sell-off, currencies have weakened, commodity prices have fallen, and the overall economic climate has deteriorated" (The Observer. 2008. Sunday, 21 Dec.).

Так, в контексте, взятом из аналитической статьи под заголовком «Backing Madoff dents Santander's shining financial reputation» и характеризующем II этап развития кризиса, информация носит порождающий характер. Адресант позволяет себе описать ситуацию, сложившуюся в брокерских конторах, дисфемистично: *a steep sell-off, currencies have weakened, commodity prices have fallen, and the overall economic climate has deteriorated*. Прямая номинация негативных событий в экономической сфере характеризует содержательно-фактуальный способ образования дисфемизации, однако ответственность за публикуемую

информацию журналист с себя снимает при помощи осколочной цитаты, репрезентирующей слова аналитиков в оригинале.

В российском журнале «Экономика и жизнь» использован стилистический прием «аллюзия», реализующий стратегию эвфемизации, на знаменитую теорию о «невидимой руке рынка» Адама Смита. С его помощью автору удается описать едва заметный процесс, когда в условиях свободного рынка личные интересы, в конце концов, работают на общий упадок вместо предполагаемого основоположником политической экономии блага: *В ближайшее время страховой рынок ждет испытание на выживание. „Невидимая рука рынка“, о регулирующей роли которой много говорили в период построения российской версии капитализма, дотянулась до горла игроков на фондовом рынке и может вскоре таким же образом „отрегулировать“ и реальный сектор экономики*» (Экономика и жизнь. 2008. 17 окт.).

Эвфемизмы *испытание на выживание, дотянулась до горла, таким же образом „отрегулировать“* блокируют отрицательную информацию, нивелируя ожидаемые в обозримом будущем негативные обстоятельства. Однако в сообщении ясно транслируется угроза будущему, исходящая из сложившейся ситуации.

Приведем пример контекста, зафиксированного в российском журнале экономической направленности «Прямые инвестиции» 1 апреля 2009 г. в статье под заголовком «План Обамы: оценка перспектив»: *Администрация Барака Обамы пришла к власти в период, когда кризис, начавшийся в США как финансовый, не только „перетек“ в реальный сектор, но и стал глобальным. Перед администрацией встала задача срочно решить целый блок социально-экономических проблем. Основные макроэкономические показатели США за первые месяцы 2009 года показали ухудшение ситуации. Кризис явно еще не достиг дна, что заставляет рыночные субъекты нервничать и усугубляет нестабильность на финансовых рынках. Поэтому задача восстановления доверия — один из программных приоритетов новой администрации.* Здесь также можно проследить порождение информации посредством содержательно-фактуального образования дисфемизации. Данный факт можно объяснить тем, что на этапе обострения кризиса (III этап) скрывать правду от адресата, переживающего негативное влияние кризиса на себе, не имеет смысла, иначе возникнут слухи, что лишь повредит репутации правящей коалиции и ее стремлению преодолеть кризис.

На этом же этапе существования кризиса было зафиксировано использование стратегии эвфемизации, цель которой — блокировать информацию. Проанализируем следующий контекст из статьи «This economic crisis cries out to be transformed into the founding of a new Europe» (The Guardian. 2009. Monday, 13 Apr.): *There can be no return to the national idyll. It is in all our interests for states to now abandon their nostalgic self-delusion.* Эвфемизация, реализованная в ироническом ключе и являющаяся критикой принятого государством финансово-экономического курса,

выполняет функцию «маскировки подлинной сущности обозначаемого». Адресант понимает, что для изменения дел в положительную сторону необходимо принять кардинальные меры, а не терпеть себя самообманом.

Используя метафору *the debt contagion* для реализации стратегии дисфемизации (в данном случае она образована содержательно-подтекстовым способом), автор статьи «Germany's Angela Merkel and other European leaders is under increasing pressure over the Greek debt crisis going global as markets were in turmoil» передает информацию в незавуалированной форме. Подобным образом реализуется цель частичного снятия с европейских стран ответственности за экономически нестабильную ситуацию в мире и возведения обвинений в этом на Грецию: *The growing crisis in the eurozone threatened to undermine the global economic recovery as markets plunged across the world on fears that European leaders may not be able to contain the debt contagion spreading from Greece* (The Guardian. 2010. Friday, 7 May).

Пример, зафиксированный нами в экономическом еженедельнике «Коммерсантъ — Деньги» за 2011 (IV этап — хронический кризис), демонстрирует стратегию эвфемизации, т. е. блокирование информации: *Происходящее весь последний месяц на финансовых рынках — это реакция на действия S&P, снизившего кредитный рейтинг США, или фундаментальная переоценка рисков в системе?*

В данном контексте под словами *происходящее* и *реакция*, на первый взгляд, единицами с нейтральной коннотацией, скрыта негативная нагрузка текущего финансово-экономического состояния стран Европы в общем и России в частности.

Информация об экономических проблемах Нью-Йорка, опубликованная в статье «Unemployment claims, consumer prices jump» еженедельника «USA TODAY», подана читателю дисфемистично: *The Federal Reserve Bank of New York said factory conditions in that region worsened for a fourth month, according to its September survey. Businesses saw fewer orders and paid higher prices. Factories in the region employed fewer people and their remaining employees worked fewer hours, the New York Fed said* (USA TODAY. 2011. Wedn., 14 Sept.).

Ссылаясь на данные, представленные Федеральным резервным банком (США), а значит, снимая с себя ответственность за содержание сообщения, автор порождает информацию посредством содержательно-фактуального образования, т. е. в неприкрытой форме, такой, какой она есть в реальности: *fewer orders and paid higher prices, employed fewer people, employees worked fewer hours*, — что свидетельствует о неготовности страны перейти на V этап (ликвидация кризиса), а значит, международный финансовый кризис по-прежнему держит в напряжении весь мир.

Таким образом, согласно вышеизложенному теоретическому материалу, подкрепленному практическим анализом, мы считаем, что для достижения коммуникативно-прагматического эффекта адресанты текстов публицистического экономического дискурса при освещении нарратива финан-

сово-экономического кризиса прибегают к реализации эвфемизации/дисфемизации как к основным глобальным стратегиям, используемым в качестве инструмента блокирования/порождения информации.

ЛИТЕРАТУРА

- Анисимова Е. Е. Коммуникативно-прагматические нормы // Филологические науки. 1988. № 6. С. 64—69.
- Борисова И. Н. Категория цели и аспекты текстового анализа // Жанры речи : сб. науч. ст. — Саратов : Изд-во ГосУНЦ «Колледж», 1999. Вып. 2. С. 81—97.
- Клюев Е. В. Речевая коммуникация : учеб. пособие. — М. : ПРИОР, 1998.
- Макаров М. Л. Основы теории дискурса. — М. : Гнозис, 2003.
- Назаров С. И. Языковая норма и языковая культура с позиции психолингвистики // Нормы человеческого общения : тез. докл. науч. конф. — Горький, 1990. С. 19—20.
- Падучева Е. В. Семантика нарратива. — М. : Языки русской культуры, 1996.
- Попова Е. А. О лингвистике нарратива // Филологические науки. 2001. № 4. С. 87—91.
- Почепцов Г. Г. Теория коммуникации. — М. : Рефлбук, 2001.
- Труфанова И. В. О разграничении понятий: речевой акт, речевой жанр, речевая стратегия, речевая тактика // Филологические науки. 2001. № 3. С. 56—65.
- Чудинов А. П. Политическая лингвистика. — М. : Флинта : Наука, 2006.
- Machlup F. A Note on Fixed Costs // Quarterly Journal of Economics (QJE). — Oxford, 1934. № 3 (48).
- Schiffrin D. In other words: Variation in reference and narrative. — Cambridge, 2006.
- Sombart W. Die Bedeutung des Einschlags juedischer Elemente für Deutschlands // Wirtschaftsleben Ost und West: Illustrierte Monatschrift für modernes Judentum 4: 1904. P. 23—26.

Статью рекомендует к публикации д-р филол. наук, проф. А. П. Чудинов

УДК 82-32:821.161.1

ББК Ш5(2Рос=Рус)6-4

ГСНТИ 17.09.91

Код ВАК 10.01.01

Н. П. Хрящева, Ю. А. Сухорукова
Екатеринбург, РоссияN. P. Khryashcheva, Yu. A. Sukhorukova
Ekaterinburg, Russia**ОБРАЗ РОССИИ В ПРИРОДНОМ, КУЛЬТУРНОМ
И ОБЩЕСТВЕННО-ИСТОРИЧЕСКОМ
КОНТЕКСТАХ****THE IMAGE OF RUSSIA IN THE NATURAL,
CULTURAL AND SOCIO-HISTORICAL CONTEXTS
(on the basis of the story by K. G. Paustovsky
“Ilyinsky pool”)**

(по рассказу К. Г. Паустовского «Ильинский омут»)

Аннотация. Раскрывается концепция России-родины в рассказе Паустовского «Ильинский омут». Описание конкретного места природы, образ которого рисуется через диалог с общественным мнением, а также русской и зарубежной литературой и культурой, включает в себе суть России. Осознание понятия «родина» происходит в сопоставлении родной страны с другими странами — Францией и Италией.

Abstract. This article deals with the concept of Russia — the homeland in the Paustovskiy's story “Ilyinsky pool.” The description of specific site of nature, the image of which is drawn through a dialogue with public opinion, as well as with Russian and foreign literature and culture, embodies the essence of Russia. Awareness of the concept of “homeland” comes in comparison with other countries — France and Italy.

Ключевые слова: Россия; родина; диалог; культура; мировое пространство.

Key words: Russia; birthplace; dialogue; culture; world space.

Сведения об авторе: Хрящева Нина Петровна, доктор филологических наук, профессор кафедры современной литературы.

About the author: Khryashcheva Nina Petrovna, Doctor of Philology, Professor of the Chair of Modern Literature.

Место работы: Уральский государственный педагогический университет.

Place of employment: the Ural State Pedagogical University.

Контактная информация: 620017, г. Екатеринбург, пр. Космонавтов, 26, к. 279.
e-mail: ninaus@olympus.ru.

Сведения об авторе: Сухорукова Юлия Алексеевна, аспирант кафедры современной литературы.

About the author: Sukhorukova Yuliya Alekseevna, Post-graduate Student of the Chair of Modern Literature.

Место работы: Уральский государственный педагогический университет.

Place of employment: Ural State Pedagogical University.

Контактная информация: 620017, г. Екатеринбург, пр. Космонавтов, 26, к. 279.
e-mail: Kalina_1@list.ru.

«Ильинский омут» (1964 г.) — одно из последних произведений К. Паустовского, в котором писатель пытается осмыслить судьбу своей страны, создавая ее природный, культурный, общественно-политический образ.

В данном рассказе повествование ведется от первого лица, повествователь — автор. Прежде всего он дает почувствовать обширность территории России. Страна настолько велика, что «на знакомство» [Паустовский 1969: 547] с ней не хватит жизни. В подтверждение этой мысли повествователь перечисляет известные места России, которые он не видел. Упомянутые места разбросаны по всей стране, одни из них знамениты красотой природы (Байкал, разливы Оби), другие имеют культурное значение (остров Валаам, усадьба Лермонтова в Тарханах). Сожаление о невиденном сменяется размышлениями о способах восполнения этого «пробела»: «Можно, даже сидя всю жизнь на одном клочке, увидеть необыкновенно много» [Там же: 548], так как все зависит от остроты и пылливости взгляда, что и берется показать писатель на примере Ильинского омута. Он расположен недалеко от столицы и «не связан ни с какими историческими событиями или знаменитыми людьми» [Там же: 548]. Однако именно его облик открыл писателю «сущность русской природы» [Там же: 548—549].

Повествователь называет Ильинский омут «великим местом природы» [Там же: 548]: «Я думаю, что слово „великий“ применимо не только к событиям и людям» [Там же: 548]. Он вступает в диалог с укоренившимся представлением, пока-

зывая, что сфера применения слова оказывается шире, чем принято считать: великими могут быть и «некоторые местности нашей страны, России» [Там же: 548]. Это утверждение, в свою очередь, приводит писателя к размышлениям над процессами в современном ему языке (по мнению П. Рикера, «понять себя во времени, обрести свою идентичность можно только через столкновение с другими текстами, созданными другими авторами и самим собой. Личность представляет себя себе и окружающим посредством преобладающих в данной культуре и выбранных ею повествовательных стратегий, нарративов» [Цит. по: Абашева 2001: 18]), отражающими сдвиги в общественном и художественном сознании советской эпохи: «Мы не любим пафоса, очевидно, потому, что не умеем его выражать. Что же касается протокольной сухости, то в этом отношении мы переживаем, боясь, чтобы нас не обвинили в сентиментальности» [Паустовский 1969: 548]. Тенденция к доминированию официальной, политической лексики распространилась на язык разговорный и художественный. Писатель констатирует данное явление, говоря «мы», относя его и к себе. Вместе с тем он показывает, что «сухое» словопроизводство не всегда передает истинные чувства и мысли: «Между тем многим, в том числе и мне, хочется сказать не просто „поля Бородина“, а „великие поля Бородина“, как в старину, не стесняясь, говорили: „Великое солнце Аустерлица“» [Там же: 548].

Обозначение редкостных качеств Ильинского омута также происходит в диалоге с общественным мнением: «Оно, как принято говорить, „ти-

пично“ и даже классично» [Там же: 549]; «...такие места действуют на сердце с неотразимой силой»; «...если бы не опасение, что меня изругают за слащавость, я сказал бы об этих местах, что они благодатны, успокоительны и что в них есть нечто священное» [Там же: 549]. Как видим, позиция писателя формируется в диалоге с мнением общества, явленным в безоценочном слове. Вопреки «типичной» точке зрения, писатель пытается утвердить свое мнение как общественно значимое.

Он внимателен к языку, к процессам, в нем происходящим, вдумывается в каждое слово, чутко улавливает его значение и сферу применения, в особенности он внимателен к названиям. Так, Ильинский омут, «великий» и «великолепный» уголок природы, имеет «скромное» название, которое «звучит не хуже, чем Бежин луг или Золотой плес» [Там же: 548]. Значение Ильинского омута как «сокращенного» образа России осознается через ассоциативные связи, возникающие в сознании читателя при упоминании как тургеневского творения, так и живописного полотна Левитана. Ильинский омут поставлен в один ряд с теми уголками природы, которые запечатлены в этих великих произведениях, оказавших значительное влияние на формирование русской культуры. Автор называет это место природы «священным», ссылаясь на авторитет великого русского поэта: «Имел же Пушкин право говорить о „священном сумраке“ царскосельских садов. Не потому, конечно, что они освящены какими-либо событиями из „священной истории“, а потому, что он относился к ним, как к „святыне“» [Там же: 549]. Ильинский омут священен потому, что «наполняет нас душевной легкостью и благоговением перед красотой своей земли, перед русской красотой» [Там же: 549].

Далее автор-повествователь берется объяснить, почему это происходит, производя подробнейшее описание Ильинского омута. В нем словно сосредоточены все те картины природы, которые считаются типично русскими — суходол, река, бескрайние поля, непроходимые леса, деревни. Ильинский омут потрясает «открытым для взора размахом величественных далей», которые «подымались ступенями и порогами одна за другой» [Там же: 549]. Повествователь последовательно описывает все шесть планов, подчеркивая уникальность каждого из них. Он отмечает своеобразную цветовую гамму каждой «дали». Так, первая «даль» потрясает буйством красок: суходол «пестрел цветами» [Там же: 550], на втором плане преобладает «серо-зеленый дым» [Там же: 550] и т. д.

В связи со сказанным приоткрывается и семантика названия рассказа. С одной стороны, в заголовке вынесено имя конкретного географического уголка природы Тарусского района Калужской области, с другой — это метафора, несущая в себе сокровенный смысл русской природы. Слово «омут» означает болото, водоворот или «глубокую яму на дне реки, озера» [Ожегов 1999: 453]. Однако это место — лесной массив, где нет болота, есть лишь неглубокая речка. На первый взгляд, такое наименование вызывает недоумение, однако в нем выражен сущностный смысл этого уголка природы: он захватывает, вовлекает

в свою глубину, подобно омуту, но не губит, а напротив — дарит человеку успокоение открытым горизонтом, распахивающимися во все концы величественными «далями».

Сокрытым смыслом, заключенным в названии, и направляется сюжетное движение рассказа. Автор-повествователь последовательно живописует все шесть планов, втягивая читателя не столько в созерцание, сколько в осознание этой открытой взорам земли как родной. Процесс данного осознания разворачивается автором посредством обширнейшего культурного диалога, который строится на разного рода аллюзиях и реминисценциях русской и зарубежной классики. Например, сравнение виднеющихся на третьем плане «полей зрелой ржи, гречихи и пшеницы» [Там же: 550] с «разноцветными платями» [Там же: 550] заставляет вспомнить стихотворение А. Блока «Россия»: «А ты все та же — лес да поле // Да плат узорный до бровей» [Блок 1989: 287]. Аллюзивно и описание на четвертом плане «сотен деревень», которые «лежали, прикорнув к земле» [Там же: 550]. Деревни как неизменный атрибут российских пространств множество раз были опоэтизированы русскими художниками: М. Лермонтовым («Встречать по сторонам, вздыхая о ночлеге // Дрожащие огни печальных деревень» [Лермонтов 1998: 105]); А. Блоком («Россия, нищая Россия // Мне избы серые твои» [Блок 1989: 287]). Писатель воспеваает сокровенные свойства русской деревни, как, например, «исконный и приветливый запах ... только что испеченного хлеба» [Паустовский 1969: 550]. Ему даже кажется, что он чувствует этот долетающий от деревни запах.

Описание старого вяза, стоящего на последнем плане, «на границе между тусклыми волнами овса и ржи» [Там же: 552], в сознании читателя одновременно ассоциируется с дубом из «Войны и мира» Л. Толстого. В эпосе Толстого дуб оказывался в психологической параллели к внутреннему состоянию Андрея Болконского, в рассказе Паустовского вяз проявляет родство души автора с окружающим его миром природы.

Итак, образ Ильинского омута создается автором из «картин», ассоциативно отсылающих читателя к вершинным произведениям русской литературной и живописной классики. Русская культура, рожденная пленительной природой средней полосы России, словно вновь в нее возвращается, с тем чтобы воплотиться под пером автора в зримый образ Родины.

Помимо культурного «окружения», в образ России по праву вплетается ее богатая история. Описание Ильинского омута мерцает событиями древних времен. Повествователь догадывается, что узловатый вяз был свидетелем важных и, возможно, трагических событий: «Мне все казалось, что вяз неспроста стоит среди этих горячих полей. Может быть, он охраняет какую-то тайну...» [Там же: 552]. Эта догадка подтверждается человеческим черепом, «вымытым недавно ливнем из соседнего оврага»: «Череп был темно-коричневый. От лба до темени он был рассечен мечом. Должно быть, он лежал в земле со времен татарского нашествия» [Там же: 552]. Это описание воина, его трагическая судьба органично вы-

зывает у автора ассоциации со «Словом о полку Игореве»: «...слушал, ... как кликал див, как брехали на кровавое закатное солнце лисицы» (ср.: перед бедой «збися див, кличьть врьху древа» и «лисици брешуть на чрьленья щиты») [Слово о плку Игореве 1989]). А после кровавой битвы «Чръна земля подь копыты костью была посеяна». Возможно, с тех времен череп и сохранился в земле. Еще одним актом истории выступает Вторая мировая война, вскользь упомянутая в связи с мельницей под Воронежем. Так пунктирно в рассказе создается великий путь, пройденный Россией от древности до современности.

В Ильинском омуте как типичном русском пейзаже, по мнению писателя, не хватает одной детали — мельницы. Он с сожалением говорит об этом, утверждая, что мельница подходит к русскому пейзажу «так же, как русской крестьянской девушке идет цветистая шелковая шаль» [Паустовский 1969: 552]. Отвлекаясь от основного рассказа, писатель вспоминает о воронежской мельнице. Причем его желание видеть в границах Ильинского омула мельницу настолько велико, что оно каким-то образом воплощается в реальности: «Я часто ходил не только к ветряку...» [Там же: 552]. Писатель силой художественного воображения силится объединить Ильинский омут с воронежским пейзажем, дорисовывая первый до идеального, «типично русского».

Но еще более настойчивым оказывается желание Паустовского увидеть картины русской жизни в «зеркала» чужих культур. Реализуется это желание посредством мотива путешествия, зарубежных поездок, позволяющих переплести текст и жизнь. Так, собственная жизнь на воронежской ветряной мельнице увидена автором в «зеркале» другой жизни, другого писателя — Альфонса Додэ. Паустовский посетил его знаменитую мельницу, в которой тот устроил свое жилище. Появилась возможность сравнить мельницы: «Очевидно, жизнь на ветряной мельнице, пропащей мукой и старыми травами, была удивительно хороша. Особенно на нашей воронежской мельнице, а не на мельнице Альфонса Додэ. Потому что Додэ жил в каменной мельнице, а наша была деревянная, полная милых запахов смолы, хлеба и повилики...» [Там же: 551—552]. Это сопоставление своего, родного с подобным же, но заграничным имеет дальний прицел. Так, жернова, «высеченные из розового песчаника» [Там же: 551], у которых автор «иногда задремывал» [Там же], ассоциируются в его сознании со временами Элады. Эта догадка подтвердится, когда несколько лет спустя он увидит «статую египетской царицы Нефертити, высеченную из такого же камня, как и жернова» [Там же]. Он поразится «женственности и нежности, какая заключалась в этом грубом песчанике, таящем в себе „нетленную красоту“» [Там же]. Утилитарное приспособление и произведение высокого искусства оказываются связанными материалом. Наблюдения Паустовского над культурами разных стран неожиданно прорастают догадкой об общности их глубинного истока.

Мысль художника, пульсирующая от своего к чужому и наоборот, определяет архитектурное строение текста. Его центр — образ Ильин-

ского омула, совпадающий для автора-повествователя с центром мира, — «радирует» пучками взаимонаправленных ассоциаций. Так, по причине «кровного родства» рядом с Ильинским омутом — сердцем России, вопреки реальной топографии, оказывается расположенной усадьба Богимово: «старый парк» [Там же: 552], «господский дом с террасой и венецианскими окнами» [Там же: 552], в котором жил одно лето Чехов, написавший здесь «Остров Сахалин» и «Дом с мезонином» (усадьба Богимово — исторический архитектурный памятник, родовое имение Прончищевых, лето 1891 г. в Богимово провел А. П. Чехов). Чехов для автора «совершенно родной человек» [Там же: 553], понимавший русский народ. Автор-повествователь пишет: «Я помню, как у моего отца сразу опустились плечи и затряслась голова, когда ему сказали, что умер Чехов. И как он быстро отвернулся и ушел, чтобы пережить свое непоправимое, безнадежное горе ... Никого из русских писателей, кроме Пушкина и Толстого, не оплакивали с такой тоской и болью, как Чехова» [Там же]. В один ряд этих художников «объединил» сам народ, переживавший их утрату как личную беду.

Примечательно, что рассказ таит в себе и еще один поворот «патриотической» мысли Паустовского. Он связан с попыткой вслушаться в строй своих ощущений родины, находясь за ее пределами, и передать их в жанре путевых заметок. Характерной чертой этого взглядывания становится внутренняя потребность увидеть в чужом свое, родное. В чужих красотах, ландшафтах, странах и весях, рельефах берегов и морей ему чудятся родные российские черты, приметы и знаки: «...самолет шел над Тирренским морем. Я смотрел в круглое окно-иллюминатор. В бездонной синеве и глубине появились желтые очертания острова, похожего на цветок чертополоха. Это была Корсика» [Там же: 553]. Остров своими очертаниями напомнил автору лист колючего растения, с описания которого начинается толстовский «Хаджи-Мурат». Чертополох одинок, как и Корсика — маленький остров посреди океана. Берега Корсики, как и форма листа, «изорваны многими тысячелетиями» [Там же: 554]. На острове стоят замки, похожие своей формой на колючки чертополоха. Как ни странно, но именно эти «колючки» [Там же: 553], не раз наблюдаемые автором вблизи Ильинского омула, «связали воедино» родину Наполеона, Корсику, и родную землю автора-повествователя.

«Неродина» потрясает путешественника своей красочностью, экзотичностью. Но чем ярче сверкает Рим «яростными отражениями солнца в стеклянных стенах многоэтажных новых домов» [Там же: 554], тем более нестерпимым становится желание героя-писателя возвратиться в Россию, «в бревенчатый простой дом» [Там же], где его дожидаются не только друзья, но и «ивы, и туманные русские равнинные закаты» [Там же].

Красочная Италия сменяется Францией, которую писатель «полюбил давным-давно» [Там же: 555]. Ее природа, ландшафт, культура, казалось бы, ближе русскому духу. С любовью описывает автор Эрменонвильский парк, старинное поместье, где провел последние годы Жан-Жак Руссо.

Этот парк и важнейшая для европейской культуры фигура рождают в душе путешественника поток ассоциаций, увязывающих в некую целостность великих людей Франции разных исторических эпох: Наполеона, который бывал в Эрменонвиле и придерживался в своей деятельности философии Руссо, и современного политика, военного лидера Шарля де Голля, который продолжил борьбу за величие Франции и кумиром юности которого был Наполеон.

Эрменонвильский парк, символизирующий богатейшую культуру Франции, не менее поражает природной красотой, а точнее искусно сделанной естественностью. Автор с удивлением замечает, что он «никогда не видел таких огромных платанов» [Там же]; не слышал такого безмолвия, переданного определением «серая тишина» [Там же] — в нем слиты воедино звук и цвет; не наблюдал над головой особого неба — «легкого и очень светлого» [Там же], которое принято называть «парижским» [Там же]. И путешественник уже почти готов беседовать с тенями великих людей... Но призрачно-серая картина парка внезапно меняется: «мглу облаков» [Там же] прорезывает «розовый луч солнца» [Там же]. Он остро и резко напомнил писателю об Ильинском омуте, заставив затосковать по своей «простой земле, своим закатам, своем подорожнике и скромном шорохе палой листвы». Эта тоска переходит в торопливость, с которой писатель начинает собираться «домой, на Оку, где все было так знакомо, так мило и простодушно» [Там же]. Сила и естественность этих чувств рождают в душе Паустовского понимание родины как основной жизненной ценности: «Нет! Человеку нельзя жить без родины, как нельзя жить без сердца» [Там же: 556].

