

ISSN 1999-2629

**ПОЛИТИЧЕСКАЯ
ЛИНГВИСТИКА**

POLITICAL LINGUISTICS

2(44)'2013

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



ПОЛИТИЧЕСКАЯ ЛИНГВИСТИКА

2(44)'2013

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 Standard 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 2013

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)

кандидат филол. наук, доцент М. Б. ВОРОШИЛОВА (Екатеринбург)

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)

кандидат филологических наук, профессор Л. ЦОНЕВА (Велико-Тырново, Болгария)

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

Заведующий отделом перевода: кандидат филол. наук И. С. ПИРОЖКОВА

Политическая лингвистика / Гл. ред. А. П. Чудинов; ФГБОУ ВПО
П50 «Урал. гос. пед. ун-т» – Екатеринбург, 2013. – Вып. 2(44). – 195 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 Министерство образования и науки РФ за материальную поддержку проекта в рамках госзадания № 6.2985.2011 — «Политическая метафорология».

НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ
ПОЛИТИЧЕСКАЯ ЛИНГВИСТИКА
ВЫПУСК 2 (44)

Подписано в печать 13.06.2013. Формат 60x84/8.
Бумага для множительных аппаратов. Печать на ризографе.
Усл. печ. л. — 19,6. Тираж 500 экз. Заказ 4135.
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», 2013
© Политическая лингвистика, 2013

Ural State Pedagogical University



POLITICAL LINGUISTICS

2(44)'2013

Editor-in-Chief

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

Deputy Editors-in-Chief:

Edward V. Budaev, Ph.D., Assoc. Prof. (Nizhniy Tagil)
Maria B. Voroshilova, Ph.D., Assoc. Prof. (Ekaterinburg)

Editorial Board

Richard Anderson Jr., Ph.D., Prof. (Los Angeles, USA)
Vladimir N. Bazylev Ph.D., Prof. (Moscow, Russia)
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 Lassan, Ph.D., Prof. (Kaunas, Lithuania)
Natalia B. Ruzhentseva, Ph.D., Prof. (Ekaterinburg, Russia)
Patrick Seriot Ph.D., Prof. (Lausanne, Switzerland)
Lilyana Tsoneva Ph.D., Prof. (Veliko Tarnovo, Bulgaria)
Viktor A. Vinogradov, Ph.D., Prof. (Moscow, Russia)
Daniel Weiss, Ph.D., Prof. (Zurich, Switzerland)

Ekaterinburg 2013

СОДЕРЖАНИЕ

ПРЕДИСЛОВИЕ	10
-------------------	----

РАЗДЕЛ 1. ТЕОРИЯ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ЛИНГВИСТИКИ

Балашова Л. В. Саратов, Россия	Политический 2012 год в зеркале концептуальной метафоры	11
Вань Личжи Чанчунь, КНР	Китайская медицина «в кадре» и «за кадром»: текстовое представление	
Руженцева Н. Б. Екатеринбург, Россия	интернационального концепта	23
Ермакова Л. Р. Седых А. П. Белгород, Россия	Архетипы «Нации», «Вожди народов» и «Культура питания»: российский и британский социум	30
Каменева В. А. Кемерово, Россия	Манипуляция и/или пропаганда? Функциональные особенности социальной рекламы	35
Клушина Н. И. Москва, Россия	Интенциональная конфигурация медийного пространства	40
Краснова Т. И. Санкт-Петербург, Россия	Анализ политического дискурса: подходы и категории	46
Лукин В. А. Орел, Россия	Семиотика денег: деньгоцентричность человека и антропоцентричность денег	55
Манаенко Г. Н. Манаенко С. А. Ставрополь, Россия	Дискурсивные слова и интенциональность аналитического текста политического дискурса	65
Нахимова Е. А. Екатеринбург, Россия	Прецедентное имя <i>Пиночет</i> в современных российских СМИ	72
Шемчук Ю. М. Москва, Россия	Стратегии манипулятивного дискурса на лексическом уровне молодежного социолекта	76

РАЗДЕЛ 2. ПОЛИТИЧЕСКАЯ КОММУНИКАЦИЯ

Завьялова Ю. А. Сургут, Россия	Стереотипные представления о России в письмах немецких солдат 1941 года	80
Зверев А. И. Москва, Россия	Некоторые вербальные и невербальные особенности политического дискурса Германии времен Третьего рейха	85
Зелянская Н. Л. Пермь, Россия	Речевая самопрезентация политика в контексте изменяющихся стратегий социальной коммуникации (графосемантическое моделирование образа мира Б. Немцова).....	92

Зубакина Т. Н. Екатеринбург, Россия	Метафоры в индивидуальной концептосфере У. Черчилля.....	101
Керимов Р. Д. Кемерово, Россия	Лингвосимволика цвета в немецкоязычной политической культуре	107
Полякова С. Е. Санкт-Петербург, Россия	Функции молчания в политическом общении	125
Чумакова Е. В. Волгоград, Россия	Эмблематические лексико-фразеологические способы конструирования имиджа политика	129
Шапочкин Д. В. Тюмень, Россия	Концептуальное противостояние «власть» vs «справедливость» в тексте гимна «Интернационал».....	132

РАЗДЕЛ 3. ЯЗЫК — ПОЛИТИКА — КУЛЬТУРА

Амиров В. М. Екатеринбург, Россия	Стандарты и особенности анализа информации в работе бизнес-СМИ.....	137
Гриценко Е. С. Нижний Новгород, Россия	Языковые особенности рэпа в аспекте глобализации	141
Дуняшева Л. Г. Казань, Россия		
Ибрагимов М. А. Пятигорск, Россия	Фреймовая репрезентация маркированных родовых отношений в современном англоязычном политическом и художественном дискурсе.....	148
Мартыненко М. Г. Москва, Россия	Сравнительный анализ телевизионных новостных выпусков (русская, английская, французская версии телеканала «Euronews»).....	155
Наумов К. Д. Саратов, Россия	Античная традиция как источник формирования русских фразеологизмов и их роль в современном политическом дискурсе	159
Печенкина Т. А. Челябинск, Россия	Особенности лексических способов обозначения количества в русских и немецких рекламных текстах.....	165

РАЗДЕЛ 4. ЛИНГВИСТИЧЕСКАЯ ЭКСПЕРТИЗА: ЯЗЫК И ПРАВО

Антонова Ю. А. Екатеринбург, Россия	Коммуникативные стратегии в текстах, репрезентирующих идеологию childfree: на грани экстремизма.....	170
Голев Н. Д. Шанина А. В. Кемерово, Россия	Обыденный политический дискурс на сайтах Рунета с фашистским и антифашистским содержанием (сопоставительное лингвистическое исследование)	178

РАЗДЕЛ 5. ИЗ ИСТОРИИ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ЛИНГВИСТИКИ

Мазон А. Страсбург, Франция <i>Пер. с фр. Д. В. Спиридонова, К. Л. Филатовой</i>	Лексика войны и революции в России (1914—1918). Иноязычные слова	186
Информационное письмо		191
Правила представления авторами рукописей в журнал «Политическая лингвистика»		193

CONTENTS

EDITORIAL 10

PART 1. THEORY OF POLITICAL LINGUISTICS

Balashova L. V. Saratov, Russia	Political 2012 in the mirror of conceptual metaphors	11
Wan Lizhi Changchun, China	Chinese medicine “in-focus” and “off-focus”: text representation of the international concept	23
Ruzhentseva N. B. Ekaterinburg, Russia		
Ermakova L. R. Sedykh A. P. Belgorod, Russia	Archetypes of nation, national leaders and nutritional preferences: Russian and British societies	30
Kameneva V. A. Kemerovo, Russia	Manipulation or/and propaganda? Functional peculiarities of social advertising	35
Klushina N. I. Moscow, Russia	Intentional configuration of mediaspace	40
Krasnova T. I. St. Petersburg, Russia	Analysis of political discourse: approaches and categories	46
Lukin V. A. Oryol, Russia	Semiotics of money: moneycentricity of man and anthropocentricity of money	55
Manaenko G. N. Manaenko S. A. Stavropol, Russia	Discursive words and intention of an analytical text in political discourse	65
Nakhimova E. A. Ekaterinburg, Russia	Precedent name <i>Pinochet</i> in contemporary Russian mass media	72
Shemchuk Y. M. Moscow, Russia	Strategies of manipulative discourse at the lexical level of youth sociolect	76

PART 2. POLITICAL COMMUNICATION

Zavyalova Y. A. Surgut, Russia	Stereotypes about Russia in the letters of German soldiers of 1941	80
Zverev A. I. Moscow, Russia	Some verbal and non-verbal peculiarities of political discourse in Germany in the Third Reich period	85
Zelyanskaya N. L. Perm, Russia	Speech self-presentation of a politician in the context of social communication changing strategies (graphic-semantic modeling of Boris Nemtsov’s world image)	92

Zubakina T. N. Ekaterinburg, Russia	Metaphors in individual conceptsphere of W. Churchill	101
Kerimov R. D. Kemerovo, Russia	Linguistic symbols of colour in the German political culture	107
Polyakova S. E. Saint-Petersburg, Russia	Functions of silence in political discourse	125
Chumakova E. V. Volgograd, Russia	Emblematic lexical-phraseological means of construction of the image of a politician	129
Shapochkin D. V. Tyumen, Russia	The conceptual opposition "Power" vs "Justice" in the text of the anthem "The Internationale"	132

PART 3. LANGUAGE — POLITICS — CULTURE

Amirov V. M. Ekaterinburg, Russia	Standards and features of the analysis of information in the work of business mass media	137
Gritsenko E. S. Nizhny Novgorod, Russia	The language of rap lyrics in the context of globalization	141
Dunyasheva L. G. Kazan, Russia		
Ibragimov M. A. Pyatigorsk, Russia	Frame representation of labelled gender relations in modern English political and fiction discourse.....	148
Martynenkova M. G. Moscow, Russia	Comparative analysis of TV news (Russian, English and French versions of TV channel «Euronews»).....	155
Naumov K. D. Saratov, Russia	Ancient tradition as a source of formation of Russian phraseological units and their role in modern political discourse.....	159
Pechenkina T. A. Chelyabinsk, Russia	Peculiarities of lexical ways of defining quantity in Russian and German advertising texts	165

PART 4. LINGUISTIC EXPERTISE: LANGUAGE AND LAW

Antonova Yu. A. Ekaterinburg, Russia	Communicative strategy for texts, representing the Childfree ideology: on the edge of extremism.....	170
Golev N. D. Shanina A. V. Kemerovo, Russia	The ordinary political discourse on the Runet sites with the fascist and antifascist content (comparative linguistic study)	178

PART 5. FROM THE HISTORY OF POLITICAL LINGUISTICS

Mazon A.

Strasbourg, France

Transl. from French by K. L. Filatova,

D. V. Spiridonov

Lexis of war and revolution in Russia (1914—1918).

Loan words 186

Information 191

Manuscripts requirements 193

ПРЕДИСЛОВИЕ

Редакционная коллегия представляет очередной номер журнала «Политическая лингвистика».

Основные рубрики журнала остаются прежними. Раздел «Теория политической лингвистики» предоставляет трибуну ведущим специалистам по политической лингвистике. Нам приятно, что для очередного выпуска предложили свои материалы широко известные специалисты по политической лингвистике и смежным проблемам Л. В. Балашова (Саратов), Н. Д. Голев (Кемерово), Е. С. Гриценко (Нижний Новгород), В. А. Каменева (Кемерово), Н. И. Клушина (Москва), Т. И. Краснова (Санкт-Петербург), В. А. Лукин (Орел), Г. Н. Манаенко (Ставрополь), Е. А. Нахимова (Екатеринбург), Н. Б. Руженцева (Екатеринбург), А. П. Седых (Белгород), Ю. М. Шемчук (Москва).

Мы с удовольствием работаем со статьями специалистов, которые уже неоднократно печатали статьи в нашем журнале (В. М. Амиров, Т. Н. Зубакина, Р. Д. Керимов, Ю. А. Антонова), но для нас очень важны и авторы, которые впервые предложили свои материалы. Разумеется, главный критерий отбора — это качество статьи и ее соответствие проблематике журнала.

В разделе «Из истории политической лингвистики» публикуются впервые переведенные на русский язык статьи, которые, хотя и написаны много десятилетий назад, сохраняют свою значимость для теории и истории науки. **К сожалению, нам все труднее находить переводчиков-волонтеров для этого раздела. Поэтому мы будем благодарны всем, кто либо сам найдет и переведет интересный текст, либо предложит свои услуги в качестве переводчика для текста, подобранного редакцией. Как известно, публикация перевода, в соответствии с решением экспертного совета ВАК, приравнивается для переводчика к публикации научной статьи, что иногда бывает важным при представлении диссертации к защите.**

Напоминаем основные принципы редакционной политики.

Мы уважаем существующие в каждом государстве национальные особенности политической коммуникации, связанные с историей, культурой и политической системой данного государства.

Мы против политической цензуры, с уважением относимся к политическим взглядам авторов наших публикаций, хотя не всегда и не во всем с ними согласны.

Мы считаем необходимым соблюдение принципов толерантности и политической корректности, в том числе в статьях, созданных в рамках критического анализа дискурса.

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 потому ответственность за подбор и точность цитат, за возможные опечатки или иного рода недочеты несут авторы публикаций.

Мы не располагаем средствами для оплаты труда профессиональных переводчиков. 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.

В сочетании «политическая лингвистика» для нас значимы обе части. И хотя мы считаем наш журнал лингвистическим, стремимся предоставлять трибуну политологам, психологам, социологам и специалистам по иным социально-гуманитарным наукам.

С содержанием предшествующих выпусков данного журнала можно познакомиться на сайте *cognitiv.narod.ru*, а также на сайте научных журналов Уральского государственного педагогического университета *journals.uspu.ru*. На сайте *cognitiv.narod.ru* размещены также другие публикации по проблемам политической лингвистики, преимущественно подготовленные в рамках Уральской школы политической лингвистики.

Контакты.

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

Телефоны:

(343)3361592 (гл. редактор А. П. Чудинов).

Факс (343) 3361592.

Электронная почта: ap_chudinov@mail.ru., shinkari@mail.ru.

С уважением и надеждой на сотрудничество:

д-р филол. наук, проф.
Анатолий Прокопьевич Чудинов,
д-р филол. наук, доцент
Эдуард Владимирович Будаев,
канд. филол. наук, доцент
Мария Борисовна Ворошилова,
канд. филол. наук Даниил Олегович Морозов.

РАЗДЕЛ 1. ТЕОРИЯ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ЛИНГВИСТИКИ

УДК 323.22

ББК Т3(2)634–6+Т3(2)64–3

ГСНТИ 16.21.27

Код ВАК 10.02.19

Л. В. Балашова
Саратов, Россия

L. V. Balashova
Saratov, Russia

ПОЛИТИЧЕСКИЙ 2012 ГОД В ЗЕРКАЛЕ КОНЦЕПТУАЛЬНОЙ МЕТАФОРЫ

Аннотация. *Анализируются регулярные типы концептуальных метафор, используемых для характеристики итогов социально-экономического и политического развития России в 2012 г. В. В. Путиным на пресс-конференциях и представителями оппозиции в интернет-публикациях.*

Ключевые слова: *политический дискурс; концептуальная метафора; языковая картина мира.*

Сведения об авторе: *Балашова Любовь Викторовна, доктор филологических наук, профессор 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., к. 207.
e-mail: balashova53@yandex.ru.*

POLITICAL 2012 IN THE MIRROR OF CONCEPTUAL METAPHORS

Abstract. *The author analyzes the regular types of conceptual metaphors used to characterize the results of social-economic and political development of Russia in 2012 at the press-conference by Vladimir Putin and by the representatives of the opposition in Internet publications.*

Key words: *political discourse; conceptual metaphor; language picture of the world.*

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

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

Современные исследования политического дискурса, или политической коммуникации (при всей их дискуссионности; ср.: [Баранов 2001; Будаев 2010а; Комарова 2012; Чудинов 2003, 2012; Шейгал 2004]), явно свидетельствуют о том, что именно политический язык не только активно влияет на развитие русского языка во всех его социально-функциональных разновидностях, но и выполняет важную когнитивную функцию, отражая языковую картину мира отдельных политиков, политических сил и российского общества в целом. Особую роль в этом, по мнению большинства лингвистов [Базылев 2005; Балашова 2009, 2011; Баранов, Караулов 1994; Будаев 2010б; Ворошилова 2012; Каменева, Сидорова 2012; Кобозева 2001; Чудинов 2012], играют метафоры: они «отражают социальную психологию, политические процессы и личностные качества их участников. ... Изучение метафорического репертуара того или иного политика помогает лучше понять подсознательные механизмы его деятельности и подлинное отношение к той или иной проблеме» [Будаев, Чудинов 2006: 7].

В связи с этим актуальным представляется сопоставительный анализ концептуальных метафор, использованных при подведении итогов социально-экономического и политического развития России и мирового сообщества в 2012 г.: с одной стороны — президентом РФ В. В. Путиным на пресс-конференции, состоявшейся 20 декабря 2012 г. в Центре международной торговли в

Москве (полный текст предоставлен пресс-службой Администрации Президента РФ [Пресс-конференция 2012]), с другой стороны — представителями оппозиции, независимыми, критически настроенными публицистами, опубликовавшими статьи в интернет-журнале «Ежедневный журнал» в первые дни 2013 г. в рубрике «Итоги года» [Аксенов 2013; Берг 2013; Берштейн 2013; Блант 2013; Болтянская 2013; Гольц 2013; Караганов 2013; Латынина 2013; Лукьянов 2013; Макаркин 2013; Орех 2013; Орешкин 2013; Подрабинек 2013; Рыклин 2013; Саратов 2013; Сванидзе 2013; Солдатов, Бороган 2013; Шендерович 2013].

Как показал анализ, в принципах формирования и функционирования метафор, в системе их концептуальной организации у В. В. Путина и интернет-авторов обнаруживаются общие и специфические черты, что связано с идеологическими установками коммуникантов, темой речи, общей коммуникативной ситуацией и др.

В частности, жанр итоговой пресс-конференции, статус главы государства, с одной стороны, и непредсказуемость вопросов и относительная спонтанность ответов, с другой стороны, предопределили преимущественное употребление В. В. Путиным языковых, более или менее стертых метафор, многие из которых функционируют в современной речи как социально-экономические и политические термины (ср.: *И очень важное решение, ... которое было принято Прави-*

тельствем, — это ... **отсечение** доходов федерального бюджета и использование их в текущих расходах только до определенного **уровня** стоимости барреля нефти. На 2013 год эта **планка отсечения** — 91 доллар за баррель; Бюджет у нас достаточно **жесткий**, но исполнимый, и это все вместе с **ростом** резервов: и резервов Центрального банка, и резервов Правительства — говорит о том, что мы **проводим взвешенную, очень аккуратную** финансовую и экономическую политику).

Примеров экспрессивных, индивидуально-авторских и окказиональных метафор в речи В. В. Путина немного, причем они преимущественно (но не всегда) черпаются из просторечно-разговорного пласта лексики, имеют ярко выраженный оценочный, чаще шуточный, иронический, реже агрессивно-сатирический характер (ср.: *Хотя я по себе знаю, а не понаслышке, насколько эта работа (премьер-министра) трудна. Там, что называется, прямо „у печки“ нужно стоять или „в забое“, как горняки говорят; То, что сотрудники милиции после повышения заработной платы **воют**, — ну, наверно, кому-то тяжелее стало, нагрузка увеличилась; Огромное количество людей (на выборах в США) досрочно голосовали. Нас бы **скушали** уже за такую цифру, понимаете).*

Наибольшее число экспрессивных метафор в речи В. В. Путина обнаруживается в следующих коммуникативных ситуациях.

Во-первых, они используются президентом РФ при характеристике наиболее острых вопросов внутренней и внешней политики, например в полемике об «Акте Магнитского» и «законе Димы Яковлева», о правах человека в России; в полемике о законодательной деятельности Государственной думы; при доказательстве значимости социально-экономических преобразований в РФ. Во-вторых, экспрессия переносов усиливается в том случае, если поведение журналистов откровенно агрессивно, а президент «держит удар» (показательно, однако, что ни одна из сниженных, резко оценочных метафор не направлена на конкретных людей, включая журналистов и представителей внутренней оппозиции). В-третьих, экспрессия может использоваться главой государства, для того чтобы разрядить психологическую напряженность в зале после резкой, излишне эмоциональной дискуссии с настойчиво-агрессивным журналистом (безусловно, все эти факторы часто выступают в комплексе); ср.:

• А. Колесниченко, «Аргументы и факты»: *Я сам усыновитель, и ... считаю поправки, которые вчера приняла Госдума, и запрдельными, и неадекватными, и, извините,*

людоедскими... В. В. Путин: *...я с Вами не согласен категорически. ... Я еще раз говорю, они (власти США) просто не допускают российских представителей к этим проблемам (насилия над усыновленными российскими детьми в США), даже в суд не пускают в качестве наблюдателей. ... Вам это нравится? Вы **садомазохист**, что ли? ... Зачем тогда формулировать таким образом: **людоедские** или **нелюдоедские**?;*

• Павел Пчёлкин, Первый канал: *Есть такое ощущение, ... в России отсутствует полностью независимая судебная система...* В. В. Путин: *...У нас стабильная судебная система, она развивается. ... Поэтому **уж так себя пеплом посыпать и веригами бить**, наверно, ни к чему... Я не влиял на деятельность правоохранительных и судебных органов, вообще никак. Я вообще **не лез в эту сферу**;*

• В. В. Путин: *Что касается риторики, антиамериканской, любой другой, антизападной и любую другую страну могу называть, нам вообще не нужна антикакая-то риторика, она всегда вредна. Но мы, наверно, с вами или я — плохой христианин, **когда бьют по одной щеке, надо бы подставить другую**. Я к этому пока морально не готов. Если нас **шлепнули**, надо ответить, иначе нас **всегда будут шлепать**. Вот адекватно, неадекватно — это другой вопрос. Причем они сделали это неспровоцированно. У самих там ... **по уши в одной консистенции находятся**, я уже перечислил их проблемы, **как лом торчат там в этих проблемах по самую макушку, а на нас переваливают**;*

• В. В. Путин (о передаче слова следующему журналисту — после особенно острой дискуссии): *Давайте мы сюда **„переедем“**. Астрахань? Давайте Астрахань; Дать вопрос калмыкам, **детям степей**? Пожалуйста.*

Интересно, что, несмотря на спонтанность, в речи В. В. Путина почти не фиксируется «метафорических ошибок», а если такие обнаруживаются, то, как правило, это неудачная контаминация нескольких переносов из разных концептуальных моделей или неправомерное расширение дистрибуции конкретных образных средств (ср.: *Это говорит о том, что люди по-другому стали планировать свою жизнь, **расширили горизонт планирования** своих семей; Попрошу моих коллег не забыть ваше предложение и с общественностью **пообсуждать это пошире***).