Итак, Ильинский омут как конкретное географическое место, приоткрывающее сокровенную суть русской природы, перерастает в рассказе в символ родной страны, а точнее родины, наполняющей душу трепетным волнением. Это перерастание совершается посредством искусного композиционного построения, ключом к которому является семантика названия рассказа, построенного на инверсии. Ее функция связана с преодолением губительного свойства «омута» (Невольно возникает ассоциация с Блоком: «Пускай заманит и обманет, — // Не пропадешь, не сгинешь ты... [Блок 1989: 287]): затягивающая вглубь вертикаль сменяется горизонтальной перспективой наблюдающего и оценивающего авторского взгляда, вновь/впервые открывающего родную страну.

ЛИТЕРАТУРА

- Абашева М. П. Литература в поисках лица. Русская проза конца XX века: становление авторской идентичности. — Пермь : Изд-во Перм. ун-та, 2001.
- Блок А. А. Стихотворения. Поэмы. Воспоминания современников. — М. : Правда, 1989.
- Ивич А. Паустовский — пейзажист // Ивич А. Природа. Дети (Пришвин, Паустовский, Дубов, Панова). — М. : Детская литература, 1975. С. 45—107.
- Лермонтов М. Ю. Стихотворения. Поэмы. Герой нашего времени. — М. : АСТ Олимп, 1998.
- Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка. — М. : Азбуковник, 1999.
- Паустовский К. Г. Ильинский омут // Паустовский К. Г. Собр. соч. : в 8 т. М. : Художественная литература, 1969. Т. 7 : Пьесы, рассказы, сказки. С. 539—556.
- Слово о плъку Игореве, Игоря сына Святъславля, внука Ольгова : древнерус. текст. — М., 1989.
- Слово о полку Игореве : древнерус. текст. — М. : Просвещение, 1984.

Статью рекомендует к публикации д-р филол. наук, проф. Н. В. Барковская

М. В. Терских
Омск, Россия

M. V. Terskikh
Omsk, Russia

ИМИДЖ СИБИРИ В АСПЕКТЕ БРЕНДИНГА ТУРИСТИЧЕСКОЙ ДЕСТИНАЦИИ

IMAGE OF SIBERIA IN THE ASPECT OF THE TOURIST DESTINATION BRANDING

Аннотация. Изучается концепт «Siberia» в сознании носителей английского языка. Автор посредством реконструкции концепта выявляет специфику восприятия сибирского региона представителями англоязычного лингвокультурного сообщества, определяет имиджеобразующий потенциал данного концепта при формировании туристической дестинации.

Abstract. Article examines the concept "Siberia" in consciousness of native speakers of English. The author by means of reconstruction of the concept considers specificity of perception of Siberian region by representatives of English-speaking lingo-cultural communities, defines the image potential of this concept in the formation of tourist destination.

Ключевые слова: политический имидж; брендинг; медиадискурс; туристический дискурс; туристическая дестинация; концепт; концептосфера.

Key words: political image; branding; media discourse; tourist discourse; tourist destination; concept; concept sphere.

Сведения об авторе: Терских Марина Викторовна, кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры теоретической и прикладной лингвистики, факультет филологии и медиакоммуникаций.

About the author: Terskikh Marina Viktorovna, Candidate of Philology, Assistant Professor of the Chair of General and Applied Linguistics, The Faculty of Philology and Media Communication.

Место работы: Омский государственный университет им. Ф. М. Достоевского.

Place of employment: Omsk State University n.a. F. M. Dostoevsky.

Контактная информация: 644077, Россия, г. Омск, пр-т. Мира, 55а, 2-й корпус ОмГУ, каб. 124.
e-mail: terskihm@mail.ru.

В настоящее время все более актуальной становится проблема конкурентоспособности территории в борьбе за привлечение инвесторов, туристов, потребителей и т. п. Существенную роль в данной ситуации играет брендинг региона, нацеленный на формирование положительного имиджа территории, обеспечивающего туристскую и инвестиционную привлекательность местности.

новная цель территориального брендинга заключается в создании, развитии и распространении положительного образа региона/территории, обеспечении притягательности/привлекательности данной территории для человека. При этом важно осознавать тесную взаимосвязь имиджа отдельных регионов с имиджем России в целом. Россия, таким образом, предстает в сознании представителей различных национально-лингвокультурных сообществ как мозаика из ряда компактных моделей определенного географического пространства, которые в конечном счете и формируют образ страны.

Отправной точкой формирования как внутреннего, так и внешнего образа территории является политический имидж государства, понимаемый довольно широко как воображаемый образ данного государства у граждан страны и зарубежья. При этом очевидно, что современный политический имидж России является весьма противоречивым, что обуславливает необходимость целенаправленной деятельности по созданию позитивного образа государства в сознании представителей различных национально-лингвокультурных сообществ.

Если исходить из данного положения, становится очевидно, что для укрепления имиджа России на политической арене необходима работа и с образами регионов, представляющих Россию.

Последние годы много говорят и пишут о том, насколько важным является обновление бренда России, поскольку без качественно сконструированного имиджа страна не может быть в необходимой степени влиятельной, уважаемой, авторитетной. Отметим также, что важность решения задачи по формированию положительного имиджа России отражена в Концепции внешней политики Российской Федерации: «На передний план выдвигается задача формирования за рубежом позитивного восприятия России, дружественного отношения к ней» [Концепция... 2000].

Нет сомнения в том, что Сибирский регион, как один из крупнейших регионов России, в настоящее время остро нуждается в ребрендинге: реальный имидж Сибири далек от желаемого. За последние несколько лет появился ряд статей В. И. Супруна, направленных на изучение имиджа Сибири, выявление проблем, связанных с позиционированием данного региона [Супрун 2006; Супрун 2007; Супрун, Шейникова, Самсонов 2006]. Современный имидж Сибири представляется автору размытым, неопределенным и скорее негативным, нежели позитивным. Между тем отсутствие положительного имиджа региона тормозит и его экономическое развитие: трудно убедить инвесторов вкладывать деньги в экономику региона, который имеет репутацию пустынного и неприветливого.

Таким образом, имидж страны и ее отдельных регионов играет важную роль в системе международных отношений, имидж территории при этом становится одним из важнейших инструментов решения конкурентных задач.

В рамках представленного исследования остановимся на одной из составляющих имиджа территории — туристическом имидже местности, который, без сомнения, тесно связан с политическим, природно-географическим, историко-культурным, социально-экономическим компонентами внешнего имиджа региона в целом (все эти ком-

Важность регионального имиджбилдинга как способа формирования целостного образа России является, с нашей точки зрения, очевидной. Ос-

поненты характеризуются взаимовлиянием в рамках макроструктурной модели имиджа территории). Кроме того, туризм, с нашей точки зрения, может рассматриваться как одно из средств формирования имиджа региона и инструмент борьбы со стереотипными установками, не соответствующими действительности.

Целью данной статьи является реконструкция концепта «Siberia» как фрагмента концептосферы носителей английского языка для выявления представлений о Сибирском регионе (в том числе и как о туристической дестинации). Под *туристической дестинацией* мы, вслед за А. Ф. Гороховым, будем понимать «интенсивно производимую и потребляемую совокупность туристических ресурсов, разработанных на базе туристических ресурсов и инфраструктуры определенной территории, сконцентрированную во времени и пространстве и предназначенную для определенных категорий потребителей» [Горохов 2007: 4].

Как представляется, формирование имиджа туристической дестинации необходимо начинать с выявления представлений массовой аудитории об объекте позиционирования. Наиболее удобным инструментом, с нашей точки зрения, является методология когнитивной лингвистики, в частности реконструирование концепта в виде полевой структуры и фреймовое моделирование. Такого рода анализ позволит нам определить характер стереотипных представлений о территории (собственно имидж дестинации), выявить ожидания групп общественности в отношении туристического объекта, провести сопоставление имиджа территории с реальными характеристиками туристической дестинации, выявить рекреационные возможности региона.

Итак, поскольку наш анализ имиджа Сибири будет основываться на рассмотрении данного региона в аспекте привлекательности для иностранных *туристов*, остановимся на определении имиджа страны, данном Всемирной организацией по туризму. Имидж страны предстает как *совокупность эмоциональных и рациональных представлений, вытекающих из сопоставлений всех признаков страны, собственно опыта и слухов, влияющих на создание определенного образа*. Данное определение, как нам представляется, легко экстраполируется на имидж отдельного региона и позволяет осуществить реконструкцию имиджа Сибири посредством методов концепт-анализа (анкетирования, ассоциативного эксперимента, контент-анализа и пр.).

Несмотря на то что Сибирь обладает довольно широкими возможностями для привлечения инвестиционного капитала, а также для развития туристической сферы, воспринимается данная территория и отечественными, и западными инвесторами как регион неперспективный и нерентабельный. Очевидно, что проблемы позиционирования сибирского региона как в России, так и на Западе связаны с целым комплексом причин, в частности с отсутствием необходимой информации, слабой выраженностью конкурентных преимуществ при трансляции какой-либо информации о регионе, неумением грамотно позиционировать и продвигать возможности региона и т. п. По-

этому столь значимой представляется трансформация некорректных представлений о Сибири, в частности в сознании иностранцев.

Пребывая за рубежом, жители различных городов Сибири вынуждены постоянно развенчивать мифы о «стране» своего проживания — «Сибирии», объясняя, что зима здесь не круглый год и водопровод не замерзает, что не все сибиряки беспрестанно пьют водку и что встретить медведя — большая редкость. Кроме того, регулярно приходится сталкиваться с наличием нулевого стереотипа, связанного с полным отсутствием какой-либо информации об объекте.

Для того чтобы получить общее представление об образе Сибири на Западе, достаточно просмотреть публикации в крупных западных изданиях и на интернет-порталах. Названия книг и статей говорят сами за себя: большой резонанс имела книга Фионы Хилл и Клиффорда Гэдди «Сибирское проклятие: как коммунистические плановики заморозили Россию» (Hill F., Gaddy C. *Siberian Curse: how communist planners left Russia out in cold*. 2003), одна из публикаций журнала «Time» носит название «Изнасилование Сибири», причем в статье Сибирь рассматривается через метафору смерти и лишения (The rape of Siberia // *Time*. 1995. 4.09), в журнале «Newsweek» размещен материал «Сибирь: замученная земля» (Siberia: the tortured land // *Newsweek*). Примеры можно множить, но общая тенденция и так очевидна.

Такая ситуация, безусловно, сигнализирует о необходимости репозиционирования Сибирского региона. Естественно, позиционирование и репозиционирование территории — это длительный и трудоемкий процесс, и работа должна проводиться по нескольким направлениям, предполагающим улучшение имиджа Сибири в глазах и россия (в том числе самих сибиряков), и иностранного сообщества.

Имидж в силу своей природы тесно связан с ментальными процессами. Поэтому концепт как когнитивная категория, на наш взгляд, наиболее полно отражает имеющиеся в массовом сознании представления о Сибири. Реконструкция концепта и построение его фреймовой модели, как мы уже отмечали, представляется удобным инструментом для анализа имиджа. Д. Н. Замятин [Замятин 2000] рассматривает структуру образа территории как своеобразную матрешку: стержневой образ спрятан внутри нескольких упаковок. Предложенная исследователем метафора в полной мере соответствует используемой нами в рамках данной статьи когнитивной методологии, позволяющей в форме полевой модели представить «матрешку» образа Сибири. Концепт-анализ позволит, таким образом, лингвистическими методами выявить структурные компоненты образа конкретно региона.

Сделаем несколько предварительных замечаний относительно структуры имиджа страны/региона. Согласно подходу Д. Н. Замятина [Замятин 2000], структура образа региона предполагает ряд наслоений на стержневой *геополитический* образ, под которым понимаются целенаправленные и четко структурированные представления о географическом пространстве, вклю-

чающие наиболее яркие и запоминающиеся символы, знаки, образы и характеристики определенных территорий, стран, регионов, маркирующие их с политической точки зрения.

Не менее важен *геоэкономический* образ территории, который проецирует «финансовый имидж» региона.

Природно-ресурсный образ формирует красочное представление о ландшафте, характерном для региона, его природных богатствах (схематичное представление о флоре и фауне, формируемое, как правило, знаниями о наиболее ярких представителях природного мира территории). Кроме того, природно-ресурсный образ конституируется представлениями о климате, природных ресурсах местности. Массовое сознание, как правило, отождествляет тот или иной регион с каким-либо конкретным природным символом (Россию, например, с медведем и березкой; Японию — с цветущей сакурой и т. п.).

Следующее наслоение на имидж региона — *цивилизационно-культурный* образ, который формируется знаниями о национально-культурных символах территории (пирамиды в Египте, Великая стена в Китае, Лувр в Париже и т. п.).

Важную роль играет и *социоментальный* образ. По сути, речь идет о ключевых характеристиках представителей того или иного национально-лингвокультурного сообщества: пунктуальность немцев, чопорность англичан, коммуникабельность итальянцев.

Производственно-экономический образ предстает как символ благополучия, влиятельности и могущества региона. Это представление об уровне развития экономики, о товарах-символах данной местности.

Завершает формирование целостного имиджа региона *национально-ценностный* образ, раскрывающийся через приоритетную национальную идею, идентификацию региона с историческими ценностями, которые регион (чаще страна) предлагает миру и отстаивает на мировой арене.

При этом важно подчеркнуть, что отдельные из черт представленных составляющих имиджа могут являться ключевыми в образе региона, превращая все остальные компоненты в частные, несущественные. Так, Сибирь для иностранцев — это в первую очередь снег, мороз, медведи и тигры, а затем уже совокупность природных ресурсов и исторического наследия.

Итак, с нашей точки зрения, составляющие имиджа региона (его основные структурные компоненты) могут быть реконструированы посредством методов когнитивного анализа.

Исследование концепта «Сибирь», столь актуального для брендинга сибирского региона, долгое время не входило в задачи лингвистов, однако в 2008 г/ была защищена кандидатская диссертация А. М. Литовкиной «Концепт „Сибирь“ и его эволюция в русской языковой картине мира: от „Сибирских летописей“ до публицистики В. Г. Распутина» [Литовкина 2008]. Объектом исследования в работе А. М. Литовкиной стал концепт «Си-

бирь» как фрагмент русской языковой картины мира.

В рамках данной статьи в фокусе нашего внимания находится структура концепта «Siberia» как ментального образования, представленного в сознании иностранцев — носителей английского языка.

Анализ словарных дефиниций онима «Siberia» (согласно словарям «Longman dictionary of English language and culture», «Webster's International Dictionary», «Britannica» и др.) позволяет отметить, что географическое положение региона является одним из основных концептуальных признаков: Сибирь в первую очередь определяют как территорию России. Во всех словарных статьях даются «примерные» географические координаты Сибири. Это вполне закономерно, поскольку Сибирь в первую очередь является географическим объектом, который традиционно определяется через географическое положение. Кроме того, по справедливому замечанию Д. Н. Замятина, именно геополитическая компонента, как правило, является стержневой при формировании представления о какой-либо территории.

В Словаре Вебстера (Webster's International Dictionary) слово «Siberia» получает краткое толкование, транскрибирующее основное значение: *region in Asia, in Russia extending from the Urals to the Pacific* — «регион в Азии, в России, который простирается от Урала до Тихого океана». Английская энциклопедия Britannica представляет Сибирь как *огромный (enormous) регион России, который занимает северо-восточный квадрант Евразии (occupies Eurasia's northeastern quadrant) и составляет более ¼ территории России (three quarters of Russia's area). Сибирь больше Канады (bigger than Canada), которая, в свою очередь, является второй по величине страной в мире. В словарной статье приведено наглядное сравнение пространства Сибири: регион настолько велик (large), что жители штата Maine находятся ближе к Москве, чем коренные жители восточного побережья Сибири. До сих пор эта обширная территория (vast territory) преимущественно безлюдна (empty), так как Сибирь занимает 23 % территории Евразии (23 percent of Eurasian territory).*

На основе словарных толкований ключевого слова «Siberia» можно сделать предварительные наброски структуры концепта «Siberia» в англоязычном сознании и представить его в виде полевого образования. Так, базовые слои концепта образуют характеристики месторасположения Сибири («регион России»), пространственные характеристики — «большая территория», описание «богатой природы» и «полезных ископаемых» края. В интерпретационное поле вошли следующие признаки: «территория от Урала до Тихого океана», «северная треть Азии», «23 % территории Евразии», «Западная Сибирь», «больше, чем Канада», «холодная», «советские тюрьмы», «река Иртыш», «озеро Байкал», «сибирская лайка» и т. д.

Таблица 1.

Полевая структура концепта «Siberia» по данным словарных статей

Ядро	Базовые слои	Интерпретационное поле	Крайняя периферия
Siberia (Сибирь)	Регион России	территория от Урала до Тихого океана, северная треть Азии, 23 % территории Евразии, северо-восточный квадрант Евразии, Западная Сибирь, Восточно-Сибирское плоскогорье, Северо-Восточная Сибирь, Забайкалье, Камчатка	очень холодная, мало людей, сибирская лайка, сибирская язва, советские тюрьмы
	Богатая природа	реки (Обь, Иртыш, Лена, Енисей и др.), горные хребты, вулканы, озеро Байкал	
	Полезные ископаемые	уголь, нефть, газ	
	Большая территория	¼ территории России; больше, чем Канада	

Далее в рамках нашего исследования был проведен ассоциативный эксперимент (в форме интернет-анкетирования; было проанализировано 100 анкет), в котором приняли участие жители следующих стран (анкетирование проводилось в 2010—2011 гг. на специально созданном интернет-ресурсе DiscoverSiberia.net):

1) **Страны Азии:** Индия, Иран, Пакистан, Афганистан, Филиппины, Сингапур, Сирия, Саудовская Аравия — 11 %;

2) **Страны Северной Америки:** Соединенные Штаты Америки, Канада, Мексика — 52 %;

3) **Страны Южной Америки:** Бразилия, Перу — 2 %;

4) **Страны Африки:** Гана, Нигерия, Марокко — 6 %;

5) **Страны Европы:** Великобритания, Англия, Германия, Испания, Ирландия, Босния и Герцеговина, Латвия, Македония, Мальта, Нидерланды, Румыния, Швейцария, Словакия, Эстония, Австрия — 26 %;

6) **Страны Океании:** Австралия, Новая Зеландия — 3 %.

Возраст респондентов — от 18 до 62 лет. При этом мужчин оказалось практически в 2 раза больше женщин, т. е. 66%.

При ответе на первый вопрос респонденты должны были назвать пять ассоциаций к слову «Siberia». Наиболее частотные ассоциации следующие: «холод», «холодный» (14,8 %), «снег», «снежный» (9,2 %), «большой» (3,8 %), «бесплодный», «безлюдный» (3,8 %), «дальний», «отдаленный» (3,6 %), «дикий» (3 %). При сравнении ассоциативного поля «Siberia» у жителей США и представителей других «англоговорящих» стран обнаружилось, что у американцев существует достаточно устойчивая ассоциация Сибири с Россией (4,4 %). Кроме того, у них более частотны такие ассоциации, как «изоляция» (3,6 %) и «безлюдность» (3,2 %). Сибирь до сих пор ассоциируется с ГУЛАГом (2,2 %) и ссылкой (1,8 %). Образ зимы (1,2 %) и севера (1,2 %) дополняет ассоциация «лёд» (1,8 %). Среди положительных ассоциаций отметим следующие: «красота» (2,2 %), «богатая природа» (1,4 %). Природа Сибири — это главным образом тундра (1,8 %) с большими запасами нефти (1,4 %); фауна Сибири представлена в первую очередь тиграми (2,2 %).

Данные ассоциативного эксперимента показали, что Сибирь в сознании англоговорящих — нечто большее, чем просто регион России с богатой природой и полезными ископаемыми (такое представление закреплено в словарях).

Таким образом, структура концепта «Siberia» несколько корректируется. При этом характеристика «холод» приобретает наибольшее значение. Результаты анализа позволяют представить следующую полевую структуру концепта «Siberia» (см. табл. 2).

На основе анализа словарных толкований ключевого слова и анализа данных ассоциативного эксперимента удалось выявить базовые признаки концепта «Siberia», закрепленные в сознании целевой аудитории.

Кроме того, в рамках анкетирования респондентам был задан ряд вопросов, направленных на выявление знаний о Сибирском регионе и отношении к нему (например, вопросы о том, где находится Сибирь, каковы ее границы, кто населяет сибирские земли, какова среднегодовая температура и т. п. с вариантами ответов).

Наиболее частотные ответы на вопрос о месторасположении и границах Сибири следующие: «часть России» (Part of Russia) — 61 % и «земля за Уральскими горами» (Land Beyond Urals Mountains) — 26 %. 6 % ответивших вообще не знают, где находится регион, другие 6 % предложили свои варианты ответов («территория Китая», «часть СССР» и др.).

Варианты ответов на вопрос «Кто живет в Сибири?» (Who lives in Siberia?) распределились следующим образом: сибиряки — 30 %, разные национальности — 30 %, русские — 29 %, заключенные/ссылные — 4 %, медведи — 3 %, свои варианты ответа предложили 4 % анкетированных («буряты», «якуты», «сибирские татары»).

В процессе анализа ответов на первый вопрос, об ассоциациях, связанных с Сибирью, было выявлено большое количество негативных реакций. Несмотря на это, 91 % заполнивших анкету считает, что жить в Сибири возможно (вопрос анкеты «Как вы думаете, возможно ли жить в Сибири?»), а 74 % хотели бы посетить это место (вопрос анкеты «Хотели бы вы однажды посетить Сибирь?»). 9 % не представляют возможной жизнь в Сибири, а 26 % не хотели бы сюда приезжать. Необходимо отметить, что количество американцев, которые никогда бы не поехали в Сибирь, значительно больше (40 %), чем среди других англоговорящих опрошенных (8 %).

Несмотря на то что негативных ассоциаций с Сибирью больше, чем положительных, большинство респондентов все равно хотели бы отправиться сюда. Возможно, Сибирь кажется дикой, загадочной территорией, сохранившей первозданность, что всегда привлекает, исторические

события (ссылки в Сибирь, каторга, лагеря) также могут быть своеобразным туристическим аттрак-

тором, более того, многие могут выступать поклонниками богатой, нетронутой природы.

Таблица 2.
Полевая структура концепта «Siberia»

Ядро концепта		Siberia (Сибирь)
Базовые слои		Cold — холод, холодный (14,8 %); Snow — снег, снежный (9,2 %); Big — большой, огромный (3,8 %); Desolate — бесплодный, безлюдный (3,8 %); Remote — отдаленный (3,6 %); Russia — Россия (3,2 %); Wild — дикий (3 %)
И Н Т Е Р П Р Е Т А Ц И О Н Н О Е П О Л Е	Ближняя периферия	Isolated — изолированный, изоляция (2,6 %); Gulag — ГУЛАГ (2,2 %); Tiger — тигр (2,2 %); Beautiful — красивый, красота (2,2 %); Exile — ссылка (1,8 %); Tundra — тундра (1,8 %); Ice — лед (1,8 %); Nature — природа (1,4 %); Mountains — горы (1,4 %); Oil — нефть (1,4 %); North — север (1,2 %); Winter — зима (1,2 %); Frozen tundra, frozen desert — замерзшая тундра, пустыня; Trees — деревья; Forests — леса; Bears — медведи; Siberian husky — Сибирская лайка; Beautiful nature — красивая природа — (1 %)
	Дальняя периферия	Rivers — реки; Prison camps — тюремные лагеря; Wild life — дикая природа; Dismal — мрачный, гнетущий — (0,8 %); Lake — озеро; Green — зеленый; Animals — животные; Beautiful women — красивые женщины; Friendly people — приветливые, дружелюбные люди; Adventure, adventurous — приключение, приключенческий — (0,6 %); White — белый; Permafrost — многолетняя мерзлота; Long winters — долгие зимы; Jungle — джунгли; Prisoners — заключенные; Labour — camp, work camps — трудовые лагеря; Russian — русский; Russians — русские; Reindeer, caribou — северный олень; Boring — скучный; Calm, silent — тихий, безмолвный; Novosibirsk — Новосибирск; Fun — забава, веселье; Trans-Siberian railroad — Сибирская железная дорога; Meteorite — метеорит; Communism — коммунизм; Stalin — Сталин; Vodka — водка — (0,4%); Extremes of temperature — экстремальные температуры; Windy — ветреный; Hot — горячий, жаркий; Polar deserts — полярные пустыни; Seas — моря; Taiga — тайга; Pine trees — пальмовые деревья; Plains — равнины; Lake Baikal — озеро Байкал; Bearing Sea — Берингово море; Ancient volcanoes — древние вулканы; Lava flows — потоки лавы; Katorga — каторга; Punishment — наказание; Torture — пытка, истязание; Death — смерть; Eastern — восточный; Can be dangerous — может быть опасной; Lions — львы; Wolves — волки; Land of sleep — земля сна, спящая земля; Lost region — потерянный регион; Gold — золото; Salt mines — соляные шахты; Vladivostok — Владивосток; Multicultural — многонациональная; Mongols — монголы; Eskimos — эскимосы; Nasty — неприятный; Poor — бедный; War — война; Ekaterina — Екатерина; Tunguska — Тунгусское; Poets — поэты; Organ music — органная музыка; Nuclear — ядерный; Fur — мех; Heavy coats — тяжелые шубы; Vampire-Academy — Академия вампиров; Hunting — охота; Sibirskaya Korona — Сибирская Корона — (0,2 %).

Важными для нас оказались результаты ответа на вопрос «Где вы черпаете информацию?». Большинство респондентов для поиска информации предпочитает Интернет (62 %). Это лишь подтверждает необходимость электронного ресурса о Сибири, который будет являться источником информации о регионе и продвигать его имидж за рубежом. Второй по частоте ответ — друзья (17 %). 9% предпочитают различные медиа (газеты, журналы, телевидение, радио), 8 % руководствуются личным опытом, и лишь 4 % осуществляют поиск информации в библиотеке.