В интернет-статьях по итогам 2012 г. (в соответствии с жанром это письменная, не спонтанная, бесцензурная публицистическая речь критического содержания), напро-

тив, преобладают экспрессивные, часто развернутые индивидуально-авторские метафоры. Уровень их эстетичности определяется талантом публициста, а степень критичности и агрессивности — идеологическими пристрастиями и представлениями журналиста о нравственной самооценке (ср.: *Мы, конечно, давно знаем про них, что они (представители власти) — уроды. ... Вот собирательный портрет нынешнего российского истеблишмента, возвращенного путинским режимом и выдвинутого им, кажется, из недр ада на самый верх российской общественной и политической жизни. ... душегубство — их главная отличительная черта. ... Я знал, что они абсолютно беспринципны и безгранично циничны, но был также уверен, что за некие флажки, за определенную границу это жалкое племя все же не выйdet. То есть детей по подъездам они душить не станут. Разумеется, я заблуждался. Еще как станут!* [Рыклин 2013]).

Следует отметить, что, несмотря на очевидные жанровые, общекommunikативные и идеологические различия, два блока исследованных текстов все же могут быть сопоставлены именно с точки зрения концептуальной структуризации их метафорических подсистем.

В целом с точки зрения тематической отнесенности метафоры (и стертые, и экспрессивные) наиболее регулярно используются при обсуждении трех блоков вопросов: (1) социально-экономическое развитие России; (2) внутривластная ситуация в России (законодательная деятельность; исполнительная власть; правоохранительная система; оппозиционное движение; права человека в стране; национальный вопрос); (3) внешнеполитические связи России. В каждом из этих тематических блоков используются специфические концептуальные метафоры, хотя можно обнаружить и сквозные модели, присущие большинству анализируемых текстов.

Так, при характеристике социально-экономического, политического развития России и (реже) мирового сообщества безусловное лидерство в плане частотности принадлежит **ПРОСТРАНСТВЕННОЙ МЕТАФОРИЧЕСКОЙ МАКРОМОДЕЛИ** (около $\frac{2}{3}$ всех типов переносов).

В **вертикальной динамической модели развития** чем выше от поверхности находится именуемый феномен, тем больше в количественном или качественном отношении он проявляется; и напротив, его относительно низкое от поверхности положение или положение ниже поверхности характеризует деградацию, слабое проявление яв-

ления. В речи президента, акцентирующего внимание на успехах социально-экономического, политического развития РФ, преобладает «позитивная матрица» (положительные показатели поднимаются вверх, а отрицательные снижаются); в речи оппозиционеров — «негативная» (негативную матрицу все участники заочной дискуссии могут использовать при характеристике развития мирового сообщества и динамики протестного движения); ср.:

- *Реальные располагаемые денежные доходы населения в прошлом году у нас выросли на 0,8 процента, в этом году — на 4 процента; В прошлом году она (инфляция) была самой низкой за последние 20 лет; Госдолг остается на предельно низких величинах, чуть больше 10 процентов; На фоне снижения темпов экономического роста в Соединенных Штатах и даже определенной просадки в Китае в целом считаю этот результат хорошим; Например, по налоговому администрированию мы поднялись сразу на 30 ступеней, и даже по этому показателю поставлены в шкалу рейтинга выше, чем Соединенные Штаты; Посмотрите, в Европе — рецессия, у нас — подъем.* — В. В. Путин;

- *Подобно кремлевским старцам из Политбюро в конце 1970-х, Путин уверен, что цены на нефть не упадут никогда; У нее (власти) нет никакой рациональной программы „подъема страны“ [Гольц 2013]; Он (2012 год) отмечен несколькими провалами в ключевой для Путина теме подъема с колен; Для сохранения себя во власти приходится переходить к негативным механизмам. ... Плюс, понятно, растущий объем фальсификаций [Орешкин 2013]; Разные слои живут своей жизнью, причем в условиях растущего общественного раздражения; В 2012 году мы наблюдаем обвальное падение силы российской власти; Мы видим не только нарастание репрессий. ... Но ярче всего бросается в глаза другая тенденция этого года — экспоненциальный рост абсурда [Сатаров 2013]; В этой ситуации Россия действует довольно умело, полагая, что и весь остальной мир скатывается к вульгарной геополитике [Караганов 2013].*

Использование позитивной матрицы оппонентами президента при характеристике власти трактуется как проявление ее избирательности по отношению к разным слоям общества — для усиления контроля над оппозиционерами (ср.: *Недаром только что объявили о повышении зарплаты следователям СК аж на 175 процентов* [Аксенов 2013]).

Поскольку статистические показатели социально-экономического развития наглядны и убедительны, то для обоснования своей позиции В. В. Путин и авторы критических статей употребляют сходные приемы (но с «противоположными знаками»). В частности, негативная матрица в речи президента преобладает по отношению к прошлому, тогда как в речи его оппонентов — по отношению к будущему, ср.:

• *На самом деле это ведь важная вещь — борьба с кризисом. Мы стояли на грани скатывания в рецессию, причем долгосрочную; У нас уже была такая ситуация, когда где-то года два или три назад эти тарифы взлетели до небес.* — В. В. Путин;

• *<Над сырьевыми госкомпаниями> нависла угроза прогнозируемого падения цен на энергоносители; Вероятность этих потрясений в будущем серьезно выросла; Квазигосударственный долг вырастет на несколько десятков миллиардов долларов [Блант 2013]; При этом личный рейтинг Владимира Путина, как и рейтинг власти в целом, демонстрирует стабильную тенденцию к снижению [Сванидзе 2013].*

В горизонтальной динамической модели развития, используемой всеми участниками заочной дискуссии, социально-экономическая, политическая цель и усилия по ее достижению ассоциируются с поступательным прямолинейным движением к намеченной точке; соответственно успех — с достижением этой точки, со способностью выйти из замкнутого пространства на оперативный простор, преодолеть препятствия (ср.: *По некоторым позициям мы продвигаемся вперед, и достаточно эффективно; Мы все прошли через тяжелые испытания; Нам по этому пути, мне кажется, надо идти.* — В. В. Путин; *Но главным направлением ближайшей деятельности Путина будут все-таки не репрессии, а реформы; Для верной оценки итогов протестного года разумно вспомнить о требованиях, выдвинутых рассерженными горожанами в самом начале пути — в декабре 2011-го [Аксенов 2013].*

При оценке социально-экономических, политических явлений и участников политической жизни России и мирового сообщества учитываются цель движения, степень самостоятельности, скорость перемещения, относительное положение на пути следования, а также способность к управлению транспортным средством. Поскольку в трактовке социально-экономических и политических феноменов президент и авторы интернет-публикаций чаще (но не всегда) придержи-

ваются противоположных позиций, представление об одном и том же явлении приобретает разную динамическую конфигурацию; ср.:

• *Республика развивается весьма хорошими темпами, причем развивается разносторонне; Всё это вместе наряду с продвижением современных идей гуманизма, воспитания общероссийского патриотизма, ... уверен, принесет положительные результаты; В целом мы достойно прошли кризис и вышли из него раньше, чем другие; Но это может подтолкнуть развитие инфраструктуры; Надо думать не о (социальных) взрывах, а думать о здоровом, правильном регулировании этой сферы; Первые шаги в этом направлении сделаны, будем и дальше действовать в этом же направлении; Нет ничего хорошего в том, что мы разгоняем необеспеченные расходы федерального бюджета; Будет все доведено до конца и по этому делу, и по другому; Действующий Президент господин Саакашвили завел ситуацию в тупик, я, откровенно говоря, не очень понимаю, как отсюда выбираться.* — В. В. Путин;

• О политике В. В. Путина: *Плюс популярные шаги, направленные на то, чтобы потрафить широким народным массам [Аксенов 2013]; <Ситуация в России> толкает ее (власть) в направлении дальнейшей радикализации на риторическом, политическом и правоприменительном уровнях. Что, в свою очередь, по закону замкнутого круга, углубляет брожение в верхах. И чем менее адекватно поведение власти, тем сильнее будут настроения недоверия, внутреннего оппонирования и поисков выхода [Сванидзе 2013]; И по-настоящему страшно: потеря управляемости (страной со стороны власти) грозит реальной аварией [Берг 2013]; Стало быть, лидеры оппозиции тормозили протесты. ... Протестные акции ... превратились в повседневную тягомотину, в выпускание пара, в паровозный свисток [Подрабинек 2013].*

Характерной особенностью интернет-текстов является неоднозначность представления о развитии оппозиционного движения, а также принципиальное противопоставление в рамках реализации данной модели динамики разных социальных сил в России (прежде всего протестного движения и властных структур, причем в последнем случае преобладает статика, отсутствие или недоступность целевой точки), ср.: *Гражданский протест — это всегда взрыв эмоций, лавина негодования, когда общественный напор ... идет по нарастающей*

и приводит к результату. ... Стоит хотя бы остановиться на этом пути и все идет насмарку [Подрабинек]; Эта политика (власти) очевидным образом ведет в никуда [Гольц 2013]; И если даже допустить вдруг проявленную политическую волю, где найти столько людей, чтобы с ними сдвинуть эту махину (о ситуации в России)? [Берштейн 2013]; Нет также образца, которому можно следовать [Латынина 2013]; „Народный вождь“ ради неограниченной власти ведет страну в тупик... 20 миллионов уже осознали, остальные еще в пути; Путину необходимо остановить процесс. А городская Россия тихо, без битья посуды, уходит вперед своим европейским путем; Путина не то, чтобы загнали в угол. Скорее, он сам шел, шел и вот пришел. ... Угол — он и есть угол. Шаг вправо, шаг влево — стреляют. Путин в углу — это Путин в квадрате [Орешкин 2013]; Он (Путин) считает внешний мир хаотическим и пугающим своей неуправляемостью, ... а свою задачу видит в том, чтобы оградить вверенную ему страну от пагубного влияния повсеместной турбулентности, остановить мгновение [Лукьянов 2013].

Президент РФ (в рамках модели) воспринимает современную ситуацию в России и ее общество как единое целое. Он может указывать на замедление темпов, начальный этап движения и наличие больших преград впереди, но в каждом таком случае в контекст включаются показатели, подчеркивающие частный и временный характер этого, влияние внешних факторов, но ни разу не говорится об остановке, невозможности достижения поставленной цели (лишь в одном случае указывается на тупиковый путь — при реализации конкретной региональной программы), ср.: *Первые шаги в этом направлении сделаны, будем и дальше действовать в этом же направлении; Это, ... безусловно, затормозило темпы экономического роста в III и IV квартале; Да, это, конечно, цифра приблизительная... Она отражает тенденцию, движение, а она у нас явно позитивная; У Вас так вопрос прозвучал: там может быть скрытый смысл, что от меня исходят какие-то импульсы, связанные с торможением развития Сколково; Мы проводим необходимые изменения, недостаточные пока, но всё-таки движение есть, в области здравоохранения, образования и так далее; Мы ведь говорим о региональных программах только там, где ситуация не улучшается, как у Вас, а, наоборот, заходит в тупик.*

Интересна в этом отношении реплика В. В. Путина по поводу терминологической метафоры *стабильный застой*, используемой критиками режима. Президент, естественно, возражает по существу, но затрагивает и лингвистическую сторону феномена:

Сергей Брилёв, Москва, телеканал «Россия»: *...не опасаетесь ли Вы, что иной раз стабильность может переходить в застой? В. В. Путин: Стабильный застой. Вы знаете, это всегда такое сопоставление очень эффективное, но оно не имеет под собой серьезных оснований. Почему? Потому что обязательное, я хочу это подчеркнуть, я хочу, чтобы это все услышали, непереносимое условие развития — это стабильность. Ну, о каком развитии может идти речь, если всё трещит по швам в стране в политическом смысле, кто же будет вкладывать сюда деньги? ... стабильность мы должны обеспечить, как обязательное условие развития.*

С семантической точки зрения в данном случае противоречия нет, поскольку, хотя оба члена словосочетания и представляют собой пространственные метафоры, функционируют они в рамках разных концептуальных моделей. Переносное значение субстантива *застой* связано с противопоставлением движению (т. е. развитию) и статикой (т. е. отсутствием позитивных изменений). Кроме того, пространственное значение (статика) осложняется биологической моделью: ассоциация социально-экономического и политического развития с кровообращением, где нарушение кровотока влечет за собой нарушение функций всего организма. Однокоренные лексемы *стабильный* и *стабильность* как метафоры базируются на противопоставлении устойчивого положения в пространстве (т. е. отсутствия негативных тенденций в обществе) и нестабильного — колебания, шатания, падения и др. (т. е. наличия негативных тенденций).

В целом модель развития как устойчивого / неустойчивого положения в пространстве в речи В. В. Путина наиболее регулярно реализуется не только с помощью членов словообразовательного гнезда *стабильный*, но и следующих: *держат* — *поддержка*, *поддержат*, *поддерживать* (модуль сравнения — «не дать упасть»); *балансировать* (модуль сравнения — «устойчивое / неустойчивое положение») — *сбалансировать*, *разбалансировать* (ср.: *Это просто нужно совершенствовать наше законодательство, добиваться того, чтобы оно было стабильным; Я считаю, что мы обеспечили ту самую стабильность, о которой спросил Сергей Брилев; Прави-*

тельство вынуждено было некоторые расхождения ограничивать практически по всем отраслям, в том числе и в сфере **поддержки** средств массовой информации, хотя не уверен, что это уже такое **сбалансированное**, окончательное решение; Мнение их (экспертов) всегда не просто интересно, а важно знать, чтобы принять **сбалансированное** решение; Или мы хотим **разбалансировать** вообще всю систему управления в стране и породить такие конфликты?).

Аналогичное функционирование модели обнаруживается в речи интернет-оппонентов президента. Можно только отметить, что если у В. В. Путина силой, обеспечивающей устойчивость системы, является государство, власть (ср.: У нас существует целая программа **поддержки** женщин, которые приняли решение иметь второго и последующего детей; Но я хочу сказать, что мы их (наукоградцы) **поддерживали** и намерены **поддерживать** в будущем), то оппоненты эту функцию чаще передают населению или экономически и политически активному слою общества (ср.: Кто-то скажет — нелепая затея (о новых формах протестного движения). Ну, да — нелепая, пока ее не **поддержал миллион человек...** Или десять миллионов [Рыклин 2013]; Была очевидно переоценена (властью) степень **общественной и элитной поддержки** всего антизападного и антиамериканского [Сванидзе 2013]; И когда доктор Рошаль вступает в „Народный фронт“ или Чулпан Хаматова начинает вдруг, ни с того ни с сего, **поддерживать** Путина — это они не сошли с ума. Они просто прыгают в лифте, потому что иначе — не едет! [Шендерович 2013]).

Среди других (многочисленных и разнообразных) пространственных метафорических моделей достаточной регулярностью обладает еще одна: представление об **отношениях между социально-экономическими, политическими группами общества, отдельными государствами как об их пространственном расположении относительно друг друга**. В частности, нахождение в общем замкнутом пространстве, близость друг к другу и направленность друг на друга ассоциируется с социально-экономическим и политическим единством, общностью интересов, сотрудничеством, тогда как нахождение в разных типах пространства, на большом расстоянии друг от друга и движение в разных направлениях — с разобщенностью, конфликтностью.

При этом В. В. Путин, характеризуя внутреннюю и внешнюю политику государства, акцентирует внимание на единстве,

сближении, разомкнутости пространства и его увеличении, тогда как авторы интернет-публикаций — на разобщении, нахождении в разных пространствах, на замкнутости, движении в противоположных направлениях или на насильственном характере сближения/отдаления объекта; ср.:

• Я никого **не выгонял**. Министр, который **ушел** в отставку, ... после нескольких первых недель работы уже ... начал ставить вопрос, что, видимо, **не туда попал**; Среди наших зарубежных партнеров Франция **занимает особое место**. У нас очень **близкие** духовные **связи** на протяжении веков; **Надо было быть более транспарентными, более открытыми**; **Нужно расширять возможности** для наших семей **брать** наших детей в семьи; Отношения между двумя очень **близкими** народами нужно нормализовать; И очень важно — это **открытость** принимаемых решений. Это не должно быть какой-то **закрытой сферой**; Мы стали 157-й страной мира, которая **присоединилась** к этой организации (ВТО); Мы **привлекли** и частный бизнес; „Газпром“ **идет навстречу** своим украинским партнерам; Мы будем работать в **тесном контакте** со всеми нашими партнерами (о «двадцатке»); Но журналистское сообщество — это **часть нашего общества**, конечно, оно тоже **вовлечено** в жизнь общества, в коммерцию часто **вовлечено**. — В. В. Путин;

• <Цель принятия «закона Димы Яковлева»> — совершить **очередной шаг в сторону автаркии, в сторону дистанцирования от Запада** — политического, культурного, цивилизационного [Сванидзе 2013]; Украину не удалось **втиснуть в Евразийское пространство** ни тушкой, ни чучелом [Орешкин 2013]; Система **контроля власти за политическим пространством** усложнилась; Короче, реализовать, по возможности, все требования оппозиции, но при этом саму оппозицию **упрятать далеко и надолго** — вот стратегический курс Путина в наступающем 2013 году [Аксенов 2013]; В нынешней ситуации абсолютно недопустимым ... становится любое сотрудничество с властью. ... Мы **не входим** ни в какие государственные структуры!... Друзья мои, в новом году за **пределами своих границ** (а мы их будем постоянно **сужать**) **упыри** (о власти) должны постоянно **наталкиваться на стену** нашей ненависти и нашего презрения. ... Мы будем постепенно **выдавливать их из нашей жизни** [Рыклин 2013]; Если попытаться определить важнейшую тенденцию политики России на международной

арене в 2012 году, то это все большее **отчуждение от внешнего мира** и все **меньшая связь с реальностью**; Очевидно, что **максимальная изоляция страны от злокозненного внешнего окружения** и составляет существо путинской международной политики; В этом, пожалуй, главная проблема российской внешней политики — ее стратеги **живут в ином мире** [Гольц 2013]; Что сейчас серьезно волнует власть, так это **изоляция в мире**, превращение в **изгоев** [Макаркин 2013]; Государство ... **превращается в герметично замкнутую, непроницаемую систему** [Солдатов 2013]; Мы находимся в **звонкой идейной и моральной пустоте** и в **бездействи** [Караганов 2013].

Данная модель (особенно в интернет-публикациях) регулярно дополняется **пространственно-вещественной моделью**: социально-экономические, политические, межгосударственные отношения ассоциируются с целостностью или деструкцией, разрушением, с утратой значимых качественных характеристик объекта; ср.:

- Ну, о каком развитии может идти речь, если всё **трещит по швам** в стране в политическом смысле; Сейчас только говорили про то, что оппозиция не дремлет, она и это смотрит, и это смотрит, но представляете, если бы это все обернулось **крахом?**; Во-первых, господин Кудрин **никуда не исчез**, ... он здесь, у нас функционирует; Не просто „вали такой-то отсюда“, „уйди такой-то“, „давайте мы все **зачистим „до основания**, а затем мы свой, мы новый мир построим — кто был ничем, тот станет всем“. Мы это уже проходили; В рядах так называемой непримиримой оппозиции в основном люди, которые были уже во власти, ... мы знаем, как они работали в регионах Российской Федерации, известно, там **поразвалили** все. — В. В. Путин;

- Власть стремится **рассечь общество на части**, как палач, полагая такими средствами обеспечить свою безопасность; Это ослабление и **разложение власти** [Сатаров 2013]; За последний год Россия изменилась радикально. Элита **расколота**. Конечно, это важный вопрос, когда **рухнет режим**, через пять лет или через десять? [Патынина 2013]; Это в СССР было якобы **здоровое народное тело** и „горстка отщепенцев“ — и то кончилось **развалом**; Стало окончательно ясно, что государство **разваливается**. Теперь ... режим в целях самосохранения берет курс на **раскол общества** [Орешкин 2013]; Попытка выдвинуть **серьезного альтернативного канди-**

дата в Рязанской области была **быстро пресечена** [Макаркин 2013].

Особое место у авторов интернет-публикаций в рамках деструктивной модели занимает вариант глобальной катастрофы — взрыв, землетрясение, пожар, даже сакральный конец света (ср.: **Гражданский протест — это всегда взрыв эмоций, лавина негодования** [Подрабинек 2013]; **Стало быть, не исключено, что в результате грядущих катаклизмов положение России на международной арене может кардинально улучшиться** [Гольц 2013]; **Ближайший 2013 год, ... думаю, пройдет в России относительно спокойно, в позиционной борьбе и без значительных потрясений** [Берштейн 2013]; <Противостояние России и США> **привело к появлению одиозного законопроекта о запрете усыновления российских детей американцами, вызвавшего бурю протестов** [Макаркин 2013]; **Год отложенного Апокалипсиса** (2012 год) **прошел он относительно спокойно, без потрясений, однако вероятность этих потрясений в будущем серьезно выросла** [Блант 2013]; **Задача каждого ответственного человека в стране — озаботиться минимизацией негативных последствий неизбежного социотрясения** [Сатаров 2013]).

В речи В. В. Путина, напротив, акцент делается на сознательном созидании, восстановлении целостности объекта, на активном противостоянии природным катаклизмам и отказе от любых действий, которые могут привести к деструкции, разрушению объекта (ср.: **Как без уважения относиться к тем людям, которые строили нашу страну тысячу лет?**; **Здесь нельзя действовать, как слон в посудной лавке**; **Инвесторы знают, что они могут рассчитывать, что в ближайшие 5, 10, 15 лет их деньги не растворятся в результате каких-то политических потрясений**; **Решать эти вопросы ... надо крайне аккуратно**; **Надо думать не о (социальных) взрывах, а думать о здоровом, правильном регулировании этой сферы**; **Если мы с вами позволим это делать кому бы то ни было, ... мы развалим правоохранительную систему страны**).

Показательным в плане картин мира является функционирование в речи президента и авторов интернет-публикаций **артефактно-инструментальной модели развития**.

Единым в сопоставляемых блоках текстов является восприятие государства, его институтов, социальных и иных групп в качестве механизма, но если В. В. Путин акцентирует внимание на успешной работе данно-

го механизма, способности власти управлять им, то его критики — на нерабочем состоянии механизма, на неспособности субъекта им управлять или на бесполезном/вредном характере использования механизма; ср.:

• *В I квартале Правительство должно запустить уже программу поддержки семей; Вы упомянули о программе, которая работает; И в целом все <федеральное устройство> как бы функционировало и функционировало неплохо; Эта сфера деятельности регулируется законодательством штатов (в США), и нас туда просто не допускают, она нерабочая, просто нерабочая; Один из инструментов деофшоризации — это повышение защищенности собственника; Всегда стараюсь сопоставить <мнение экспертов> с нашими планами и с теми инструментами, которые мы используем для решения стоящих перед страной задач; Дмитрий Анатольевич возглавляет Правительство Российской Федерации, все рычаги принятия решений по этим вопросам находятся там.* — В. В. Путин;

• *Предреволюционная ситуация ... обостряется тогда, когда начинает работать своеобразный генератор с положительной обратной связью. Этот маховик (недовольство властями) раскручивается, пока его не разрывает к чертовой матери. Мы увидим работу этого генератора в разных сферах [Сатаров 2013]; В результате всеобщее избирательное право превращается из механизма обеспечения свобод и прав граждан в механизм извлечения ренты из работающего меньшинства [Латынина 2013]; Для сохранения себя во власти приходится переходить к негативным механизмам. Значит, придется прессовать и завинчивать гайки втрое энергичнее [Орешкин 2013]; Конкуренция на губернаторских выборах сводится на нет с помощью муниципального фильтра и неформальных сигналов Кремля [Макаркин 2013]; „Избранный“ парламент за непрерывную штамповку репрессивных законов заслужил прозвище „взбесившийся принтер“ [Аксенов 2013]; С 1 ноября ... любая информация может быть отфильтрована и любой сайт заблокирован без решения суда на основании черного списка [Солдатов 2013]; И вот уже одуревшая в своей безнаказанности Госдума штампует законы один чудовищнее другого [Гольц 2013]; Акт — это дополнительное дистанционное управление его (президента) кодлой. ... И по-настоящему страшно: потеря управляемости грозит реальной аварией [Берг 2013].*

Аналогичные особенности прослеживаются в функционировании АНТРОПОМОРФНОЙ МАКРОМОДЕЛИ.

Так, в **биомодели развития** (социум как живой организм) В. В. Путин, с одной стороны, подчеркивает в целом жизнеспособный характер социально-экономической и политической обстановки в России, частный характер «недомоганий» (негативных явлений), а с другой — активность власти в улучшении ситуации в данных сферах, вплоть до сакральной способности к «воскресению из мертвых» экономики, финансов и др. (ср.: *Мы только в этом году в 2—3 раза подняли денежные доходы военнослужащих, по сути, возрождаем Вооруженные Силы; У нас макроэкономика находится в абсолютно здоровом состоянии, таких показателей у нас тоже давно не было; Мы разгрузили предприятие, мы дали огромные кредитные и другие ресурсы для того, чтобы держать его на плаву; По сути говоря, посмотрите, все страны с развивающимися рынками так или иначе поражены этим социальным недугом (о коррумпции); Вы знаете, ведь я говорил о наблевшем, о патриотическом воспитании; Надо думать не о <социальных> взрывах, а думать о здоровом, правильном регулировании этой сферы; Будет продолжаться работа в связи с возрождением Северного морского пути по созданию пунктов обеспечения безопасности на всем его протяжении. Надеюсь, что такие точки, как Тикси, будут возрождаться. Но я уверен, что и эти решения тоже будут правлены. Во всяком случае, нужно возродить и Тикси, и другие населенные пункты подобного рода).*

Авторы интернет-публикаций, напротив, отмечают «болезненный», даже «нежизнеспособный» характер социально-экономического развития страны и ее отдельных институтов (преимущественно власти, реже оппозиции), неспособность органов управления распознать реальные «болезни» общества и справиться с ними (ср.: *Мы, несмотря на частичное экономическое и политическое возрождение, духовно все еще больная страна [Караганов 2013]; ...авторитарные режимы перестанут выживать в случае своей некомпетентности [Латынина 2013]; Протест живет только в состоянии эскалации; Стагнация протеста — это его смерть. Иногда быстрая, иногда медленная [Подрабинек 2013]; Вывод: система контроля власти за политическим пространством усложнилась — у АП будет больше геморроя, но демократической она так и не стала [Ак-*

сенов 2013]; *Как всякая запущенная болезнь, которую не лечат, она только обострилась* [Орехъ 2013]; *Это в СССР было якобы здоровое народное тело и „горстка отщепенцев“ — и то кончилось развалом; В 2012 г. В. В. Путин перестал играть в собирателя земель русских и был вынужден перейти к игре в очищение здорового народного тела от различных гнойников и чуждых наслоений; ...режим в целях самосохранения берет курс на раскол общества* [Орешкин 2013]).

Особое место в речи оппонентов президента уделяется образу психической и интеллектуальной неполноценности органов управления, их склонности к садизму, вплоть до канибализма (ср.: *„Избранный“ парламент за непрерывную штамповку репрессивных законов заслужил прозвище „взбесившийся принтер“* [Аксенов 2013]; *Мы, конечно, давно знаем про них, что они (власти) — уроды; Душегубство — их главная отличительная черта* [Рыклин 2013]; *Мало кого <о «законе Димы Яковлева»>, кроме истинных энтузиастов, прельщает репутация пожирателя детей; Прямым, непосредственным результатом административного изнасилования депутатского корпуса ... стала фрагментация элит* [Сванидзе 2013]; *Девизом <власти> ближайшего будущего будет страх, остервенение и поддельная истерика; Внутри люди чувствуют, что власть теряет адекватность* [Орешкин 2013]; *Это («закон Димы Яковлева») за пределами разумного и порядочного. Полное вырождение; Иллюзии относительно того, что власть хотя бы не дебилная и с ней все равно надо иметь дело, развеются* [Берштейн 2013]; *Соотношение социально вменяемых и невменяемых — не константа, я даже готов высказать оптимистическое соображение, что за последний год количество первых увеличилось; „Спасибо, Вова, за людоедский закон“; Власть никогда бы не перешла все человеческие границы, если бы не была уверена, что ее действия можно интерпретировать как ... постсоветский патриотизм, как имперское служение нашему людоедскому государству; Среди священников встречались разные: и те, кто выразил людоедам свою православную поддержку, и те, кто возмутился „позорной“ „дешевой пиар-акцией“* [Берг 2013]).

При указании на «врожденный садизм» правящей элиты антропоморфная биомодель может дополняться зоомоделью: органы управления ассоциируются с хищниками, которые из чувства самосохранения, на уровне инстинктов нападают на более сла-

бых и сопротивляющихся (ср.: *Она (власть) действует рефлекторно, в соответствии с древнейшей биологической программой, свойственной и рыбкам, и птичкам, и сухопутным млекопитающим, включая приматов: чувствуя угрозу, они увеличивают свой воспринимаемый извне размер, раздуваются или распушают кто что может* [Сатаров 2013]; *Это не симметричный ответ обществу. Это показ зубов* [Болтянская 2013]; *Разумеется, самый верный в этой ситуации путь — загнать крыс в норы, а норы залить цементом* [Рыклин 2013]). Интересно, что в речи В. В. Путина подобного типа метафоры единичны, используются при характеристике межгосударственных отношений, где роль хищника отводится внешним оппонентам (ср.: *Вы представляете, что если бы у нас хоть что-нибудь такое было? С потрохами бы сожрали уже давно!*).

Еще более наглядно несовместимость концептуальных представлений о взаимоотношениях государства и общества, власти и оппозиции проявляется при реализации социоморфной макромоделли, прежде всего ее иерархического варианта.

Так, в речи В. В. Путина преобладает тенденция позиционирования власти как **служителя общества** — война-защитника, слуги, простого рабочего, строителя (ср.: *Там (в правительстве), что называется, прямо „у печки“ нужно стоять или „в забое“, как горняки говорят; Что касается рабства на галерах, то, ну, смотрите, мы вчера начали работать в 10 часов утра. Закончили — ровно в 22 часа; В свое время, лет 5—6 назад, Ваш покорный слуга и предложил Дмитрию Анатольевичу возглавить проект „Сколково“; Что касается вашего покорного слуги — меня, то, рано или поздно, разумеется, я оставлю этот пост; Мы всегда защищаем свою политику, принимаемые нами решения; Это просто нужно совершенствовать наше законодательство, добиваться того, чтобы оно было стабильным, эффективным, защищало бы интересы собственника*).

В интернет-статьях органы управления если и выступают в роли обслуги, то только вышестоящих начальников, своих собственных интересов или других тоталитарных режимов (ср.: *Есть элита, которая зависима от Кремля и заинтересована в самосохранении, как бы ни развивались события* [Маркин 2013]; *При этом Россия оказывает „вполне законные“ услуги Асаду, поставляя оружие агонизирующему режиму* [Гольц 2013]; *Соответственно в сторону эдакого смешанного клерикально-советского, оп-*

рично-гэбэшного мракобесия **менялась и атмосфера в стране** [Сванидзе 2013]).

В основном же власть изображается либо в образе патриархального или деспотичного владыки прошлого (от рабовладельческого до советского), либо деклассированного элемента. Объединяет эти социальные группы существование вне правовой системы (ср.: *Из президентской кампании и „дела Pussy Riot“ Путин вышел ревнителем веры и православным генсеком с выраженной социальной опорой на патерналистские, материально и ментально зависимые слои* [Сванидзе 2013]; *И еще волнуют ее (власть) собственные подданные; Поэтому государство, с одной стороны, довольно подданными, а с другой — опасается их гнева* [Макашкин 2013]; *Власть делает все, чтобы свои нюрнбергские законы выполнять* [Болтянская 2013]; *Девизом ближайшего будущего будет страх, остервенение и поддельная истерика в фирменном стиле шпаны из подворотни* [Орешкин 2013]; *Ситуация когнитивного диссонанса, когда внешний статус ближе скорее к цивилизованному (и потому ограниченному в средствах) императору Николаю II, а инстинктивные замашки пацана из подворотни — к вдохновителю палаческих инноваций, императору варваров Иосифу I; Шобла не умеет без кидалова; Да, тяжела ты, лубянская фуражка!* [Подрабинек 2013]; *Ну, да — мелкие, корыстные, быдловатые (о власти); И еще один важный родовой признак (власти) — непреодолимая страсть к воровству, эти вечно бегающие сощуренные глазки, в которых читается лишь одно желание — быстро что-нибудь, что плохо лежит, спутиниздить и шмыгнуть с добычей в подворотню* [Рыклин 2013]; *«Власть» характеризуется уже не страстью к эстетско-тонким разводкам, а упором на немудрящее, прямое силовое давление* [Сванидзе 2013]; *Мы четко понимаем, что это сапратство ненадолго* [Болтянская 2013]; *Курс здесь формулирует один человек (Путин), хотя назвать его полновластным хозяином ситуации больше нельзя* [Лукиянов 2013]).

Наиболее развернуто данная модель (с отсылкой к прецедентным текстам, в частности, к «Мертвым душам» Н. В. Гоголя) представлена в статье А. Подрабиника «Год свистка», ср.: *Поощрение надлежит выдавать народу либо в натуральной форме (тулупчик с барского плеча, стакан водки, место в очереди на квартиру...), либо — что лучше, ибо дешевле — в форме вербального одобрения. Как с конем или коровой: — Ну-ка, родненькие, поднавались! И-раз! И-раз! И еще —*

и-раз! В раскачку его, в раскачку! Молодец, дядя Миняй, будешь ударником социалистического труда. А тебе, дядя Митяй, дадим место в детсаде для внучки... — Нет, все-таки хороший у нас барин (ну, или секретарь райкома... Или, допустим, мулла).

Тем самым органы управления оказываются противопоставленными гражданскому обществу, несовместимыми с ним. В целом, подводя итоги 2012 г. и делая прогнозы на ближайшее будущее, авторы интернет-статей представляют политическую ситуацию в России как противостояние власти и активной части социума, власти и народа. Поэтому одной из самых регулярных становится социоморфная модель межличностного, межгосударственного, военного конфликта (в более мягком варианте — спортивного состязания); ср.: *На протяжении 2012 года власть последовательно и, надо сказать, довольно успешно развивала наступление на гражданское общество. Параллельно, столь же успешно, отыгрывала очки, потерянные в сентябре-декабре года 2011-го; Все инициативы — об НКО, о митингах, о клевете и о госизмене — прошли на „ура“ и били в одну точку* [Сванидзе 2013]; *Что не означало, что власть не ранена, не испугана, не обижена. Ранена и обижена. И скоро ... забросала общество комьями мракобесных законов, неуклонно превращающих авторитарный путинский режим в подобие тоталитарного* [Берг 2013]; *Весь прошедший год — это картина постепенной сдачи протестующим обществом своих позиций и контр наступления власти; Стоит хотя бы остановиться на этом пути (протестного движения) и все идет насмарку — власть наступает, занимает отвоеванные оппозицией рубежи и торжествует победу; Отчасти потому, что власть оставалась действующим игроком на этом поле и умело оказывала влияние; «Самодостаточные граждане» не собственность какого-то там мелкоправчатого вождишки* [Подрабинек 2013]; *Ближайший 2013 год, ... думаю, пройдет в России относительно спокойно, в позиционной борьбе* [Берштейн 2013]; *Власть сделала ставку на отказ от каких-либо переговоров с реальной оппозицией и на консервативную мобилизацию* [Макашкин 2013]; *В иных обстоятельствах ... российская экономика могла бы считаться одним из главных фаворитов в мировых состязаниях за деньги инвесторов. Однако целый ряд обстоятельств сделал ее едва ли не главным аутсайдером; На этом фронте ситуация продолжает ухудшаться ... разгоревшаяся между правитель-*

ством и Администрацией президента **клавная война** ... заставляет (инвесторов) выводить деньги до прояснения ситуации [Блант 2013].

В наиболее резкой форме «спортивный» вариант модели представлен в статьях А. Гольца «Фаталисты в Кремле» и А. Подрабиника «Год свистка», где игровая метафора контаминирована с «асоциальной»: власть предстает в виде нечестного игрока, меняющего правила игры по своему усмотрению, и шулера (ср.: *При этом они образуют союзы, цель которых — ослабить других главных игроков; Он (Путин) уверен, что понимает, по каким правилам идет игра; А итоговая пресс-конференция Путина ... продемонстрировала, что национального лидера переполняет совершенно искреннее негодование в отношении США. Ведь Вашингтон почему-то играет не по правилам. По крайней мере, не по тем правилам, которые придумал сам себе Владимир Путин. Грубо говоря, с ними играют в шахматы, а они уверены, что играют в городки; При такой радикальной „пересдаче карт“ многое, наверное, можно будет начать с чистого листа, и далеко не все правила, определяющие международную иерархию сегодня, будут применимы в будущем [Гольц 2013]; Здесь (в Москве) живет сообщество самодостаточных граждан... Они не позволяют тасовать себя, вытаскивать из рукава и широким жестом шулера бросать на стол в качестве политического ресурса. Они — сами по себе и при своем интересе, а вовсе не собственность какого-то там мелкотравчатого вождишки, которую можно вдохновить, украсть или „слить“ [Подрабинек]).*

В. В. Путин сознательно позиционирует отказ от использования такого рода конфликтных моделей (ср.: *По поводу того, кто стал врагом Следственного комитета. У Следственного комитета нет врагов персональных; А что касается того грузинского политического деятеля, то он совсем не враг Российской Федерации, он человек, который пытался ... подстрекать граждан Российской Федерации к совершению противоправных действий*), иронично указывает на излишнюю агрессивность журналиста; ср.: *Еще ничего не сказал, а уже напал сразу* (сниженные, оскорбительные метафоры зафиксированы лишь в двух случаях антропоморфной биомодели: по отношению к журналисту, выступающему против «закона Димы Яковлева» (*садомахозист*), и по отношению к США, обвиняющих Россию в несоблюдении прав человека (эвфемисти-

ческая интерпретация просторечного фразеологизма *по уши в дерьме*).

При употреблении спортивной метафоры акцент делается на честном соревновательном моменте и командном характере «игры» (ср.: *Это серьезным образом повышает уровень профессиональной подготовленности, уверенности в том, что делает и ваш покорный слуга, и те люди, которые со мной работают, вся наша команда. Вопрос был такой: нет ли планов вернуть Кудрина в команду. Команда — это же такое условное название. Если я с ним советуюсь, то в этом смысле он в команде*).

Безусловно, исследованными концептуальными моделями не исчерпываются все типы переносов, зафиксированных в пресс-конференции В. В. Путина и текстах его виртуальных оппонентов, но описанные модели наиболее частотны в данных текстах. Именно это позволяет сделать несколько выводов о метафорической картине итогов 2012 г. в интерпретации президента и авторов интернет-издания «Ежедневный журнал».

Во-первых, наибольшую регулярность в речи всех участников дискуссии получают самые устойчивые языковые метафорические модели. Поэтому отсутствие или малоупотребительность некоторых из них также становится концептуально значимой (ср. отказ от конфликтных вариантов социоморфной модели, зооморфной модели в речи В. В. Путина).

Во-вторых, используя одну и ту же метафорическую модель, президент и интернет-публицисты наполняют ее разным, подчас противоположным содержанием, что приводит к формированию диаметрально противоположных представлений об итогах развития России и мирового сообщества в 2012 г.

В-третьих, комплекс моделей в речи В. В. Путина отличается ориентацией на создание позитивной, динамической и относительно бесконфликтной картины развития российского общества. Речь его оппонентов, напротив, отмечена восприятием социально-экономической, политической ситуации в России и мире как негативной, конфликтной и взрывоопасной, причем каких-либо перспектив сотрудничества не прослеживается.

Наконец, именно анализ регулярных метафорических средств в речи президента и авторов интернет-статей позволяет констатировать, что дискуссии как таковой практически не обнаруживается. Оппоненты выстраивают собственные концептуальные конструкты, фактически разные реальности, практически не совместимые друг с другом.

ЛИТЕРАТУРА

1. Базылев В. Н. Политический дискурс России // Известия Уральского государственного педагогического университета. Лингвистика. — Екатеринбург, 2005. Вып. 15.
2. Балашова Л. В. История русской метафоры: когнитивный аспект. — Saarbrücken : LAP Lambert Academic Publishing GmbH & Co. KG, 2011.
3. Балашова Л. В. Образ России в зеркале концептуальной метафоры (на материале политического телешоу «К барьеру») // Современная политическая коммуникация : материалы Междунар. науч. конф., Екатеринбург, 21—24 сент. 2009 / Урал. гос. пед. ун-т. — Екатеринбург, 2009.
4. Баранов А. Н. Введение в прикладную лингвистику. — М. : Эдиториал УРСС, 2001.
5. Баранов А. Н., Караулов Ю. Н. Словарь русских политических метафор. — М., 1994.
6. Будаев Э. В. Методология политической лингвистики // Политическая лингвистика. 2010. Вып. 1 (31).
7. Будаев Э. В. Политическая метафорология: ракурсы сопоставительного анализа // Политическая лингвистика. 2010. Вып. 1 (31).
8. Будаев Э. В., Чудинов А. П. Метафора в политическом интердискурсе. Изд. 2-е, испр. и доп. / Урал. гос. пед. ун-т. — Екатеринбург, 2006.
9. Васильев Д. А. Метафорика холодной войны в публикациях российских и американских СМИ 2012 г. // Политическая лингвистика. 2012. Вып. 3 (41).
10. Ворошилова М. Б. Креолизованная метафора: первые зарисовки // Политическая лингвистика. 2012. Вып. 3 (41).
11. Каменева В. А., Сидорова Е. А. Контексты идеологизации, или Образ России в американских онлайн-газетах (2000—2012) // Политическая лингвистика. Екатеринбург, 2012. Вып. 3 (41).
12. Кобозева И. М. Семантические проблемы анализа политической метафоры // Вестн. Москов. ун-та. Сер. 9. Филология. 2001. № 6.
13. Комарова З. И. Лингвополитология как частная парадигма современной лингвистики: методологический аспект // Политическая лингвистика. 2012. Вып. 4 (42).
14. Чудинов А. П. Дискурсивные характеристики политической коммуникации // Политическая лингвистика. Екатеринбург, 2012. Вып. 2 (40).
15. Чудинов А. П. Основные направления в политической лингвистике // Современная политическая лингвистика : материалы Междунар. науч. конф. Екатеринбург, окт. 2003 г. / Урал. гос. пед. ун-т. — Екатеринбург, 2003.
16. Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса. — М. : Гнозис, 2004.

ИСТОЧНИКИ

17. Пресс-конференция В. В. Путина 20 декабря 2012 г. Полный текст. URL: <http://www.regnum.ru/news/polit/1606928.html#ixzz2IDY9lpzQ>.
18. Аксенов С. Итоги года. Наступает год реванша Путина // Ежедневный журнал. 2013. 5 янв. URL: <http://www.ej.ru/?a=note&id=12517>.
19. Берг М. Итоги года. Скрепка, или Итоги года // Ежедневный журнал. 2013. 6 янв. URL: <http://www.ej.ru/?a=note&id=12525>.
20. Берштейн А. Итоги года. Главный дефицит — дефицит людей // Ежедневный журнал. 2013. 7 янв. URL: <http://www.ej.ru/?a=author&id=254>.
21. Блант М. Итоги года. Год отложенного Апокалипсиса // Ежедневный журнал. 2013. 4 янв. URL: <http://www.ej.ru/?a=note&id=12523>.
22. Болтынская Н. Итоги года. Как я провел прошлым годом // Ежедневный журнал. 2013. 4 янв. URL: <http://www.ej.ru/?a=note&id=12536>.
23. Гольц А. Итоги года. Фаталисты в Кремле // Ежедневный журнал. 2013. 2 янв. URL: <http://www.ej.ru/?a=note&id=12514>.
24. Караганов С. Итоги года. Кондово, но успешно // Ежедневный журнал. 2013. 1 янв. URL: <http://www.ej.ru/?a=note&id=12526>.
25. Латынина Ю. Итоги года. Новое большинство // Ежедневный журнал. 2013. 3 янв. URL: <http://www.ej.ru/?a=note&id=12540>.
26. Лукьянов Ф. Итоги года. Изменения как константа // Ежедневный журнал. 2013. 1 янв. URL: <http://www.ej.ru/?a=note&id=12533>.
27. Макаркин А. Итоги года. Многослойная Россия // Ежедневный журнал. 2013. 6 янв. URL: <http://www.ej.ru/?a=note&id=12516>.
28. Орехъ А. Итоги года. Фанаты, честные выборы и мечты Газпрома // Ежедневный журнал. 2013. 5 янв. URL: <http://www.ej.ru/?a=note&id=12537>.
29. Орешкин Д. Итоги года. Путин как периферия // Ежедневный журнал. 2013. 8 янв. URL: <http://www.ej.ru/?a=note&id=12556>.
30. Подрабинек А. Итоги года. Год Свистка // Ежедневный журнал. 2013. 10 янв. URL: <http://www.ej.ru/?a=note&id=12551>.
31. Рыклин А. Итоги года. Несмотря ни на что! // Ежедневный журнал. 2013. 1 янв. URL: <http://www.ej.ru/?a=note&id=12548>.
32. Сатаров Г. Итоги года. 2012-й предреволюционный // Ежедневный журнал. 2013. 3 янв. URL: <http://www.ej.ru/?a=note&id=12511>.
33. Сванидзе Н. Итоги года. Внутренняя угроза // Ежедневный журнал. 2013. 9 янв. URL: <http://www.ej.ru/?a=note&id=12535>.
34. Солдатов А., Бороган И. Итоги года. Спецслужбы: итоги 2012 года // Ежедневный журнал. 2013. 2 янв. URL: <http://www.ej.ru/?a=note&id=12524>.
35. Шендерович В. Итоги года. Вопросы нормы // Ежедневный журнал. 2013. 7 янв. URL: <http://www.ej.ru/?a=note&id=8966>.