Не менее важными нам представляются данные, полученные при ответе на вопрос о темах, интересующих респондентов («Что бы вы хотели узнать о Сибири?»). Одна из частотных тем, волнующих иностранцев, — это люди, которые живут на территории Сибири: популяция, история и культура местных жителей, традиционная кухня. Примечательно, что европейцев и жителей других стран намного больше, чем жителей Америки, интересуют такие сферы, как экономика региона, его технологические разработки, бизнес и т. п. Кроме того, интересны темы географии региона, его климат и то, как люди его переносят; язык, на котором здесь говорят. Любопытно еще вопросы туризма: как добраться, какие есть достопримечательности, стоит ли сюда приезжать, что можно здесь увидеть, посетить. Данные ответов представлены в таблице (см. табл. 3).

По сути, речь идет о тех лакунах в структуре имиджа Сибирского региона, которые целесооб-

разно заполнить посредством предоставления необходимой информации. Обратим внимание на очевидный интерес к Сибири как туристической дестинации: респондентов интересует природа региона, его достопримечательности, возможности промыслового туризма и пр.

Для дальнейшего исследования концепта необходимо выявить, каким образом он актуализируется в текстах зарубежных СМИ, и определить, какой имидж Сибири транслируется. Для этого используем метод контент-анализа (контент-анализ был осуществлен совместно со студенткой филологического факультета ОмГУ им. Ф. М. Достоевского М. А. Ермоленко).

Всего был проанализирован 31 текст, опубликованный в период с января 2010 г. по апрель 2011 г. включительно, поэтому материал отражает новейшие данные. Отобранные тексты представляют собой публикации, размещенные на страницах онлайн-СМИ и аналитических электронных порталах, среди них тексты The New York Times, BBC, CNN, Los Angeles Times, San Francisco Chronicle, Daily Telegraph и других источников.

В результате проведенного качественного и количественного анализа текстов онлайн-источников удалось установить специфику актуализации концепта «Siberia», определить лексическую сочетаемость ключевого слова, выявить основные темы и контекст, в котором функционирует концепт. В результате была составлена фреймовая модель концепта «Siberia» (см. табл. 4).

Таблица 3.
Интересующие темы

Тематика	Частотность ответов		
	США	Другие	Всего
People (люди)	6	6	12
– Women (женщины)	0	3	3
– Natives (местные жители), Siberians (сибиряки)	0	3	3
– Nationalities who live there (национальности, которые там живут)	1	0	1
– The history and culture of the local people (история и культура местных жителей)	1	0	1
– People and culture (люди и культура)	1	1	2
– The population number and cultures (популяция и культуры)	1	0	1
– Are people happy living there? (Счастливы ли люди, живя там?)	1	0	1
Culture (культура)	6	5	11
– The cuisin (местная кухня)	1	1	2
– Museums (музеи)	0	1	1
– Language (язык)			
– How many languages are spoken there? (На скольких языках говорят?)	1	0	1
– How to speak the Russian language? (Как говорить на русском языке?)	1	1	2
Tourism (туризм)	2	1	3
– Trans Siberian Railway (Сибирская железнодорожная магистраль)	1	1	2
– What is there to see? (Что там есть посмотреть?)	1	0	1
– Places to visit? (Что посетить?)	0	1	1
– Historical landmarks (исторические достопримечательности)	0	1	1
– Why would one want to go there? (Почему кто-то захотел бы поехать туда?)	1	0	1
– Is it worth visiting? (Стоит ли посетить?)	1	0	1
– How do you get there? (Как туда добраться?)	1	1	2
– The cheapest way to get there (Самый дешевый способ добраться)	0	1	1
– Skiing (катание на лыжах)	0	1	1
Nature (природа)	0	2	2
– Geography (география)	2	0	2
– Environment (окружающая среда)	1	0	1
– Natural resources (природные богатства)	0	1	1
– Wild life (дикая природа)	1	0	1
– About mountains (о горах)	0	1	1
– Lake Baikal (озеро Байкал)	1	1	2
– Animal life (животный мир)	1	0	1
– Tiger (тигр)	0	1	1
– True climate (Какой на самом деле климат?)	1	0	1
– An extreme cold weather (чрезвычайно холодная погода)	0	1	1
– What it was like to live in Siberia and to withstand such cold temperatures and desolation (Каково это было — жить в Сибири и переносить такие низкие температуры и безлюдность?)	1	0	1
– Summer (лето)	0	1	1
Towns (города)			
– The major city (крупный город)	1	1	2
– What the big towns are like there? (Большие города, какие они?)	1	0	1
The history of the region (история региона)	0	3	3
– History which is connected with World War II (история, связанная с событиями II мировой войны)	0	1	1
– The Siberian Jails (Сибирские тюрьмы)	0	1	1
– Tunguska event (Тунгусское событие)	1	0	1
Life in Siberia (жизнь в Сибири)	0	1	1
– What it is really like to live there? (Каково это — на самом деле жить там?)	1	0	1
– How much civilization is there vs "mountain man" type of living? (Каково соотношения цивилизации и сельского образа жизни?)	1	0	1
Technological advancement in Siberia (Технический прогресс в Сибири)	0	1	1
Business (бизнес)	0	2	2
Everything (все)	5	0	5
– The country in general (Страна в целом)	1	0	1
– Nothing (ничего)	1	1	2
– Anything (что-либо)	0	1	1
How much is a bear hunting license? (Сколько стоит лицензия для охоты на медведя?)	1	0	1
Kremlin (Кремль)	0	1	1

Таблица 4
Фреймовая модель концепта «Siberia»

Субфрейм	Слот	Лингвистические средства выражения в текстах
Месторасположение	Регион России	Part of Russia — часть России; European part of Russia — Европейская часть России
	Географическое положение	West Siberia — Западная Сибирь; eastern Siberia — Восточная Сибирь; southern Siberia — Южная Сибирь; northeastern Siberia — Северо-Восточная Сибирь; Russia's Siberian Federal District covers 12 of Russia's 83 regions — Сибирский Федеральный округ России охватывает 12 из 83 ее регионов; Ural Mountains — Уральские горы
	Сибирские города и регионы	Оумуакон, which is the coldest inhabited place on Earth — Омькон, самое холодное населенное место на Земле; Tyumen — Тюмень; located in the Tyumen region — расположенный в Тюменской области; Vladivostok and Zabaikalsk, near Lake Baikal — Владивосток и Забайкальск, недалеко от озера Байкал; a reindeer farm in Anyuisk — оленья ферма в Анийске; Ulan-Ude, the capital city of the Republic of Buryatia — Улан-Удэ — столица Бурятии; Оумуакон district — район Омькона; regional capital of Sakha province — региональная столица провинции Саха; we flew to Ust-Nera, a town north of Yakutsk — мы летели в Усть-Нера — город к северу от Якутска; coal-mining region of Kemerovo — угледобывающий регион Кемерово; southern part of Kemerovo — южная часть Кемерово; Ekaterinburg — Екатеринбург; office opened in Krasnoyarsk — офис, открытый в Красноярске; Visiting Transbaikalye — посещение Забайкалья; the Irkutsk region — Иркутская область
	Достопримечательности	Lake Baikal — the world's deepest lake, one of Russia's Seven Natural Wonders of the World — Озеро Байкал, самое глубокое озеро в мире, одно из семи чудес природы; Himalayas, the Tien Shan and the Altai — Гималаи, Тянь-Шань и Алтай; Mount Everest — гора Эверест; Trans-Siberian line — Транссибирская ж/д линия
Характеристики территории	Отдаленная территория	remoteness of the border region — отдаленность границ региона; remote areas of Siberia — отдаленные местности Сибири; area only accessible by helicopter — область, доступная только вертолетом; disappearing into the distance — исчезающий в дали
	Огромная территория	vast swaths of agricultural land — обширные участки сельскохозяйственной земли; vast, largely empty lands — обширные, огромные, пустые земли; vast resource-rich area — большая богатая ресурсами местность; very long drive — очень долго ехать (на машине); vast nation — большая нация; covers 12.76 million square kilometers — охватывает 12,76 млн кв. км
	Пустая территория	Empty — пустая; sparsely populated Far East — малонаселенный Дальний Восток; desolate tundra — пустынная тундра
	Дикая местность	Wilderness — пустыня; independent ecologists such as Rikhvanova are voices in the wilderness — такие независимые экологи, как Рихванова — голоса в пустыне
Природа	Объекты природы	birch and cedar forests — березовые и кедровые леса; region's dense forest — густой лес региона; taiga — тайга; tundra — тундра; mountains — горы; larch trees — лиственницы; steppes — степи; Amur River — река Амур; thousands of miles of taiga — тысячи миль тайги; Buryatia's taiga landscape — таежный пейзаж Бурятии
	Живая природа	Siberian population of Russian brown bears — сибирская популяция русских бурых медведей; Amur tiger and the Far Eastern leopard — амурский тигр и дальневосточный леопард; wild Amur tigers — дикий амурский тигр; nerpa — the world's only freshwater seal — нерпа; wild boar — дикий кабан
	Природные ресурсы	Natural recourses — природные ресурсы; oil — нефть, oil field — месторождения нефти, oil and gas industry — нефтяная и газовая промышленность; oil discovery — нахождение нефти; enough iron ore to build hundreds of millions of cars — железной руды хватит, чтобы построить сотни миллионов автомобилей; underground riches — подземные богатства; billion tons of iron ore — млрд тонн железной руды; coal and timber — уголь и древесина; natural gas — природный газ; vast reserves — огромные запасы; gold mine — золотой рудник; gasoline — бензин;

Субфрейм	Слот		Лингвистические средства выражения в текстах
	Природные ресурсы		Natural resources — природные ресурсы; oil — нефть, oil field — месторождения нефти, oil and gas industry — нефтяная и газовая промышленность; oil discovery — нахождение нефти; enough iron ore to build hundreds of millions of cars — железной руды хватает, чтобы построить сотни миллионов автомобилей; underground riches — подземные богатства; billion tons of iron ore — млрд тонн железной руды; coal and timber — уголь и древесина; natural gas — природный газ; vast reserves — огромные запасы; gold mine — золотой рудник; gasoline — бензин; Russia's largest coal mines — крупнейшие российские угольные шахты; methane gas — метан; coal-rich area — область, богатая углем; gas hydrates — a potential alternative fuel source — газогидраты — потенциальный источник альтернативного топлива
	Климат		snow-covered land — земля, покрытая снегом; temperatures of minus 30C — температуры от минус 30 °C; frozen river — замерзшая река; north — север; permafrost — вечная мерзлота; frozen turf — замороженный торф; frozen areas — замороженные области; white snow — белый снег; cold air next to the mountains — холодный воздух, рядом с горами; the snow cover across Siberia in the fall has steadily increased — снежный покров осенью по всей Сибири неуклонно возрастает; long, dry, frigid winter — долгая, сухая, холодная зима; the coldest places — самые холодные места; harsh conditions — суровые условия; barren cold environment — бесплодная, холодная окружающая среда; most severe — самая суровая; record-breaking coldest ever — рекордно холодная; frozen Amur River in the winter — замерзшая река Амур зимой; freezing — замерзания; heavy piles of snow on the roofs — тяжелые груды снега на крышах; too cold to be contemplated — слишком холодно, чтобы предусмотреть; global warming — глобальное потепление; climate change — изменение климата; warm spring temperatures — теплых температур весной; warm, dry weather — теплая, сухая погода; the summers are hot — лето жаркое; annual Russian fire season — ежегодный сезон пожаров
Ссылка/ГУЛАГ			Gulag ordeal — испытания ГУЛАГа; political prisoners — политические заключенные, gulag workers — работники ГУЛАГа; gulag archipelago — Архипелаг ГУЛАГа; be sent to work in Siberia — быть сосланным работать в Сибирь
Развитие региона	НАУКА	Объекты исследования	Mammoths are considered a national treasure of Russia — мамонты считаются национальным достоянием России; Woolly mammoths — шерстистые мамонты; frozen mammoth — замороженный мамонт; mammoths in the permafrost — мамонты в вечной мерзлоте; bone hunters — охотники за костями; giant woolly mammoth tusks to sell abroad — гигантские бивни мамонтов для продажи за рубеж; exporting some 60 tons of mammoth ivory annually to China — ежегодно в Китай экспортируется около 60 тонн бивней мамонта; yetis — йети; fossilized remains — окаменелые останки; searching for new life — forms поиск новых форм жизни
Ученые		Researchers — исследователи; geologists discovered gold and other minerals — геологи обнаружили золото и другие полезные ископаемые; archaeologists discovered a fossilized fragment of a pinkie finger — археологи обнаружили окаменелый фрагмент мизинца; scientists — ученые; biologists — биологи; ecologists — экологи; meteorological official — метеорологи	
Исследовательские институты		The Permafrost Institute — Институт по изучению вечной мерзлоты; Oil Scientific Centre — Нефтяной Научный Центр; Institute of Oceanology — Институт океанологии; Baikal Limnological Institute — Байкальский лимнологический институт; Russian Academy of Sciences — Российская академия наук; international conference — международная конференция; Baikal Ecological Wave organization — Байкальская экологическая организация	

Субфрейм	Слот	Лингвистические средства выражения в текстах
	Производство	Gas producer — производитель газа; Russian oil venture — российское нефтяное предприятие; the gas will have to be exported — газ должен будет экспортироваться; oil producer — производитель нефти; oil companies — нефтяные компании; increase production — увеличение производства; steel making giant — сталеплавильный гигант; electricity producer — производитель электроэнергии; producing zinc, lead and gold — производство цинка, свинца и золота
	Инвестиции и сотрудничество	for investors from Asia as well — также для инвесторов из стран Азии; overseas investment — зарубежные инвестиции; to invest — инвестировать; EBRD investments — инвестиции EBRD; Contracts with China — контракты с Китаем; Chinese companies — китайские компании.
	Известные компании	TNK-BP — ТНК-ВР, Lukoil — ЛУКОЙЛ, Gazprom — big international oil services companies, are all here — Газпром — крупные международные нефтяные компании, они все здесь; Rosneftgaz — Роснефтегаз; Raspadskaya company — Распадская компания; EuroSibenergo — Евросибэнерго; Exillon Energy — Exillon Энергия; OAO Siberian Coal Energy Co — Сибирская угольная энергетическая Co; EBRD

На основе анализа данных анкеты и контент-анализа медиаматериалов можно выявить следующую схематический образ Сибири в сознании англоговорящих.

1. Сибирь представляется как отдаленная, пустынная местность в России, дикая и изолированная от внешнего мира.

2. Это огромная холодная территория, покрытая снегом.

3. Население здесь немногочисленно (преимущественно сибиряки и русские).

4. Здесь все еще действует главное управление исправительно-трудовых лагерей (ГУЛАГ), поэтому Сибирь остается местом для ссыльных.

5. Несмотря на это, место славится красивой природой, богатой фауной и запасами нефти и газа.

Рассмотрим полученные результаты с позиций туристического потенциала Сибирского региона с учетом того, что ментальная установка в отношении того или иного объекта позиционирования является весьма значимой. Очевидно, наиболее привлекательными для англоговорящей аудитории являются два компонента: богатство природного мира и экзотичность данного региона. Все остальные, столь значимые для формирования туристического бренда компоненты нуждаются в уточнении и корректировке. При этом большое количество проблем связано не с негативными ментальными установками потенциального потребителя услуг, а с реальными недостатками территориального субъекта.

А. Ф. Горохов, говоря о туристических ресурсах местности, предлагает разграничивать два понятия — инфраструктура и суперструктура [Горохов 2007: 4—5]. *Инфраструктура* представляет собой весь комплекс базовых средств, необходимых для жизнеобеспечения местного населения и туристов: водопровод, канализация, электричество, дороги, связь и т. п. *Суперструктура* определяется А. Ф. Гороховым как совокупность вторичных ресурсов непосредственно туристического сектора: отели, пляжи, предприятия сервиса и т. д. Инфраструктура, таким образом, предстает

как комплекс жизненно необходимых ресурсов для существования туристической дестинации. В противном случае территориальный субъект (даже при наличии рекреационных ресурсов) не может претендовать на роль туристического объекта.

Как мы видим, результаты анкетирования во многом неутешительны: Сибирь воспринимается не только как местность с богатыми природными ресурсами (красивая флора и фауна), но и как совершенно непригодный для туризма (и даже для проживания) регион (холод, безлюдные территории и пр.). При отсутствии в сознании потенциальной целевой аудитории представлений о приемлемой инфраструктуре в Сибири говорить о суперструктурных преимуществах Сибирского региона, к сожалению, пока не приходится. Следовательно, мы сталкиваемся с трудноразрешимой проблемой: довольно высокий рекреационный потенциал Сибири и отсутствие базовых для развития туристической дестинации составляющих (знание языков местным населением, вежливость и доброжелательность не только обслуживающего персонала, но и жителей региона, чистота улиц и помещений и пр.). Как представляется, такого рода продукт вряд ли будет пользоваться устойчивым спросом: туризм в значительной степени держится на рекомендации места отдыха своим знакомым теми, кто уже побывал в данном регионе.

Таким образом, с одной стороны, Сибирь предстает как территория с уникальными характеристиками: возможности для промыслового (охота, рыбалка), экстремального, познавательного, оздоровительного, спортивного туризма довольно высоки, что обеспечивает привлекательность региона как туристического объекта. С другой стороны, уровень инфраструктуры территории не позволяет обеспечить регулярную (устойчивую) потребляемость данного туристического продукта.

Однако очевидно и то, что имидж Сибири по большей части базируется на стереотипных представлениях, многие из которых не соответствуют действительности. Следовательно, весьма актуальной представляется задача корректировки не-

гативных стереотипов и усиления позитивных с целью формирования желаемого имиджа Сибири, способного укрепить не только позиции данного региона, но и позиции России.

Безусловно, имидж Сибири как региона неразрывно связан с имиджем страны в целом, особенно на международной арене. Создание позитивного имиджа Сибири необходимо в первую очередь для развития региона, поднятия его инфраструктуры на качественно новый уровень, а это невозможно без привлечения инвестиций. Кроме того, позитивное восприятие Сибири, как представляется, улучшит имидж страны в целом.

Исторически сложилось так, что Сибирь охватывает большие пространства и состоит из регионов ресурсного типа. Восприятие Сибири только на уровне сырьевого придатка России осталось со времен Советского Союза. Однако в настоящее время российская культура в силу своей экзотичности для западного человека пользуется большим спросом, нежели ранее. Сибирь уже давно является своеобразным брендом с набором устойчивых ассоциаций, многие из которых вряд ли

способствуют развитию региона, поэтому нуждаются в корректировке.

ЛИТЕРАТУРА

Горохов А. Ф. Комплексный подход к формированию маркетинговой стратегии развития туристической дестинации : автореф. ... канд. экон. наук. — СПб., 2007.

Замятин Д. Н. Образ страны: структура и динамика // Общественные науки и современность. 2000. № 1. С. 107—115.

Концепция внешней политики Российской Федерации // Дипломатический вестник. 2000. № 8. С. 3—11.

Литовкина А. М. Концепт «Сибирь» и его эволюция в русской языковой картине мира: от «Сибирских летописей» до публикаций В. Г. Распутина : дис. ... канд. филол. наук. — Иркутск, 2008.

Супрун В. Имидж Сибири // Эксперт Сибирь. 2006. № 27—28 (124). URL: http://expert.ru/siberia/2006/27/imidzhi_sibiri.

Супрун В. Сибирь: период трансформации // Эксперт Сибирь. 2007. № 6 (148). URL: http://expert.ru/siberia/2007/06/model_razvitiya.

Супрун В., Шейникова Н., Самсонов Н. Далеко не потерянная Сибирь // Эксперт Сибирь. 2006. № 30 (126). URL: http://expert.ru/siberia/2006/30/obraz_sibiri.

Статью рекомендует к публикации канд. филол. наук, доц. М. Б. Ворошилова

А. И. Томилова

Екатеринбург, Россия

А. I. Tomilova

Ekaterinburg, Russia

**МЕЖЪЯЗЫКОВЫЕ ПСЕВДОЭКВИВАЛЕНТЫ
В ПОЛИТИЧЕСКОЙ ЛЕКСИКЕ****INTERLINGUAL PSEUDOEQUIVALENTS
IN THE POLITICAL LEXICON**

Аннотация. Обсуждается проблема возникновения межъязыковой псевдоэквивалентности в политической лексике французского и русского языков.

Abstract. The article deals with the problem of appearance of the interlingual pseudoequivalence in French and Russian political lexicon.

Ключевые слова: многозначность; объем значения слова; псевдоэквивалентность; формальная близость.

Key words: polysemanticism; volume of meaning of a word; pseudoequivalence; formal proximity.

Сведения об авторе: аспирант, преподаватель кафедры романских языков.

About the author: Post-graduate Student, Lecturer of the Chair of Roman Languages.

Место работы: Уральский государственный педагогический университет.

Place of employment: Ural State Pedagogical University.

Контактная информация: 620017, г. Екатеринбург, пр. Космонавтов, 26.

e-mail: alexara@list.ru.

В статье рассматривается межъязыковая псевдоэквивалентность во французском и русском языках на примере политических текстов и их переводов. Материалом для данной работы послужили статьи на политические темы известного французского журнала "Le Point", размещенные на сайте www.lerpoint.fr.

Выбор источника обусловлен несколькими причинами. Во-первых, уже более полувека основными «поставщиками» социально-политической и культурной информации, а также посредниками в распространении коллективного знания являются СМИ, которые во многом способствуют поддержанию, изменению или трансформации картины мира субъекта, определенным образом интерпретируя этот мир и тем самым воздействуя на общественное сознание [Володина 2010: 9]. Воздействующая функция СМИ в значительной степени проявляется в публицистике. Именно публицистический стиль как наиболее «открытый» в системе функциональных стилей «обслуживает политико-идеологические, общественно-экономические и культурные отношения» [Клушина 2008: 480]. Во-вторых, издание "Le Point" является ведущим еженедельником во Франции. В «Ле Пуан» много статей политического характера с глубоким охватом, «читатели в основном представители интеллигенции» [Французский журнал...].

При изучении иностранного языка мы часто склонны переносить свои языковые привычки на чужую языковую систему. Родной язык, прочно укоренившийся в нас, толкает на ложные аналогии [Муравьев 1969: 3]. Написание статьи обусловлено огромным интересом к проблемам перевода и необходимостью детального изучения лексики, представляющей определенные трудности и вызывающей ложные аналогии при переводе политических текстов.

Псевдоэквивалентности уделяли внимание многие лингвисты (В. В. Акуленко, Л. И. Борисова, Р. А. Будагов, Д. Бунчич, К. Г. М. Готлиб, С. В. Грецова, В. В. Дубичинский, О. Ю. Инькова, В. Л. Муравьев, А. В. Федоров, Е. В. Федорчук, О. Д. Шахрай, Р.-V. Berthier, F. Boillot, J.-P. Colignon, J. Derocquigny, M. Koessler и др.), но единства в названии и понимании рассматриваемого явления у них не наблюдается.

Под псевдоэквивалентами мы понимаем лексические единицы разных языков, близкие фонетически и/или графически, но имеющие разные семантические, грамматические, функциональные и стилистические значения. Этимологическая общность не является обязательным условием.

Среди факторов, влияющих на установление псевдоэквивалентности русского и французского языков, правомерно, на наш взгляд, выделить многозначность, расхождение реалий, семантическое развитие интернациональных слов, а также несовершенство двуязычных словарей.

По нашим оценкам, общее число псевдоэквивалентов составляет 1471 единицу русского языка, 1671 единицу французского языка и 1721 псевдоэквивалентную пару слов русского и французского языков. Подобные количественные различия объясняются тем, что слово одного языка может входить в две и более псевдоэквивалентные пары с различными словами другого языка, а также существованием в обоих языках развитой омонимии. Нам удалось выделить всего 201 слово русского языка и 39 слов французского, которые способны образовывать несколько пар псевдоэквивалентов в зависимости от фонеморфологической и графической форм слов, явлений омонимии или различий в частеречной принадлежности. К политической тематике из выделенных слов данной категории мы отнесли 185 лексем французского языка и 161 лексему русского языка, которые способны образовать 186 псевдоэквивалентных пар.

Например, псевдоэквивалентна пара **autorité** *n. f.* — **авторитет** *сущ., м. р.* Согласно толковым словарям, данные лексемы не совпадают в некоторых своих значениях: **autorité** — 1. Droit, pouvoir de commander, de prendre des décisions, de se faire obéir. *En vertu de l'autorité du chef de l'État.* ■ **Personne, organisme qui exerce cette autorité. Décision de l'autorité compétente.** ■ DROIT **Autorité de la chose jugée:** effet attribué par la loi aux décisions de justice et qui interdit sous certaines conditions de remettre en discussion ce qui a fait l'objet d'un jugement définitif. ■ **Autorité parentale:** autorité exercée en commun par les père et mère ou, à défaut, par l'un des deux jusqu'à la majorité ou l'émancipation d'un mineur. 2. **Qualité, ascendant par lesquels quelqu'un se fait obéir. Avoir de l'autorité.**

Imposer, perdre son autorité. ■ D'autorité, de sa propre autorité: sans consulter quiconque; de manière impérative. 3. Personne, ouvrage, etc., auxquels on se réfère, qu'on peut invoquer pour justifier quelque chose. ■ Faire autorité: s'affirmer comme référence indiscutable. **pl.** Représentants de la puissance publique; hauts fonctionnaires. *Les autorités militaires*» [Le Petit Larousse élect. 2008]; **«авторитет — 1. только ед.** Общеизвестное значение, влияние. *Пользоваться вполне заслуженным авторитетом. Иметь авторитет. Приобрести авторитет.* 2. Лицо, пользующееся авторитетом (в 1 знач.). *Этот ученый — авторитет в своей области*» [ЭлСИС 2003]. В переводных словарях среди эквивалентов эти слова также встречаются не во всех значениях: **autorité** на русский язык переводится как **«1)** власть; права: *autorité de la loi* — сила закона; *autorité parentale* — родительские права; *autorité de la chose jugée* — сила судебного постановления; *par autorité de justice* — по постановлению суда, по суду; *avoir autorité sur qn* — иметь власть над кем-либо; *être sous l'autorité de qn* — быть под чьей-либо властью; *de pleine autorité* — с полной властью; *de sa propre autorité* — своей властью, самовольно, самочинно; явочным порядком; *d'autorité* — насильно; самовольно; **2)** влияние, вес, авторитет, авторитетность, *autorité morale* — авторитет; *faire autorité* — служить авторитетом; иметь решающее влияние; *prendre de l'autorité sur qn* — завоевать власть, превосходство над кем-либо; подчинить своему влиянию кого-либо, **3)** *pl* власти, начальство; органы власти, *autorités civiles* — гражданские власти; *autorités militaires* — военные власти; *autorités d'occupation* — оккупационные власти; **4)** уверенность в себе; **5)** авторитетное лицо, авторитет, *invoquer une autorité* — ссылаться на авторитет» [Гак, Ганшина 2000: 85], а русское **авторитет** переводится на французский язык как **«1)** *autorité f*; *prestige m*; *ascendant m*, пользоваться авторитетом — *avoir de l'autorité, faire autorité*; **2)** (о человеке) *sommité f*; **3)** (в преступном мире) *caïd [kaid] m* (du milieu)» [Щерба, Матусевич 2001: 2].