Статью рекомендует к публикации канд. филол. наук, проф. Л. М. Цонева

Н. Б. Руженцева N. B. Ruzhentseva
Екатеринбург, Россия Ekaterinburg, Russia
Вань Личжи Wan Lizhi
Чанчунь, КНР Changchun, China

**КИТАЙСКАЯ МЕДИЦИНА
«В КАДРЕ» И «ЗА КАДРОМ»:
ТЕКСТОВОЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЕ
ИНТЕРНАЦИОНАЛЬНОГО КОНЦЕПТА**

Аннотация. Представлена типология концептов по национальному признаку. Интернациональный концепт «китайская медицина» исследуется на материале текстов, написанных китайским и русским авторами, с учетом его лексической, контекстуальной и образно-оценочной репрезентации. При анализе учитывается также отраженная в текстах система представлений о концепте, что в целом позволяет выявить те составляющие его структуры, которые остались за рамками справочной информации.

Ключевые слова: межнациональный дискурс; типология концептов; китайская медицина; интернациональный концепт; концептуальные представления; концептуальная структура; словарные дефиниции; текстовые репрезентации.

Сведения об авторе: Руженцева Наталья Борисовна, доктор филологических наук, профессор кафедры риторики и межкультурной коммуникации.

Место работы: Уральский государственный педагогический университет (Екатеринбург).

Контактная информация: 620017, г. Екатеринбург, пр-т Космонавтов, 26, к. 285.
e-mail: verbalis@mail.ru.

Сведения об авторе: Вань Личжи, начальник отдела по связям с Россией.

Место работы: Цзилинский институт иностранных языков «Хуацяо», г. Чанчунь, КНР.

Контактная информация: 130117, КНР, провинция Цзилинь, город Чаньчунь, ул. Цзинюе, 3658.
3658 Jingyue Street, Changchun, Jilin, China 130117.

e-mail: hqjilin@yahoo.com.cn.

**CHINESE MEDICINE
“IN-FOCUS” AND “OFF-FOCUS”:
TEXT REPRESENTATION
OF THE INTERNATIONAL CONCEPT**

Abstract. The typology of concepts based on the national feature is presented. International concept “Chinese medicine” is studied on the basis of the texts written by Chinese and Russian authors with regard to its lexical, contextual and figurative-axiological representation. The analysis takes into account the system of ideas about the concept reflected in the text, which allows to reveal the components of its structure that are not included in the supplemental information.

Key words: intercultural discourse; typology of concepts; Chinese medicine; international concept; conceptual representations; concept structure; notions; text representations.

About the author: Ruzhentseva Natalia Borisovna, Doctor of Philology, Professor of the Chair of Rhetoric and Intercultural Communication.

Place of employment: Ural State Pedagogical University, Ekaterinburg.

About the author: Wan Lizhi, Head of the Department for Relations with Russia.

Place of employment: Tsilin Institute of the Foreign Language (China, Changchun).

В современной лингвистике существует целый ряд направлений изучения концептов (логико-философское, психологическое, этическое, культурологическое и др.). Думается, не вызывает возражения мысль о том, что для описания концепта в рамках межнационального взаимодействия наиболее релевантным является последнее направление — культурологическое. Поэтому в данной статье мы будем отталкиваться от определения концепта, данного В. И. Карасиком на лингвокультурологической основе. Концептами, с точки зрения В. И. Карасика, являются «первичные культурные образования, являющиеся выражением объективного содержания слов, имеющие смысл и поэтому

транспируемые в различные сферы бытия человека, в частности в сферы понятийного, образного и деятельностного освоения мира» [Карасик 2001: 102].

Существуют разные подходы (например, линейный/нелинейный) к описанию концептуальной структуры. Так, М. В. Пименова считает, что «концептуальная структура формируется шестью классами признаков» (мотивирующим, образным, понятийным, ценностным, функциональным и символическим) [Пименова 2010: 64—65]. С точки зрения Л. Г. Бабенко, «совокупность когнитивных признаков, составляющих концепт ... представляет собой не простую сумму этих признаков, которые даются методом пере-

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

© Руженцева Н. Б., Вань Личжи, 2013

числения, а структуру, сформированную из когнитивных признаков разного ранга, определенным образом организованную по принципу поля, в котором есть ядро, приядерная зона, ближайшая и дальняя периферия» [Концептосфера русского языка: ключевые концепты и их репрезентации 2010: 11].

В настоящее время одним из приоритетных направлений изучения концепта являются исследования сопоставительного плана. На первом месте среди таких исследований находятся работы, в которых сопоставительное изучение концепта ведется с использованием психолингвистического метода ассоциативного эксперимента. Так, результаты ассоциативного восприятия китайизмов (в том числе концептов) носителями русского и китайского языков представлены в статьях Е. А. Глотовой и К. Е. Клапотовской [Глотова, Клапотовская 2009], Ю. Ю. Литвиненко [Литвиненко 2009], С. Е. Мыльниковой [Мыльникова 2009], Л. Б. Никитиной [Никитина 2009] и др. В этих публикациях отражен межнациональный подход к изучению концептов, который может быть не только двухсторонним, но и трехсторонним, как, например, в статье Е. Е. Стефанского «Русский концепт *гнев* на фоне польской и чешской лингвокультур» [Стефанский 2010]. Однако возможен и внутринациональный, дифференцированный подход, демонстрируемый статьей А. Р. Жикеевой, в которой политические концепты исследуются в рамках языкового сознания казахов с родным (доминирующим) казахским языком и языкового сознания русскоязычных казахов [Жикеева 2010: 103].

Не имея возможности дать детальный обзор научного материала, посвященного описанию концептов, считаем необходимым отметить следующее: несмотря на постоянно увеличивающееся число публикаций в данной области, проблема описания концептосферы находится еще в стадии разработки. К нерешенным вопросам относится, на наш взгляд, описание специфических национальных концептов, вошедших тем не менее в народный опыт иных национальностей и ставших интернациональными. Существуют различные типологии концептов, есть и разные точки зрения на принадлежность концепта к той или иной концептосфере (собственно национальной или интернациональной). Мы считаем, что среди концептов, входящих в общемировое концептуальное пространство, можно дифференцировать локальные, универсальные, интернациональные и глобальные, цивилизационные.

ЛОКАЛЬНЫЕ КОНЦЕПТЫ соотносимы преимущественно с одной национальной

культурой, но с разными историческими эпохами (*сарафан, валенки, олады, квас* и ряд других). За пределами России лексические репрезентации таких концептов чаще всего воспринимаются как экзотизмы.

УНИВЕРСАЛЬНЫЕ КОНЦЕПТЫ — ключевые для подавляющего большинства языков и культур (*добро, зло, горе, счастье, земля, небо* и т. д.). Такие концепты часто описываются в сопоставительном лингвокультурологическом плане, как, например, концепт «счастье». Об этом, в частности, свидетельствуют названия двух публикаций: «Этимология и диахрония при изучении концептов (на примере концепта „счастье“ в русском и польском языках)» [Шушарина 2010] и «О некоторых национально-культурных особенностях концепта *счастье* (на примере русского и китайского языков)» [Глотова, Клапотовская 2009].

ЛОКАЛЬНЫЕ КОНЦЕПТЫ, ПЕРЕШЕДШИЕ В ИНТЕРНАЦИОНАЛЬНЫЕ, как, например, концепт *йога*, первоначально репрезентировавший важнейшую для Индии совокупность духовно-философских практик, а затем вошедший в интернациональную концептосферу. Из русской же концептосферы в интернациональную перешли, к примеру, концепты *водка* и *самовар*. В связи с этим показательно мнение Е. А. Проценко: «Однако не только названия блюд русской кухни получили широкое распространение по всему миру. И другие слова, обозначающие исконно русские реалии, перестают быть жестко детерминированы страной своего происхождения и начинают использоваться более широко, в отвлечении от русской культуры и русского уклада жизни. Так, традиционный русский самовар можно встретить не только в России и Польше, но и в Касабланке ... или Тегеране, в ресторанах Нью-Йорка ... или Лос-Анджелеса, и даже в Викторианском отеле в Вест-Энде» [Проценко 2012: 66].

ГЛОБАЛЬНЫЕ КОНЦЕПТЫ, которые с известной долей условности можно назвать цивилизационными. К ним можно отнести концептуализированные имена культовых фигур (Сталина, Черчилля, Мао Цзэдуна и др.).

Локальные концепты, перешедшие в интернациональные, а также концепты глобальные часто остаются вне поля зрения исследователей. Происходит это не в последнюю очередь из-за того, что описание лексических, фразеологических и паремиологических репрезентаций данных концептов представляется достаточно затруднительным ввиду минимального объема справочной информации (в справочных изданиях даются, как правило, краткие сведения,

не охватывающие всего спектра представлений о концепте). Так, культовая не только для Кубы, но и для всего мира фигура Че Гевары (команданте Че) представлена в «Советском энциклопедическом словаре» такой сухой дефиницией: *Гевара (Гевара де ла Серна) (Guevara de la Serna) Эрнесто (Че) (1928—67) лат.-амер. революционер, сопровождаемой небольшой биографической справкой. Имея в распоряжении лишь подобные дефиниции, структуру концепта охарактеризовать попросту невозможно. Между тем имя собственное в данном случае стало прецедентным онимом, который трансформировался в национальный концепт, очень быстро превратившийся в интернациональный, а затем — в глобальный; в настоящее же время имя Че Гевары стало «раскрученным брендом». Аналогичное представление в справочных материалах имеют леди Диана, Билл Гейтс и другие давно уже концептуализированные культовые фигуры XX — начала XXI столетия. Такие цивилизационные концепты отражают глобальную концептуализацию современного мира, однако их описание, как и описание интернациональных концептов, еще очень далеко от завершения.*

Вслед за Л. Б. Никитиной мы считаем, что минимум информации в словарных и справочных дефинициях «не может охватить всего семантического спектра данного слова, всех смыслов, из которых складывается данный языковой образ; тем более эта информация не обладает культурологической полнотой. Между тем именно то, что остается „за кадром“ словарного толкования, определяет специфику национального миропонимания и влияет на межкультурное взаимодействие» [Никитина 2009: 266—267]. В статье «Что русскому душа, то китайцу тело? (Человек глазами представителей разных лингвокультур)» Л. Б. Никитина сделала удачную, на наш взгляд, попытку выявить то, что осталось «за кадром» словарных дефиниций, посредством обобщения данных ассоциативного эксперимента. Однако продуктивным способом выявления как национальной, так и интернациональной природы концепта является, как мы считаем, его исследование в рамках текстового представления.

Вышесказанное проиллюстрируем анализом концепта «китайская медицина». При концептуализации национального мира концепт «медицина» может входить в сферу физиологического состояния человека, включающую как минимум такие концепты, как «здоровье», «болезнь» и «медицина». Однако концепт «медицина» неоднороден, поскольку имеет две концептуальные разно-

видности. Это а) медицина доказательная, научная и б) медицина традиционная, эмпирическая. В русской концептуализации мира есть концепт «народная медицина», охватывающий отнюдь не всю российскую медицину, включающую как научно обоснованные способы лечения, так и народный опыт, передаваемый из поколения в поколение.

В связи с выбором концепта «китайская медицина» хотелось бы отметить следующее. Концептом может быть не только отдельное слово, но и словосочетание, например фразеологизм, ср.: «...своими концептами обладают не только отдельные слова, но и целые фразеологизмы, например „валамова ослица“, „тьма египетская“, „демянова уха“, „преданья старины глубокой“, „дистанция огромного размера“ и т. д. Надо сказать, что в этих последних примерах концепт фразеологизмов как бы вытесняет даже значение фразеологизмов, занимает в языке даже большее место, чем значение» [Лихачев 1997: 283]. В свою очередь, словосочетание «китайская медицина» представляет собой устойчивое неделимое выражение, являющееся репрезентантом большого пласта не только китайской, но и всей мировой медицинской практики. О правомерности выделения концепта «китайская медицина» свидетельствует наличие аналогичных выражений, соотносимых с иными культурами и иными референтами: «восточная медицина», «тибетская медицина», «арабская медицина», «тайская медицина» и др. Сказанное позволяет нам считать «китайскую медицину» именно локальным концептом, а распространенность китайской медицины во всем мире позволяет говорить о том, что локальный национальный концепт трансформировался в концепт интернациональный.

Заметим также, что концепт «китайская медицина» репрезентирован в ряде текстов, соотносимых с разновидностями межнационального дискурса (китайско-российского, российско-китайского и др.). Это обиходно-деловой и обиходно-бытовой дискурсы, туристический дискурс, собственно медицинский дискурс и другие дискурсивные разновидности, участниками которых являются люди разных национальностей.

Предложенный нами способ выявления концептуальной структуры этого и иных интернациональных концептов с опорой на связные тексты предполагает:

1. Характеристику того, что «в кадре», т. е. анализ справочных дефиниций по ключевым словам.

2. Характеристику того, что не только «в кадре», но и «за кадром» (т. е. репрезентировано в текстах, созданных как носите-

лями, так и носителями той или иной культуры). К последнему относим:

- лексемное наполнение концепта (ключевые слова);
- контекстуальное окружение концепта;
- образно-оценочные репрезентации концепта;
- представления, связанные с концептом.

Попытаемся охарактеризовать структуру концепта «китайская медицина» по этой схеме.

Наиболее полное определение китайской медицины, или традиционной китайской медицины, дано в электронной энциклопедии «Википедия».

«Традиционная китайская медицина (ТКМ) (англ. *Traditional Chinese Medicine, TCM*) — система современных учений и практик, зародившаяся в Древнем Китае и возникшая из внимательного наблюдения за функционированием человеческого организма и последующей систематизации этих наблюдений с использованием характерной для данного региона парадигмы, которую можно охарактеризовать как учение о символах и числах» [Википедия].

Ключевые понятия определения — **учения и практики (современные, психофизиологические), Древний Китай, функционирование человеческого организма, система/систематизация, символы и числа**.

Дальнейший анализ мы будем вести на материале двух текстов, один из которых написан китайским автором, а другой — российским (оба текста выполнены в рамках учебно-научного дискурса).

ТЕКСТ КИТАЙСКОГО АВТОРА

Текст принадлежит перу профессора Сунь Ваньфана (учебное пособие «Страноведение Китая», написанное на русском и китайском языках и предназначенное для русских студентов, которые еще не в полной мере овладели китайским языком). Текст приведен без изменений.

ТРАДИЦИОННАЯ КИТАЙСКАЯ МЕДИЦИНА И ФАРМАКОЛОГИЯ

Китайская медицина и фармакология являются важнейшей составной частью блестящей культуры китайской нации. За несколько тысяч лет они внесли выдающийся вклад в процветание и могущество Китая. Китайская традиционная медицина, отличающаяся заметным лечебным эффектом, национальной самобытностью, своеобразными методами диагностики и лечения, систематическими теоретическими положениями и богатейшей исторической документацией, имеет свое особое

место в медицине мира и стала общим богатством сокровищницы мировой медицинской науки.

Китайская медицина имеет многовековую историю, она проявляет свою огромную жизнеспособность и в наши дни. Она и современная медицина взаимно дополняют друг друга, что является спецификой и преимуществом традиционной медицины Китая.

Основные теоретические взгляды китайской медицины состоят в оригинальном познании плотных и полых висцеральных органов, меридианов и коллатералей, „Ци“ и крови, жидкости тела, причины болезни и патогенеза. Методы лечения китайской медицины — „четыре метода осмотра пациента“ и изучение заболевания: визуальный (изучение цвета лица), слуховой (прослушивание голоса больного), устный (выяснение путем опроса состояния больного) и щупальный (ощупывание его пульса). Помимо основного метода лечения, опирающегося на применение лекарств, китайская медицина использует также иглоукалывание, массаж, дыхательную гимнастику „цигун“ и некоторые другие самобытные приемы лечения.

При династии Мин Ли Шичжэнь составил фармакопею „Бэньцао ганму“ („Компедиум лекарственных веществ“), в которой описал 1892 вида лекарственных трав и другого целебного сырья и привел более 10 тыс. рецептов на их основе.

После образования КНР правительство придает большое значение китайской медицине и поддерживает ее развитие. В 1986 г. было учреждено Государственное управление по делам традиционной китайской медицины. Спустя 2 года на его основе создано Государственное управление по делам традиционной китайской медицины и фармакологии.

В Китае врачи традиционной медицины и западной медицины учатся друг у друга, пытаются найти путь сочетания методов китайской и западной медицины, что стало новшеством для Китая. Китай находится в первых рядах в мире по 5 направлениям медицины, включая реплантацию отрезанных конечностей, лечение ожогов, лечение переломов, лечение острого заболевания брюшной полости и акупунктурную анестезию. Успехи в последних 3 направлениях достигнуты путем сочетания методов традиционной и западной медицины.

В последние годы отрядные успехи получены при лечении сердечно-сосудистых и цереброваскулярных заболеваний, иммунологической болезни, онкоза и переломов

с применением методов китайской медицины. Вскрытие и систематизирование рецептов народной традиционной терапии, обработка и приготовление лекарственных препаратов и изменение форм готовых лекарств получили новое развитие, что повысило способности предупреждения и лечения заболеваний методами китайской медицины и расширило сферу ее обслуживания. Традиционные средства китайской медицины — иглоукалывание, акупунктурная анестезия и утолнение боли иглоукалыванием ныне распространены в 120 странах и районах мира.

Лексемное наполнение концепта: **болезнь, причина, органы, мередианы, коллатерали, «Ци», кровь, жидкость, лечение, лекарства, травы, рецепт, иглоукалывание (акупунктура), массаж, цигун, анестезия** и др.

Контекстуальное окружение концепта: **методы китайской медицины; четыре метода осмотра пациента: визуальный, слуховой, устный, щупальный; сочетание китайской (традиционной) и западной медицины; китайские лекарственные препараты; целебное сырье** и др.

Образно-оценочные репрезентации концепта: **составная часть блестящей культуры китайской нации; общее богатство сокровищницы мировой медицинской науки.**

Представления, связанные с концептом: **особое место в медицине мира, национальная самобытность, самобытные приемы лечения, своеобразные методы диагностики и лечения, оригинальное познание, богатейшая историческая документация, многовековая история, Ли Шичжень, фармакопея «Бэньцао ганму», развитие китайской медицины, поддерживаемое правительством КНР.**

Таким образом, структура концепта «китайская медицина», выявленная с опорой на связный текст, написанный китайским автором, включает информацию о строении человеческого тела, болезнях, их причинах, методах и средствах лечения. Помимо этого, структура концепта включает позитивную оценку, исторические представления, а также представления о национальной самобытности и месте китайской медицины в мировой медицинской практике.

ТЕКСТ РОССИЙСКОГО АВТОРА

Был проанализирован текст из книги Д. Д. Благого «Новый русско-китайский разговорник для туристов и деловых людей» [Благой 2008]. По объему текст сопоставим с предыдущим, название текста — «Традици-

онная китайская медицина». К сожалению, ограниченный объем статьи не позволяет привести материал полностью. Текст написан русским автором, хорошо знающим китайский язык и китайскую культуру, с опорой на китайские источники, о чем свидетельствуют отдельные иероглифические написания, которые мы опускаем, оставив лишь русские транслитерации.

Лексемное наполнение концепта: **болезнь, причина, организм, органы, сердце, легкие, печень, почки, селезенка, кровь, жидкость, диагностика, лечение, акупунктура, лекарства, травы, плоды, корни, минералы, настои, микстура, пилюли, пластырь, ингаляции, прижигание, массаж** и др.

Контекстуальное окружение концепта: **учение об Инь и Ян, два первоначала, Инь — женское начало, Ян — мужское начало, теория пяти стихий-первозлементов — дерева (му), огня (хо), земли (тху), металла (дзинь), воды (шуй); нарушение равновесия между силами Инь и Ян и пять стихиями; четыре основные субстанции организма человека — жизненное семя (дзин), мировой эфир, или прана (ци), кровь (сюэ) и остальные жидкости организма (дзинь-е); неправильная циркуляция четырех субстанций; энергетические каналы; засорение энергетических каналов; биологически активные точки; внешние причины болезни; травмы; эпидемии; «шесть вредных климатических воздействий» — ветер (фэн), холод (хань), жара (шу), сырость (ши), сухость (дзао), огонь (хо), внутренние причины болезни; «семь эмоций» — гнев (ну), печаль (еу), непомерная радость (си), тяжелые мысли (сы), горе (бэй), страх (кхун), внезапный резкий испуг (дзин); четыре понятия метода диагностики — осмотр при помощи слуха и обоняния, расспрос больного, щупание пульса, пальпация органов; три основных способа лечения болезней; серебряные иглы; европейская и традиционная медицина** и др.

Образно-оценочные репрезентации концепта в тексте отсутствуют, доминирует фактуальная информация.

Представления, связанные с концептом: **несколько тысячелетий; основателями считаются мифические древнекитайские государи Волшебный Земледелец и Желтый Император; «Трактат о травах и корнях», «Трактат о внутреннем», Ли Ши-чжэнь; подъем традиционной китайской медицины и фармакологии.**

Таким образом, структура концепта «китайская медицина» в тексте, написанном

русским автором, предполагает, с одной стороны, отсутствие образно-оценочной информации, а с другой — гораздо более широкое привлечение фактуальной информации о человеческом организме, соотносимой с китайской натурфилософией. Это информация о причинах болезней, методах диагностики и лечения, в том числе лекарствах, а также исторические представления и сопоставления с европейской медициной.

Что же в текстовых представлениях концепта соотносимо с «находящимся в кадре» (словарной дефиницией)?

В обоих текстах с большей или меньшей полнотой раскрыты все ключевые понятия, представленные в определении китайской медицины, однако самые яркие признаки концепта, объединившие справочную дефиницию и текстовые реализации, — это отсылки к историческим представлениям и подача информации в количественных координатах и в символах.

В определении есть ключевое выражение «Древний Китай», в текстах — отсылки к древним основателям китайской медицины и их трудам. В определении речь идет о классической для китайской медицины парадигме «символов и чисел» — именно через парадигму символов и чисел китайская медицина представлена и в текстах. Сказанное особенно характерно для второго текста, написанного русским автором, ср.: **два первоначала, пять стихий-первозлементов, пять главных органов человека, четыре основные субстанции, шесть вредных климатических воздействий, семь эмоций, четыре понятия диагностики, три основных способа лечения болезней; Инь — холодное, темное, пассивное женское начало, Ян — теплое, светлое, активное мужское начало; огонь — сердце, вода — почки, земля — селезенка.**

Думается, что повторяемость, инвариантность этих двух признаков (историчности и символично-числового способа представления) позволяет считать их МЕНТАЛЬНОЙ СУЩНОСТЬЮ КОНЦЕПТА. В скобках заметим, что достаточно большой массив текстов о китайской медицине репрезентирует эти признаки в качестве обязательных, независимо от того, кем написаны тексты — авторами, являющимися носителями китайской культуры, или не являющимися. Ментальную сущность концепта отражают также образно-оценочные репрезентации носителя китайской культуры (взгляд «изнутри»), отсутствующие в тексте русского автора (взгляд «извне»): **китайская медицина — важная составная часть блестящей культуры китайской нации; общее богатство со-**

кровищницы мировой медицинской науки и т. д.

Какие же признаки концепта «китайская медицина» проявились «за кадром», а именно — в текстах? «За кадром» оказались признаки, связанные с системой представлений о концепте.

Прежде всего это представления о существовании оппозиции «китайская медицина — европейская медицина». И важно не столько то, в каком ключе эта оппозиция интерпретируется (как сближение или как противопоставление), сколько то, что эта оппозиция в принципе существует (в иных текстах на эту тему оппозиция двух видов медицины выражена гораздо ярче и полемичнее).

Кроме вышесказанного, «за кадром» оказались и концептуальные для китайской медицины представления:

- о причинах болезней (нарушение равновесия между силами Инь и Ян, т. е. разбалансирование систем организма);
- о методах диагностики (осуществляются человеком, а не механизмом, машиной);
- о методах лечения (главные — иглоукалывание и массаж);
- о лекарственных препаратах (натурального, а не искусственного происхождения) и т. д.

И наконец, текстовый материал способствует актуализации представлений о популярности и распространенности китайской медицины во всем мире.

В целом мы считаем, что, несмотря на определенные информационные различия, сопоставление репрезентаций концепта «китайская медицина» в текстах, написанных китайским и русским авторами, позволяет говорить о принципиальном сходстве структуры концепта и, как следствие, о его интернациональном характере.

Каждой эпохе соответствует своя концептосфера. В настоящее время в концептосфере мирового сообщества интернациональные и глобальные, цивилизационные концепты занимают все большее место. Универсальные значения таких концептов, одинаково (или сходно) интерпретируемых представителями разных национальностей, создают в конечном счете почву для эффективного межнационального общения в эпоху развития интеграционных процессов.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Благой Д. Д.* Новый русско-китайский разговорник для туристов и деловых людей. — М. : Цитадель-трейд, 2008.
2. *Википедия* : свободная энцикл. URL: <http://ru.wikipedia.org/>.
3. *Глотова Е. А., Клапотовская К. Е.* О некоторых национально-культурных особенностях кон-

цепта *счастье* (на примере русского и китайского языков) // Русско-китайские языковые связи и проблемы межкультурной коммуникации в современном мире : материалы Междунар. науч.-практ. конф. — Омск : ОмГПУ, 2009. С. 236—239.

4. *Жикеева А. Р.* Концепты национального языкового сознания // Концептуальные исследования в современной лингвистике. — СПб-Горловка : Изд-во ГППИИЯ, 2010. С. 100—106.

5. *Карасик В. И.* О категориях лингвокультурологии // Языковая личность: проблемы коммуникативной деятельности. — Воронеж : ВГУ, 2001. С. 102—108.

6. *Концептосфера русского языка*: ключевые концепты и их репрезентации (на материале лексики, фразеологии и паремиологии) : проспект словаря / под общ. ред. проф. Л. Г. Бабенко. — Екатеринбург : УрГУ, 2010.

7. *Литвиненко Ю. Ю.* Контрастивное изучение лексики (на материале лексико-семантического поля «Возраст») // Русско-китайские языковые связи и проблемы межкультурной коммуникации в современном мире : материалы Междунар. науч.-практ. конф. — Омск : ОмГПУ, 2009. С. 210—215.

8. *Лихачев Д. С.* Концептосфера русского языка // Русская словесность. От теории словесности к структуре текста : антология. — М. : Academia, 1997. С. 280—287.

9. *Мыльникова С. Е.* Ассоциативное восприятие китаизмов носителями русского и китайского язы-

ков // Русско-китайские языковые связи и проблемы межкультурной коммуникации в современном мире : материалы Междунар. науч.-практ. конф. — Омск : ОмГПУ, 2009. С. 259—265.

10. *Никитина Л. Б.* Что русскому душа, то китайцу тело? (Человек глазами представителей разных лингвокультур) // Русско-китайские языковые связи и проблемы межкультурной коммуникации в современном мире : материалы Междунар. науч.-практ. конф. — Омск : ОмГПУ, 2009. С. 265—270.

11. *Пименова М. Вл.* К вопросу о методике концептуальных исследований (на примере концепта *судьба*) // Концептуальные исследования в современной лингвистике. — СПб. ; Горловка : Изд-во ГППИИЯ, 2010. С. 64—78.

12. *Проценко Е. А.* Русский язык в англоязычном медиапространстве (по материалам современной британской прессы) // Вестн. ВГУ. Сер. Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2012. № 1. — Воронеж : ВГУ, 2012. С. 64—68.

13. *Стефанский Е. Е.* Русский концепт *гнев* на фоне польской и чешской лингвокультур // Концептуальные исследования в современной лингвистике. — СПб. ; Горловка : Изд-во ГППИИЯ, 2010. С. 411—418.

14. *Шушарина И. А.* Этимология и диахрония при изучении концептов (на примере концепта «счастье» в русском и польском языках) // Концептуальные исследования в современной лингвистике. — СПб. ; Горловка : Изд-во ГППИИЯ, 2010. С. 421—430.

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

А. П. Седых, Л. Р. Ермакова
Белгород, Россия

A. P. Sedykh, L. R. Ermakova
Belgorod, Russia

**АРХЕТИПЫ «НАЦИИ»,
«ВОЖДИ НАРОДОВ»
И «КУЛЬТУРА ПИТАНИЯ»:
РОССИЙСКИЙ И БРИТАНСКИЙ СОЦИУМ**

**ARCHETYPES OF NATION,
NATIONAL LEADERS
AND NUTRITIONAL PREFERENCES:
RUSSIAN AND BRITISH SOCIETIES**

Аннотация. Изучаются корреляции между национальными архетипами, лидерами нации и предпочтениями в области питания на примере российской и британской культур. Глуттонический дискурс исследуется на основе интерпретационного анализа прагматонимов. Языковые данные манифестируют семиотическую связь между культурой питания и властью.

Abstract. The paper deals with correlation between national archetypes, national leaders and Russian and British nutritional preferences. Gluttonic discourse is studied through interpretive analysis of pragmatonyms. Linguistic informations verbalize semiotic relationship between culture and power.

Ключевые слова: глуттонический дискурс; коммуникативное поведение; национально-культурные архетипы; мифологема.

Key words: gluttonic discourse; communicative behavior; national and cultural archetypes; mythology.

Сведения об авторе: Седых Аркадий Петрович, доктор филологических наук, профессор кафедры французского языка, профессор, факультет романо-германской филологии.

About the author: Sedykh Arkadiy Petrovich, Doctor of Philology, Professor of the Chair of the French Language, Professor, Faculty of Romance and Germanic Philology.

Место работы: Белгородский государственный национальный исследовательский университет.

Place of employment: Belgorod State National Research University.

Контактная информация: 308015, г.Белгород, ул. Победы, 85, к. 5-13.
e-mail: sedykh@bsu.edu.ru.

Сведения об авторе: Ермакова Лариса Робертовна, кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков №2, факультет РГФ.

About the author: Ermakova Larisa Robertovna, Candidate of Philology, Associate Professor of the Chair of Foreign Languages № 2.

Место работы: Белгородский государственный университет.

Place of employment: Belgorod State University.

Контактная информация: 308015, г.Белгород, ул. Победы, 85, корп. 2, к. 9-12.
e-mail: ermakovalarisa68@mail.ru.

Поколения сменяют друг друга, а культурные ценности, модифицируясь в частностях, остаются неизменными с точки зрения интегративных признаков нации. Это касается и культуры питания (глуттонии) как неотъемлемой части национальной культуры, как обыденной, так и политической.

тельная парадигма, продуцирующая систему представлений индивида о культуре питания.

Глуттоническая деятельность в ее речевой ипостаси строится главным образом на использовании готовых коммуникативных единиц — схем, шаблонов, клише, — связанных с особенностями языкового мышления в области пищевых предпочтений. Языковое мышление проецируется в глуттоническую активность, которая связана через конвенциональность семантики с мифологическими установками каждого национально-культурного сообщества. Мифологизация является универсальным способом постижения, организации и категоризации действительности. Она охватывает все уровни социальной и индивидуальной практик. При этом гастрономический миф есть особое состояние сознания, специфическая мысли-

Культурные архетипы подразделяются на универсальные и этнические и рассматриваются нами как базисные элементы культуры, представленные в сознании в виде архетипических образов, черты которых определяются культурной средой и способом метафорической репрезентации. Культурные архетипы являются результатом обработки и способом хранения и репрезентации коллективного культурного опыта [Седых 2004].

Из фундаментальных архетипических представлений человека формируются культурные коды, которые универсальны по своей сущности. Вместе с тем следует отметить, что в них запечатлен национальный способ видения мира, который определяет и формирует национальный характер.

Пища сама по себе является древнейшим архетипом, корнями уходящим в принципы безопасности человеческого существования. Культурные коды потребления пищи формируют правила культуры питания.

Термин «культурный код» в общих чертах совпадает с содержанием термина Р. Барта «акциональный код», который означает пучок ассоциаций, принадлежащих культуре и конституирующих всякое письмо. Письмо (*l'écriture*), по мнению Р. Барта, обозначает некую идеологическую сетку, находящуюся между индивидом и действительностью и заставляющую его принимать те или иные ценностные ориентации в зависимости от «установок» письма [Барт 1994]. В этом смысле можно говорить о гастрономическом коде нации, конституирующем глуттоническое письмо.

Национальная культура питания ориентирована на определенные формы осуществления. В своих сущностных характеристиках динамика глуттонии определяется и выражается господствующими в обществе архетипами. Архетип для К. Г. Юнга — это структурный элемент психики, который возник в примитивном мире первобытного человека и изначально нашел свое выражение в его мифологии. Юнг был убежден, что такого рода архетипы живут в каждом из нас до сих пор, «являются неоспоримым общим наследием всего человечества», что основу человеческой психики составляют некоторые древние образы, с которыми мы знакомы по мифологемам и отчасти по сновидениям [Юнг 1991: 35].

Имена мифических, сказочных, литературных персонажей, сказочная и мифологическая фразеология знакомы человеку с детства и манифестируют ключевые архетипы нации: русские *Василиса Прекрасная; водяной; леший; старичок-боровичок; Весна Красна; волк и семеро козлят; дед Маза и зайцы; мать сыра земля; скатерть-самобранка; молочные реки и кисельные берега; по усам текло, в рот не попало; Илья Муромец; Алеша Попович; Каменный гость; Медный всадник; Соловей-разбойник; Гамаюн — птица вещая; Кощей Бессмертный; посадить дерево, построить дом, вырастить сына*; английские *король Артур; рыцари Круглого стола; чаша Грааля; Тристан и Изольда; Камелот; Дикая охота; Беовульф (Beowulf — букв. 'пчелиный волк');* *Ланцелот; Дева Озера; Мерлин; фея Мограна; Стоунхендж; гоблины; драконы; русалки; великаны; ведьмы (goblins, dragons, mermaids, giants, witches); Робин-Бобин-Барабек (архетип обжоры); Робин Гуд*. Как видим, некоторые из архетипов связаны с пищевыми образами.

Теперь перейдем к архетипам, непосредственно связанным с продуктами питания. Предположим, что для русской культуры важнейшим из таких архетипов выступает мифологема «хлеб». Действительно,

символическую значимость данного продукта для русской нации трудно переоценить. Для русского человека процесс употребления хлеба начинается с визуального восприятия: зажаренная корочка, ее цвет вызывают особые ощущения, которые провоцируют выделение слюны. Следующий этап — тактильное восприятие: определение теплоты, мягкости, хруст пропеченной корочки. При этом такой хруст невозможно сравнить с другим звуком, он не похож ни на один другой и связан с воспоминаниями детства.

В представлениях русского человека отсутствие хлеба в доме соответствует содержанию высказывания «в доме нечего есть». Даже наличие любых других продуктов в холодильнике или на столе не является индикатором возможности насыщения и утоления голода, если отсутствует хлеб. Хлеб подчеркивает ценность употребляемых блюд, является показателем чистых помыслов, уважения к окружающим. В данном случае первостепенную роль играет метафора «хлебосольные хозяева».

Для русского хлеб должен всегда быть свежим. Покупка хлеба — каждодневное дело. Остаток хлеба «на завтра» порождает разочарование и растерянность, так как вчерашний хлеб вызывает «неудовлетворенность ощущений» и оскорбление собственного «я».

Хотя существительное «хлеб» мужского рода, соответствующая мифологема, скорее всего, соотносится с комфортным архетипом Матери. Через материнское начало этот образ посылает русским силу для продления рода и поддержания жизни потомков, представляя пищу, комфорт и воспитание. Основная функция матери — защита, стабилизация существования. Сфера действия этой инстанции — «реальное», которое находится по ту сторону всякой рациональности и никогда не может быть удовлетворено в качестве потребности. Эмоционально-волевые особенности данного архетипа в большей степени формируют коллективное бессознательное русских [Седых 2004].

Пословичный фонд русского языка насчитывает множество пословиц, содержащих лексему «хлеб»: *Хлеб всему голова; Хлеб-соль на столе, а руки свое; Хлеб да вода — богатая еда; Хлеб сердце человеку укрепит; Блюда хлеб про еду, а копейку про беду; Гречневая каша — матушка наша, а хлебец ржаной — отец наш родной* и др.

Наименования хлебобулочных изделий в русском языке представляют обширный ряд лексем: *бараночные изделия (бублики, баранки, сушки, хлебные палочки, соломка); булки (батон простой, батон городской,*

батон столичный, батон нарезной, батон подмосковный, батон дачный, батон с изюмом, плетенки, халы плетеные, булка черкизовская, дорожная, булки городские, булки русские круглые и пр.); *гренки (солёные, сладкие, сухари-гренки «Ржаные», «Хлебник»); лаваш; лепешки; сдобы; сухари; хлеб; хлебцы* и др.

Наконец, следует упомянуть знаменитого абсолютно «архетипического» персонажа русских сказок, отсутствующего в других культурах, известного под именем *Колобок*. Это чисто русское «изобретение» вызывает проблемы с переводом на другие языки мира (англ. *Gingerbread Man* (букв. 'человечек из имбирного пряника'); *Johnny-Cake* (букв. 'кукурузная лепешка'); *The bun* (букв. 'сдобная булочка'); франц. *Le petit pain rond* (букв. 'маленький круглый хлеб'); японск. *Онигири* (букв. 'то, что лепят руками')). Как видим, ни один перевод не передает и не может передать национально-культурную специфику русского архетипа «Колобок».

На уровне историко-мифологического сознания «хлеб» соотносится с женским началом: «На Калитянских вечерницах происходят инициации парней, где проба праздничного калача символизирует знакомство с женским природным началом (хлеб Калиту выпекают исключительно девушки)» [Волхвина Зореслава].

Вышесказанное обнаруживает, что мифологема «хлеб» входит в информационную сферу архетипа «Мать», который для русского народа имеет непреходящее значение. Это далеко не единственный случай амбивалентной реализации родственных отношений в культурном континууме России. Так, «вождь всех времен и народов» и «отец нации» Сталин обладает всеми чертами материнского архетипа в коллективном сознании русских. Знаменитые фотографии Сталина с девочкой на руках или портреты вождя на стеклах автомобилей по сути дела выступают субститутами домашних фотографических изображений матери.

В трансперсональном сознании русских образ Сталина очевидно коррелирует с архетипом Великой и одновременно Ужасной матери. Для древних культов Великой Матери были характерны человеческие жертвоприношения, в ходе которых тело умерщвленной жертвы разрубалось на куски, которые затем разбрасывались по вспаханной земле, чтобы сделать ее плодородной. В ритуалах плодородия и человеческих жертвоприношений ведущую роль играла кровь [Винокуров 2002: 190].

По мысли психоаналитиков, в основе мифа о Сталине лежит несколько архетипов и

мифологем: «Сталин, как отец — мудр, суров, но справедлив, как мать, он защитит и обогреет, и мы должны хранить святую сыновнюю любовь, как к матери, беззаветно вставая на ее защиту: „Как невесту Родину мы любим, бережем как ласковую мать“, пелось в одной известной песне. И хотя имя Сталина в этой песне не звучало, мифологическая связь, через лежащие в ее контексте архетипы, напрямую вела к Сталину как к верховному божеству. В результате уже и сам „Сталин“ приобретает архетипические черты, причем здесь явно присутствуют и компоненты древнегреческой богини Немезиды — богини возмездия» [Как устроен миф].

Вообще «царь-батюшка», обладающий одновременно отцовскими и в большой степени материнскими чертами, является центральной архетипической фигурой русского мира. «Хороший» царь в представлении россиян должен быть не только «законным», но и являться эталоном совести. Символическая характеристика «хороший» как раз и указывает на это совмещение. В основе имиджа могут лежать несколько стереотипов, сочетаться различные маски. Для русской культуры амбивалентность и даже плюривалентность имиджа — довольно часто встречающееся явление. Так, Юрий Лотман отмечает, что «сложная маска Суворова, например, строилась из комбинации „богатыря“, „стойка“ и „шута“ [Лотман 1976: 292].

Как видим, в русской культуре преобладающими архетипами выступают «Хлеб» и «Мать», которые по своим семиотическим характеристикам находятся в одном информационном поле. Архетип Матери выступает ядерным персонифицированным элементом в ассоциативной цепочке: *материя, земля, мать, домашний очаг, хлеб, благосостояние, магия мудрости*.

Переходим к описанию английских архетипов, которые так же, как и русские мифологемы, связаны с историей национальной культуры. В легендах и мифах Туманного Альбиона концепт «еда» представлен относительно сдержанно. В основном пища присутствует на столах рыцарей Круглого стола в виде блюд, приготовленных из мяса диких животных: «Слуги устроили стол и приготовили его для трапезы. Вымыв руки, трое со-трапезников, не медля, сели. Вам было бы скучно, если бы я стал перечислять мясные блюда, которые им подавались. Лучше, если я умолчу об этом. Мои слушатели будут освобождены от лишнего груза, а я — от бесполезного труда. Однако я не солгу, если скажу вам, что они ели мясо превосходного качества и пили прекрасные вина, сколько хотели» [Пастуро 2001].

Данную традицию продолжила британская знать, в чем состояло главное отличие ее меню от рациона крестьян: «Они не ели ни лепешек, ни каш, очень мало хлеба, зато мясные блюда присутствовали в изобилии. Прежде всего, дичь, ведь охота на нее являлась привилегией аристократии: олени, лани, косули, кабаны, зайцы, куропатки, перепела, фазаны; в некоторых областях — бакланы, тетерева, каменные бараны и даже медведи. Затем домашняя птица: гуси, каплуны, цыплята, голуби; а также павлины, лебеди, ржанки, журавли, цапли, выпи, подававшиеся во время праздников (утки считались практически несъедобными). Наконец, мясо с бойни, большей частью свиное. В пищу никогда не употребляли конину и вплоть до середины XIII века быков разводили только для работы на поле, а баранов — для стрижки шерсти» [Там же].

Большинство социологов считает, что культура питания англичан никогда не отличалась изысканностью и совершенно не совпадала, например, с французскими традициями питания: «Можно соотнести современное различие в манере питаться между Францией и Англией соотношениями, существовавшими между королем и аристократией в конце старого режима (в XVII и XVIII вв.). Это обусловлено тем, что во Франции власть короля была абсолютной. Дворяне более не несли какой-либо значимой политической функции, но продолжали занимать привилегированное положение в обществе. Вот почему они изыскивали пути выделиться: они развивали особый образ жизни, и среди прочего — вкус к хорошей пище. Позднее они распространили эту культурную модель на остальную часть населения. С другой стороны, в Англии власть короля была значительно ограничена. Аристократия обладала определенными правами (несла ответственность) и не испытывала необходимости в особом образе жизни. Дворяне употребляли простую крестьянскую еду, поэтому в Англии никогда не было такой культуры питания, как во Франции» [Актуальные проблемы социологии...].

Традиционно во всем мире англичане продолжают считаться «мясоедами» (*Beefeaters*). «Бифитерами» зовутся солдаты охраны лондонского Тауэра, лейб-гвардейцы дворцовой стражи, обжоры (о слугах), фасон женской шляпки (напоминающей головной убор бифитеров), и, конечно, один из лучших и популярных английских джинов («*Beefeater*»).

Существует легенда, по которой жареной говядине в Англии присвоили официальный статус пищи аристократов. В XVII в.

в рыцари был посвящен бычий окорок. В XXI в., конечно, ситуация поменялась, но консервативная английская кухня осталась верна своим традициям. Мясо по-прежнему очень уважается на любом застолье, в первую очередь ростбиф и бифштекс. Настоящий английский ростбиф (от англ. *roast* 'жарить' и *beef* 'говядина') готовят из специального сорта говядины, так называемого «мраморного» мяса, богатого тончайшими жировыми прожилками. Это позволяет сделать блюдо мягким и сочным. Мясо обжаривают, а затем запекают в духовке. В классическом английском ресторане непременно предложат три варианта ростбифа: *well done* — окончательно прожаренное мясо; *medium* — сочное бледно-розовое мясо с поджаренной корочкой; *rare* — мясо с кровью внутри. Традиционный английский завтрак — мечта мясоеда: жареный бекон или сосиски, помидоры, печеная фасоль, неизменное яйцо, обязательно тосты с джемом и большое количество чая, часто со сливками. Холестериновая нагрузка от английских завтраков такова, что их критикуют даже в самой Англии (http://www.xopeka.ru/hodim_v_restorany).

По мнению большинства кулинаров-профессионалов, «англичане потребляют в пищу много мяса. Говядина, телятина, баранина, свинина используются английской кухней. Ростбиф, бифштекс — это традиционные блюда английской кухни в ресторанах всего мира. <...> Из других особенностей английской кухни следует отметить небольшое потребление хлеба. В среднем на человека в день потребляется около 250 грамм. <...> В принципе, распространены все виды мяса, но особенно почитают говядину. К мясу непременно подается подлива, приготовленные овощи и йоркширский пудинг. Кстати, пудинги — это самые традиционные английские блюда. Их делают и сладкими и несладкими. Также для британцев традицией является фаршированная индейка с гарниром» (<http://all-restoran.ru/world>).