Среди псевдоэквивалентов французского и русского языков в политической лексике встречаются и имена собственные, ставшие нарицательными. Обычно имена собственные относят к тому пласту лексических единиц, перевод которых не вызывает особых трудностей. В современной теории языка имена собственные противопоставляются именам нарицательным и понимаются как слова, которые используются для «выделения именуемого им объекта из ряда подобных, индивидуализируя и идентифицируя данный объект» [БЭС 1998: 473]. В рамках теории переводческих соответствий, которая выделяет однозначные соответствия, множественные соответствия и трансформации, имена собственные принадлежат к языковым единицам с однозначными соответствиями. Перевод конкретного имени собственного обычно не зависит от функционального типа текста, контекста его употребления, от наличия в языке перевода других слов с аналогичным или близким значением, от наличия в его семантике эмоционально-оценочного компонента значения. Поэтому имена собственные передаются с ис-

пользованием современных правил переводческой транскрипции или с помощью постоянного однозначного соответствия, традиционно закрепленного в языке и зафиксированного в словаре [Гализова 2009: 42].

Тем не менее в процессе поиска и отбора псевдоэквивалентов русского и французского языков в политической лексике нам встретились имена собственные, которые могут ввиду внешней сходной формы натолкнуть на ложные аналогии при переводе. Например, фамилия французского кавалерийского генерала **Galliffet**, известного своей жестокостью к парижским коммунарам (*Paris 1830 — Paris 1909 Général français. Il se distingua pendant la guerre du Mexique, puis réprima durement la Commune. Gouverneur de Paris (1880), il devint, à la suite de l'affaire Dreyfus, ministre de la Guerre 1899—1900*) [Le Petit Larousse 2008], в русском языке путем метонимического переноса превратилась в нарицательное существительное **галлифе** (нов. 1. в знач. неизмен. прил. Об особом покрое брюк (первонач. у кавалеристов) облегчающих колени и сильно расширяющихся кверху. 2. нескл. (сочетается с прил. во мн. ч.). Самые брюки такого покроя (разг.)) [ЭлСИС 2003], истинный перевод которого на французский язык — *culotte f de cheval* [Щерба, Матусевич 2001: 76] или *culotte f bouffant* [www.slovari.yandex.ru]. Имя французского императора **Napoléon** (*Ajaccio 1769 — Sainte-Hélène 1821, Empereur des Français 1804 — 1814 et 1815*) [Le Petit Larousse 2008] также входит в псевдоэквивалентную пару с русским **наполеон** (слоеный торт или пирожное с кремом), словом, которое во избежание ошибок следует переводить на французский язык как *millefeuille* [www.slovati.yandex.ru].

Представляет интерес функционирование псевдоэквивалентов в политических текстах. Так, французское **agitation** (*n. f.* 1. *État de ce qui est animé de mouvements continuels et irréguliers. L'agitation de la mer.* 2. *État de trouble et d'anxiété, se traduisant souvent par des mouvements désordonnés et sans but; ces mouvements. Calmer l'agitation d'un malade.* 3. *État de mécontentement d'ordre politique ou social, se traduisant par l'expression de revendications, par des manifestations, des troubles publics, etc.* [Le Petit Larousse 2008]) переводится на русский язык так: **«1)** волнение; колебание; движение; *agitation magnétique* — магнитное возмущение; *agitation de la mer* — волнение на море; **2)** взбалтывание, встряхивание; **3)** перен. волнение, возбуждение, беспокойство; движение, суэта; брожение (*масс*), *agitation des esprits* — брожение умов; смута; **4)** агитация, *faire de l'agitation* — агитировать; *sapragne d'agitation* — агитационная кампания» [Щерба, Матусевич 2001: 3]. Русской лексеме **агитация** (действие по глаг. агитировать: 1. (сов. нет) без доп. Убеждать (массы) в правильности политики какой-н. партии или иной организации, призывать к борьбе за эту политику (полит.). Агитация за всеобщую забастовку. Агитация против алкоголизма. 2. (сов. сагитировать) кого-что. Побуждать, уговаривать кого-н., воздействовать на кого-н. разг. [ЭлСИС 2003]) во французском языке часто соответствует *propagande, de propagande* — **агитационный** [Гак, Ганшина 2000: 26]. Избежать

псевдоэквивалентности и правильно выбрать переводной эквивалент часто помогает правильное понимание подлинника, а именно учет влияния узкого, широкого и экстралингвистического контекстов. Например: *Ségolène Royal a dénoncé vendredi une "agitation frénétique et dangereuse" de Nicolas Sarkozy sur le terrain de la sécurité, réfutant les accusations de la droite pour qui le Parti socialiste n'a rien à dire sur ces questions* (Le Point.fr. Publié le 20.08.2010).

Здесь *agitation* имеет значение 'шаг, предложение, мера', что объясняется широким (выходящим за рамки предложения) и экстралингвистическим контекстами. Обсуждается острая полемика вокруг предложений президента Франции Николя Саркози об ужесточении правил в сфере иммиграции и общественной безопасности; ни о какой *агитации* здесь речь не идет. Таким образом, данное предложение следует перевести так: *В пятницу Сеголен Руаяль выступила против безумных, неэффективных и даже опасных предложений Николя Саркози по вопросам безопасности, опровергая тем самым обвинения со стороны правых в нежелании Социалистической партии выразить свою позицию по данной проблеме* (пер. с фр. А. И. Томиловой).

Другим примером служит псевдоэквивалентная пара *ukase* — указ. Согласно данным толковых словарей, *ukase* — это «п. м. 1. а. HISTOIRE Édit du tsar, en Russie. b. Décret rendu par l'État, dans l'ancienne Union soviétique, et aujourd'hui en Russie.

L'OUKASE ANTIÉCOLOGISTE

Les écologistes russes sont inquiets. Vladimir Poutine vient de dissoudre le comité d'Etat à l'Environnement, le seul organe officiel agréé pour bloquer les projets industriels polluants. L'oukase présidentiel transfère les missions du comité au ministère des Ressources naturelles, celui chargé... de délivrer les juteuses licences de prospection et d'exploitation des champs pétroliers et gaziers, ainsi que des mines de diamants et d'or. Une décision malheureuse, selon les écologistes, puisque les fonctionnaires du ministère des Ressources naturelles ont toujours défendu les intérêts des grandes compagnies, comme Loukoil et Gazprom, très polluantes. (Le Point — Publié le 02/06/2000).

Применимо к другим контекстам (*o*)*ukase* встречается в переносных, эмоционально окрашенных значениях:

L'oukase de Matignon

C'est à 11 heures, vendredi 30 mars, qu'est tombé le coup le fil de Matignon intimant l'ordre au PDG de Gaz de France, Jean — François Cirelli, de céder aux revendications des dockers du port de Marseille. En grève depuis 18 jours, le conflit menaçait de déboucher sur une éventuelle pénurie d'essence. Perspective inacceptable pour la majorité et son candidat en pleine campagne électorale. A GDF la pilule est d'autant plus dure à avaler que la direction avait invoqué «des raisons de sécurité» pour refuser aux dockers du PAM le soin de décharger ses méthaniers (Lepoint.fr. Publié le 02.04.2007).

В статье «L'oukase de Matignon» (во французских политических текстах часто путем метонимического переноса название должности заменяется местоположением: в Матиньонском дворце (Matignon) находится канцелярия премьер-министра Франции, поэтому в данном контексте имеется в виду сам премьер-министр этой страны) речь идет о забастовке французских докеров, заблокировавших в апреле 2007 г. порт Марсель. Причиной стал подготовленный премьер-министром

2. Littéraire. Décision autoritaire et arbitraire» [Le Petit Larousse 2008]; в русском языке под лексемой *указ* понимается: «1. Распоряжение, постановление верховного органа власти, имеющее силу закона. Президиум Верховного Совета СССР... дает толкование действующих законов СССР, издает указы... Конституция СССР. Именной указ (дореволюц.). Не сгубят указы царские Руси силы молодецкие. Огарев. || Приказ, распоряжение (устар.). По барскому указу. По указу его императорского величества (формула, к-рою начинались в дореволюц. России судебные приговоры, решения). 2. в знач. сказуемого, кому-чему, с отриц. Не может являться авторитетом, указанием или служить указанием, основанием для чего-н., быть обязательным для кого-чего-н. (разг.). Нам не указ Европа. Некрасов. Это мне не указ. Ты мне не указ» [ЭлСИС 2003]. В качестве истинных переводных эквивалентов русского *указ* во французском языке выступают (*o*)*ukase m, édit m, décret m*; указ президента — *le décret du président (или présidentiel)*, а близким эквивалентом разговорного выражения *это мне не указ* выступает *la loi n'a pas encore été écrite (pour moi)* [Щерба, Матусевич 2001]. Французское *ukase* на русский язык двуязычные словари предлагают переводить как 1) *указ, декрет*; 2) *перен. произвольное решение*; *приказ* [Гак, Ганшина 2000: 1126].

Следует учитывать, что во французских политических текстах данная лексема часто употребляется, когда речь идет о России.

АНТИЭКОЛОГИЧЕСКИЙ УКАЗ

Русские экологи бьют тревогу. Недавно В. В. Путин упразднил Государственный комитет по охране окружающей среды, единственный официальный орган, призванный блокировать промышленные проекты, загрязняющие окружающую среду. Указом президента РФ функции комитета перешли в ведомство Министерства природных ресурсов, призванного выдавать выгодные разрешения на изыскание и разработку нефтегазовых месторождений, а также алмазных и золотых рудников. По словам экологов, это большая потеря, так как ответственные работники Министерства природных ресурсов всегда отстаивали интересы крупных компаний, таких, как Лукойл и Газпром, сильно загрязняющих окружающую среду (пер. с фр. А. И. Томиловой).

Франции Франсуа Фийоном билль, в котором говорилось о передаче крупных автономных портов Франции в частные руки. Люди опасались серьезного сокращения рабочих мест, в то время как законопроект понравился президенту страны Николя Саркози. В контексте сложившейся ситуации заголовок статьи явно лишен нейтральности.

В другой политической статье «L'oukase de trop» (de trop — лишний, излишний) речь идет о решении президента Камеруна Поля Бийя в 2008 г. внести изменения в конституцию страны, убрав из нее ограничение числа президентских сроков. Поль Бийя управляет государством более 30 лет, многие обвиняют его в жестком контроле за избирательным процессом, что также доказывает присутствие эмоциональной окрашенности в лексеме *oukase*.

L'oukase de trop

Il préside rarement plus de trois conseils des ministres par an. Il boude les réunions avec ses homologues africains. Mais c'est un «accro» du pouvoir qui exaspère son peuple. A 75 ans, le président camerounais Paul Biya a dû faire face à plusieurs jours d'émeutes. Bilan officiel: 17 morts. A l'origine de l'explosion de colère: l'augmen-

tation du prix de l'essence décidée par les autorités. L'oukase de trop... Car Biya attise les rancoeurs. Son projet? Se représenter à l'élection présidentielle de 2011. Soit un sixième mandat après vingt-neuf ans de pouvoir! Une modification de la Constitution devrait le lui permettre. La limitation du nombre de mandats «s'accorde mal avec l'idée même de choix démocratique», ose l'intéressé. Washington s'en indignent. Mais la France joue profil bas. Et se contente d'appeler à un «débat politique». La précarité et la corruption gangrènent ce pays de 16 millions d'habitants. Selon l'opposition, les détournements toucheraient 40 % du budget de l'Etat (Le Point. Publié le 06.03.2008).

Подобные смыслы наблюдаются и в других статьях, например «L'oukase sur la virginité» (Le Point. Publié le 03.08.2001), «L'oukase d'Aubry» (Le Point. Publié le 02.09.2010) и т. д.

Среди псевдоэквивалентов в политической лексике можно выделить частичные псевдоэквиваленты, т. е. псевдоэквиваленты русского и французского языков, частично не совпадающие в лексическом значении, что создает условия для возникновения ложной аналогии, и контекстуальные псевдоэквиваленты — лексемы французского и русского языков, близкие по своей форме и содержанию, но вызывающие ложные аналогии в различных контекстах. Абсолютные псевдоэквиваленты (формально похожие слова французского и русского языков, полностью отличающиеся своим лексическим значением) в политической лексике не встречаются, что объясняется сохранением некой смысловой общности у интернациональных слов.

Хотя вопрос о псевдоэквивалентах привлекает внимание многих лингвистов, специалистов по переводу и преподаванию иностранного языка, детальное исследование этой категории слов в

политическом дискурсе отсутствует. Некоторые переводчики относят к проблеме псевдоэквивалентности не только межъязыковые несоответствия, но и межкультурные.

ЛИТЕРАТУРА

Володина М. Н. О роли СМИ в процессе политической коммуникации (на материале немецких массмедиа) // Политическая лингвистика. 2010. Вып. 4 (34). 2010. С. 9—12.

Клушина Н. И. Особенности публицистического стиля // Язык средств массовой информации [под ред. М. Н. Володиной]. — М., 2008. С. 479—495.

Муравьев В. Л. *Faux amis*, или ложные друзья переводчика. — М.: Просвещение, 1969.

Французский журнал «Ле Пуан» // Газета «Жэньминь жибао» он-лайн. 2010. 4 янв.

СЛОВАРИ

БЭС = Большой энциклопедический словарь. — М., 1998.

Гак В. Г., Ганшина К. А. Новый французско-русский словарь. 5-ое изд., испр. — М.: Рус. яз., 2000.

Газизова Л. В. Трудности перевода имен собственных (на материале перевода романа Тонни Моррисон «Песнь Соломона») // Вестн. Челяб. гос. ун-та. 2009. № 35 (173). Филология. Искусствоведение. Вып. 37. С. 42—47.

Щерба Л. В., Матусевич М. И., Никитина С. А. Большой русско-французский словарь. 2-ое изд., стер. — М.: Рус.яз, 2001.

ЭлСИС = Электронный словарь иностранных слов. — Адепт, 2004. 1 электрон. опт. диск (CD-ROM).

Яндекс словари. URL: www.slovari.yandex.ru.

Le Petit Larousse Médiatique. Version électronique. — P.: Larousse, 2008.

ИСТОЧНИКИ

URL: www.lepoint.fr.

Статью рекомендует к публикации д-р филол. наук, проф. Н. Н. Лыкова

И. Г. Федорова
Уфа, Россия

I. G. Fedorova
Ufa, Russia

**«ДЕФЕКТИВНЫЙ» ДИАЛОГ
КАК ХАРАКТЕРИСТИКА
АМЕРИКАНСКОГО СВЕТСКОГО ОБЩЕСТВА
В РОМАНЕ Э.УОРТОН «ВЕК НЕВИННОСТИ»**

**THE “DEFECTIVE” DIALOGUE
AS THE CHARACTERISTICS
OF THE AMERICAN SOCIETY IN WHARTON’S
NOVEL “THE AGE OF INNOCENCE”**

Аннотация. Анализируется психологическое мастерство Э. Уортона. В романе «Век невинности» нет прямых характеристик, автор широко использует подтекст на уровне имен, интерьерных описаний, ключевых слов и прямой речи. Функция подтекста рассмотрена на примере диалога между главным героем романа и его невестой, отношения между которыми полностью строились на подтексте.

Abstract. The article is devoted to the psychological skill of E. Wharton. The novel “Age of innocence” doesn’t contain direct characteristics, the author widely uses the subtext on the level of names, interior descriptions, key words and direct speech. The function of the subtext is regarded through the dialogue between the main character of the novel and his fiancée, whose relationship were completely based on the subtext.

Ключевые слова: литературный психологизм; подтекст; американская литература; Уортон; светское общество; прямая речь.

Key words: literary psychologism; subtext; American literature; Wharton; Society; direct speech.

Сведения об авторе: Федорова Инна Германовна, преподаватель английского языка Башкирского строительного колледжа; аспирант кафедры романо-германского языкознания, зарубежной литературы и страноведения, Институт филологического образования и межкультурной коммуникации.

About the author: Fedorova Inna Germanovna, Teacher of English at the Bashkir College of Construction; Post-graduate Student of the Chair of the Romano-Germanic Linguistics, Foreign Literature and Country-study of the Institute of Philological Education and Inter-cultural Communication.

Место работы: Башкирский государственный педагогический университет им. М. Акмуллы.

Place of employment: Bashkir State Pedagogical University n.a. M. Akmulla.

Контактная информация: 450000, г. Уфа, ул. Октябрьской революции, 3а.
e-mail: innfed@rambler.ru.

Роман «Век невинности» был написан Э. Уортоном в 1920 г. и явился одной из вершин ее творчества. Несмотря на кажущуюся незатейливость сюжета, роман по праву можно отнести к лучшим произведениям психологической прозы рубежа XIX—XX вв. Психологизм Э. Уортона — не аналитический, объясняющий, как, например, у Л. Толстого. Не будучи знакомой с творчеством А. Чехова и задолго до расцвета творчества Э. Хэмингуэя, Э. Уортон использует подтекст. В романе «Век невинности» нет прямых характеристик, автор вкладывает в подтекст основную информацию, и читателю предстоит распутывать сложные взаимоотношения основных персонажей романа. Писательница использует синтез, т. е. такую организацию художественного повествования, при которой психологическое состояние персонажа, причины действия, причины отдельных поступков не анализируются непосредственно в тексте, а лишь имплицитно, ничего не теряя в достоверности. Психологический подтекст обнаруживает подлинными мыслями чувства героев, прикрываемые этикетными фразами светского диалога.

Для создания подтекста автору необходимо максимально точно подобрать «пусковые механизмы» читательского восприятия — слова, способные вызывать в сознании определенные образы, модели, целые культурные традиции. Уортон широко использует подтекст на уровне имен, интерьерных описаний, ключевых слов и прямой речи персонажей. Используя привычный инструмент психологических романов, она добивается неожиданных результатов, привнося в психологический анализ нечто новое, оригинальное.

Действие романа происходит в 1870-х гг. в высших кругах светского общества Нью-Йорка, чья размеренная жизнь нарушается возвращением из Европы их соотечественницы Эллен Оленской, бежавшей от грубого и вульгарного супруга. Молодой человек по имени Ньюланд Арчер, жених двоюродной сестры Эллен Мэй Велланд, влюбляется в Эллен, между ними вспыхивает взаимное чувство, но высшее общество делает все, чтобы их роман не состоялся, и Ньюланд женится на нелюбимой Мэй, а Эллен буквально изгоняется обществом обратно в Европу, теперь уже навсегда.

Светское общество Нью-Йорка — один из любимых собирательных «персонажей» Уортона, потому что большая часть ее собственных воспоминаний связана с Нью-Йорком, в котором она выросла. В этом обществе все определяли избранные семейства с давними традициями, вокруг которых в строгом иерархическом порядке, согласно родословной и финансовому положению, выстраивалась элита. Автор подробно описывает их образ жизни, который строился по аналогии с жизнью английского нового дворянства, их будни и досуг. Это закрытый кружок со своими правилами, которые Э. Уортон называет «миром иероглифов», в котором никто никогда не говорит правды, а все реальные вещи представлены условными знаками. Именно поэтому автор вместо прямых характеристик персонажей, описаний их нравов, мыслей и чувств прибегает к средствам непрямой, опосредованной характеристики.

Роман буквально пропитан символическим контекстом, повествовательный ряд постоянно соотносится с образами произведений изобрази-

тельного искусства и архитектуры, и это позволяет автору в сжатой форме — аллюзией и соотношением — раскрыть важные пласты смысла.

Роман написан от третьего лица, но все действие протекает перед глазами главного героя романа — Ньюланда Арчера, который и является его «центральным сознанием» (термин Г. Джеймса), и только он один наделен автором внутренней речью.

Мэй Велланд — одна из самых характерных представительниц этого общества, поэтому их отношения с Ньюландом Арчером — как до, так и после свадьбы — полностью строятся на подтексте. Несмотря на то, что она — один из основных персонажей романа, количественный анализ текста показывает, что все немногочисленные сцены с ее участием — это их разговоры с Ньюландом, в которых она придерживается светских правил, а он пытается быть искренним. Присутствие Мэй в остальных сценах романа лишь обозначается автором: ее участие в застольных беседах чаще всего молчаливо, в крайнем случае, она произносит этикетные фразы для поддержания разговора, не имеющие никакого определенного значения.

Мэй можно отнести к статичным персонажам — она не меняется в ходе развития романа, причем не меняется не только внутренне, но и внешне. В первой главе перед читателем предстает юная девушка в белом, а в последней Ньюланд вспоминает о ней как о молодой женщине, которая родила троих детей, но умерла, так и не успев состариться и не заметив, что мир вокруг нее сильно изменился. Муж и дети с самого начала лицемерно делали вид, что мир вокруг не меняется, и негласно составили нечто вроде семейного заговора, решив не посвящать Мэй в текущие перемены. Другими словами, если в начале романа ее неведение оберегалось старшими, которые боялись поколебать юную невинность, то в конце романа ту же функцию выполняют ее собственные дети.

В экспозиции нам представлена молодая девушка в белом платье с букетом ландышей в руках. Белое платье и ландыши — неотъемлемые компоненты ее образа невинной девушки, создаваемого автором при помощи прилагательных (*fair, young, modest, softly, rosy as the dawn, radiant, pale, candid*), и так же, как прилагательные, эти цветы являются ее постоянным атрибутом на протяжении всего романа. Каждое утро Ньюланд посылает ей букет ландышей в качестве знака внимания, они присутствуют в большом количестве на их бракосочетании.

Первый диалог героев в романе — экспозиция их взаимоотношений; автор показывает, какими были их отношения до объявления помолвки. Такими же они останутся и после свадьбы: они прожили вместе много лет, у них родилось трое детей, но они все равно остались чужими друг другу.

Этот диалог происходит в первой же сцене в театре. Эллен Оленская — опальная кузина — сидит в одной ложе с Мэй и ее семейством, весь свет негодует, а семья старательно делает вид, что ничего необычного не происходит. Ньюланд отправляется в ложу к своей невесте, чтобы поддержать ее и продемонстрировать свету свое от-

ношение к ситуации. Характерно, что их диалог носит достаточно отвлеченный характер — о приезде Эллен Оленской ничего не сказано, они обсуждают исключительно грядущую помолвку. Но основной диалог происходит не при помощи слов, а через взгляды (*Her eyes said: "You see why Mamma brought me," and his answered: "I would not for the world have had you stay away."* [Wharton 1999: 11]). С точки зрения стороннего наблюдателя, ничего не произошло, они просто обменялись взглядами, и Ньюланд прочитал в ее взгляде то, что ожидал прочесть, а истинные мысли Мэй остались неизвестны.

В качестве иллюстрации роли подтекста в отношениях героев рассмотрим один из разговоров, состоявшийся между Ньюландом и Мэй в парке. Он пытается уговорить невесту ускорить их свадьбу, Мэй же настаивает на традиционно долгом периоде помолвки. Накануне состоялась первая встреча Ньюланда и Эллен Оленской у нее дома, и эта встреча что-то изменила в его мировоззрении. Тем же вечером, отправляя невесте традиционные ландыши, он посылает Эллен роскошный букет чайных роз.

Автор начинает их беседу с описания погоды. Изумительный день, над безлистным древесным сводом блистает лазурное небо, а внизу осколками кристаллов искрится покрывающий аллею снег. Слова, используемые автором для описания погоды, создают атмосферу сияния — *lapis lazuli, shone, crystals*. Изображение состояния природы плавно переходит в описание самой Мэй, и автор продолжает семантический ряд со значением «сиять, сверкать»: *radiance, burned, frost*. Таким образом, юная девушка настойчиво сравнивается с морозом и снегом.

Каждая из произносимых героями фраз не имеет глубокого подтекста, однако авторские комментарии раскрывают больший смысл, чем произносимые ими фразы. Мэй заводит разговор о цветах, которые он забыл вчера прислать с утра (*"It's so delicious — waking every morning to smell lilies-of-the-valley in one's room!" she said* [Wharton 1999: 52]), он понимает это как упрек и спешит оправдаться за то, что вчера они пришли позже обычного (*"Yesterday they came late. I hadn't time in the morning —"* [Wharton 1999: 52]), и она, на первый взгляд благосклонно, принимает его извинения.

Он чувствует себя прощенным и несколько расслабляется, ощущая себя «богатым и уверенным в себе» (*He... felt rich and secure enough* [Wharton 1999: 52]). Прилагательное «богатый» не имеет ничего общего с ситуацией и, на первый взгляд, кажется неуместным. С другой стороны, если в начале их встречи Ньюланд ощущал некоторый дискомфорт в связи со своим вчерашним визитом к Эллен, то теперь чувствует облегчение. Таким образом, прилагательные «богатый и уверенный в себе» становятся контекстуальными антонимами состоянию дискомфорта, а следовательно, синонимами комфортного состояния. Степень уверенности в себе определяется для людей его круга прежде всего уровнем материального благополучия. Для данного диалога эта метафора не имеет принципиального значения, но является

дополнительной характеристикой светского общества Нью-Йорка.