Пословичный и фразеологический фонд английской лингвокультуры достаточно широко демонстрирует манифестации глuttonического архетипа «Мясо»: ***One man's meat is another man's poison (No two persons are alike — every one has his own preferences, likes and dislikes) ≈ То, что для одного человека пища, для другого — отравя; что полезно одному, то вредно другому (не существует двух одинаковых людей — у каждого свои предпочтения, симпатии и антипатии); Poor men seek meat for their stomach, rich men stomach for their meat ≈ Бедняки ищут пищу для своих желудков, а богачи — желудки для пищи; All meats***

to be eaten, and all maids to be wed ≈ *Вся пища съедена, все девы выданы замуж*; *Dry bread at home is better than roast meat abroad* ≈ *Дома и солома съедома; в гостях хорошо, а дома лучше*; *The dog's happy dream produces no meat* ≈ *Собачья мечта о счастье не принесут пищи*; *After meat mustard* ≈ *После ужина горчица; слишком поздно*; *Be meat and drink to smb.* ≈ *Доставлять огромное удовольствие кому-л.; хлебом не корми; необходимо как воздух*; *Cold meat* ≈ *жарг. труп, покойник*; *Every man's meat* ≈ *Что-л. общедоступное, приятное для всех*; *Make meat of smb.* ≈ *жарг. превратить в котлету, укокошить кого-л.*; *As mean as cat's meat* ≈ *разг. сквалыга, жадина*; *Meat and potatoes* ≈ *жарг. самое важное, основное*; *Strong meat* ≈ *Что-л. трудное для понимания; крепкий орешек, орешек не по зубам и пр.*

Как видим, архетип «Мясо» остается достаточно продуктивным компонентом англосаксонского коллективного бессознательного. Лексема «мясо» входит в ассоциативную цепочку с центральным персонафицированным архетипом «Отец»: *свет, огонь, отец, сила, мужество, охота, мясо, благосостояние, заботливый правитель.*

Исходя из вышесказанного, мы выдвигаем предположение о том, что для англосаксонской культуры ведущим архетипом выступает архетип Отца. Как известно, архетип Отца несет в себе символику защиты, крепости, силы, а также рационального начала и «порядка культуры», закона, исходящего от общества, который регулирует «желания» индивида, в частности навязывает каждому набор определенных амплуа, социальных ролей, масок [Лакан 1995]. Исторически архетип Отца манифестируется, как было указано выше, такими персонажами, как король Артур, Беовульф, Мерлин. На современном этапе развития данный архетип парадоксально олицетворяется фигурой королевы Великобритании Елизаветы II. От королевы-матери ожидаются, с одной стороны, сила, властность, строгость, бескомпромиссность и даже агрессия, с другой — справедливость, доброта, сострадание, забота, чистота, порядок. В данном контексте напомним об еще одном олицетворении мужского на-

чала в женщине — Маргарет Тетчер («железной леди»).

Таким образом, чрезвычайно сложные для понимания и многозначные по своему содержанию категории архетипов, коллективного и индивидуального бессознательного обретают новое наполнение, если рассматривать их через семантику и номинацию информационного потока глуттонии, а именно на основе выделения типологических признаков прагматонимов.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Актуальные проблемы социологии и их развитие* // Библиофонд : сайт. URL: <http://www.bibliofond.ru/view.aspx?id=108560>.
2. *Барт Р.* Избранные работы. Семиотика. Поэтика : пер. с фр. / сост., общ. ред. Г. К. Косикова. — М. : Прогресс, 1994.
3. *Винокуров Н. И.* Феномен человеческих жертвоприношений в античное и средневековое время: по материалам ритуальных захоронений Крымского Приазовья // Боспорский феномен: погребальные памятники и святилища : материалы Междунар. науч. конф., Санкт-Петербург, окт. 2002 г. : в 2 ч. / Гос. Эрмитаж, Гос. музей истории религии, РАН, Ин-т истории материальной культуры ; отв. ред. В. Ю. Зуев. — СПб., 2002. Ч. 1. С. 189—194.
4. *Волхвия Зореслава.* У истоков родной веры // Велесова слобода : русский интеллектуально-познавательный ресурс : сайт. URL: <http://www.velesova-sloboda.org/heath/belief.html>.
5. *Как устроен миф* // Работа и бизнес идеи: Ваш заработок и Ваши деньги — Интернет! : сайт. URL: <http://www.job-2u.com/>.
6. *Лакан Ж.* Функция и поле речи и языка в психоанализе. — М. : Гнозис, 1995.
7. *Лотман Ю. М.* Бытовое поведение и типология культуры в России // Культурное наследие Древней Руси. Истоки, становление, традиции. — М. : Наука, 1976. С. 286—292.
8. *Пастуро М.* Повседневная жизнь Франции и Англии во времена рыцарей Круглого стола / пер. с фр. М. О. Гончар. — М. : Мол. гвардия : Классик, 2001. (Живая история: повседневная жизнь человечества).
9. *Седых А. П.* Языковая личность и этнос: нац.-культур. особенности коммуникатив поведения рус. и французов. — М. : Спутник +, 2004.
10. *Седых А. П.* Языковое поведение, конвенциональная семантика и национальные архетипы // Филологические науки. 2004. № 3. С. 51—56.
11. *Юнг К. Г.* Архетип и символ. — М. : Ренессанс, 1991. (Страницы мировой философии).

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

УДК 811.111.1'42
ББК Ш143.21-7

ГСНТИ 16.21.27; 16.21.55

Код ВАК 10.02.19

В. А. Каменева V. A. Kameneva
Кемерово, Россия Kemerovo, Russia

**МАНИПУЛЯЦИЯ И/ИЛИ ПРОПАГАНДА?
ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ
СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ**

**MANIPULATION OR/AND PROPAGANDA?
FUNCTIONAL PECULIARITIES OF SOCIAL
ADVERTISING**

Аннотация. В рамках междисциплинарного подхода рассматриваются функциональные особенности социальной рекламы. Особое внимание уделяется таким функциям социальной рекламы, как пропаганда и манипулирование.

Abstract. Functional peculiarities of social advertising were viewed within interdisciplinary approach. Special attention was paid to the credibility of identification of manipulation and propaganda functions.

Ключевые слова: манипуляция; пропаганда; реклама; социальный; политический.

Key words: manipulation; propaganda; advertising; social; political.

Сведения об авторе: Каменева Вероника Александровна, доктор филологических наук, профессор кафедры английской филологии № 1.

About the author: Kameneva Veronika Alexandrovna, Doctor of Philology, Professor of the Chair of English Philology № 1.

Место работы: Кемеровский государственный университет.

Place of employment: Kemerovo State University.

Контактная информация: 650000, г. Кемерово, ул. Красная, 6, корп. 6, к. 6413.
e-mail: russia_science@mail.ru.

Социальная реклама в современный период компьютеризации и глобализации большинства коммуникативных процессов всё чаще становится объектом лингвистических, социальных, философских, политических и экономических исследований. Пристальное внимание ученых привлекают различные ее аспекты, в особенности функции социальной рекламы. При этом следует отметить, что среди исследователей нет единого мнения о том, какие функции выполняет социальная реклама, поскольку представители каждого научного направления подходят к анализу одного и того же объекта исследования с разных сторон. В данной работе предпринята попытка интегрировать данные представителей разных научных направлений о функциях социальной рекламы. Это позволит не только составить наиболее полный список последних, но и высветить проблемные и/или «проблематизируемые» аспекты функциональных особенностей социальной рекламы.

Анализ литературы показал, что даже в рамках одной отрасли научного знания наблюдаются вариации в описаниях исследуемого объекта. Так, одни социологи выделяют у социальной рекламы «1) стабилизирующую; 2) социализирующую; 3) интегрирующую; 4) мобилизационную функции» [Белянин 2007].

Вторые считают, что социальная реклама выполняет только «коммуникационную, информационную, мотивационно-побудитель-

ную, социоинтегративную, социализирующую функцию и функции легитимизации власти, социального контроля и социального участия» [Маркин 2010].

Третьи настаивают на выделении «коммуникативной, воспитательной, информационной функций и функций социализации, типизации и институционализации определенных стандартов поведения» [Дакоро 2007].

Четвертые дают детальное обоснование тому, что социальная реклама выполняет функции по информированию, воспитанию, интеграции общества и идеологическую функцию [Ковалева 2006].

По мнению А. В. Ковалевой, «информационная функция социальной рекламы заключается в привлечении внимания к актуальным социальным проблемам, информировании о способах их решения и профилактики, а также о деятельности некоммерческих организаций или государственных структур и предоставляемых ими социальных услугах.

Идеологическая функция заключается в корректировке имиджа страны, задании морально-этических норм общества, формировании позиции „гражданской ответственности“ и привлечении граждан к участию в социальной жизни.

Социоинтегративная функция обеспечивает стабильность современных общественных систем. Благодаря воздействию на ценностные ориентации людей, нормы их пове-

Статья подготовлена в рамках научно-исследовательского проекта «Прагматический потенциал дискурса социальной рекламы (с позиций подростковой и юношеской тагет-групп учебных заведений Кемеровской области)», поддержанного грантом Губернатора Кемеровской области для молодых учёных — кандидатов и докторов наук.

© Каменева В. А., 2013

дения социальная реклама способствует функционированию других общественных институтов и стабильности общественной системы в целом.

Воспитательная функция тесно связана с социоинтегративной и включает процесс социализации, который невозможен без формирования ценностного компонента личности, создания социально одобряемых поведенческих установок (например, отказ от курения, алкоголя и другие элементы здорового образа жизни)» [Ковалева 2006].

Современные философы подчеркивают, что социальная реклама, являющаяся неотъемлемой частью современных процессов коммуникации, может рассматриваться как «важный институт гражданского общества» со следующими вытекающими из этого функциями:

1) воздействующей, так как она способна «воздействовать на массовую аудиторию, проводя в жизнь необходимые для функционирования общества ценности»;

2) функцией формирования мировоззрения;

3) социоинтегративной функцией, так как «социальная реклама направлена на то, чтобы объединить разных индивидов общим интересом», поскольку в «настоящее время духовное единство народа и объединяющие нас моральные ценности — это такой же важный фактор развития, как политическая и экономическая стабильность. Общество лишь тогда способно ставить и решать масштабные национальные задачи, когда у него есть общая система нравственных ориентиров» [Кочергина 2007];

«4) информационной;

5) аксиологической;

6) гуманистической» [Там же].

По мнению историков, социальной рекламе присущи следующие функции:

«1) воспитательная. Данный вид рекламы направлен на воспитание и выработку у граждан определенных поведенческих моделей, связанных с заботой о ближнем или окружающей среде;

2) патриотическая, целью которой является манифестация значимых для данного общества ценностей;

3) пропагандистская. Как правило, направленная на пропаганду здорового образа жизни или формирование гражданской ответственности;

4) имиджевая функция, нацеленная на создание стиля жизни или некой идеальной модели, к которой нужно стремиться» [Грибок 2008].

У политологов также нет единства мнений по поводу функций, выполняемых социальной рекламой.

Г. Г. Николайшвили предлагает следующий перечень функций социальной рекламы: «1) формирование общественного мнения;

2) привлечение внимания к актуальным проблемам общественной жизни;

3) стимулирование действий по решению социальных проблем;

4) формирование позитивного отношения к государственным структурам;

5) демонстрация социальной ответственности бизнеса;

6) укрепление социально значимых институтов гражданского общества;

7) формирование новых типов общественных отношений или изменение поведенческой модели общества» [Николайшвили 2008].

К. В. Акулич приводит такой список важнейших функций социальной рекламы в политическом процессе:

«1) корректировка установок населения в отношении значимых социальных ценностей и моделей поведения, в том числе политического;

2) улучшение отношения населения к власти;

3) формирование и поддержание позитивного имиджа территории;

4) продвижение политической партии или кандидата на выборную должность» [Акулич 2011].

Набор функций социальной рекламы, выделяемых в исследованиях филологов и журналистов, также варьируется.

Так, Е. В. Степанов обращает внимание на такие функции социальной рекламы, как «1) социализация населения: внедрение в сознание человека знаний и представлений о существующих как в обществе в целом, так и в отдельных общностях, нормах, стереотипах, ценностях, моделях поведения;

2) воздействие на интеграцию социума, содействие становлению демократического общества;

3) внедрение новых знаний и новых способов совершенствования своей личной жизни;

4) обеспечение психического и физического здоровья нации» [Степанов 2007].

По мнению М. А. Тертычной, исходной функцией социальной рекламы является **«информационная функция — социальная реклама всегда несет определенную информацию (о борьбе с вредными привычками, акциях благотворительных фондов и т. д.)**.

Социальная реклама выполняет также **коммуникативную** функцию, так как предполагает «обратную связь» аудитории и создателя рекламы, а также способствует контактам между представителями аудитории.

Ее функцией является также **ценностно-нормативное ориентирование** аудитории, поскольку социальная реклама несет в себе позитивную или негативную оценку тех или иных явлений, поступков с позиций социальных норм, ценностей.

Социальная реклама может выполнять и **пропагандистскую функцию**. Так бывает, когда она неоднократно возвращается к одной и той же идее (например, когда на телеэкране регулярно появляются слова: „А вы не забыли позвонить своим родителям?“, или: „Уже 22.00. Ваши дети дома?“).

Нередко социальная реклама сообщает о научных открытиях, разворачивает свои сюжеты на фоне исторических событий, повествует о выдающихся личностях и т. п., в силу чего она реализует **просветительскую функцию**.

А поскольку социальная реклама может воздействовать на поведение членов общества, изменять установки личности, то это значит, что она реализует и **регулятивную функцию**.

Социальная реклама, помимо решения конкретных задач, всегда работает и на имидж какой-либо компании или государства, выделяющих средства на ее создание. Такая функция социальной рекламы может быть названа **имиджевой**.

Социальная реклама часто опирается на художественные технологии или продвигает шедевры литературы и искусства, поэтому ей присуща и **эстетическая функция**» [Тертычная 2012: 14].

Филологи обращают внимание на воздействующую функцию и отмечают, что «социальная реклама видоизменяется и активно развивается. Значительно расширяется тематическая направленность. Меняется перлокутивная функция социальной рекламы, которая становится более персуазивной и менее прямолинейной (по сравнению с направленными пропагандистскими функциями)» [Мещерякова 2012].

Рассмотрев функции социальной рекламы, выделяемые учеными разных отраслей научного знания, мы составили приведенный ниже интегрированный список функциональных особенностей рекламы, условно разделенный на несколько блоков. Еще раз подчеркнем, что деление на указанные блоки условно и относительно, так как некоторые функции социальной рекламы, в зависимости от цели, формы, целевой аудитории и некоторых других факторов, могут носить смешанный характер.

Блок 1 составляют функции, ориентированные на обмен информации между государством и обществом:

- ✓ коммуникативная;
- ✓ информационная;
- ✓ культурно-просветительская (с возможностью совмещаться с эстетической функцией).

Блок 2 включает функции по ценностно-нормативному ориентированию представителей как подрастающего, так и зрелого поколения:

- ✓ социализирующая;
- ✓ воспитательная;
- ✓ гуманистическая;
- ✓ регулятивная функция, или функция типизации и институционализации определенных стандартов поведения;
- ✓ функция формирования мировоззрения;
- ✓ аксиологическая;
- ✓ имиджевая (функция, нацеленная на создание социально одобряемых образов и образцов-ориентиров).

Блок 3 объединил функции с акцентом на общественном аспекте:

- ✓ стабилизирующая;
- ✓ социоинтегративная;
- ✓ мобилизующая.

В **блок 4** входят функции с социально-политическим уклоном:

- ✓ функция легитимизации власти, или идеологическая;
- ✓ функция социального контроля;
- ✓ формирование позитивного отношения к государственным, политическим структурам или деятелям;
- ✓ демонстрация социальной ответственности бизнеса.

В **блок 5** мы включили функции, связанные с воздействием на адресата:

- ✓ манипуляционная;
- ✓ пропагандистская;
- ✓ формирование общественного мнения;
- ✓ привлечение внимания к актуальным проблемам общественной жизни;
- ✓ стимулирование действий по решению социальных проблем.

Как показал обзор научных работ, пропагандистский характер социальной рекламы, обоснованность разграничения манипулятивной и пропагандистской функций вызывают у многих исследователей вопросы. Так, Г. Г. Николайшвили пишет: «Вместе с тем именно в России сегодня остро стоит вопрос о защите социальной рекламы от политических манипуляций и превращения ее в пропаганду» [Николайшвили 2009].

Рассмотрим подробно эти дискуссионные аспекты.

Слова «манипуляция» и «манипулирование», употребляющиеся как синонимы, происходят от латинского слова *manipulare*, которое первоначально имело позитивный

смысл «управлять со знанием дела» [Байков 1988; Бессонов 2001; Жилин 1988]. В современных научных исследованиях под манипуляцией/манипулированием понимают:

1) искусство управлять поведением людей с помощью целенаправленного воздействия на общественную психологию, сознание и инстинкты человека [Бессонов 2001: 752];

2) одно из средств социального контроля над сознанием и поведением человека на основе создания искаженных и превратных представлений о действительности путем блокирования сознания от социальной реальности [Жилин 1988: 69—71];

3) внедрение в сознание адресата информационных установок в режиме пониженного контроля с его стороны [Байков 1988: 5] и, по-видимому, программирование его поведения.

Как указывается в монографии «Лингвокогнитивное моделирование публицистического дискурса (на материале советской прессы 1937 года)», «с психолингвистической и прагматической точек зрения данный процесс имеет одну существенную характеристику, отличающую его от пропагандирования — скрытый характер протекания. Кроме того, если в процессе идеологического воздействия структурируются и навязываются установки, касающиеся социального, политического и экономического аспекта деятельности человека, то при манипуляции могут навязываться установки любого характера: философского, религиозного и т. д. Иными словами, процесс манипуляции не имеет строгой привязки к процессу воспроизводства властных отношений в обществе, понимаемых как единство политического, экономического и собственно социального аспекта» [Каменева 2009].

Пропаганда, в отличие от манипуляции, является процессом незакамуфлированным. Отмечают агрессивность, наступательный, открытый характер пропагандирования [Байков 1988]. Пропаганда в самом нейтральном смысле слова означает «распространение идей или „проталкивание“ целей» [Джоуэт 2001: 186].

Основными целями пропаганды признаются следующие:

1) распространение определенного общественного мнения [Джоуэт 2001; Савченко 1988];

2) передача соответствующих сведений [Войтасик 2001].

Сопутствующими второстепенными задачами являются:

1) стремление повлиять на реципиента, заставить его принять предлагаемую точку зрения, концепцию;

2) побуждение реципиента действовать в соответствии с выдвигаемой установкой [Джоуэт 2001; Савченко 1988].

Иными словами, «носителем пропагандистского содержания является главным образом известие о фактах или их интерпретация. Основным материалом пропаганды является упорядоченный поток информации, передаваемый от коммуникатора к реципиенту. Источником пропаганды является организация или институт, которые определяют и направляют содержание пропаганды, являясь в известном смысле заказчиками для непосредственных исполнителей. Источником пропаганды является представителем определенного класса» [Войтасик 2001: 227] или социальной группы и действует в его интересах. Таким образом, под пропагандой понимается активное, открытое информирование граждан о какой-то концепции, доктрине с целью убедить их принять ее и следовать ее нормам.

Как видно из вышесказанного, 1) пропаганда может иметь самый разнообразный, не только политический характер; 2) отграничение манипулятивной функции от пропагандистской вполне обоснованно с точки зрения как целей, так и характера их актуализации.

В заключение следует подчеркнуть, что специфика функций социальной рекламы обусловлена ее доминантной целью — вовлечь граждан в решение самых разнообразных задач и проблем. Из-за комплексного характера при анализе социальной рекламы ученым одной отрасли знания следует учитывать опыт и данные, полученные исследователями других научных направлений, что будет способствовать скорейшему оформлению интегрированной теории социальной рекламы.

ЛИТЕРАТУРА

1. Акулич К. В. Социальная реклама как политическая технология : автореф. дис. ... канд. полит. наук. — Краснодар, 2011.
2. Байков В. Г. Манипулятивная семантика и контрпропаганда // Функционирование языка как средства идеологического воздействия : сб. науч. тр. — Краснодар : Изд-во Кубан. гос. ун-та, 1988. С. 5—13.
3. Белянин А. Б. Социальная реклама как коммуникативный ресурс управления : автореф. дис. ... канд. социол. наук. — М., 2007.
4. Бессонов Б. Пропаганда и манипуляция // Реклама : внушение и манипуляция. Медиа-ориентированный подход : учеб. пособие для ф-тов психологии, социологии, экономики и журналистики / под ред. Д. Я. Райгородского. — Самара : Бахра-М, 2001. С. 703—726.
5. Войтасик Л. Использование психологии в системе пропаганды / Л. Войтасик // Реклама : внуше-

ние и манипуляция. Медиа-ориентированный подход : учеб. пособие для ф-тов психологии, социологии, экономики и журналистики / под ред. Д. Я. Райгородского. — Самара : Бахра-М, 2001. С. 208—286.

6. *Грибок Н. Н.* Социальная реклама : учеб. пособие. — М. : Изд-во Моск. гуманит. ун-та, 2008.

7. *Дакоро М. А.* Социальная реклама в России как фактор общественной коммуникации : автореф. дис. ... канд. социол. наук. — Краснодар, 2007.

8. *Джоуэт Г. С., Доннел В. О.* Пропаганда и внушение // Реклама : внушение и манипуляция. Медиа-ориентированный подход : учеб. пособие для ф-тов психологии, социологии, экономики и журналистики / под ред. Д. Я. Райгородского. — Самара : Бахра-М, 2001. С. 186—208.

9. *Жилин И. М.* Ложные стереотипы в буржуазной пропаганде // Функционирование языка как средства идеологического воздействия : сб. науч. тр. — Краснодар : Изд-во Кубан. гос. ун-та, 1988. С. 69—79.

10. *Каменева В. А.* Лингвокогнитивное моделирование публицистического дискурса (на материале советской прессы 1937 года) : моногр. — Томск, 2009.

11. *Ковалева А. В.* Эффективность социальной рекламы : опыт измерения // Изв. Алтайск. гос. ун-та. Социология. 2006. № 2 (40). С. 74—77.

12. *Кочергина Д. С.* Социальная реклама как фактор гуманизации современного общества : автореф. дис. ... канд. филос. наук. — Омск, 2007.

13. *Крупнов Р. В.* Социальная реклама как инструмент управления социальными процессами : автореф. дис. ... канд. социол. наук. — М., 2006.

14. *Маркин И. М.* Институционализация социальной рекламы в России : автореф. дис. ... канд. социол. наук. — М., 2010.

15. *Мецержакова Н. В.* Стилистические и прагмалингвистические особенности рекламных текстов социальной направленности (на материале текстов социальной рекламы на русском и немецком языках) : автореф. дис. ... канд. филол. наук. — М., 2012.

16. *Николайшвили Г. Г.* Социальная реклама: теория и практика : учеб. пособие для студентов вузов. — М. : Аспект Пресс, 2008.

17. *Николайшвили Г. Г.* Социальная реклама в политическом процессе в современной России : автореф. дис. ... канд. полит. наук. — М., 2009.

18. *Савченко Л. И.* Лексико-семантические и синтаксические особенности текста пропагандистского характера французской прессы // Функционирование языка как средства идеологического воздействия : сб. науч. тр. — Краснодар : Изд-во Кубан. гос. ун-та, 1988. С. 48—57.

19. *Степанов Е. В.* Социальная реклама в России: функциональные и жанрово-стилистические особенности : дис. канд. ... филол. наук. — М., 2007.

20. *Тертычная М. А.* Социальная реклама в Интернете: функциональные, предметно-тематические и жанровые особенности : автореф. дис. ... канд. филол. наук. — М., 2012.

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

Н. И. Клушина Н. I. Klushina
Москва, Россия Moscow, Russia

**ИНТЕНЦИОНАЛЬНАЯ КОНФИГУРАЦИЯ
МЕДИЙНОГО ПРОСТРАНСТВА**

**INTENTIONAL CONFIGURATION
OF MEDIASPACE**

Аннотация. *Предпринимается попытка показать, как новая конфигурация социального сознания отражается на структуре и стилистических особенностях современного медиадискурса. В статье дифференцированы общественное сознание / буржуазное сознание как политическая антиномия биполярного мира и массовое сознание / элитарное сознание как культурная антиномия единого глобального пространства. Вводится понятие «медийное сознание» и дается оригинальная типология современного медиадискурса.*

Abstract. *An attempt is undertaken to show how the new configuration of social consciousness can influence the structure and stylistic features of modern mediadiscourse. There is a new approach in the article according to which we can differentiate the social/ bourgeois consciousness as the political antinomy of the bipolar world and mass/ elitist consciousness as the cultural antinomy of integrated global space. The new concept — media consciousness — has been suggested in this article.*

Ключевые слова: медиадискурс; публицистический субдискурс; информационный субдискурс; субдискурс развлечения; антиномия общественного / буржуазного сознания; антиномия элитарного/массового сознания; феномен медийного сознания.

Key words: mediadiscourse; publicistic subdiscourse; informational subdiscourse; entertainments subdiscourse; antinomy of social / bourgeois consciousness, antinomy of mass / elitist consciousness, phenomenon of mediaconsciousness.

Сведения об авторе: Клушина Наталья Ивановна, доктор филологических наук, профессор кафедры стилистики русского языка, факультет журналистики.

About the author: Klushina Natalia Ivanovna, Doctor of Philology, Professor of the Chair of Stylistics of the Russian Language, Faculty of Journalism.

Место работы: Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова.

Place of employment: Moscow State University n.a. M.V. Lomonosov.

Контактная информация: 125009, Москва, ул. Моховая, д. 9.
e-mail: nklushina@mail.ru.

В ЗАЩИТУ МЕДИА

Язык СМИ сегодня всё еще объект жестокой критики. Инерция перестройки до сих пор сказывается на осмыслении новейшего медиадискурса, который во многом демонизируется и «выпрямляется».

Пристрастная редукция сложных процессов массовой коммуникации, сведение их к культурно-речевым проблемам и негативным тенденциям (манипуляции, агрессии, вестернизации и т. п.) приводят к высокомерному порицанию журналистской деятельности и апокалиптическим пророчествам о гибели культуры.

Однозначная негативизация многоступенчатых и разновекторных эффектов медиа — это движение пятками вперед. Апокалиптические настроения всегда свойственны уходящим поколениям. Накопленный опыт очевиднее, чем непредвиденное, непредсказуемое и еще не осознанное будущее, которое страшит «опытное поколение».

СМИ не есть причина гибели культуры. Для новых поколений нетбук — гусиное перо, а электронная книга — такой же носитель смысла, как и папирус.

Медиа — далеко еще не понятый и не познанный феномен. Его осознание много-

мерно и не окончательно: «В любой момент существования сознания целостное поле осознания не содержит в себе ничего линейного или последовательного» [Макклюэн 2011].

Мы солидарны с мнением философа В. В. Миронова, призывающего «прекратить лить крокодиловы слезы о том, что культура гибнет». Культура «гибнет» не одно тысячелетие. Гибель культуры возможна только с гибелью человечества, поскольку культура — неотъемлемая часть его существования. Поэтому корректнее, на наш взгляд, говорить не о падении и гибели культуры, а о ее трансформации.

ТИПЫ СОЦИАЛЬНОГО СОЗНАНИЯ

Современные медиа отражают новую трансформацию культуры и общественного сознания, приспособляются к ним и оказывают на них обратное воздействие.

Советская идеологема *общественное сознание* прочитывалась как «сознательное общество» (общество, в котором велась активная борьба с мещанством, туеядством и т. п.). В западной идеологии акцентировалось *массовое сознание*. Смысл массового сознания остроумно обозначил греческий

законодатель Солон: «Каждый отдельно взятый афинянин — хитрая лиса, но когда афиняне вместе собираются на городском собрании, то представляют собой стадо баранов» [Цит. по: Суворов 2005].

Общественное сознание гомогенно и неделимо, т. е. оно не стратифицируется на *элиту* и *массы*, а включает их в себя имманентно (можно говорить о его *инклюзивности*, если воспользоваться терминологией Макклюза).

Массовое сознание — это лишь одна составляющая в оппозиции *элитарное/массовое*, разлом которой проходит по ряду параметров: *креативность/эпигонство*; *духовность/телесность*; *стиль/мода*; *индивидуальность/тиражируемость*; *пассионарность/инертность* и др.

Можно говорить о том, что «общественное сознание» не было всего лишь постулатом при советском строе. Уничтожение резких граней между классами привело к возникновению особого феномена — *общественного сознания*, которое формировалось с ориентацией на высокие моральные и духовные ценности. (Отсюда популярность поэтов шестидесятников, собиравших полные залы в Политехническом музее, расцвет театра и кинематографа, авторской песни и т. п.). Здесь мы бы отметили не только негативную, но и позитивную роль цензуры, отбраковывавшей, наряду с идеологически «неправильными» текстами, тексты эстетически «ущербные». Таким образом, общественное сознание являлось не только политическим, социологическим, но и культурным феноменом.

Отметим, что самую значительную роль в формировании общественного сознания играли массмедиа. Именно они «выравнивали» и «гомогенизировали» различные слои общественного сознания и задавали ему вектор, направленный на повышение культуры советского населения в целом. Если говорить в современных терминах, все советские массмедиа были качественными.

Развитие социального сознания во многом определяется развитием общества. Например, племенное сознание (являющееся прасоной социальной), по сути своей коллективистское, было практически изжито в западных обществах с доминирующим индивидуалистическим типом сознания, когда слушают, но не слышат: «Когда люди *говорят* друг с другом, они *не слушают* друг друга, если не считать поверхностного и вежливого „слышания“ того, что говорит другой» [Фромм 2011: 194].

Развитие социального сознания продуцируется эксплицитными (экономика, политика и др.) и имплицитными (социальная и

национальная рефлексия) факторами и корректируется *социальными фильтрами*: «Благодаря особенностям практической жизни, а также благодаря специфике отношений, чувств и восприятий, каждое общество развивает систему категорий, детерминирующую формы сознания. Эта система работает как *социально обусловленный фильтр*: переживание не может стать осознанным, пока не пройдет сквозь этот фильтр» [Фромм 2011: 161].

Фромм говорил о словах/именах как способах номинации и категоризации действительности. Мы говорим о массмедиа как специфической системе отбора фактов и производства на их основе смыслов. Эта прагматически настроенная и в какой-то мере утилитарно ориентированная система призвана упорядочить социальную рефлексию и транслировать полезную идеологию в общество.

В биполярном мире общественное сознание советского общества можно (и следовало) рассматривать как противоположный полюс «скромного обаяния буржуазии», среднего класса в современной терминологии, «сплавившего» в себе обнищавших дворян и разбогатевших бюргеров, т. е. «обуржуазившиеся» социальные слои западного общества. Буржуазное сознание формировалось с ориентацией на прагматические основы поведения, на целесообразность даже в искусстве. Если красота, по Луману, — это отсутствие целесообразности, то в буржуазном понимании красота должна быть прагматична (отсюда коллекции картин как капитал, вложение). Понимая самоценность красоты, прагматичное буржуазное сознание всё же пытается извлечь из нее пользу и заставить служить для дифференциации своего статуса (бриллиантовые украшения, архитектурные изыски загородных домов и т. п.), низводя *красоту до роскоши*.

Поэтому буржуазное сознание не равно *элитарному*. Элиту нельзя стратифицировать по роду деятельности или по обладанию (например, выделить финансовую, политическую, военную и другие элиты), элита может быть только интеллектуальной, духовно ориентированной, без оков прагматики. Элитарное сознание — это вечный поиск, а не приобретение или присвоение; идеал, а не результат; незавершенность, а не статус-кво.

Таким образом, мы дифференцируем следующие типы социального сознания, не сводимые друг к другу, не подменяющие одно другое, имеющие разные хронологические, идеологические и культурные детерминанты: это советское *общественное сознание* — западное *буржуазное сознание*,

составляющие важнейшую антиномию двухполюсного мира, и *элитарное сознание* — *массовое сознание* как антиномия унифицированного однополюсного мира.

Ни общественное сознание, ни буржуазное, хотя и отражают сознание социума в определенный период времени в различных странах, по своей сути не идентичны массовому сознанию, которое пришло им на смену в постперестроечном и постиндустриальном/информационном обществе как виток спирали общественной духовной эволюции с возвращением назад, как резкая поляризация высокого, элитарного и низкого, массового при вытеснении народного/традиционного (аутентичного).

В однополюсном мире современное информационное глобализированное общество, рассматриваемое в координатах культуры как общество потребления, нивелировало различия между западным и отечественным (советским) типом социального сознания. Антиномия *массовое сознание* / *элитарное сознание* теперь лежит в основе социального сознания и в современной России.

Таким образом, антиномия *общественное сознание* / *буржуазное сознание* отражает политическое противостояние социалистической и капиталистической идеологии резко поляризованного мира. Антиномия *массовое сознание* / *элитарное сознание* носит не политический, а культурный характер, так как социалистическая идея дискредитирована и отвергнута, а мир всё более унифицируется по экономическим, политическим, культурным и другим параметрам.

ОТ ОБЩЕСТВЕННОГО СОЗНАНИЯ — К МАССОВОМУ

Формирование массового сознания связано с развитием массовой культуры, детерминирующей массовое сознание и в то же время детерминированной им.

Современное постиндустриальное информационное общество фактически упразднило происхождение «по рождению» (т. е. династическое), вытеснило народное/аутентичное сознание, а своей идеологией и движущей силой сделало *скорость* и *тиражируемость*.

Массовое сознание — продукт информационного общества, в основе массового сознания — тиражируемость, убивающая эксклюзивность.

По этому признаку массовое сознание отличается от других типов сознания. Оно не сводится ни к одному из них.

Массовое сознание не равно народному. Народное сознание, отразившееся в народном творчестве, — это мудрость, элитарное —

креативность, массовое — осторожность, опробованность. Элементы народного творчества всегда включались в элитарную культуру как народные мотивы, как архетипы национальной идентичности и патриотизма (одним из многих примеров может служить симфония П. И. Чайковского «1812 год»). В масскульте народные мотивы не «вбираются», а имитируются, получают декоративное, лубочное значение псевдонародности (например, матрешки, лапти, ушанки и другие как сувениры для иностранцев на ярмарке в Москве).

Народное сознание концентрирует опыт многих поколений, мудрость, всё лучшее, что было отобрано народом, т. е. прошедшее через фильтры времени и подлинности. Массовое сознание вскормлено расхожими идеями и штампованными образами.

Массовая культура как феномен распознавалась задолго до ее дефинирования в науке:

«— Сколько всего пьес во французском театре? — спросил Кандид аббата, и тот ответил:

— Пять или шесть тысяч.

— Это много, — сказал Кандид. — А сколько из них хороших?

— Пятнадцать или шестнадцать, — ответил тот.

— Это много, — сказал Мартэн» [Вольтер 1953: 155].

Время служит лучшей цензурой для потомков. Но современники вынуждены выработать собственные критерии дифференциации подлинного и поддельного, уникального и модного, эксклюзивного и массового, усредненного, поспешного.

Современная массовая культура «топит» высокими тиражами культуру элитарную. Я. Н. Засурский в выступлении на профессорском собрании факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова (декабрь 2012 г.) проводил различие между *быстрыми* и *быстро думающими*: *быстрые* — те, кто способен быстро найти информацию, а *быстро думающие* — не просто найти, но и обработать. На наш взгляд, эта оппозиция, как и всё, что относится к сознанию, не линейна (*быстрые/медленные*), а парадоксальна: *быстрые, быстро думающие / думающие глубоко* (и не обязательно быстро).

ЭЛИТАРНЫЕ, МАССОВЫЕ И ТАБЛОИДНЫЕ СМИ В МЕДИАПРОСТРАНСТВЕ СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

После моральных и стилистических экспериментов перестройки российское общественное сознание перестало быть гомоген-

ным и получило новую конфигурацию. Партийная идеология сменилась на коммерческую. Ориентация российского социума на европейские экономические, политические, культурные модели привела к жесткой стратификации общественного сознания по западному образцу: на элитарное и массовое. Эти процессы отразились и выразили себя в новейшем дискурсе российских СМИ.

Современный медиадискурс перестраивает свою структуру, чтобы отразить интересы элиты и масс. Российский медиадискурс заимствовал западную типологию деления СМИ на качественные (элитарные), массовые и желтые (табloidные, бульварные) издания, отражающие часто разновекторные интересы своих аудиторий.

Подобная типология основана на *адресате* и тиражах. Дать целостную характеристику массмедийного пространства, на наш взгляд, можно только с учетом дискурсных категорий *адресанта* и *адресата* и глобальной дискурсной *интенции*. В своем исследовании мы используем разработанный нами *интенциональный метод* [Клушина 2008] как один из возможных интегральных методов современной лингвистики. При таком подходе медиaprостранство будет иметь несколько иную конфигурацию, чем в классической функциональной стилистике (теории публицистического стиля).

С интенциональных позиций современное российское медиaprостранство заполнено тремя основными типами медиадискурса (субдискурсами), реализующими три ведущие интенции (рекламу мы рассматриваем как самостоятельный феномен, так как она существует не только в медиaprостранстве, но и за его пределами, а также потому, что реклама инициируется экономическими институтами, а не системой медиа). Это информационный/новостной дискурс (интенция информирования), публицистический/тенденциозный, включающий в себя аналитические материалы (интенция убеждения), и дискурс развлечения (интенция развлечения). Информационный и публицистический дискурсы продуцируются в основном качественными и массовыми СМИ, развлекательный — массовыми и желтыми.

Интенциональное разграничение современного медийного пространства позволяет достаточно полно охарактеризовать названные типы дискурсов с учетом дискурсивных доминант. Если *интенция* является не столько дискурсоформирующей, сколько дискурсодифференцирующей категорией, то *дискурсивные доминанты* определяют конституирующие черты любого дискурса, т. е. выполняют связующую роль, обеспечивают *когезию дискурса*.

Можно выделить тематическую доминанту, идеологическую, концептуальную, стилистическую, эмоциональную — и этот ряд остается открытым.

Таксономически значимыми для описания выделенных нами субдискурсов в структуре медиадискурса являются идеологическая, стилистическая и эмоциональная доминанты.

«Идеология» информационного дискурса — *новость*, описание социально значимых событий, складывающихся в информационную картину дня. В публицистическом дискурсе основу составляют *идеологемы* — заданные автором важнейшие смыслы интерпретируемой им действительности, отражающие его мировоззренческие установки. В дискурсе развлечения «идеологией» становятся *занимательные* или *сенсационные* разрозненные *факты*.

Различны и стилистические доминанты этих типов медиадискурса. Ведущей коммуникативной стратегией информационного дискурса СМИ является стратегия достоверности, так как читатель обращается к новостным текстам, чтобы не только быть в курсе текущих событий, но и иметь объективное, независимое от журналистской интерпретации представление о них, соответствующее собственной когнитивной и мировоззренческой картине мира. Эта стратегия реализуется с помощью подчеркнутой невыраженности адресанта в речи, клишированности в использовании языковых средств, стандартизованности композиции, объективации высказывания за счет ссылок на источник сообщения и цитат.

Ведущая интенция публицистического дискурса — убеждение. На нее «работают» авторитет языковой личности адресанта, авторская интерпретация действительности с помощью креативного использования языковых средств, различные приемы субъективации высказывания. В современном публицистическом дискурсе четко прослеживается тенденция к интеллектуализации языка СМИ. Она проявляется в использовании журналистами косвенных речевых актов, пресуппозиций, в языковой игре, основанной прежде всего на прецедентности и требующей от адресата высокого интеллектуального и культурного уровня развития, в достаточно сложной системе аргументации.

В дискурсе развлечения ведущую роль играет стратегия сенсационности и эпатажа. Адресант развлекательного дискурса использует завышенную экспрессивность и бульваризацию в подаче информации, интригу и рекламность.

Однако наиболее яркое различие представленных субдискурсов проявляется

в эмоциональной доминанте. Эмоциональность в информационном дискурсе осознанно (со стороны адресанта) предстает как нулевая. В отличие от новостного, публицистический дискурс эмоционален, поскольку является персуазивным. Интенция убеждения требует от адресанта не только логических доводов, но и эмоциональных, риторических суждений, способных иррадиировать на эмоциональную сферу личности адресата. Сплав эмоционального и логического в публицистике обеспечивает силу воздействия на адресата, которая во многом определяется талантом и стилистическим вкусом публициста.

Развлекательный дискурс, по меткому выражению журналиста Александра Генниса, это «лесопилка эмоций». Его дискурсивными нормами становятся редукция информации, ее бульваризация и завышенная эмоциональность.

Таким образом, современный русский медиадискурс отражает новую конфигурацию массового сознания. Качественные СМИ, несмотря на невысокие тиражи и узкий сегмент аудитории, имеют большой эффект: в пространстве элитарных медиа формируется и реализуется русский национальный стиль.

Элитарных медиа и не должно быть много. Это как с поэзией и любой другой интеллектуально созидающей деятельностью: «Было бы ужасно, если бы поэзию любили, как футбол или песни Аллы Пугачевой. Поэзию не должны любить многие люди, это было бы обидно и неестественно» [Чичибин 1990 : 12].

Интеллектуальную элиту отличает понимание феномена массового сознания и прорыв за его пределы. Массы не понимают элитарного сознания и не рефлексировать по поводу массового. Оковы догм, вериги моды отягощают массовое сознание. Элита призвана вести массового человека к новому, нечувственному (интеллектуальному) опыту.

МАССМЕДИЙНОЕ СОЗНАНИЕ. УПРЕК МЕДИА?

Медиа — основа информационного общества. Они являются средством не только тиражирования, но и создания социумных меседжей, их рассылки и утверждения в массовом сознании.

Мы согласны с Н. Луманом в том, что упрекать медиа, представляющие собой замкнутую эмерджентную систему, в намеренной манипуляции сознанием неправомерно, так как манипуляция — психическое свойство субъектов, интенционально осознанное ими, а не свойство самопорождающейся систе-

мы. Целостность медиасистемы отвергает подобные упреки, так как в глобальном медиaprостранстве циркулируют различные (в том числе и взаимоисключающие) по интерпретации и оценочности тенденциозные дискурсы.

Мы осмелимся утверждать, что медиа не манипулируют массовым сознанием, а формируют свой, особый тип сознания — *медийное*, которое становится основой массового сознания.

В доинформационную эпоху человек получал информацию из разных источников — книг, фильмов, путешествий, из взаимодействия и общения с другими людьми, т. е. опытным, а не виртуальным путем. Добытую информацию необходимо было осмыслить. Таким образом у человека вырабатывалась привычка к личному осознанию внешнего мира и набирался багаж из собственных переживаний. Индивидуальный опыт (чувственный и интеллектуальный) доставался с трудом и являлся основой индивидуальности.

В информационном обществе медиа, как и любые достижения технического прогресса, облегчают труд (в данном случае — именно интеллектуальный) и заменяют личную рефлексию на полуфабрикаты готовых интерпретаций. Поэтому мы говорим о сращивании медийного сознания с массовым. Массовое сознание отказывается от личного, индивидуального опыта в пользу тривиального, тиражируемого, массового. Массовое сознание ограничивается медиаресурсами и массовой литературой, оно воспринимает внешний мир не критически, не отделяет себя от внешнего мира, а внешнюю реальность — от реальности массмедиа. Массмедийный человек — человек, живущий опытом, почерпнутым из массмедиа. Но медиа ли виноваты в этом?

Элитарное сознание не признает полуфабрикатов и готовых медийных рецептов. Для элитарного сознания медиа — еще один рудник, наряду с классической или народной культурой, из которого, с помощью интенсивных интеллектуальных усилий, можно добыть знания, чтобы понять себя и внешний мир. Элитарное сознание соприкасается и пересекается с медийным, но, в отличие от массового, не сливается с ним.

По мнению Э. Фромма, «только в том случае, если я в состоянии отличить внешний мир от самого себя, если внешний мир становится *объектом*, я могу охватить его мыслью и, превратив его в собственный мир, вновь слиться с ним. Пока ребенок не осознает мир как объект, он не может охватить его мыслью и восстановить единство с ним. Человек вынужден отчуждаться, чтобы за-

тем преодолеть этот раскол в деятельности разума» [Фромм 2011: 80].

Рефлексия элитарного сознания позволяет отделить не только себя от внешнего мира, но и внешний мир — от медиамира и поставить перед собой критические вопросы.

Доминирование в современном обществе медийного сознания — упрек человеку, а не медиа; адресату, а не системе. Не случайно один из вопросов, поставленных Н. Луманом, звучит так: что представляет собой общество, которое именно так описывает себя и свой мир? [Луман 2012: 29].

Массмедийный человек — это массовый (массовидный в терминах А. Грамши) человек информационного общества, чье воспитание и образование не выходит за рамки информации, поставляемой медиа; это человек, сформированный медиа, рассматривающий медийные когниции как собственные знания.

Элитарная личность — такая же мишень для медиа, как и массовый человек. Но эту мишень трудно поразить. Медийные когниции для элиты лишь фоновые знания. Хотя современная интеллектуальная элита живет в информационном обществе, а не в башне из слоновой кости, и погружена в информационный процесс, она не абсолютизирует медиа, не демонизирует и не упрекает их.