Следующие несколько фраз изменяют отношение Ньюланда к сложившейся ситуации. Он вдруг узнает, что Эллен ничего не сказала Мэй ни о цветах, ни о его визите, и приходит к выводу, что это их общая с Эллен тайна (*If Madame Olenska had not spoken of his visit it might seem awkward that he should. Yet not to do so gave the affair an air of mystery that he disliked* [Wharton 1999: 52]). Он начинает рассуждать, и из приведенной выше фразы можно достроить ход его рассуждений:

- 1) раз она ничего не сказала об этом, значит, она решила оставить его визит тайным;
- 2) если это тайна, то, следовательно, его визит что-то значит для нее;
- 3) но ведь он тоже ничего не сказал об этом;
- 4) значит, и для него этот визит имел определенное значение;
- 5) для человека, который собирается жениться, встреча с другой женщиной не может иметь никакого значения;
- 6) следовательно, оттенок тайны ему неприятен.

В рассуждениях героя преобладает эмоциональная сторона «я», и только однажды проявляется его общественная сторона. Другими словами, в данной ситуации Ньюланд теряет часть своего образа незаурядного молодого человека, в частности остроумие и нестандартность мышления, которые, по его собственному мнению, являются его основными качествами, и превращается в «человека общественного».

Ньюланд, казалось бы, резко меняет тему, заговаривая о помолвке, но в действительности образ Эллен стойко ассоциируется у обоих с фактом помолвки, и герой лишь продолжает ход своих прежних мыслей. Свои вопросы и ответы Мэй он начинает воспринимать по-другому, через призму воспоминаний об Эллен. В первой части их разговора автор ничего не говорит о чувствах и мыслях самого Ньюланда — их беседа, по сути, не касается чувств, это обычный светский разговор, где

никто не говорит то, что действительно имеет в виду. Как только Арчер вспоминает об Эллен и попадает под влияние тайны, возникшей между ними, теперь каждая его фраза становится искренней и наполняется смыслом. Мэй, напротив, продолжает придерживаться тона, принятого ею в начале разговора. То, что имеет для Ньюланда решающее значение, для нее — всего лишь простая беседа на не слишком приятные для нее, но вполне традиционные темы. Суть беседы сводится к следующему: он уговаривает ее ускорить помолвку, она возражает. Устав от его настойчивости, Мэй использует одно из самых страшных слов своего (а значит, и светского) словаря — «вульгарный», искренне полагая, что на этом разговор на эту тему можно считать законченным. Ньюланд же продолжает настаивать на своем и задает вопрос, неуместный в разговоре с незамужней девицей из высшего общества: он спрашивает ее, неужели она боится показаться вульгарной. После этой его фразы их разговор перестает идти по определенному сценарию, потому что Мэй ошеломлена и раздосадована его «дурным тоном». Не столько сама фраза, сколько тон, которым она была произнесена, заставляют Ньюланда замолчать, и их спор заканчивается победой Мэй, и она прекрасно осознает это, потому что ее тон меняется с возмущенного на бесечный, а противостояние Ньюланду — на восхищение им. Комплимент в его адрес основывается у нее не на собственном опыте, а на мнении Эллен, ее опыте в вопросах драгоценностей и знания парижской моды. Мэй еще не подозревает о зарождающихся у Эллен и Ньюланда отношениях и обращается к Эллен как к высшему авторитету в тех вопросах, в которых ни она, ни ее ближайшее окружение не компетентны.

В заключение для более полного и глубокого анализа текста обобщим их диалог в виде таблицы, где в левой колонке приводится действительный диалог, а в правой — то, что разговаривающие имеют в виду.

"It's so delicious — waking every morning to smell lilies-of-the-valley in one's room!" she said.	Вчера я не получила цветов утром, как обычно, они пришли поздно вечером, и я хочу знать причину.
"Yesterday they came late. I hadn't time in the morning —"	Отвечает не на то, что было сказано вслух, а на то, что подразумевалось.
"But your remembering each day to send them makes me love them so much more than if you'd given a standing order, and they came every morning on the minute, like one's music-teacher — as I know Gertrude Lefferts's did, for instance, when she and Lawrence were engaged."	Конечно, вы могли бы сделать так, как делал Лоренс Леффертс, но это не слишком бы мне понравилось, потому что не отвечает идеалу хорошего тона.
"Ah — they would!"... "When I sent your lilies yesterday afternoon I saw some rather gorgeous yellow roses and packed them off to Madame Olenska. Was that right?"	Этикетное согласие. Решает сообщить о цветах, посланных Эллен, чтобы Мэй не увидела в этом поступке тайного умысла, если случайно узнает об этом из другого источника.
"How dear of you! Anything of that kind delights her. It's odd she didn't mention it: she lunched with us today, and spoke of Mr. Beaufort's having sent her wonderful orchids, and cousin Henry van der Luyden a whole hamper of carnations from Skuytercliff. She seems so surprised to receive flowers. Don't people send them in Europe? She thinks it such a pretty custom."	Не могу сказать этого вслух, но не следовало бы так делать. Тем более странно, что Эллен ничего не сказала ей об этом.
"Oh, well, no wonder mine were overshadowed by Beaufort's," said Archer irritably. To shake off the question he began to talk of their own plans, their future, and Mrs. Welland's insistence on a long engagement.	Не может скрыть своей досады от того, что напрасно сделал это признание, поэтому почти искренен в своем раздражении. По этой же причине Ньюланд резко меняет тему разговора.
"If you call it long! Isabel Chivers and Reggie were engaged for two years; Grace and Thorley for nearly a year and a half. Why aren't we very well off as we are?"	Этикетная фраза, характерная для девушки на выданье.
"We might be much better off. We might be altogether together — we might travel."	Пытается быть искренним, но в результате получается этикетная фраза, свойственная любому молодому человеку в его положении.

"That would be lovely,"	Этикетная фраза.
"As if the mere 'differently' didn't account for it!" the wooer insisted.	Продолжает настаивать.
"Newland! You're so original!" she exulted.	Этикетная фраза.
"Original! We're all as like each other as those dolls cut out of the same folded paper. We're like patterns stencilled on a wall. Can't you and I strike out for ourselves, May?"	Искреннее высказывание, произнесенное с целью эпатажа.
"Mercy — shall we elope?" she laughed.	Пытается объяснить ему невозможность того, что он просит, используя иронию.
"If you would —"	Тянет время в поисках правильного выхода их ситуации.
You DO love me, Newland! I'm so happy."	Этикетная фраза.
"But then — why not be happier?"	Настаивает на своем.
"We can't behave like people in novels, though, can we?"	Все еще пытается убедить его, взывая к разуму.
"Why not — why not — why not?"	Настаивает на своем.
"I'm not clever enough to argue with you. But that kind of thing is rather — vulgar, isn't it?"	Находит, наконец, лучший способ закончить разговор, опираясь на принципы, в которых они были воспитаны.
"Are you so much afraid, then, of being vulgar?" She was evidently staggered by this.	Совершенно искренен.
"Of course I should hate it — so would you," she rejoined, a trifle irritably.	То же самое она ответила бы на его вопрос в присутствии матери.
"Oh, did I tell you that I showed Ellen my ring? She thinks it the most beautiful setting she ever saw. There's nothing like it in the rue de la Paix, she said. I do love you, Newland, for being so artistic!"	Меняет тему разговора с серьезной на нейтральную.

Итак, рассмотренный пример убеждает, что светские условности помогают Ньюланду скрыть истинные чувства. Диалог героев не приводит к взаимопониманию, напротив, через подтекст выявляется «дефектность» ситуации общения, провоцирующей скорее психологическое разобщение. «Иероглифы» прямой речи отнюдь не выражают сути

всей сложившейся между героями ситуации, «вытесняют» ее из зоны прямого говорения, поскольку она, с точки зрения высшего света, имеет привкус «дурного тона» и вульгарна.

ЛИТЕРАТУРА

Wharton E. The age of innocence. — Wordsworth Classic, 1999.

Статью рекомендует к публикации д-р филол. наук, проф. Т. Л. Селитрина

УДК 82-311.4:821.161.1

ББК Ш5 (2Рос=Рус)6-4

ГСНТИ 17.09.91

Код ВАК 10.01.01

Е. Ю. Шер

Екатеринбург, Россия

E. Yu. Sher

Ekaterinburg, Russia

БЕЗ ПРАВА НА НЕЗАВИСИМОСТЬ («Последний Колонна» В. К. Кюхельбекера в контексте идейных исканий русского общества)

WITHOUT ANY RIGHT FOR INDEPENDENCE («THE LAST KOLONNA» BY V.K.KUHELBEKER IN THE CONTEXT OF THE SEARCH FOR IDEAS OF THE RUSSIAN SOCIETY)

Аннотация. Анализируются особенности восприятия и осмысления фактов общественно-литературной жизни России первой половины XIX в. «сквозь мрачные затворы крепостных казематов» политическим заключенным, ведущим активную литературную деятельность.

Abstract. Peculiarities of perception and comprehension of social literary life of the first half of the XIXth century in Russia by political prisoners leading active literary life «through dark gates of prison cells» are analyzed.

Ключевые слова: В. К. Кюхельбекер; «Последний Колонна»; «дух времени»; общественно-литературная ситуация; 1830-е гг.

Key words: V.K.Kuhelbeker; «The Last Kolonna»; «spirit of the time»; social literary situation; 1830.

Сведения об авторе: Шер Елена Юрьевна, кандидат филологических наук, старший преподаватель кафедры русской и зарубежной литературы.

About the author: Sher Elena Yurievna, Candidate of Philology, Senior Lecturer of the Chair of Russian and Foreign Literature.

Место работы: Уральский государственный педагогический университет.

Place of employment: Ural State Pedagogical University.

Контактная информация: 620017, г. Екатеринбург, пр. Космонавтов, 26.
e-mail: elena-ju-scher@yandex.ru.

Роман В. К. Кюхельбекера «Последний Колонна» относится к числу малоизученных произведений. Во многом это обусловлено тем, что впервые роман был издан в 1937 г. (спустя почти век после написания) и не переиздавался вплоть до 1970-х гг.

Совершенно очевидно, что «Последний Колонна» с самого своего возникновения не был, по терминологии Ю. Н. Тынянова, «литературным фактом», т. е. явлением, вошедшим в литературную жизнь эпохи, отразившимся в ней и оказавшим на нее то или иное воздействие, поскольку оказался изолирован, оторван от современного ему литературного процесса в силу объективных обстоятельств. Роман Кюхельбекера не изменил своего статуса и на сегодняшний день: став все фактом литературы, он так и не был вписан в историко-литературный процесс 30-х гг. XIX в.

Б. М. Эйхенбаум, признавая, что В. К. Кюхельбекер «не из тех писателей, о которых можно говорить уверенно и спокойно, не боясь упреков в преувеличении, или в искажении исторической перспективы, или, наконец, в эпатировании», откровенно называет его «живым трупом», так как после 1825 г. «Кюхельбекер был вовсе забыт — и как человек, и как писатель» [Эйхенбаум 1986: 200, 208]. Действительно, для большинства читателей судьба В. К. Кюхельбекера и тем более его литературная деятельность фактически обрывалась Сенатской площадью, а 21 год крепостей и ссылки оказывался лишь фактом частной биографии, никак не соотносимым с общественно-литературной жизнью России.

Однако именно 1830-е гг., по замечанию Т. А. Ложковой, стали для В. К. Кюхельбекера «зенитом творческой зрелости» [Ложкова 2004: 10]. В это время он создает ряд значительных произведений в разных жанрах: драмы «Ижорский» (1826), «Прокофий Ляпунов» (1834), «Иван, купецкий сын» (1842), поэмы «Давид» (1829), «Сирота» (1834), «Юрий и Ксения» (1836), «Агасвер» (1846),

незаконченный прозаический фрагмент «Русский Декамерон 1831 года» и роман «Последний Колонна» (1832—1843).

Безусловно, понять творчество Кюхельбекера 30-х гг. и конкретно его роман «Последний Колонна» невозможно вне контекста духовной жизни и идейных исканий русского общества той поры, литературной обстановки эпохи.

1825 год для России стал истинной катастрофой, в первую очередь мировоззренческой: была разрушена не только идеологическая, но и философская система и система нравственных ценностей, литература оказалась в очень жесткой, неблагоприятной ситуации, происходило усиление цензурного контроля, контроля за общественным мнением. Первые годы, следовавшие за 1825-м, по свидетельству А. И. Герцена, «были ужасны. Понадобилось не менее десяти лет, чтобы человек мог опомниться в своем горестном положении поработанного и гонимого существа» [Герцен 1954, т. 7: 214]. 1830-е гг. в России были отмечены резким подъемом чувства личности, вызванного сдвигами в общественном сознании, в мироощущении поколения, «разбуженного выстрелами на Сенатской площади». Этот сдвиг был в первую очередь способом сопротивления и самозащиты в ответ на давление извне, которое личность испытывала в условиях нового политического режима Николаевской эпохи. Единственно возможным, «достойным человека поприщем» для «впуганной в раздумье» России стала духовная деятельность» [Ермоленко 1996: 58—59].

Романтический тип сознания утратил прежнюю оптимистичность и приобрел новые черты, среди которых на первое место выдвигается склонность к «любомудрию», глобальному осмыслению частных проблем, осознанию самых общих закономерностей бытия и ощущению всеобщей неустойчивости — своего рода мирового беспорядка: «Вынужденные молчать, сдерживая слезы, мы научились,

замыкаясь в себе, вынашивать свои мысли — и какие мысли!» [Герцен 1954, т. 7: 225].

Идея личности, взращенная романтизмом, приобретает в эти годы небывалую значимость, становится центральной проблемой времени. Актуализируется романтическая тема свободного самопроявления личности. Л. Я. Гинзбург отмечает, что «напряженное внимание к идее личности, в такой форме и степени не свойственные ни людям декабристской закваски, ни даже идеалистам-романтикам, сложившимся в 20-х годах», отличает русских романтиков 30-х гг. [Гинзбург 1974: 140]. «Нравственное и в то же время психологическое саморассмотрение», по мнению исследовательницы, становится важнейшей установкой для всей последекабристской литературы [Гинзбург 1971: 43]. «Уход в себя, в пристальное самонаблюдение», связанное с «напряженной работой мысли, „бореньем дум“, на его высшем подъеме» проявлялся в стремлении человека к совершенствованию, к улучшению своей моральной природы (выделено автором — *Е. Ш.*) [Бродский 1941: 23—24.]. Как пишет Е. М. Пульхритудова, «подверженное „декабрьским настроениям“» творчество 30-х гг. целиком погружено в философские и эстетические искания, общественная мысль «бьется и мучается над разрешением нравственных вопросов о правах и судьбе человеческой личности» [Пульхритудова 1960: 126], о ее взаимоотношениях с обществом, судьбе и границах собственной воли человека, его месте в системе мироздания.

Напряженный интерес к внутреннему миру личности обуславливается в первую очередь «философскими интересами молодой России 1830-х годов», к середине которых «основным средством анализа душевной жизни» становится, по верному замечанию Л. Я. Гинзбург, «гегельянская терминология» [Гинзбург 1971: 85; Гегель и философия в России: 52—122]. Основой всего сущего (и в первую очередь человека как высшей ступени развития) становится некая «мистическая объективная», «абсолютная идея» («абсолютный дух») [Гегель 1956], а потому духовный мир всякой личности представляет всеобщую ценность.

Рассматривая мировоззренческую ситуацию начала XIX в., А. В. Михайлов указывает на исторически обусловленное тяготение русской мысли к диалектике, явленной в «бурно развивающейся немецкой идеалистической философии»: «Кант, Фихте, Шеллинг, Гегель продумывают ... как бы те формы мысли, в которых она потечет дальше в разных странах Европы»; «На рубеже XVIII—XIX веков завершается происходивший подспудно, а теперь восторжествовавший процесс — Я завоевывает себя, то есть осознает свою автономность, это Я превращается в такую точку в мире, с которой и от которой отсчитываются все мировые смыслы» [Михайлов 2000: 21, 29].

Как следствие, на передний план выходит внимание к «истории души человеческой», к психологии человека, утверждается принципиальная открытость интимной, внутренней жизни, растет интерес к анализу, самопознанию личности. Требование максимальной полноты раскрытия внутреннего мира, самовыражения характеризует духовную жизнь 30-х гг. XIX в.

Приметой времени «всеобщего исповедания» (С. И. Ермоленко) становится рефлектирующий герой — сын своей эпохи. По мнению У. Фохта, именно «тяжелая обстановка реакции» определила «развитие характерологии» главным образом в направлении «усиления психологизма, а не действия, события» [Фохт 1963 76]: «потребность личности в непрерывном самопознании и самораскрытии» [Гинзбург 1957: 81] ведет к необходимости психологического анализа. Данная примета времени проявляется в творчестве как романтиков (например, в романе В. К. Кюхельбекера «Последний Колонна»), так и тех художников, которые начинают активно осваивать реалистические принципы изображения (примером может служить роман М. Ю. Лермонтова «Герой нашего времени»).

Обращаясь к позднему творчеству Кюхельбекера, прежде всего следует отметить удивительную отзывчивость художника на актуальные проблемы времени: «Идеи, которыми была насыщена общественная атмосфера 30-х гг., медленно и с большим трудом проникали сквозь мрачные затворы крепостных казематов, где томился в это время Кюхельбекер, — пишет Е. М. Пульхритудова. — И нужна была огромная чуткость к запросам времени, чтобы откликнуться на них сначала в одиночном заключении, а затем в „хладной пустыне“ сибирской ссылки» [Пульхритудова 1960: 127]. Кюхельбекер следил за явлениями жизни русского общества, литературного мира, насколько мог следить за ними человек, отдаленный почти на семь тысяч верст от центра литературной деятельности. Исследователей поражает прежде всего именно удивительное «родство времени» (Ю. Н. Тынянов), которое испытывает Кюхельбекер по отношению ко всей русской литературе той эпохи.

А. Рыпинский, современник Кюхельбекера, так вспоминал о встрече с ним: «Это человек великой души... <...> Кто с ним провел хоть несколько вечерних часов, не мог не обнаружить в нем редкого ума, кристально-чистой души и глубокой образованности. <...> Единственным его занятием, единственной отрадой в тюрьме была литература» [Поэты-декабристы 1980: 304—305]. Стремясь «делать в жизни добро словом и делом», В. К. Кюхельбекер, даже будучи изолированным от общественной жизни, продолжал «жить литературой, наукой, искусством» [Там же: 309]. Ю. В. Косова, дочь поэта, вспоминает: «...его поэтические стремления ... помогали ему перенести, без уныния и без утраты умственных способностей, весь ужас десятилетнего одиночного заточения; довольствуясь своим нравственным миром, он ... все ... облекал в звучанье» [Косова 1875: 335]. Так, будучи «отделенным от людей и жизни», читая только старые журналы и почти не имея новых книг, Кюхельбекер все-таки сумел уловить основные особенности современного ему литературного движения, обусловленные вытеснением новых реалистических тенденций, столь неоднозначно воспринятых художником и критиком, остающимся и в 1830-е гг. человеком декабристской закваски [Тынянов: V-LXXIX; Соколов 1976: 258; Левкович: 172; Королева, Рак 1979: 616—619 и др.]. В. И. Коровин указывает, что хотя Кюхельбекер и «был насильственно отторгнут от

русской жизни, от идейной и литературной борьбы, от русской литературы, воспринявшей реалистический метод», «духом времени» проникнуто все его творчество. «Новые эстетические искания», свойственные всей русской литературе того времени, с наибольшей «полнотой и определенностью», по мысли исследователя, воплотились в романе Кюхельбекера «Последний Колонна» [Коровин 1990: 394, 395].

А. Богучаров, характеризуя литературную деятельность Кюхельбекера в период заключения, отмечает: «Крепость на замке, а В. К. Кюхельбекер и видит, и провидит, и действует. И с ним ничего нельзя поделаться. ... Не потому ли его лихорадочно переводят из крепости в крепость, точно перепрыгивают?» [Богучаров 1986: 115].

В 1838 г. А. И. Герцен писал: «Каждая самобытная эпоха разрабатывает свою субстанцию в художественных произведениях, органически связанных с нею, ею одушевленных, ею признанных. Пора оставить несчастное заблуждение, что искусство зависит от личного вкуса художника или от случая. Религия, наука и искусство всего менее зависят от всего случайного и личного; одно низкое понимание их может поставить их в такую недостойную зависимость. ... великий художник не может быть несовершенен. *Одной посредственности предоставлено право независимости от духа времени*» (выделено нами — *Е. Ш.*) [Герцен 1954, т. 1: 326—327]. Эти слова, без сомнения, в полной мере можно отнести и к В. К. Кюхельбекеру, который даже в «мертвой тьме уединенья» смог уловить «дух» новой литературной эпохи.

Так, в первую очередь, Кюхельбекеру свойствен глубокий интерес к человеческой душе. Определяя главный предмет своей поэзии — человека, он писал (Н. Глинке от 3 мая 1834 г.): «Грузином ли я его назову, греком ли, древним ли, новым ли — желаю только, чтобы в моих изображениях, несмотря ни на какие несообразности в costume и никакие анахронизмы, можно было узнать человека — страсти, слабости, душу человеческую» [Кюхельбекер 1938: 9]. Возможность этого познания, подобно своим современникам, художник видел на пути осмысления проблемы личности в ее взаимоотношениях с миром, тесно связанной с постоянно занимавшей его идеей судьбы.

Вместе с тем в 30-е гг. XIX в. изменился взгляд Кюхельбекера на человеческую природу в сравнении с предыдущим творчеством [Королева, Рак 1979: 615—643]. «Если раньше для поэта-декабриста и для его единомышленников, — пишет Е. М. Пульхритудова, — все люди делились на два разряда (говоря словами Лермонтова, „в одном все чисто, а в другом все зло“), то теперь он приходит к мысли, что не все так просто и однозначно во внутренней жизни человека, как некогда казалось» [Пульхритудова 1960: 131—132]. «В груди каждого человека, — убежден теперь художник, — заключаются зародыши всех, как добрых, так и дурных склонностей, каждой в особенности» [Кюхельбекер 1979: 160]. Данное философское понимание природы человека, вероятнее всего, восходит к Шеллингу, и в частности к его «Философским исследованиям о сущности человеческой свободы и связанных с ней предметах» (1809).

Заметим, что в начале 30-х гг. XIX в. учение Шеллинга о противоречиях как источнике развития с его важнейшим тезисом о единстве добра и зла было близко русскому романтическому мышлению [Купреянова: 343—361; Шумакова 2001: 100—117]. Например, в произведении «1831-го июня 11 дня» Лермонтов обосновывает принципиальную неразрешимость вечных противоречий в себе и мире как присущее человеческой природе свойство:

Лишь в человеке встретиться могло

Священное с порочным. Все его

Мученья происходят оттого [Лермонтов 1954: 184].

Т. Л. Шумкова, размышляя об истоках русского любомудрия, замечает: «„Новый мир“ немецкой классической философии открывается русскому сознанию с начала века, а в 20-е годы становится для него подлинным откровением. ... Вплоть до 40-х годов Россия находится под обаянием шеллингианства» [Шумакова 2001: 100]. «Для лучшей части нашей молодой интеллигенции 1820—30-х гг., — констатирует И. Кубасов, — философия Шеллинга была неисчерпаемым родником новых воззрений на мир во всем его целом» [Кубасов 1905: 130].

Об интересе Кюхельбекера к Шеллингу свидетельствуют прежде всего дневниковые записи писателя. 20 марта 1835 г., находясь в одиночном заключении, В. К. Кюхельбекер указывает в дневнике: «Сегодня начал я Шеллинговы „Исследования о сущности человеческой свободы“». Начало этого творения удивительно: какая глубина и вместе какая ясность! Преклоняю колени перед великим мыслителем». И на следующий день: «Целый день читал я Шеллинга. Необыкновенно великий человек! <...> Не ограничусь выписками отдельных мыслей, а постараюсь отдать себе отчет во всей его системе. Может быть, это пригодится не мне одному» [Кюхельбекер 1979: 358]. 10 лет спустя, в письме к В. А. Жуковскому от 20 декабря 1845 г., описывая начатые им «Извлечения из дневника о книгах, которые читал последние 20 лет», Кюхельбекер особенно выделил философию Шеллинга, так поразившую его [Там же: 649]. Несомненно, стремясь «отдать себе отчет во всей его (Шеллинга) системе» (а запись от 21 марта 1835 г. свидетельствует о том, что Кюхельбекер, делая из Шеллинга выписки, попутно излагал и свое понимание его системы), писатель-романтик не мог пройти мимо идеи «человеческой свободы», не «дав себе отчет» в ее «сущности» (что, как нам кажется, нашло отражение и в его творчестве, в частности в романе «Последний Колонна»).

По Шеллингу, «добро и зло суть одно и то же, лишь рассмотренные с разных сторон ... Поэтому ... тот, в ком нет ни материала, ни сил для зла, не способен и к добру» [Шеллинг 1908: 61]. Поскольку добро и зло изначально неразрывно связаны, «рождены из одной основы», то и в душе человека нет и не может быть разных, не связанных друг с другом абсолютных начал, все в нем слито, двуедино: «В человеке содержится вся мощь темного начала, в нем же — вся сила света. В нем — глубочайшая бездна и высочайшее небо, или оба центра» [Там же: 30]. Но, несмотря на связь обоих начал в душе человека, Шеллинг убежден, что

«единство это должно быть в человеке раздельным», так как именно в этом «тождестве обоих начал» и есть «возможность добра и зла»: «Человек вознесен на такую вершину, на которой он в равной степени содержит в себе источник своего движения в сторону добра и в сторону зла ... Он находится на перепутье: что бы он ни выбрал, решение будет его деянием, но не принять решения он не может...» (выделено нами — Е. Ш.) [Там же: 30].

Значит, по логике философа, человек свободен, волен сделать свой собственный выбор, решить, в каком направлении ему двигаться — «в сторону добра» или «в сторону зла». Так актуализируется проблема свободы воли, столь значимая для романтического мышления начала XIX в. Однако, осмысляя проблему «сущности человеческой свободы» и связанную с ней проблему нравственного выбора, Шеллинг оговаривается: «То, как человек принимает решение следовать злу или добру, еще полностью окутано мраком и требует, по-видимому, отдельного исследования» [Там же: 45]. Возможно, именно этот «мрак» и стремится «развеять» Кюхельбекер, поднимая в своем романе вечные философские вопросы, в том числе важнейший для эпохи 30-х гг. — вопрос о свободе воли личности и границах этой свободы. Идущее от философии Шеллинга понимание природы человека как двуединства темного и светлого начал обуславливает и возникшую перед писателем необходимость сосредоточенно-углубленного внимания к внутреннему миру личности, особенностям ее характера. Поэтому основной задачей в «Последнем Колонне» Кюхельбекера, как считает Е. М. Пульхритудова, становится изображение внутреннего мира «героя времени». Именно «воссоздание психологических противоречий характера главного героя романа», по мнению исследовательницы, проведено писателем наиболее полно и последовательно [Пульхритудова 1973: 69].

По мысли Е. М. Пульхритудовой, «Последний Колонна» был задуман «как очередная инвектива против „байронического героя“» [Пульхритудова 1960: 128], что подтверждается размышлениями самого Кюхельбекера по поводу «Беппо», «Дон Жуана» Байрона и «Евгения Онегина» Пушкина: «...они <Байрон и Пушкин — Е. Ш.> смотрят на ... мир как судьи, как сатирики ... личность их нас беспрестанно разочаровывает — мы не можем обжиться с их героями, не можем забыть. ...выходки Байрона и Пушкина заставляют меня презирать и ненавидеть мир, ими изображаемый, а удивляться только тому, как они решились воспевать то, что им казалось столь низким, столь ничтожным и грязным» [Кюхельбекер 1979: 65]. Неприятие возвеличивания недостойных («ничтожных»), по мнению Кюхельбекера, персонажей тем не менее не означает отрицания писателем необходимости их изображения в современной литературе: «Порок гнусен — но и в порочной душе бывает нередко энергия; и эта энергия никогда не перестанет быть прекрасным и поэтическим явлением» [Там же: 359]. Двойственность, противоречивость притягивают, завораживают. Вследствие этого «экспериментальное исследование

души» (Е. М. Пульхритудова) и сложных противоречий психики «героя времени» становится для Кюхельбекера первостепенной задачей.

Поднимая «важный современный вопрос о внутреннем человеке» (В. Г. Белинский), Кюхельбекер стремится к познанию «души человеческой» через изображение «страстей»: «узнать человека», по Кюхельбекеру, — значит узнать «страсти, слабости, душу человеческую».

Особое внимание общественно-художественной мысли к психологии, душе человека породило интерес в первую очередь к «исповедальным» формам (письмо, дневник, исповедь) [Гинзбург 1971; Ермоленко 1996]. Этим интересом и обусловлен выбор Кюхельбекером именно эпистолярной формы романа.

В. К. Кюхельбекер сумел подчинить ставшую уже традиционной к моменту начала работы над «Последним Колонной» жанровую форму занимающей его ум задаче изображения «страстей» и «души человеческой».

Таким образом, писатель, оторванный от современного историко-литературного процесса, заточенный в крепость, тем не менее чутко улавливал «дух времени», жил идеями своего времени, воплощая их в своем творчестве.

ЛИТЕРАТУРА

- Богучаров А. Вильгельм Карлович Кюхельбекер (1797—1846) // Богучаров А. Силуэты: очерки, статьи, эссе о русских и советских писателях. — М.: Правда, 1986.
- Бродский Н. Л. Философские основы поэзии Лермонтова // Литература в школе. 1941. № 4.
- Гегель Г. В. Ф. Философия духа (1807) // Гегель Г. В. Ф. Сочинения: в 14 т. — М.: Госполитиздат, 1956. Т. 3.
- Гегель и философия в России: 30-е годы XIX века — 20-е годы XX века / гл. ред. В. Е. Евграфов. — М.: Наука, 1974.
- Герцен А. И. <Из статьи об архитектуре> // Герцен А. И. Собр.соч.: в 30 т. — М.: Изд-во АН СССР, 1954. Т. 1.
- Герцен А. И. О развитии революционных идей в России // Герцен А. И. Собр.соч.: в 30 т. — М.: Изд-во АН СССР, 1954. Т. 7.
- Гинзбург Л. Я. «Былое и думы» А. И. Герцена. — Л.: Гослитиздат, 1957.
- Гинзбург Л. Я. О лирике. — Л.: Сов. писатель, 1974.
- Гинзбург Л. Я. О психологической прозе. — Л.: Совет. писатель, 1971.
- Ермоленко С. И. Лирика М. Ю. Лермонтова: жанровые процессы / Урал. гос. пед. ун-т. — Екатеринбург, 1996.
- Коровин В. И. Кюхельбекер Вильгельм Карлович // Русские писатели: библиограф. слов. — М.: Просвещение, 1990. (А — Л).
- Королева Н. В., Рак В. Д. Личность и литературная позиция Кюхельбекера // Кюхельбекер В. К. Путешествие. Дневник. Статьи. — Л.: Наука, 1979.
- Косова Ю. В. Вильгельм Карлович Кюхельбекер: очерк его жизни и литературной деятельности // Русская старина. 1875. № 7.
- Кубасов И. Одоевский, князь Владимир Федорович // Русский биограф. слов. — СПб.: Тип. Главного Управления Уделов, 1905. (Обезьянинов — Очкин).
- Купреянова Е. Н. Основные направления и течения в русской литературно-общественной мысли второй четверти XIX века // История русской литературы: в 4 т. — Т. 2.
- Кюхельбекер В. К. Прокофий Ляпунов. Трагедия В. Кюхельбекера. 1834 г. — Л.: Совет. писатель, 1938.

Кюхельбекер В. К. Путешествие. Дневник. Статьи. — Л.: Наука, 1979.

Левкович Л. Я. Поэзия декабристов // История русской литературы : в 4 т. — Т. 2.

Лермонтов М. Ю. Собр. соч. : в 6 т. — М. ; Л. : Изд-во АН СССР, 1954. Т. 1 : Стихотворения.

Ложкова Т. А. Лирика декабристов: поэтика жанров : учеб. пособие / Урал. гос. пед. ун-т. — Екатеринбург, 2004.

Михайлов А. В. Судьба классического наследия на рубеже XVIII—XIX веков и в начале XIX века // Михайлов А. В. Обратный перевод. Русская и западноевропейская культура: проблемы взаимосвязей. — М. : Языки русской культуры, 2000.

Поэты-декабристы в воспоминаниях современников : в 2 т. — М. : Худож. лит., 1980. Т. 1.

Пульхритудова Е. М. «Лермонтовский элемент» в романе В. Кюхельбекера «Последний Колонна» // Филологические науки. 1960. № 2.

Пульхритудова Е. М. Романтическое и просветительское в декабристской литературе 20-х годов

XIX века // К истории русского романтизма. — М. : Наука, 1973.

Соколов А. Н. В. К. Кюхельбекер // Соколов А. Н. История русской литературы XIX века (1-я половина). — М. : Высш. шк., 1976.

Тынянов Ю. Н. В. К. Кюхельбекер // Кюхельбекер В. К. Лирика и поэмы. Т. 1.

Фохт У. Пути русского реализма. — М. : Совет. писатель, 1963.

Шеллинг Ф. В. Философские исследования о сущности человеческой свободы и связанных с ней предметах // Шеллинг Ф. В. Философские исследования о сущности человеческой свободы. Бруно, или О божественном и естественном начале вещей. — СПб. : Изд-е Д. Е. Жуковского, 1908.

Шумкова Т. Л. Ф. В. Й. Шеллинг и русская литература первой половины XIX века. — Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2001.

Эйхенбаум Б. М. Творчество Ю. Н. Тынянова // Эйхенбаум Б. М. О прозе. О поэзии. — Л. : Худож. лит., 1986.

Статью рекомендует к публикации д-р филол. наук, проф. С. И. Ермоленко

РАЗДЕЛ 4. ИЗ ИСТОРИИ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ЛИНГВИСТИКИ

УДК 81'42

ББК Ш100.3

ГСНТИ 16.21.27; 16.21.51

Код ВАК 10.02.19

Рут Водак

Ruth Wodak

Австрия/Великобритания

Austria/Great Britain

КРИТИЧЕСКАЯ ЛИНГВИСТИКА И КРИТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ДИСКУРСА

CRITICAL LINGUISTICS AND CRITICAL DISCOURSE ANALYSIS

Перевод с английского В. И. Карасика

Translated by V.I. Karasik

Аннотация. Перевод статьи «Критическая лингвистика и критический дискурс-анализ», впервые напечатанной в 1994 году (Ruth Wodak. *Critical Linguistics and Critical Discourse Analysis // Handbook of Pragmatics*. — Amsterdam ; Philadelphia : Benjamins, 1994).

Abstract. Translation of the article «Critical Linguistics and Critical Discourse Analysis», published first in 1994 (Ruth Wodak. *Critical Linguistics and Critical Discourse Analysis // Handbook of Pragmatics*. — Amsterdam ; Philadelphia : Benjamins, 1994).

Ключевые слова: критический дискурс-анализ; критический анализ дискурса; принципы и направления критической лингвистики; социокогнитивная модель; социальная семиотика; дискурсивная социолингвистика.

Key words: critical discourse analysis; principles and directions of critical linguistics; sociocognitive model; social semiotics; discourse sociolinguistics.

Сведения об авторе: Рут Водак — почетный профессор (Distinguished Professor) Ланкастерского университета. В течение многих лет была профессором Венского университета. Является одним из основателей критического анализа дискурса — нового направления в политической лингвистике, социолингвистике и теории дискурса. Входит в состав редколлегии ряда известных журналов. Ее перу принадлежат около 300 публикаций, в том числе монографии «Нарушения дискурса», «Расизм на вершине: исследование, объяснение и противодействие ксенофобии» (в соавторстве с Т. ван Дейком), «Дискурс политики в действии: обычная политика». Публикации на русском языке: Водак, Р. Язык. Дискурс. Политика. — Волгоград : Перемена, 1997 (перевод Н. Н. Трошиной и В. И. Карасика).

About the author: Ruth Wodak is Distinguished Professor and Chair at Lancaster University. She moved from Vienna, Austria, where she was full professor of Applied Linguistics since 1991. Her research is mainly located in Discourse Studies and in Critical Discourse Analysis. She is member of the editorial board of a range of linguistic journals. She authored and edited more than 300 papers in linguistics, among them monographs “Disorders of discourse” (Real language series. Longman, London, 1996), “Racism at the Top. The investigation, explanation and countering of xenophobia and racism” (Drava, Klagenfurt, 2000 – with T. van Dijk), “The Discourse of Politics in Action: Politics as Usual” (Basingstoke: Palgrave, 2009). Publications in Russian: Language. Discourse. Politics. – Volgograd : Peremena, 1997 (Translated by N.N Troshina, V.I. Karasik).

Место работы: Ланкастерский университет.

Place of employment: the University of Lancaster.

Сведения о переводчике: Карасик Владимир Ильич, доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой английской филологии.

About the author: Karasik Vladimir Ilyich, Doctor of Philology, English Philology Department, Professor and Chair.

Место работы: Волгоградский государственный социально-педагогический университет.

Place of employment: Volgograd State Social Pedagogical University.

Контактная информация: 400131, г. Волгоград, пр. Ленина, д. 27, к. 4-33.
e-mail: vkarasik@yandex.ru.

ОПРЕДЕЛЕНИЯ. Критическая лингвистика и критический анализ дискурса лучше всего могут быть определены как «единая перспектива при осуществлении языкового, семиотического или дискурсивного анализа» [van Dijk 1993b: 131]. Эта единая перспектива относится к термину *критический/ая*, возникшему под влиянием Франкфуртской школы (в особенности благодаря Ю. Хабермасу). Вместе с тем данный термин используется и в более широком смысле, а именно как практическое сближение «социальных и политических обязательств» (engagement) с «социологически информированной конструкцией общества» [Kringes et al. 1973: 808]. При этом принимается во внимание то, что «в человеческих делах взаимосвязи и причинно-следственные связи вещей могут быть искажены до неузнаваемости. Поэтому „критический“ означает, по сути, попытку увидеть взаимосвязь вещей» [Fairclough 1985: 747]. Например, не выраженные прямо аргументы и туманные тексты подвергаются реконструкции, и содержащиеся в

них скрытые значения раскрываются. Критический анализ также соотносит анализируемый текст с другими видами дискурса (интертекстуальность) и с историческим и синхронным контекстом. Хотя критическая лингвистика и критический анализ дискурса, по мнению многих лингвистов, весьма различны по своей методологии, они занимают, на наш взгляд, одно и то же «парадигматическое пространство», и поэтому в данной работе оба термина используются недифференцированно, за исключением особых случаев.

Критическая лингвистика и критический анализ дискурса имеют своей целью анализ как неявных, так и прозрачных структурных отношений доминирования, дискриминации, власти и контроля, выраженных в языке. Иначе говоря, критический анализ дискурса нацелен на критическое изучение социального неравенства, выраженного (сигнализируемого, конституируемого, законодательно закрепленного и т. д.) в языке или дискурсе. Многие ученые, разрабатывающие данное на-

правление науки, разделяют мнение Ю. Хабермаса относительно того, что «язык есть также средство доминирования и социальной силы. Он служит для законодательного закрепления отношений организованной власти. Насколько законодательно закрепленные (легитимные) отношения власти не выражены, настолько язык идеологизирован» [Habermas 1977: 259].

В отличие от других парадигм в лингвистике текста и дискурса, критический анализ дискурса сфокусирован не только на устных или письменных текстах как объектах изучения. Полностью «критический» отчет о дискурсе требует построения теоретической модели и описания как социальных процессов и структур, которые привели к появлению текста, так и социальных структур и процессов, внутри которых индивидуумы или группы как социально-исторические субъекты создают значения во взаимодействии с текстами [Fairclough, Kress 1993:2ff]. Следовательно, в любом критическом анализе дискурса неизбежно фигурируют три концепта: концепты власти, истории и идеологии (последняя определяется в данной работе как системы мнений и убеждений, выдвигаемых группой, имеющей власть [см., напр.: van Dijk 1989; Wodak 1989; Fairclough 1989; Fairclough, Kress 1993]).

В отличие от исследований в прагматике и традиционной социолингвистике, в которых, по мнению представителей критической лингвистики, переменные контекста иногда наивно соотносятся с автономной системой языка [ср.: Kress, Hodge 1979], критический анализ дискурса стремится избежать установления простого детерминистского отношения между текстами и обществом. Принимая во внимание то, что строение дискурса определено отношением доминирования, что каждый дискурс имеет место в определенном времени и пространстве (т. е. исторически производится и интерпретируется), что структуры доминирования законодательно закрепляются идеологиями групп, имеющих власть, последователи критической лингвистики придерживаются комплексного подхода, который дает возможность проанализировать давление со стороны властей преобладающих и возможности сопротивления в условиях неравного отношения власти, проявляющиеся как социальные условности. В соответствии с этим взглядом, доминирующие структуры делают условности стабильными и естественными. Таким образом, результаты проявления власти и идеологии при создании значений затемняются и приобретают стабильные и естественные формы, принимаются как «данные». Сопротивление в таком случае рассматривается как ломка условностей, стабильной практики общения, как создание новых отношений (креативность) [Fairclough, Kress 1993: 4 ff].

КРАТКАЯ ИСТОРИЧЕСКАЯ СПРАВКА. В шестидесятых и семидесятых годах нашего столетия многие ученые стали придерживаться критической перспективы в изучении языка. Среди первых был французский исследователь Пеше [Pêcheux 1992], развивавший идеи русского теоретика Бахтина (Волошинова), который еще в тридцатые годы сформулировал тезис об интеграции языка и со-

циальных процессов. В конце семидесятых годов группа лингвистов из школы М. Халлидея в Университете Восточной Англии начала использовать термин «критическая лингвистика» при исследовании использования языка в различных институтах [см., напр.: Fowler et al. 1979; Kress, Hodge 1979]. Кресс и Ходж постулировали наличие сильных и распространяющихся связей между лингвистической структурой и социальной структурой, утверждая, что дискурс не может существовать без социальных значений. Эти авторы резко выступили против современных им направлений в прагматике (например, теории речевых актов) и количественной социолингвистики У. Лабова. Начиная с 1979 г. этот общий подход был обработан, расширен, подвергся изменениям и был по-новому применен другими лингвистами, придерживавшимися иных лингвистических традиций. При этом многие полагают, что взаимоотношения между языком и обществом являются сложными и многомерными и поэтому требуют междисциплинарного исследования. Ученые, разрабатывающие проблемы социолингвистики, формальной лингвистики, социальной психологии и литературоведения, внесли большой вклад в развитие нового направления и конкретизировали такие области анализа, как расизм, дискриминация по этническим или половым признакам, язык политики и т. д.

ПРИНЦИПЫ КРИТИЧЕСКОЙ ЛИНГВИСТИКИ. К числу основных вопросов, определяющих критическое лингвистическое исследование, относятся следующие. Как происходит натурализация идеологии? Какие дискурсивные стратегии делают контроль легитимным, а социальный порядок «естественным»? Как в языке выражается власть? Как осуществляются согласие, принятие и законодательное закрепление доминирования? Кто имеет доступ к инструментам власти и контроля? К каким инструментам власти возможен доступ? Кто и как подвергается дискриминации? Как происходит понимание определенных видов дискурса? Кто является субъектом понимания и каковы результаты этого процесса? Для ответа на эти весьма сложные и обширные вопросы мы считаем нужным сформулировать следующие общие характеристики, цели и принципы, конституирующие критическую лингвистику и критический анализ дискурса.

1. Политическая приверженность. Разоблачение неравенства и несправедливости, лишение идеологий их естественности, раскрытие отношений доминирования и власти и сообщение об этих отношениях тем, кто страдает от угнетения, — таковы цели, которые сторонники критической лингвистики считают желательным и возможным реализовать. «Субъектов исследования» нельзя считать просто «объектами». Специфические интересы и ценности определяют выбор тех субъектов, которые анализируются критической лингвистикой. Сторонники критической лингвистики отрицают существование «объективной» интерпретации и считают целесообразным открыть по крайней мере свои нормативные ориентации. Это — одна из причин того, почему критическую лингвистику часто упрекают в политизированности: только потому, что представители данного направления

берут для анализа социально значимые проблемы, или потому, что их политические ценности выражены открыто, в то время как интересы и ценности других исследователей остаются в тени.

2. Проблемно-ориентированное исследование.

Критическая лингвистика и критический анализ дискурса исследуют языковое поведение в обычных ежедневных ситуациях, имеющих непосредственную социальную значимость (институциональный дискурс, дискурс средств массовой информации, школьные учебники, проблемы меньшинств, все виды дискриминации и т. д.). Критическая лингвистика может быть определена как проблемно-ориентированная дисциплина, поскольку ее цель состоит не во внесении вклада в отдельную дисциплину, парадигму, школу или теорию дискурса, а в обращении к насущным социальным проблемам, которые в результате анализа будут лучше поняты и, возможно, начнут решаться.

3. Отношение между языком и обществом.

Критическая лингвистика рассматривает язык и общество не как отдельные, но как диалектически взаимосвязанные сущности. Языковые характеристики иногда стратегически затемняются вследствие определенных идеологических установок со стороны авторов текстов, вследствие структур власти на макро- и микроуровнях общества, а также вследствие исторической интертекстуальности. Языковые знаки (понимаемые как язык в действии) на любом уровне являются результатом социальных процессов [ср.: Kress 1993] и, следовательно, мотивируются единством формы и значения. Власти предрержающие (элиты в обществе, см.: [van Dijk 1993a]) имеют более обширный и более легкий доступ к коммуникации, а также больший выбор в коммуникативном поведении.

4. Интердисциплинарное исследование.

Социальные феномены очень сложны и не могут быть освещены лишь одной дисциплиной. Социологические, психологические, когнитивные, политические, психоаналитические и другие модели должны по необходимости применяться, но не в произвольном порядке, а так, чтобы они отражали статус, происхождение и интересы соответствующих теорий и категорий.

5. Включение исторической перспективы.

Тот факт, что социальные процессы являются скорее динамическими, чем статическими, должен найти отражение в теории, методологии и интерпретации данных. История на микроуровне специфических взаимодействий индивидуумов или институтов, на мезоуровне групповых взаимодействий или на макроуровне истории дискурсивных изменений является существенным компонентом критической лингвистики как в теоретическом, так и в описательном отношении [Fairclough, Kress 1993]. Каждый дискурс и каждый текст связаны с другими (интертекстуальность) синхронически и диахронически и должны рассматриваться в связи с другими видами дискурса.

6. Дискурс как действие. Дискурс следует рассматривать как форму социального действия, всегда определяемую ценностями и социальными нормами, условностями (в качестве естественных идеологий) и социальной практикой, всегда огра-

ниченной и находящейся под влиянием структур власти и исторических процессов.

7. Социальная конструкция значений (смыслов). Значения есть результат взаимодействия между читателями/слушателями и авторами текстов. Эти значения всегда подчиняются более или менее жестким нормативным правилам (например, родовым правилам) и отношениям власти, которые возникают вследствие такого взаимодействия. Многие осознанные и бессознательные мотивы и процедуры планирования текстов оказываются существенными для создания и восприятия текстов, и это приводит к возникновению выраженных и скрытых значений, когнитивных и эмоциональных аспектов дискурса.

8. Адресованность социально-политической практики. Результаты критического исследования должны представлять интерес не только для академической науки, но и выливаться в предложения для практического воплощения, например в качестве принципов недискриминационного языкового поведения, улучшать доступность теле- и радионовостей и т. д.

9. В поисках критической теории языка. Необходимо точное лингвистическое описание данных, должен осуществляться как количественный, так и качественный анализ, зависящий от жанра и типа текста. Следует применять различные инструменты лингвистического анализа (социальную семиотику, теорию речевых актов, теорию аргументации и т. д.) в зависимости от того, что может больше помочь при объяснении данных. При этом основные положения и методологическая база соответствующих лингвистических теорий должны быть прозрачны. В идеальном варианте лингвистическая теория и методология должны интегрировать язык и общество, и это приведет к выходу за пределы существующих эклектических процедур, в результате чего можно будет обратиться к основным вопросам: «Каковы границы знаков — как мы выбираем единицы для анализа? Как можно узнать, какая интерпретация отвечает природе фактов? Каким точно образом связаны макро- и микрообъекты (например, общество и языковые знаки)? Как мы учитываем взаимосвязь между вербальными и невербальными элементами языка?»

НАПРАВЛЕНИЯ. На современном этапе развития критической лингвистики и критического анализа дискурса можно ориентировочно выделить несколько направлений, или «школ», которые отличаются друг от друга по теоретическим основаниям или по методике исследования. Разумеется, эти школы являются абстракциями, и ученые, которых мы в данной работе включаем в ту или иную школу, не всегда рассматривают свои исследования как относящиеся к критической лингвистике.

• **Социальная семиотика.** Еще в 1970 г. Майкл Халлидей подчеркнул взаимосвязь между грамматической системой и социальными и личностными потребностями, которые реализуются при использовании языка. Халлидей разграничил три взаимосвязанных метафункции языка: (1) идеационную функцию, связывающую языковые структуры с опытом (идеационная структура диалекти-

чески связана с социальной структурой, отражает ее и оказывает на нее влияние), (2) интерперсональную функцию, определяющую взаимоотношения между участниками общения, и (3) текстовую функцию, обеспечивающую смысловую и формальную связность текстов (coherence and cohesion).

Идеи Халлидея оказали большое влияние на Гюнтера Кресса, работы которого могут служить примером развития критической лингвистики как направления. Он стал разрабатывать свою модель и методологию. Начиная с ранней работы 1979 г. и в последующих трудах его интересы сдвинулись в область социально-семиотического исследования, а именно в область изучения понятия знака как неразрывного единства значения и формы. Он стремится «соединить специфику знаковых форм в любой среде со спецификой социальных организаций и социальной истории» [Kress 1993: 176ff]. В свете такой теории язык рассматривается как семиотическая система, в которой значение создается непосредственно, а не как языковая система, в которой значение опосредованно связано с языковой формой. В работах Кресса прослеживается растущий интерес к описанию, анализу и теоретическому осмыслению других знаковых средств, в особенности зрительных [см., напр.: Kress, van Leeuwen 1990]. В центре интересов Кресса находится «политическая экономия» средств обозначения, т. е. он стремится понять, как разные сообщества оценивают различные способы обозначения и как они используют эти способы обозначения. Он пытается объяснить, как индивидуум становится членом общества, используя доступные «ресурсы обозначения (репрезентации)». В настоящее время, занимаясь по должности проблемами образования, Кресс размышляет о содержании учебных планов в терминах ресурсов обозначения, анализирует то, как индивидуумы в учебном процессе используют эти ресурсы и постоянно трансформируют их. Побочным продуктом такого исследовательского интереса явилось освещение вопросов, имеющих открыто политический характер, включая политику культуры.

Другие представители школы социальной семиотики Халлидея, как, например, Тео ван Леувен [van Leeuwen 1993], обращают особое внимание на художественную литературу и другие знаковые системы (фильмы, карикатуры, картины и т. д.). Ван Леувена интересуют такие темы, как интонация диск-жокеев и ведущих теленовостей, язык телевизионных интервью и газетных сообщений, семиотика зрительного общения и музыки. Такой подход привел его к изучению вопросов образования. Он выделяет два вида отношений между дискурсом и социальной практикой: «...дискурс сам по себе как социальная практика и дискурс как форма действия, как то, что люди делают, общаясь. Есть также и дискурс в смысле М. Фуко, дискурс как представление социальной практики, как вид знания, как то, что люди говорят о социальной практике» [van Leeuwen 1993: 193]. Критический анализ дискурса, согласно ван Леувену, должен учитывать все эти аспекты: дискурс как инструмент власти и контроля и дискурс как инст-

румент социального конструирования действительности [Там же 193].

• **«Порядки дискурса» и постструктурализм Фуко.** Норман Феарклаф [Fairclough 1985, 1989, 1993] видит ценность критического анализа дискурса в том, что этот анализ можно использовать, наряду с другими методиками, при изучении социальных и культурных изменений, а также в качестве базы данных в борьбе против эксплуатации и угнетения [Fairclough 1993: 133—134]. Предметом изучения Феарклафа является язык власти и институциональный дискурс, при этом подчеркивается взаимосвязь, интертекстуальность различных форм социальной практики, например отношения между социальной практикой образовательных систем и рекламы. Использование языка, по его мнению, всегда ведет к установлению социальной идентификации, общественных отношений, систем знания и мнения. Подобно Крессу и ван Леувену, Феарклаф также опирается на идеи Халлидея при анализе дискурсивных событий. В его концепции условности, лежащие в основе дискурсивных событий, называются порядками дискурса (orders of discourse). Порядок дискурса в той или иной социальной сфере есть совокупная тотальность его дискурсивных реализаций, а также взаимоотношения между ними (дополнительность, включение, исключение, противопоставление и т. д.). Порядок дискурса в обществе представляет собой, таким образом, набор более частных порядков дискурса и взаимоотношений между ними (например, отношения между порядками дискурса в школе и дома). Границы между этими порядками и изолированные участки между ними выступают как моменты конфликта и состязания, меняющиеся в сторону усиления или ослабления, как часть более широких социальных конфликтов [Там же: 135ff]. В своем исследовании нескольких примеров университетского дискурса на фоне широкого анализа современного «посттрадиционного» общества Феарклаф приходит к выводу о том, что новый вид дискурса, дискурс потребительской культуры (consumer culture discourse), оказывает большое влияние на другие области общения, в частности на общение в университете. Традиционные жанры типа биографии (cursula vitae) стали похожи на рекламные извещения (происходит «маркетизация» общественного дискурса, т. е. превращение общественного, публичного дискурса в дискурс рынка). Эти изменения, естественно, оказывают влияние на институты, иерархические структуры и личность ученых.

• **Социокогнитивная модель.** Основным представителем этого направления является Тен ван Дейк (Teun van Dijk). Многие его работы посвящены критическому анализу этнических предрассудков и расизма в дискурсе. Таковы, например, работы, в которых анализируются образцы рассуждений белых голландцев и калифорнийцев о национальных меньшинствах [van Dijk 1984, 1987]. Помимо выявления различных структур в таких диалогах, ван Дейк также исследует этнические взгляды и идеологии, проявляющиеся в обыденном общении. Анализ распространенных тем общения показывает, что имеют в виду участники общения, или, как объясняет автор, «каковы

иерархии личностных мыслительных моделей применительно к этническим событиям и к этническим отношениям». Общая стратегия разговора о «Других», согласно ван Дейку, сочетает позитивную саморепрезентацию и негативную репрезентацию других.

В другой работе ван Дейк рассмотрел роль средств массовой информации в распространении расизма [van Dijk 1991]. Основываясь на количественных и качественных данных, полученных при анализе тысяч газетных, теле- и радионовостей в Британии и Голландии, ван Дейк приходит к заключению, что наиболее частые темы, касающиеся расизма в прессе, соответствуют преобладающим этническим предубеждениям, выражаемым в ежедневных разговорах: иммиграция как вторжение, иммигранты и беженцы как паразиты, источники преступлений, насилия, а также трудности восприятия иной культуры. Эти темы отражаются в стиле, риторике и «смысловых ходах» (semantic moves) кратких новостей, в газетных статьях, в особенности применительно к консервативной и бульварной прессе.

В одной из своих работ о дискурсе и расизме ван Дейк проверил гипотезу, закономерно вытекающую из его предыдущих исследований, а именно то обстоятельство, что ключевую роль в воспроизведении расизма играют элиты [van Dijk 1993a]. На основе анализа парламентских дебатов, корпоративного дискурса, учебников и текстов средств массовой информации ван Дейк пришел к выводу, что элиты различными способами заранее формулируют расистские суждения и таким образом подстегивают развитие бытового расизма. Среди многих стратегий, о которых он пишет применительно к расизму элит, выделяются такие, как отрицание расистских убеждений у себя и приписывание их другим — людям в других странах, людям других времен, беднякам с белой кожей, живущим в старых городах.

Недавно ван Дейк обратился к более общим вопросам злоупотребления властью и воспроизведения неравенства через идеологии. По его мнению, те, кто контролируют большую часть измерений дискурса (подготовку, обстоятельства, участников, темы, стиль, риторiku, интеракцию и т. д.), пользуются наибольшей властью. Он полагает, что нельзя установить прямые соответствия между структурами дискурса и социальными структурами, но между этими структурами есть опосредующие образования, имеющие когнитивный характер (личный и социальный). Когнитивное образование, согласно ван Дейку, является тем звеном в критической лингвистике, которое часто упускается из виду и которое позволяет объяснить, как социальные структуры оказывают влияние на структуры дискурса, как социальные структуры реализуются, становятся проявлением общественных институтов, получают статус законных образований и встречают одобрение или противодействие в устной и письменной речи.

- **Дискурсивная социолингвистика.** Р. Водак и ее группа в Вене развивают свою социолингвистическую модель, основываясь на традиции Бернштейна и идеях Франкфуртской философской школы (прежде всего на идеях Ю. Хабер-

маса). Под руководством Р. Водак выполнены исследования по институциональному общению и коммуникативным барьерам в суде, школах и клиниках, кроме того, в последних работах освещаются результаты изучения дискриминации по признаку пола, национальности и расы с учетом различных обстоятельств общения. Одна из основных целей данной исследовательской группы состоит в практическом приложении критического анализа, например в разработке рекомендаций по созданию недискриминационного языка, сориентированного на женщин, по выработке эффективных форм беседы врачей с пациентами, по осуществлению судебной экспертизы в случае разжигания антисемитизма в печати.

В междисциплинарном исследовании послевоенного антисемитизма в Австрии Р. Водак и ее коллеги [Wodak et al. 1990] обосновали дискурсивно-исторический метод, основным качеством которого является поиск и интеграция всей доступной фоновой информации применительно к различным уровням письменного и устного текста. Это исследование было выполнено на материале президентской кампании Курта Вальдхайма 1986 г. Авторам удалось показать, что контекст дискурса играл существенную роль в определении содержания, функции и структуры антисемитских высказываний.

Венской группой были также выполнены другие исследования по этническим и расовым предубеждениям, в результате чего удалось сформулировать общие теоретические положения относительно значения и формы расистского дискурса об иностранцах, иммигрантах, представителях меньшинств. Форма такого дискурса может быть относительно одинаковой, но его содержание обнаруживает вариативность в зависимости, во-первых, от типа подвергаемой нападкам группы и, во-вторых, от условий, в которых вербально реализуется соответствующий дискурс. В частности, были установлены нормы и табу, лежащие в основе высказываний об иностранцах [Wodak, Matouschek 1993]. В анонимных разговорах, записанных на магнитопленку на улице, дискриминационные высказывания о женщинах, расистские и антисемитские суждения были представлены в равной пропорции, в то время как в официальном дискурсе (печатные и электронные средства массовой информации, речи политиков) открытые антисемитские высказывания в Австрии табуируются, а расистские высказывания об иностранцах — нет. Дискурсивно-историческая методология направлена на выявление косвенных негативных оценок в суждениях, на определение и выявление кодов и аллюзий, способствующих созданию предвзятого мнения в дискурсе.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ. Направления критической лингвистики и критического анализа дискурса быстро развиваются, и «критическая» перспектива проникает во все новые сферы лингвистического исследования, в частности в области прагмалингвистики [Meu 1985] и традиционной социолингвистики [Williams 1992]. Появляются новые критические направления, например по межкультурному общению [Meeuwis 1994], и все большее число исследователей полагает, что лингвистическое ис-

следование должно включать освещение социально-политических оснований языка и речи [напр.: Heller 1988; Woolard 1985; Rickford 1986; Meeuwis, Blommaert 1994]. Критическая лингвистика и критический анализ дискурса развиваются прежде всего в направлении междисциплинарных областей и тем самым открывают многообещающие перспективы для интегративного изучения языка в обществе.

ЛИТЕРАТУРА

- Fairclough N. Critical and descriptive goals in discourse analysis // *Journal of Pragmatics* 1985. 9.
- Fairclough N. *Language and Power*. — Longman, 1989.
- Fairclough N. Critical discourse analysis and the marketization of public discourse: the universities // *Discourse and Society*. 1993. № 4 (2).
- Fairclough N., Kress G. *Critical discourse analysis*: manuscript. — 1993.
- Fowler R., Hodge B., Kress G., Trew T. *Language and control*. — Routledge and Kegan Paul, 1979.
- Habermas J. *Erkenntnis und Interesse*. — Frankfurt/Main : Suhrkamp, 1971.
- Heller M. *Where do we go from here?* // *Codeswitching* / M.Heller (Ed.). — Mouton de Gruyter, 1988.
- Kress G. Against arbitrariness: the social production of the sign as a foundational issue in critical discourse analysis // *Discourse and Society*. 1993. № 4 (2).
- Kress G., Hodge R. *Language as ideology*. — Routledge, 1979.
- Kress G., Van Leeuwen T. *Reading images*. — Deakin Univ. Pr., 1990.
- Meeuwis M., Blommaert J. The “markedness model” and the absence of society: Remarks on codeswitching // *Multilingua*. 1994. № 13 (4).
- Mey J. *Whose language?* — Benjamins, 1985.
- Pecheux M. *Language, semantics and ideology*. — Macmillan, 1992.
- Rickford J. The need for new approaches to social class analysis in sociolinguistics // *Language and communication*. 1986. № 6.
- Van Dijk T. *Communicating racism*. — Sage, 1987.
- Van Dijk T. Structures of discourse and structures of power // *Communication Yearbook 12* / J. A. Anderson (ed.). — 1989.
- Van Dijk T. *Elite discourse and racism*. — Sage, 1993a.
- Van Dijk T. Principles of critical discourse analysis // *Discourse and society*. 1993b. № 4(2).
- Van Leeuwen T. Genre and field in critical discourse analysis // *Discourse and society*. 1993. № 4(2).
- Williams G. *Sociolinguistics*. — Routledge, 1992.
- Wodak R. *The Irrationality of Power* // *Communication Yearbook 12*. / Anderson J. A. (ed.) — Los Angeles : Sage, 1989.
- Wodak R. (ed.). *Language, Power, and Ideology*. — Amsterdam : Benjamins, 1989.
- Wodak R., Nowak P., Pelikan J., Gruber H. De Cillia R., Mitten R. *Wir sind alle unschuldige Täter! Diskurshistorische Studien zum Nachkriegsantisemitismus*. — Frankfurt/M. : Suhrkamp, 1990.
- Wodak R., Menz F. (eds.). *Sprache in der Politik — Politik in der Sprache*. — Klagenfurt : Drava, 1990.
- Wodak R., Matouschek B. “We are dealing with people whose origins one can clearly tell just by looking”: critical discourse analysis and the study of neoracism in contemporary Austria // *Discourse and Society*. 1993. № 4 (2).
- Woolard K. *Language variation and cultural hegemony. Toward an integration of sociolinguistic and social theory* // *American Ethnologists*. 1985. № 12.

РАЗДЕЛ 5. РЕЦЕНЗИИ. ХРОНИКА

УДК 81'27

ББК Ш100.3

ГСНТИ 16.21.27

Код ВАК 10.02.01

О. Н. Кондратьева
Кемерово, Россия

O. N. Kondratyeva
Kemerovo, Russia

СОВРЕМЕННАЯ ПОЛИТИЧЕСКАЯ

ЛИНГВИСТИКА: ИТОГИ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Аннотация. Отчет о проведении международной научной школы для молодежи «Современная политическая лингвистика».

Ключевые слова: политическая коммуникация; язык СМИ; современный политический дискурс; политическая метафора.

MODERN POLITICAL LINGUISTICS: RESULTS AND PERSPECTIVES

Abstract. The article tells about the international scientific school «Modern political linguistics» for young scholars.

Key words: political communication; language of mass media; modern political discourse; political metaphor.

Сведения об авторе: Кондратьева Ольга Николаевна, кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры общего языкознания и славянских языков.

Место работы: Кемеровский государственный университет.

Контактная информация: 650043, г. Кемерово, ул. Красная, 6, корп. 6, каб. 6420.

e-mail: kondr25@rambler.ru.

About the author: Kondratyeva Olga Nikolaevna, Candidate of Philology, Assistant Professor, Chair of General Linguistics and Slavic Languages.

Place of employment: Kemerovo State University.

С 6 мая по 7 октября 2011 года Уральский государственный педагогический университет при финансовом содействии Министерства образования и науки Российской Федерации провел научную школу для молодых ученых «Современная политическая лингвистика».

Данный проект состоялся в рамках федеральной целевой программы «Научные и научно-педагогические кадры инновационной России» на 2009—2013 гг. Как известно, целью программы является «создание условий для эффективного воспроизводства научных и научно-педагогических кадров и закрепления молодежи в сфере науки, образования и высоких технологий, сохранение преемственности поколений» [<http://mon.gov.ru/dok/prav/nti/4859/>]. Именно эту задачу считает основной ректорат Уральского государственного педагогического университета, причем привлечение молодых ученых в науку и формирование кадрового резерва реализуется не только на уровне самого университета и даже не на уровне Свердловской области (вуз является кадровой кузницей для вузов Нижнего Тагила, Шадринска, Новоуральска и др.), но и на уровне федеральном. Это уже вторая научная школа в рамках целевой программы, организованная коллективом А. П. Чудинова для молодых ученых со всех уголков России.

В этом году в Министерство образования и науки Российской Федерации поступило 18 заявок на проведение научных мероприятий для молодежи, только 5 из них было поддержано, и то, что в их числе оказалась заявка Уральского государственного педагогического университета, — это результат тщательно продуманной образовательной программы, разработанной авторами, и признание той несомненной научной значимости, которую имеет направление «Политическая лингвистика».

В качестве факта, подтверждающего актуальность проблематики научной школы, отметим, что заявки на участие подали 35 молодых ученых из разных городов России (Владикавказ, Волгоград, Воронеж, Екатеринбург, Ижевск, Магнитогорск, Москва, Нижневартовск, Нижний Тагил, Омск, Оренбург, Пятигорск, Томск, Сургут, Уфа, Челябинск). Это в большинстве своем лучшие молодые представители своих вузов, защитившие кандидатские диссертации по темам, связанным с разными аспектами политической коммуникации, ведущие работу над докторскими проектами и имеющие научный задел в виде публикаций в рецензируемых журналах и журналах списка МОиН ВАК РФ, а также аспиранты, выходящие на финишную прямую в завершении своих работ.

Следует отметить четко продуманную и насыщенную программу стажировки, которая включала в себя разные виды работ, что позволило молодым ученым получить значительное количество информации, ознакомиться с достижениями современной политической лингвистики, обсудить основные положения своих исследований, установить новые научные контакты. Работа научной школы включала четыре этапа, два домашних и два очных.

Первый этап (май-июнь 2011 года) был посвящен регистрации участников, определению тем и планов научных исследований, назначению научных консультантов, в качестве которых выступили доктор и кандидаты наук Уральской лингвистической школы.

Второй этап (27 июня — 2 июля 2011 г.) представлял собой лекционную сессию. Работу школы открыли ректор Уральского государственного педагогического университета Б. М. Игошев и проректор по научной и инновационной деятельности А. П. Чудинов, сделавшие доклад о политике формирования кадрового потенциала в вузе.

Исследование выполнено при финансовой поддержке Министерства образования и науки РФ в рамках федеральной целевой программы «Научные и научно-педагогические кадры инновационной России на 2009—2013 гг.», государственный контракт № 14.740.11.0990.

© Кондратьева О. Н., 2011

В течение недели участники слушали лекции ведущих специалистов Уральской лингвистической школы. Тематика лекций отличалась разнообразием и охватывала практические все проблемные зоны политической лингвистики: «Введение в теорию политической коммуникации», «Метаязыковые высказывания в политическом дискурсе», «Идеологический фонд русского языка», «Феномен языковой игры в политическом дискурсе», «Сопоставительная политическая метафорология», «Языковая политика и административная практика в политическом регионе», «Современные методики изучения концептов», «Образная номинация», «Методы изучения графики с опорой на языковые данные (на примере современной американской карикатуры)», «Креолизованный текст в современной политической коммуникации», «Стратегии и тактики политического дискурса», «Дискурс общественного мнения в системе политической коммуникации».

Особого внимания, на наш взгляд, заслуживает тот факт, что в качестве лекторов выступили не только признанные корифеи А. П. Чудинов, И. Т. Вепрева, Т. А. Гридина, Н. И. Коновалова, Н. А. Купина, М. Э. Рут, но и молодые доктора наук Е. В. Шустрова и Э. В. Будаев, а также работающие над докторскими диссертациями М. Б. Ворошилова, Е. В. Дзюба, Н. А. Красильникова. Таким образом, молодые ученые были не только участниками данной стажировки, но и ее организаторами, что также способствует развитию кадрового резерва, дает участникам мероприятия новый бесценный опыт.

Организаторы стажировки предоставили участникам возможность поработать с фондами научной библиотеки Уральского государственного педагогического университета и электронной библиотеки кафедры риторики и межкультурной коммуникации, в которой на данный момент зарегистрировано 624 научных издания, 177 диссертаций, 345 авторефератов, а также 1378 электронных вариантов научных изданий, предоставленных российскими и зарубежными вузами. В библиотеке кафедры представлены исследования по проблемам политической лингвистики, лингвокультурологии, когнитивной лингвистики, межкультурной коммуникации. Молодые ученые по достоинству оценили предоставленную возможность, многие участники обнаружили в фонде работы, которые безуспешно пытались разыскать в библиотеках своих регионов, а также новые разработки коллег, которые будут осмыслены и применены в дальнейших исследованиях.

На данном этапе состоялись индивидуальные и групповые консультации с научными руководителями, также прошел межрегиональный научный семинар, на котором каждый из участников презентовал свою исследовательскую тему, услышал вопросы, пожелания и советы коллег. Подобный вид работы дал возможность взглянуть под новым углом зрения на свои планы и стал хорошим импульсом для домашней работы и подготовки отчетных материалов к следующей очной сессии.

Третий этап (июль — август 2011 г.). Переполненные новой информацией и обогащенные научной литературой участники разъехались по

домам и приступили к индивидуальной исследовательской работе. За это время каждый молодой ученый должен был подготовить статью для сборника научных трудов исполнителей проекта, доклад и тезисы для международной научной конференции «Современная политическая лингвистика», статью для Международного конкурса публикаций молодых ученых «Политическая лингвистика».

Четвертый этап (29 сентября — 2 октября 2011 г.). Отчетная сессия прошла в живописных окрестностях Екатеринбурга на базе отдыха «Солнечное». Участники школы сдали зачеты по базовым дисциплинам программы: «Современная политическая лингвистика: основные проблемы», «Политическая метафорология», «Стратегии и тактики политического дискурса», выступили с сообщениями о проделанной летом работе, провели презентацию выполненных научных проектов. Ведущие профессора оценили широту спектра тем и высокий уровень представленных докладов, сделали рекомендации по дальнейшему развитию тем.

Заключительным аккордом работы школы стало торжественное подведение итогов Международного конкурса научных публикаций «Политическая лингвистика», в качестве экспертов которого выступили члены редакционной коллегии одноименного журнала. Работы, представленные на конкурс, оценивались по таким параметрам, как полнота и теоретическое обоснование темы, научное содержание работы, ее оригинальность и новизна, ранее не изученный и объемный материал, значимость исследования, актуальная и обоснованная методика анализа языкового материала, логичная и точная структура работы, ясность и полнота изложения. Организаторы отметили значительный интерес участников к подобному проекту, высокий уровень большинства работ; в результате было принято решение сделать конкурс ежегодным.

Победителями 2011 г. были признаны следующие авторы.

В номинации **«Теория политической лингвистики»**: 1 место — Э. В. Будаев (Нижнетагильская государственная социально-педагогическая академия) с докладом «Гноселогический потенциал метода комбинированной фрагментации политического дискурса»; 2 место — О. А. Солопова (Южно-Уральский государственный университет) с докладом «Исследование моделей будущего России в политическом дискурсе»; 3 место — Т. А. Волкова (Челябинский государственный университет) с докладом «Методика анализа дискурса в моделировании перевода дипломатических текстов».

В номинации **«Политическая коммуникация»**: 1 место — М. А. Степанова с докладом «Ушла ли советская угроза? (О трансформации идеологемы “Soviet threat”» (Нижневартковский государственный гуманитарный университет); 2 место — И. В. Култышева (Нижнетагильская государственная социально-педагогическая академия) с докладом «Особенности аргументации в предвыборных теледебатах (на примере теледебатов агитационной кампании в Областную думу Законодательного собрания Свердловской области 2010 года)»; 3 место — Т. С. Ковалёва (Трифо-

нова) (Томский государственный университет) с докладом «Стратегия манипуляции в информационной войне (на материале текстов ИноСМИ, посвященных Южноосетинскому/Грузинскому конфликту 2008 г.)».

В номинации «**Язык — политика — культура**»: 1 место — М. В. Терских (Омский государственный университет) с докладом «Речевой жанр угрозы в дискурсе политической и торговой рекламы»; 2 место — Ю. П. Денисов (Омская государственная медицинская академия) с докладом «Смерть Б. Н. Ельцина в дискурсе российской национально-патриотической оппозиции (на основе анализа газет «Советская Россия», «Правда», «Завтра»); 3 место — О. Н. Кондратьева (Кемеровский государственный университет) с докладом «Метафорическое моделирование внутреннего мира как способ создания образа политического противника (образ Ивана Грозного в интерпретации Андрея Курбского)». Доклады победителей конкурса были опубликованы в журнале «Политическая лингвистика» (№ 3 за 2011 г.), входящем в Перечень ведущих рецензируемых изданий ВАК МОиН РФ. Всем участникам работы школы были выданы свидетельства о повышении квалификации государственного образца.

К финальному этапу работы Школы организаторы приурочили проведение международной конференции «Современная политическая лингвистика», что позволило молодым ученым принять участие в мероприятии, масштабном как по своему научному уровню, так и по составу участников. В конференции приняли участие 128 ученых России и зарубежья, среди которых были не только лингвисты, но и политологи, культурологи, философы, социологи, специалисты по связям с общественностью.

Зарубежные специалисты прибыли в Екатеринбург из *Швейцарии* (Патрик Серियो, Лозанна), *Словакии* (Йозеф Сипко, Рудольф Дупкала, Анна Петрикова — Прешов), *Болгарии* (Лиляна Михайлова Цонева, Велико-Тырново), *Венгрии* (Жужанна Сатмари, Будапешт), *Польши* (Агнешка Совиньска, Торунь), *Китая* (Вань Личжи), *Молдовы* (О. А. Тиховская, Кишинев), *Казахстана* (Л. В. Строкина, Э. Н. Шумская,) четырех университетов *Украины*: Донецкого национального университета (Э. Г. Шестакова), Киевского национального университета культуры и искусств (Е. Н. Боровицкая), Национального университета биоресурсов и природопользования (Я. В. Пузыренко), Киевского национального лингвистического университета (И. И. Малевич).

Среди российских исследователей в конференции приняли участие представители 31 региональной научной школы: *Аламетьевска* (В. В. Кирьянова, Е. П. Курникова), *Барнаула* (К. И. Бринев), *Волгограда* (О. В. Атьман, Е. В. Гуляева, А. Н. Смолина), *Вологды* (С. А. Громыко), *Воронежа* (О. О. Борискина, К. М. Шилихина), *Екатеринбурга* (А. П. Чудинов, Т. А. Гридина, Н. И. Ковалова, Н. Б. Руженцева, Ю. А. Антонова, М. Б. Ворошилова, Е. В. Дзюба и др.), *Иваново* (А. А. Агафонова), *Ижевска* (Т. А. Воронцова, О. В. Кожевникова, И. П. Рябкова), *Казани* (Л. А. Мардиева, О. Б. Януш), *Калуги* (А. Н. Еремин), *Кемерово* (Н. Д. Голев,

М. В. Пименова, О. Н. Кондратьева, Е. В. Кишина и др.), *Кировограда* (Е. А. Семенец), *Красноярска* (Е. Н. Викторук, А. В. Михайлов, Т. В. Михайлова, Ю. В. Соболев), *Магнитогорска* (Л. С. Полякова), *Москвы* (Ю. В. Данюшина, А. Ю. Каспарова, О. М. Коробкова), *Нижнего Тагила* (Э. В. Будяев, И. В. Култышева, А. Б. Рясосова, С. С. Чистова, Н. М. Чудакова и др.), *Новосибирска* (Т. И. Стексова, Т. А. Трипольская, Е. Ю. Булыгина, М. А. Лаппо), *Омска* (Ю. П. Денисов, М. В. Терских), *Орла* (М. В. Костромичева), *Оренбурга* (А. В. Антонова, Т. Н. Галинская), *Пензы* (Т. В. Дубровская), *Перми* (Е. М. Крижановская), *Пятигорска* (Н. А. Князев, М. Н. Лату), *Ростова-на Дону* (А. В. Овруцкий, С. П. Поцелуев), *Санкт-Петербурга* (М. В. Гаврилова, А. Н. Гришанина, А. А. Ефремов, К. Н. Лоскутова), *Саранска* (А. Е. Бабенкова, А. А. Беляцкая), *Ставрополя* (Э. П. Лаврик), *Сургута* (В. В. Айвазова, М. В. Костюнина, Е. К. Мохова, И. А. Русова), *Твери* (А. Б. Бушев), *Уфы* (С. В. Иванова, Р. Т. Саудов), *Челябинска* (Т. А. Волкова, Н. Н. Кошкарлова, С. Л. Кушнерук, О. А. Солопова и др.).

Столь солидное представительство не только убедительно свидетельствует об актуальности предложенной тематики, но и позволяет рассмотреть проблематику конференции в различных ракурсах, задействовать методики разных научных школ, учесть национальное и региональное своеобразие в восприятии политической реальности, сопоставить результаты, к которым пришли исследователи.

Организаторы традиционно поставили перед собой две задачи: максимальное расширение целевой аудитории и максимальное углубление научных контактов. Поэтому секционные заседания были заменены пленарными, что позволило расширить группу слушателей. Также было увеличено время, предоставленное для докладов. В результате каждая вынесенная на обсуждение проблема получила всестороннее рассмотрение, появилась возможность привести значительное количество иллюстративного материала, задать вопросы и принять участие в дискуссиях.

В рамках пленарных заседаний участники заслушали доклады *Патрика Серियो* «Дискуссия о русской языковой картине мира», *Йозефа Сипко* «Концепт „Гагарин“ в словацкой среде», *Вань Личжи* «Россия глазами китайцев: анализ современных СМИ», *Жужанны Сатмари* «Образ России и русского человека в Венгрии» (в историческом аспекте), *Н. Д. Голева* «Обыденная политология: лингвистические аспекты изучения», *М. В. Пименовой* «Категории и формы языка в зеркале политической лингвистики», *К. И. Бринева* «Методологические проблемы лингвистической экспертизы», *К. В. Злоказова* «Психолого-лингвистический анализ „экстремистского текста“», *М. В. Гаериловой* «Концептуальная основа программ российских политических партий начала XXI века», *С. В. Ивановой* «Технология субъективизации в новостном массмедийном политическом дискурсе», *Т. И. Стексовой* «Место речевого жанра „обещание“ в политическом дискурсе» и др. Все доклады отличались глубиной изложения, четкостью подачи материала, оригинальностью подхода и вызвали оживленное обсуждение и жаркие дискуссии.

Также для решения задачи расширения целевой аудитории была введена система открытых лекций приглашенных зарубежных специалистов. В рамках данного проекта студенты, аспиранты и преподаватели УрГПУ и все желающие имели возможность прослушать лекции Патрика Серио и Йозефа Сипко. Особого внимания заслуживает разработанная организаторами система мастер-классов, позволяющая молодым ученым, делающим первые шаги в науке, получить консультации видных ученых и определить векторы дальнейшего развития своих исследований.

Царившее на школе и конференции гармоничное сочетание «свободного научного и ненаучного общения» способствовало коммуникации,

формированию и укреплению научных связей между коллегами из разных регионов, созданию коллектива единомышленников, объединенных общим кругом научных проблем, на широком поликультурном пространстве.

Все участники международной научной школы благодарят Уральский государственный педагогический университет и Министерство образования и науки Российской Федерации за организацию столь значимого для профессионального роста молодых ученых мероприятия и выражают надежду на продолжение сотрудничества и новые научные встречи, которые, несомненно, будут способствовать развитию российской науки.

А. П. Чудинов

Екатеринбург, Россия

A. P. Chudinov

Ekaterinburg, Russia

ДВЕ КОГНИТИВНЫХ ЛИНГВИСТИКИ

TWO COGNITIVE LINGUISTICS

Аннотация. Рецензия на курс лекций Т. Г. Скребцовой «Когнитивная лингвистика» (в сопоставлении с учебником В. А. Масловой «Когнитивная лингвистика»).

Abstract. A review of the lecture course by T.G. Skrebtsova «Cognitive Linguistics» (in comparison with the textbook by V.A. Maslova «Cognitive Linguistics»)

Ключевые слова: когнитивная лингвистика; концептуальная метафора; категоризация; ментальные пространства; топологическая семантика; языковая картина мира.

Key words: cognitive linguistics; conceptual metaphor; categorization; mental spaces; topological semantics; language world picture.

Сведения об авторе: Чудинов Анатолий Прокопьевич, доктор филологических наук, профессор, проректор по научной и инновационной деятельности.

About the author: Chudinov Anatoly Prokopievich, Doctor of Philology, Professor, Vice-Rector for Academic and Innovative Activities.

Место работы: Уральский государственный педагогический университет (Екатеринбург).

Place of employment: Ural State Pedagogical University (Ekaterinburg).

Контактная информация: 620017, г. Екатеринбург, пр. Космонавтов, д. 26, оф. 219.
e-mail: ap_chudinov@mail.ru.

Т. Г. Скребцова — широко известный специалист по когнитивной лингвистике — много лет читает курс «Когнитивная лингвистика» в Санкт-Петербургском государственном университете. Лингвисты-когнитологи хорошо знают ее учебник «Американская школа когнитивной лингвистики» [Скребцова 2000] и многочисленные публикации по когнитивной метафорологии, истории когнитивистики и смежным проблемам [Скребцова 2002а,б, 2003, 2004, 2005, 2007 и др.]. Поэтому ее новый курс лекций «Когнитивная лингвистика» [Скребцова 2011] был встречен с особым интересом.

Показательна уже сама композиция учебника, которую отражает его оглавление.

Глава 1. Когнитивная лингвистика как научное направление

Глава 2. Когнитивные исследования метафоры

1. Теория концептуальной метафоры
2. Когнитивные исследования политической метафоры
3. Закономерности исторической семантики в свете теории концептуальной метафоры

Глава 3. Категоризация

1. Теория прототипов и категорий базисного уровня
2. Идеализированные когнитивные модели
3. Философия эмпирического реализма

Глава 4. Когнитивная грамматика

1. Принципы когнитивной грамматики
2. Семантика в когнитивной грамматике
3. Когнитивные модели полисемии

Глава 5. Ментальные пространства и их интеграция

1. Теория ментальных пространств
2. Теория концептуальной интеграции

Глава 6. Топологическая семантика

1. Отношение грамматики к познанию

2. Языковая концептуализация пространства

Перед всяким автором учебника встает проблема отбора — что нужно обязательно включить в текст, а от чего можно отказаться. В данном случае в центре внимания оказались действительно магистральные направления когнитивистики.

Специфика этой композиции становится особенно явной при сопоставлении с композицией изданного массовым тиражом другого учебника по соответствующей науке [Маслова 2008].

Глава 1. Когнитивная лингвистика и ее место в современной науке

1.1. Проблема парадигмы научного знания: антропоцентрическая парадигма, полипарадигмальный подход

1.2. История развития когнитивной лингвистики

1.3. Проблемы, задачи и постулаты науки

1.4. Ключевые понятия науки

1.5. Концепт как базовое понятие когнитивной лингвистики, ее отличие от понятия значения

1.6. Структура концепта и методика его описания

1.7. Концепт как основа языковой картины мира

Глава 2. Трансляция культуры в языке

2.1. Концептосфера и концепт

2.2. Представления о мире — концепты пространства, времени и числа

2.3. Явления природы — туманное утро, зимний вечер, концепт дерева

2.4. Представления о человеке — дурак и юридивый

2.5. Социальные понятия и отношения — свобода, воля, дружба, война

2.6. Двойничество в культуре — судьба, душа, тоска

2.7. Нравственные концепты — правда, истина, ложь, совесть

Исследование выполнено при финансовой поддержке РГНФ (грант 11-04-00327а — Политическая коммуникация: общие закономерности и национальная специфика).

© Чудинов А. П., 2011

2.8. Эмоциональные концепты — счастье, радость

2.9. Мир концептов-артефактов: дом, колокол

Итак, легко заметить, что в представлении В. А. Масловой центром когнитивистики оказалась теория и практика описания концептов (концептуальные исследования).

Отношение к этой научной проблеме в учебнике Санкт-Петербургского автора выражено вполне однозначно, когда сообщается о том, что российские специалисты «по-видимому, в силу недостаточной осведомленности — зачастую искаженно представляют суть данного направления <когнитивной лингвистики. — А. П.>, неправомерно расширяя или, наоборот, сужая его объем, выдавая периферийные явления за центральные и т. д.». К числу двух ярких примеров такого искажения отнесены «исследования, связанные с фреймами и сценариями», а также «неоднократные попытки российских языковедов свести богатство и разнообразие данной области исследований исключительно к анализу так называемых культурных концептов» [Скребцова 2011: 4].

В то же время ведущие проблемы, представленные в учебнике Т. Г. Скребцовой (теория концептуальной метафоры, категоризация, когнитивная семантика, ментальные пространства и их интеграция, топологическая семантика) практически не рассматриваются в книге, изданной в Минске. Отметим, что для более полного понимания сущности когнитивной лингвистики студентам и особенно аспирантам целесообразно обратиться к другим источникам, в том числе к публикациям Е. С. Кубряковой, Н. Н. Болдырева, В. З. Демьянкова, В. И. Карасика, Е. В. Рахилиной, О. Н. Селиверстовой, И. А. Стернина.

Учебник Т. Г. Скребцовой начинается с рассмотрения когнитивной лингвистики как научного направления с учетом, во-первых, ее места среди других когнитивных наук (когнитивная психология, когнитивная нейрофизиология и др.), а во-вторых, ее места среди иных этапов развития языкознания. В связи с этим формулируется основной постулат когнитивной лингвистики — связь языка и когниции, а также ее фундаментальные принципы. К числу последних относятся следующие:

1) холистический (целостный) подход в его противопоставлении модулярному подходу;

2) возможность изучения когнитивных механизмов (мышления, памяти, познавательных способностей и др.) на основе данных языка;

3) органическая связь языкового знания с психической организацией человека и биологической природой человека;

4) антропоцентрический принцип, проявляющийся едва ли не во всех языковых структурах;

5) воплощенность (embodied) мышления, его тесная связь с физиологией человека и его телесным опытом;

6) субъективизация лингвистического описания, противопоставленная объективизму как постулату генеративизма и иных научных направлений;

7) функционализм как ориентированность на изучение функционирования языка (восприятия и порождения речи, запоминания и хранения ин-

формации), а не на изучение его структуры или языковой компетенции человека;

8) ориентация на преимущественное изучение языковых значений, а не языковых категорий или языковых форм;

9) экспланаторность как установка на объяснение языковых фактов, что резко контрастирует с позицией дескриптивистов, считающих, что их дело — это констатация фактов, а не их объяснение;

10) игнорирование столь важных для структуралистов и дескриптивистов рубежей между языком и когницией, лингвистическим и эстралингвистическим знанием, словарной и энциклопедической информацией, семантикой и прагматикой.

Разумеется, названные выше принципы в значительной степени пересекаются с принципами и постулатами когнитивной лингвистики, которые были ранее сформулированы А. Н. Барановым и Д. О. Добровольским (1997), Е. С. Кубряковой [Кубрякова 2002], А. П. Чудиновым [Чудинов 2010]. Это вполне закономерно, поскольку формулировки Т. Г. Кубряковой обобщают не только теоретические искания когнитологов и их практику исследования языка и когниции, но и представления автора учебника о теории и методологии когнитивной лингвистики.

Важно подчеркнуть, что учебник Т. Г. Скребцовой отличается глубоким анализом истории и современного состояния когнитивной американской и, в несколько меньшей степени, отечественной когнитивной лингвистики. Очень показателен раздел, посвященный когнитивному исследованию метафоры. Весьма удачно изложена теория концептуальной метафоры, разграничены сферы-источники и сферы-мишени метафоризации, детально описаны ориентационные, онтологические и структурные метафоры. Очень убедительно продемонстрирован известный параллелизм идей В. А. Успенского, изложенных в статье «О вещных коннотациях абстрактных существительных» [Успенский 1979], и Дж. Лакоффа, однако следовало бы больше сказать о дальнейшем развитии теории концептуальной метафоры как самим Дж. Лакоффом, так и его последователями и оппонентами.

Для читателей нашего журнала особенно значим тот факт, что второй параграф рассматриваемой главы посвящен когнитивным исследованиям политической метафоры. Здесь рассматривается знаменитая публикация Дж. Лакоффа о метафорах периода Первой войны в Персидском заливе [Lakoff 1991], а также российские исследования концептуальной метафоры в политическом дискурсе, в том числе публикации А. Н. Баранова и Ю. Н. Караулова [Баранов, Караулов 1991, 1994], А. П. Чудинова [Чудинов 2001], Е. И. Шейгал [Шейгал 2004]. Особое внимание автора привлекает специфика метафор тоталитаризма, демократии и переходных периодов, о которых писали Р. Андерсон, В. Клемперер, В. З. Демьянков и другие специалисты. Еще один параграф данной главы посвящен вкладу когнитивистики в рассмотрение традиционной для семасиологии проблемы исторических изменений в значениях слов.

Несомненной удачей Т. Г. Скребцовой представляется глава, посвященная категоризации мира человеком, проблемам того, как посредством

языка непрерывный континуум опыта осмысливается в дискретных значениях отдельных слов. Автор показывает эволюцию взглядов на категорию от Аристотеля до современности, особо останавливаясь на концепциях Людвиг Витгенштейна, Уильяма Лабова, Элеоноры Рош, Джорджа Лакоффа. Студенты получают представления о понятийно-терминологическом аппарате теории категоризации: относительно подробно рассматриваются теория категорий базисного уровня, идеализированные когнитивные модели, теория прототипов, прототипический подход к частям речи (Е. С. Кубрякова, А. Вежбица), философия эмпирического реализма.

Не менее интересно представлены автором принципы когнитивной грамматики, когнитивные модели полисемии, теория ментальных пространств, топологическая семантика, проблемы языковой концептуализации пространства и др. Автор вполне обоснованно отделяет главное от второстепенного, принципиальную новизну от новизны преимущественно терминологической.

Как и всякий хороший учебник, книга Т. Г. Скребцовой вызывает стремление продолжить обсуждение поднятых проблем, не все в изложении принимается безоговорочно. Особенно это относится к случаям, когда автор категорично высказывает свою точку зрения, не всегда учитывая при этом возможность иного подхода, наличие других аргументов.

1. В учебнике Т. Г. Скребцовой по существу излагается история американской когнитивной лингвистики и ее воздействие на развитие соответствующих идей в России. При этом часто вне рамок описания остаются достижения специалистов из Европы и тем более иных регионов. Между тем, как отмечали специалисты [Баранов 2004; Будаев, Чудинов 2007], современная когнитивная метафорология активно развивается в самых различных мегарегионах. Это же можно сказать и о других направлениях когнитивной лингвистики.

2. В рассматриваемом учебнике история и концепция теории концептуальной метафоры по существу начинается со знаменитой публикации Дж. Лакоффа и М. Джонсона «Метафоры, которыми мы живем» (1980) [Лакофф, Джонсон 2004]. Однако было бы правильным упомянуть при этом и о «долакоффском» этапе развития когнитивной теории метафоры, о котором мы неоднократно писали [см.: Будаев, Чудинов 2008а, 2008б]. Учет всей истории когнитивистики не означает какого-то принижения великолепных исследований Дж. Лакоффа и его последователей.

3. Т. Г. Скребцова признает «подлинными когнитологами» «прежде всего тех ученых, которые являются членами Международной ассоциации по когнитивной лингвистике, публикуют свои работы в специализированных изданиях типа *Cognitive Linguistics* или *Cognitive Linguistics Research*, регулярно участвуют в соответствующих научных конференциях, часто упоминаются на страницах работ, посвященных когнитивным исследованиям языка, и в соответствующих библиографических подборках» [Скребцова 2011: 4]. Одновременно автор решительно отказывает в статусе когнитологов другим специалистам, среди которых, в частности, Т. ван Дейк, А. Вежбица, Ч. Филмор, Р. Джекендофф

[Скребцова 2011: 24]. Но действительно ли названные критерии следует считать ведущими? И есть ли необходимость именно подобным образом подразделять когнитологов на «чистых» и «нечистых»? Или, как это делает Т. Г. Скребцова вслед за Б. Петерсом, дифференцировать когнитивных лингвистов и Когнитивных Лингвистов. Возможно, права была Е. С. Кубрякова [Кубрякова 1994; 1995; 1999; 2004; Кубрякова, Демьянков, Панкрац, Лузина 1996], которая неоднократно писала о нечеткости, размытости границ когнитивной лингвистики? Возможно, современную когнитивную науку действительно следует представить как многополярный феномен, компоненты которого в разной степени связаны между собой и в разной степени могут быть причислены к центральной зоне, к своего рода «лучшим образцам» подлинной когнитологии.

4. Даже среди «подлинных когнитологов» Т. Г. Скребцова выделяет «некое ядро», четыре звезды — Дж. Лакоффа, Р. Лангакера, Ж. Фоконье и Л. Талми, — подчеркивая, что «изложение содержания их концепций и составило основной текст книги; за немногими исключениями, ссылки на работы предшественников, последователей и критиков, а также близкие по духу исследования авторов, не принадлежащих к рассматриваемому направлению, вынесены в примечания — с целью разграничить главный предмет рассмотрения и соображения, имеющие к нему отношение по касательной» [Скребцова 2011: 5]. Хотелось бы понять, почему в лидирующую группу входит именно четыре специалиста, а не пять или восемь? Подобное ранжирование ученых всегда вызывает некоторые опасения: не оказались ли «в примечаниях» когнитологи, достойные иной оценки.

5. К числу несомненных достижений автора принадлежит анализ теории концептуальной интеграции и блендинга, созданной Жилем Фоконье и Марком Тернером. В соответствии с этой концепцией, концептуальная интеграция, наряду с аналогией, рекурсией, категоризацией, ментальным моделированием и фреймингом, принадлежит к числу базовых когнитивных способностей человека. Вместе с тем общеизвестна связь теории концептуальной интеграции с теорией концептуальной метафоры, а поэтому вызывает удивление тот факт, что названные теории рассматриваются в различных главах учебника.

6. Возможно, изложение принципов и методов когнитивной лингвистики в учебнике, адресованном российским студентам и аспирантам, следовало бы проводить не в рамках сопоставления с теорией и практикой генеративизма и бихевиоризма, которые малоизвестны нашей научной молодежи, а с позиций сопоставления с теорией и практикой отечественной лингвистики. При таком подходе окажется, что нет необходимости доказывать органичную связь языка и мышления, языка и культуры, а также важность ориентации на функционализм или экспланаторность. Вместе с тем ориентация именно на российского читателя предполагает повышенное внимание к параллелизму некоторых процессов в отечественной и зарубежной лингвистике.

В заключение данной рецензии хочется подчеркнуть, что, несмотря на высказанные сомне-

ния, Татьяна Георгиевна Скребцова написала блестящий курс лекций по истории и теории американской когнитивной лингвистики. Немного жаль, что он носит несколько более широкое название. И очень важно, чтобы российские студенты и аспиранты знакомились с историей и теорией когнитивной лингвистики не только «по Скребцовой» и, конечно, не только «по Масловой».

ЛИТЕРАТУРА

- Баранов А. Н., Караулов Ю. Н. Русская политическая метафора : материалы к словарю. — М., 1991.
- Баранов А. Н., Караулов Ю. Н. Словарь русских политических метафор. — М., 1994.
- Баранов А. Н. Когнитивная теория метафоры: почти двадцать пять лет спустя : (предисловие редактора) // Дж. Лакофф, М. Джонсон. Метафоры, которыми мы живем. — М., 2004.
- Будаев Э. В., Чудинов А. П. Зарубежная политическая метафорология. — Екатеринбург, 2008а.
- Будаев, Э. В., Чудинов А. П. Метафора в политической коммуникации — М. : Флинта : Наука, 2008б.
- Будаев Э. В., Чудинов А. П. Современная теория концептуальной метафоры: американский и европейский варианты // Вестн. Воронеж. гос. ун-та. Сер. Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2007. № 2.
- Кубрякова Е. С. Семантика в когнитивной лингвистике // Известия АН. Сер. литературы и языка. 1999. Т. 58, № 5—6.
- Кубрякова Е. С. Начальные этапы становления когнитивизма: лингвистика — психология — когнитивная наука // Вопр. языкознания. 1994. № 4.
- Кубрякова Е. С., Демьянков В. З., Панкрац Ю. Г., Лузина Л. Г. Краткий словарь когнитивных терминов. — М., 1996.
- Кубрякова Е. С. Эволюция лингвистических идей во второй половине XX века (опыт парадигмального анализа) // Язык и наука конца XX века. — М., 1995.
- Кубрякова Е. С. Об установках когнитивной науки и актуальных проблемах когнитивной лингвистики // Вопросы когнитивной лингвистики. 2004 № 1.
- Лакофф Дж., Джонсон М.. Метафоры, которыми мы живем. — М., 2004.
- Маслова В. А. Когнитивная лингвистика : учебн. — Минск : ТетраСистемс, 2008.
- Попова З. Д., Стернин И. А., Карасик В. И., Кретов А. А., Пименов Е. А., Пименова М. В. Введение в когнитивную лингвистику. — Кемерово, 2004.
- Рахилина Е. В. Когнитивная лингвистика: история, персоналии, идеи, результаты // Семиотика и информатика. — М., 1998. Вып. 36.
- Селиверстова О. Н. Когнитивная семантика на фоне общего развития лингвистической науки // Вопросы языкознания. 2002. № 6.
- Скребцова Т. Г. Когнитивная лингвистика : курс лекций. — СПб. : Филологический факультет СПбГУ, 2011.
- Скребцова Т. Г. Американская школа когнитивной лингвистики. — СПб., 2000.
- Скребцова Т. Г. Метафоры современного российско-го внешнеполитического дискурса // *Respectus philologicus*, Vilniaus universiteto, 2002, № 1 (6).
- Скребцова Т. Г. Наивные картины глобализации: взгляд лингвиста // *Respectus philologicus*. Vilniaus universiteto, 2003, № 4 (9).
- Скребцова Т. Г. Современные исследования политической метафоры // Вестн. С.-Петербург. ун-та. Сер. 9. Филология, востоковедение, журналистика. 2005. № 1.
- Скребцова Т. Г. Языковые бленды в теории концептуальной интеграции Ж. Фоконье и М. Тернера // *Respectus philologicus*. Vilniaus universiteto, 2002, № 2 (7).
- Скребцова Т. Г. Современные исследования политической метафоры: три источника и три составные части // *Respectus philologicus*. Vilniaus universiteto, 2004, № 5 (10).
- Скребцова Т. Г. Образ мигранта в современных российских СМИ // Политическая лингвистика. 2007. № 3 (23).
- Успенский В. А. О вещных коннотациях абстрактных существительных // Семиотика и информатика. — М., 1979. Вып. 11.
- Чудинов А. П. Россия в метафорическом зеркале: когнитивное исследование политической метафоры (1991—2000). — Екатеринбург, 2001.
- Чудинов А. П. Постулаты политической метафорологии и современные политические метафоры // Современная языковая ситуация в свете креативной деятельности. — Екатеринбург, 2010.
- Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса. — М., 2004.

ПРАВИЛА ПРЕДСТАВЛЕНИЯ АВТОРАМИ РУКОПИСЕЙ В ЖУРНАЛ «ПОЛИТИЧЕСКАЯ ЛИНГВИСТИКА»

«Политическая лингвистика» издается как узкоспециализированный научный журнал, ориентированный на максимально широкий круг читателей и многонациональный состав авторов, представляющих различные научные школы и направления в России и других странах. Рукописи принимаются на русском, английском, немецком, французском, испанском языках, по согласованию с редакцией возможно представление рукописей и на иных языках. Статьи публикуются на русском языке. Перевод осуществляется сотрудниками журнала за счет средств редакции.

Авторы, предлагающие статьи для публикации, должны учитывать проблематику журнала, который включает следующие разделы.

1. Теория политической лингвистики. Этот раздел предоставляет трибуну ведущим специалистам по политической лингвистике.

2. Политическая коммуникация. Включает статьи, посвященные институциональной и личностной политической коммуникации. Политическая коммуникация понимается широко, т. е. и как коммуникация, в которых политики выступают как адресанты или адресаты, и как коммуникация, связанная с политическими проблемами в рамках политического медийного, научного или иного дискурса.

3. Язык – общество – политика – культура. В этом разделе представлены статьи, в которых исследуются проблемы взаимодействия языка, общества, культуры и политики, в том числе имеющие важное социальное значение вопросы медиалингвистики и рекламной коммуникации. Подобные исследования, связанные с социальной жизнью и политической культурой общества, но уже не настолько непосредственно, как публикации, включенные в предыдущий раздел.

4. Классика политической лингвистики. В данном разделе представлены исследования, созданные на предыдущих этапах развития политической лингвистики и сохраняющие свою научную значимость в современных условиях.

5. Хроника. Рецензии. Письма в редакцию.

Редакционная коллегия приглашает к сотрудничеству всех специалистов по политической лингвистике и смежным проблемам. Ежегодно мы ждем от потенциальных авторов статьи объемом от 6 до 30 страниц (двенадцатый кегль, до 40 строк на странице) до 1 февраля, 1 мая, 1 сентября и 1 декабря. Единственное ограничение — статьи должны полностью соответствовать проблематике сборника. Наиболее интересные статьи печатаются вне очереди.

Все статьи, представленные в журнал, направляются на рецензирование. Редакционная коллегия принимает решение о публикации с учетом мнения рецензента. В случае отрицательного решения автору направляется копия рецензии.

Мы не платим гонораров. С аспирантов плата за подготовку статьи к публикации и тиражирование сборника не взимается.

Журнал выходит ежеквартально. Срок выпуска каждого номера — не более двух месяцев. Наш журнал своевременно рассылается всем отечественным и зарубежным авторам.

Статьи печатаются именно в том варианте, в каком они присланы автором, который несет полную ответственность за содержание статьи и ее оформление. Редакция не считает нужным оплачивать работу литературного редактора и корректора.

Мы против политической цензуры, с уважением относимся к политическим взглядам авторов наших публикаций, но за соблюдение принципов толерантности и политической корректности, в том числе в статьях, созданных в рамках критического анализа дискурса.

Контакты. Почтовый адрес: 620017, Екатеринбург, пр. Космонавтов, 26, Уральский государственный педагогический университет, кафедра риторики и межкультурной коммуникации (каб. 285).

Телефоны (343) 2357612 (кафедра); (343) 3361592 (проректор по научной и инновационной деятельности А. П. Чудинов). Факс (343) 3361592.

Электронная почта: ar_chudinov@mail.ru.

Наш журнал включен в Каталог Роспечати, и можно оформить подписку на него в любом почтовом отделении России (индекс 81955).

Наш журнал включен также в международную систему научных журналов (ISSN), где имеет индекс ISSN 1999-2629.

Для публикации статья должна соответствовать требованиям РИНЦ, т. е. помимо основного текста содержать следующие сведения, представленные на РУССКОМ и АНГЛИЙСКОМ языках.

1. СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ:

- фамилия, имя, отчество автора полностью (если авторов больше чем один, указываются все авторы);
- должность, звание, ученая степень;
- полное и точное место работы каждого автора в именительном падеже. Важно четко, не допуская иной трактовки, указать место работы каждого автора. (Если все авторы статьи работают или учатся в одном учреждении, можно не указывать место работы каждого автора отдельно.);
- подразделение организации;
- контактная информация (e-mail, город, корреспондентская контактная информация) для каждого автора.

2. НАЗВАНИЕ СТАТЬИ

3. АННОТАЦИЯ

4. КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА

5. НАЛИЧИЕ ОБЯЗАТЕЛЬНОЙ ТЕМАТИЧЕСКОЙ РУБРИКИ (КОД)

- УДК и/или ГРНТИ, код ВАК по разделам номенклатуры научных специальностей;
 - либо другие библиотечно-библиографические классификационные и предметные индексы.
- Списки литературы следует оформлять по ГОСТ Р. 7.0.5.-2008....