Элита использует медиа, как ранее использовала книгу, перо и бумагу. Интернет, как и скоростные магистрали, всего лишь убыстряет поиск информации, оставляя больше времени на глубину осмысления мира.

Таким образом, элитарное сознание не сводится к медийному сознанию, а намного шире его. И хотя элитарное сознание — незначительная часть социального сознания, именно оно определяет духовное развитие общества и не позволяет идеалы подменять потребностями.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Вольтер*. Философские повести. — М., 1953.
2. *Клушина*. Стилистика публицистического текста. — М., 2008.
3. *Луман Н.* Реальность массмедиа / пер. с нем. А. Ю. Антоновского. — М., 2012.
4. *Макклоэн Г.* Понимание медиа: внешние расширения человека. — М., 2011.
5. *Суворов Н. Н.* Элитарное и массовое сознание в художественной культуре постмодернизма : дис. ... д-ра филос. наук : 24.00.01. — СПб., 2005.
6. *Фромм Э.* По ту сторону порабощающих нас иллюзий. Как я столкнулся с Марксом и Фрейдом. — М., 2011.
7. *Чичибабин Б. А.* Мои шестидесятые : стихотворения. — Киев, 1990.

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

Т. И. Краснова Т. I. Krasnova

Санкт-Петербург, Россия St. Petersburg, Russia

**АНАЛИЗ ПОЛИТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА:
ПОДХОДЫ И КАТЕГОРИИ**

**ANALYSIS OF POLITICAL DISCOURSE:
APPROACHES AND CATEGORIES**

Аннотация. В рамках когнитивистики и культурологии рассматриваются основные категории политического дискурса (текст, идеологический субъект, институциональные рамки, оппозиционность и др.) и подходы к их изучению. Обсуждаемые категории иллюстрируются примерами из текстов современного медиадискурса и эмигрантской русскоязычной прессы XX в.

Abstract. Basic categories of political discourse (text, ideological subject, institutional frames, opposition etc.) and approaches to their study are described within the frameworks of cognitive linguistics and culture study. These categories are illustrated by the examples from the texts of contemporary media discourse and emigrant press of the XXth century in Russian.

Ключевые слова: политический дискурс; когнитивистика; идеологический субъект; преконструкт; оппозиционность; когнитивная модальность; когнитивно-семантический дискурс-анализ; медиадискурс.

Key words: political discourse; cognitive linguistics; ideological subject; pre-construct; opposition; cognitive modality; cognitive-semantic discourse analysis, media discourse.

Сведения об авторе: Краснова Татьяна Ивановна, доцент кафедры речевой коммуникации, Институт «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций».

About the author: Krasnova Tatiana Ivanovna, Associate Professor of the Chair of Verbal Communication, Institute "Higher School of Journalism and Mass Communication".

Место работы: Санкт-Петербургский государственный университет.

Place of employment: St. Petersburg State University.

Контактная информация: 197348, г. Санкт-Петербург, п/я 29.
e-mail: taikrasnova@yandex.ru.

Изучение конкретно-исторического дискурса предполагает анализ речевых множеств (текстов) с выявлением дискурсной формации, реконструкцию идеологической основы дискурса и возможность интерпретировать его языковую составляющую как социально-специфическую. В данной статье освещаются общие вопросы когнитивно-семантического направления дискурс-анализа с использованием понятных читателю современных и исторических медиатекстов.

Политический дискурс следует рассматривать как особый объект лингвистических исследований в парадигме когнитивистики и культурологии. Он отличается от традиционных объектов лингвистики языка и речи социально-деятельностной ориентацией и ментальной обусловленностью самого процесса идеологического означивания в структурах «политических дискурсий социума», очевидной и неочевидной вербально-семантической составляющей речи (наряду с образной или предметно-символической), своей категориальной спецификой [Методология исследований политического дискурса].

Мы, в первую очередь, уделим внимание интегративному подходу к пониманию такого сложного взаимодействия, каким является обычное для дискурс-анализа соотношение «текст — дискурс — действительность».

● **Соотношение «текст ↔ дискурс ↔ действительность».** Дискурс рассматривают как «экстравертивную фигуру» коммуникации [Прохоров 2004: 33], которая отображает одну из конфигураций действительности и *существует в текстах* в соответствии с этой конфигурацией как *социально обусловленное концептуальное представление* о действительности через речь. Основной единицей изучения при анализе дискурса является текст (высказывание). Во-первых, *текст* в широком смысле — *основная единица коммуникации* (по Г. Вайнриху — первичный способ существования языка). Во-вторых, *текст* — единица, обладающая референцией [Барт 1978; Бенвенист 1974; Красных 1998; Прохоров 2004 и др.], и в этом своем качестве он *способствует образованию конвенциональных форм отображения типичных референт-ситуаций в дискурсе* (включает фреймы, сценарии, схемы и т. п.). В-третьих, как явление действительности *текст* многофункционален по своему социальному назначению и содержит *регулятивные средства и структуры, связанные с его функциональными особенностями* [Болотнова 2008]. В этом смысле «анализ дискурса стремится превращаться в подлинную дисциплину текстового анализа» [Серио 1999: 17]. Однако рассматривать взаимосвязь текста и дискурса можно только

«сверху», с точки зрения охватывающего их уровня обобщения; а выше — *действительность* и реальная коммуникация в ней. Текст и дискурс «появляются от них» как участники ответного состояния взаимодействия, интерференции (наложения). Утверждается примат «фигуры Действительности», и это не «вообще действительность» (или «вся действительность»), а некоторый ее фрагмент определенной конфигурации [Прохоров 2004: 32, 34]. Скажем, в медиатекстах предвыборной кампании или во времена политико-экономического кризиса «конфигурация» действительности имеет обостренный характер.

• **Спецификативные категории идеологического дискурса.** Дискурс обладает внутренней спецификой. Он содержит идеологически связывающую его «концептуальную нить» и качественно-количественные показатели своей протяженности в текстах, включая так называемые «диагональные высказывания». Такие высказывания могут свидетельствовать о внутренней диалогичности дискурса, об однородности или неустойчивости его идеологического содержания. **Диагональные высказывания** — это повторяющиеся «важные высказывания, устные и письменные, относящиеся к определенной области знания в определенную эпоху с точки зрения идеологии и образа мысли» [Лейчик 2009: 64]. Решающую роль в газетном дискурсе играет пропагандистская информация. *Активированная идеология*, или пропаганда, *понимается в духе господствующих в дискурсе идеологем*.

Для обозначения условного «субъекта идеологии» используется наименование **идеологический субъект** (например, идеологический субъект газеты). Он отождествляется с *позицией исполнителя, проводника данной идеологии* (журналист, редактор). В текстах идеологический субъект не отождествляется с личностным началом. Под идеологическим субъектом понимается абстрактный субъект, или *тот условный субъект, кому может принадлежать данный дискурс*. Субъект «кристаллизуется» в дискурсе и существует в коммуникативном пространстве «по диагонали», т. е. во множестве текстов-высказываний. Согласно М. Фуко, он «остаётся единым и вместе с тем открытым повторениям, трансформациям, реактивациям» [Фуко 1996: 14]. В дискурсе наблюдаются **идеологические позиции**, которые *характеризуют не отдельных индивидов, а целые политические формации*, вступившие или вступающие в отношения антагонизма. Каждая из таких формаций представляет собой совокупность позиций и

репрезентаций, которые являются более или менее спецификативными. Их специфика в характере **«преконструкта»**, который содержит по-своему интерпретируемый в политике концепт «борьба» и определяет ограничительную рамку развертывания смыслов дискурса. Эта рамка включает первичные формулы — источники конфликта, своего рода «заготовку» для дискурсной формации. Механизм конструирования такой формации и в целом дискурсного пространства обозначил Ж.-Ж. Куртин: «С помощью цитирования, повторного цитирования и образования прекоконструкта объекты дискурса, которыми овладевает высказывание, приписывая их субъекту акта высказывания, обретают референтную стабильность в области памяти, создаваемой пространством рекуррентных формул» [Куртин 1999: 99]. Вертикальность (сфера памяти) говорения проявляется в виде прекоконструктов «уже сказанного», и это сказанное служит целям *идеологического принуждения*. Яркий пример из эмигрантской печати: «„Красный террор, — заявил Зиновьев, — сильное средство, но ослабления „нажима“ **не может быть**. <...> Теперь выясняется окончательно, что **только партия коммунистов может свободно существовать. Других партий мы не можем терпеть**“ (аплодисменты)» (Общее дело. Париж. 1919. 2 апр.).

Принципиально важно, что французская школа дискурс-анализа, положения которой мы поддерживаем, пришла к следующему выводу: на уровне дискурса субъект не находится в центре анализа, т. е. не рассматривается как источник производимого смысла и не считается ответственным за него, хотя и мыслится как составная часть процесса производства смысла. Черты субъекта, которые его определяют, вписаны непосредственно в сам дискурс. **Дискурс — это специфическая область сознательного и бессознательного, превращающая субъекта в подданного**. М. Пешё описывает прекоконструкт как след в самом дискурсе предшествующих дискурсов (или интердискурсов), поставивших «сырьё» для дискурсной формации, с которым для субъекта связан эффект очевидности. В статусе прекоконструкта интердискурс детерминирует субъекта, «навязывая и одновременно скрывая его подчинение под видимостью независимости» [Квадратура смысла 1999: 46].

Институциональные рамки ограничивают деятельность субъектов высказываний. При этом идеологическим «институтом» производства запретов выступает «любой организм», который накладывает ограничения на действие высказывательной функции» [Се-

рио 1999: 29]. Ограничения касаются содержания и модальности того, что *можно* и *должно* говорить (в духе политической или экономической выгоды). Как известно, политический дискурс существует в двух основных разновидностях: *критико-полемической*, направленной против положений, установленных властью (в широком смысле) и *апологетической*, направленной на утверждение таких положений. Эффективными ограничителями свободы действий или свободы суждений оппонента властью могут быть мотивации властной позиции в выгодных для нее условиях публичного общения. Например, в режиме «власть и народ (прямая телевизионная линия)» используются эмотивно насыщенные формы отрицания с указанием обстоятельств, ограничивающих перспективу критики. Из корреспонденции А. Колесникова:

«Тут последовал вопрос Павла Захарченко из Белгорода, жаждавшего крови, **то есть скорейшей отставки правительства**. Безусловно, президент готовился к ответу на этот вопрос.

Выяснилось, что *„правительство не работает еще и года“*.

— *Года не прошло!..* — еще раз воскликнул Владимир Путин. — *Люди года не проработали!* Конечно, претензий наверняка и за это время накопилось немало, **но** нужно дать людям реализовать себя или понять, что кто-то не в состоянии этого делать, **но за год это невозможно**» (Коммерсант. 2013. 26 апр.).

Ограничения на критико-полемический дискурс накладываются в условиях такой общественной интеракции, как «прямая линия с В. Путиным». Не важно, звучат ли мотивации в прямой речи президента или передаются корреспондентом с креном к юмористической интерпретации события: концепт *оппозитивности* сохраняется.

«После этого Владимир Путин **в очередной раз защитил** Анатолия Чубайса, **на которого в очередной раз напали**»:

— Заявить, что Чубайс преступник, — **не по-честному, неправильно, и мы так делать не будем**.

И еще одного **обиженного человека защитил** на прямой линии Владимир Путин — Алексея Миллера. **Обижает его журналист Михаил Леонтьев, инкриминируя ему невнимательное отношение к сланцевому газу... Президент предъявил сланцевому газу очень серьезные претензии**».

Оппозитивность, идеологическое противоположение — структурный показатель дискурсного процесса в политике. Возможна некая концепция «точки зарождения» акта

высказывания. Эта точка понимается не как субъективная форма, а как **позиция**, в которой на уровне дискурса субъекты высказывания могут быть *взаимозаменяемы*. В любом случае в дискурсе ощущается наличие ядра с устойчивым смыслом.

Функционирование дискурса по отношению к самому себе, т. е. совокупность явлений «коррелации», дает дискурсу то, что можно назвать «нитью дискурса», и, как правило, называют «интрадискурсом». **Интрадискурс** представляет *концептуальное* начало дискурсной цепи. В вышеприведенных примерах интрадискурс лица власти вплетен в дискурсивную ткань газетной корреспонденции. В интрадискурс власти входит негласной составляющей дискурс знания, а на его основе — групповой дискурс мнения. Идеология, являясь интерпретацией смысла в определенном направлении, порождает избыток концептуальной информации, которая дает эффект очевидности. Одним из результатов такой избыточности является широкая представленность концептуализированных фреймов в медиадискурсе.

Главным является строевой **фрейм «Борьба**, политическое противостояние». Общим для всех видов политического дискурса является **оппозитивный способ ментальной и вербальной репрезентации данного положения** (в примерах оппозитивность обозначена графически). «Борьбу» можно понимать как своего рода состязательную деятельность, в которой онтологически заложены отношения концептуальной противоположности. Любая борьба предполагает наличие не просто участников, а *соперников* (противников, врагов), тех или иных *инструментов* борьбы (вооруженное вмешательство, терроризм; радикальный вид идеологии). Предполагается и потенциальная роль *наблюдателя* событий с идеологией невмешательства.

На всех этапах развертывания дискурса с фреймом «Борьба» направление означивания задает *политико-идеологическая оценка*. Поддержка именно таких стратегий информирования в медиатекстах оказывается основанием для группировки изданий по идеологическим видам дискурса. При этом **языковые формы** рассматриваются как *средство реализации культурно обусловленных значений, отражающих разделяемые членами общества оценки и ценностные ориентации*, иными словами, **являются семантическими формами, отражающими групповые интересы в социокультурном контексте**. Вопрос о характере и видах *контекста* — один из главных при анализе дискурса.

• **Целостный контекстологический подход и полевая модель дискурса.** Главным для проведения исследований стал вопрос о возможности полноценного анализа дискурса с учетом многих факторов — ряда внешних и неоднозначного человеческого. Операциональное понятие контекста позволяет искусственно выделить разные ипостаси мира дискурса, временно забывая об их синтезе в человеческом сознании. Связанные с контекстом понятия центра и периферии, «прототипический» подход к изучаемому объекту в филологии хорошо известны. Целый ряд наук (литературоведение, лингвистическая прагматика, социолингвистика, функциональная грамматика) традиционно применяют их. Но именно *когнитивная лингвистика*, по мнению ее бельгийского представителя Д. Герартса, «реабилитировала» понятие контекста, и «именно она занимает наиболее радикальную позицию по этому вопросу» [Скребцова 2009: 154]. В монографии «Другой голос» [Краснова 2011] мы попытались показать эволюцию отечественной социальной лингвистики, вынужденной в политико-идеологизированном контексте считаться с диктатом власти в советской России. В 80-х гг., когда произошла «реабилитация» властью конкретных социолингвистических исследований, обозначилась и «смена научной парадигмы». В разделе монографии «Новое направление лингвосоциальных исследований (эпистемологический перелом)» говорится о когнитивной революции, которая была одним из проявлений общей тенденции к интерпретативному подходу в различных дисциплинах. С этим же связано появление вопроса о дискурсе.

Большинство ученых, за некоторым исключением (обзор см. в следующей работе: [Прохоров 2004]), сопрягают понятие «дискурс» с миром *внешней* действительности, с экстралингвистическими факторами коммуникации, а также с отражением в речи субъект-объектной интерпретации мира вещей. С иных позиций рассматривают «дискурс» ученые, считающие это понятие связанным от *внутренней* динамики субъективности, от психической сферы человеческой активности. Коротко остановимся на двух работах известных французских семиологов. Противоположные по подходам, эти работы дополняют друг друга в рамках целостного анализа дискурса.

Внешний (внесубъектный) контекст исторического дискурса (М. Фуко). В «Археологии знания» автор утверждает приоритет поиска внешнего поля регулярностей: «Дискурс — это внешнее пространство, в котором размещается сеть различных мест». «Дис-

курс ... понимается не как разворачивающаяся грандиозная манифестация субъекта, который мыслит, познает и говорит об этом, а как совокупность, в которой могут определяться рассеивания субъекта и вместе с тем его прерывности». Впрочем, «извлечение» субъекта — исследовательский прием. Фуко поясняет: «...я всего лишь отменяю любое внутреннее в этом беспредельном „вне“» [Фуко 1996: 206].

Условия, при которых появляется объект дискурса, — это исторические условия. Они, согласно М. Фуко, «определяют не внутреннюю конституцию объекта, а только то, что позволяет ему появляться из переплетений других объектов и располагаться относительно их <...> — все это полагает дискурс в поле внешнего». Фуко говорит об отношениях зависимости на первичном уровне — они формируют объект дискурса, и об отношениях зависимости на вторичном уровне — дискурсивном. Ср.: «Хотя объекты формируются независимо от дискурса, они определяют пучки связей, которым дискурс должен следовать» [Там же].

ВНУТРИСУБЪЕКТНЫЙ КОНТЕКСТ СЕМИОТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА (А.-Ж. ГРЕЙМАС, Ж. ФОНТАНИЙ). У авторов «Семиотики страстей» внутренний контекст, *дискурс* — имманентные структуры, предназначенные для выражения условий и предпосылок манифестации смысла. Устанавливается зависимость дискурса от присущей субъекту динамики страстей. В центре внимания — восприятие и чувствование. Акцент на чувствование стал тем, что называется авторами «феноменом выражения»: присутствие возникает «раньше» особенности; «чувствование объекта возникает в дискурсе раньше, нежели дискурсивный объект» [Греймас, Фонтаний 2007: 17]. Постулируется важнейшая категория тенсивности (внутренней напряженности). Как известно, с напряженностью связано понятие агрессивности [Речевая агрессия 1997]. Согласно «Семиотике страстей», отношения между познающим субъектом (как оператором) и элементарными внутренними структурами (как представлением познаваемого мира) строятся в результате трансформации мира. Действие субъекта моделируется в эпистемическом сознании как «абстрактная операция». Требуется вообразить условия осуществления этого внутреннего действия как некую *модальную компетенцию* нарративного субъекта, делающую возможной данное осуществление (трансформацию). Ставится вопрос о «способе существования» модальной компетенции. При этом «помимо модальной компетенции за охваченным страстью субъектом следует

признать также и компетенцию *семантическую* [Греймас, Фонтаний 2007: 322].

Мы связываем способ существования сознания нарративного субъекта в дискурсе с *идеологической модализацией*, которая изнутри является источником всех операций. Она рассматривается как предварительное условие (контекст) и как потенция действия. Для нас важно, что компетенция существует прежде всего как состояние, в котором находится субъект. Это внутреннее состояние является формой его «бытия», формой актуализированной и предшествующей реализации. Теоретическое разделение мира внешнего и мира внутреннего должно преодолеваться рассмотрением их живой связи. Это возможно с учетом процесса модализации. «Строго говоря, — отмечал И. М. Сеченов, — внешние условия не следовало бы отделять от умственных и нравственных данных личности, потому что они действуют не иначе, как через посредство последних» [Сеченов 1947: 311]. Очевидно, в исследовании имеет смысл «двигаться» при изучении модализованных дискурсивных объектов с двух сторон: 1) со стороны «исторического» контекста (мира «вещей», включая мир идей) и 2) со стороны внутрисубъектного контекста (референтов «дискурса страстей», показателей *одобрения, осуждения, ревности, мести* и пр.).

Ниже обозначим основные факторы, определившие оппозитивность коммуникации в российском дискурсе со стороны внешнего поля и внутреннего поля его референтных зависимостей. Наименование «поле» используется как аналог «контекста», но такой аналог, который позволяет говорить о контексте не с точки зрения определенного направления, трактовки, а в расширенном понимании. Отметим три внешних фактора оппозитивного характера коммуникации в дискурсе: историко-социальный, социально-политический и культурный. В содержании коммуникативных конфликтов основным является расхождение между идеальными и реальными составляющими общественного сознания, конфликт между целью и средством ее достижения и проч. Однако следует учитывать и психологическую сторону этих составляющих: чувство неудовлетворенности (сострадания, обвинения, мести), осознание невозможности реализовать свои замыслы, конфликт в системе общественных ценностей, моральных норм и настроений. Огромную роль в дискурсе играет выражение модальности, процесс идеологической модализации продуцируемых текстов.

Внутреннее поле зависимости: оппозитивная модализация сознания. Зарубежная

философия языка явно психологизировалась с появлением работы Дж. Р. Серля «Интенциональность» (1983). Интенциональные состояния (с которыми связана модализация) стали «инструментом соотношения субъекта с внешним миром», так как представляют собой «фундаментальное и целостное свойство сознания» [Серль 1987: 123], более фундаментальное, чем язык. В то же время у Серля язык «выводим из интенциональности» [Там же: 101].

В отечественной психолингвистике трудно переоценить вклад в понимание скрытой стороны речи Л. С. Выготского. Именно благодаря его работе «Мышление и речь» естественным становится представление, что «интровертивная» сторона коммуникации (течение и направление мысли) зависит от состояния в мотивирующей сфере сознания. Модализацию можно соотнести с речевым переживанием, которое является внутренней стороной потока речи или внутренней речью. «Внутренняя речь есть вовсе не речь, а мыслительная и аффективно-волевая деятельность», и она включает в себя мотивы речи [Выготский 2005: 303]. Идеологическая модализация пронизывает смысл слова, если высказывание находится в структуре «дискурса страстей». Л. С. Выготский отмечает: смыслы как бы вливаются друг в друга (вливают друг на друга), так что предшествующие как бы содержатся в последующем и его *модифицируют*: «Сама мысль рождается не из другой мысли, а из мотивирующей сферы нашего сознания, которая охватывает наше влечение и потребности, наши интересы и побуждения, наши аффекты и эмоции. За мыслью стоит аффективная и волевая тенденция» [Там же: 343]. Добавим, что *мыслительная деятельность* конструктивна, связана с идейным построением — жизненным, смутным или сложившимся общественным. Так или иначе она содержит идеологические концепты исходного конструкта и подразумевает реакции сознания на происходящее в виде модальных действий *приемлю (согласаюсь) / не приемлю (сомневаюсь)*.

Аффективно-волевое неприятие (несогласие) и есть подоплека оппозитивного дискурса. Мотивы одобрения или неодобрения, открыто или неосознанно для нас обусловленные преконструктом, порождают какую-либо мысль и причастны к оформлению этой мысли. Модализация влияет на характер высказывания. Как известно, в речи истинность и ложность характеризуют не событие, а утверждение о событии. Благодаря модализации и ее ментально-психологической подоплеке решаю-

щая пресуппозиция — «приемлю» или «не приемлю» — влияет на утверждение от лица говорящего. Им демонстрируется категорическая уверенность или сомнительность утверждаемого.

По мысли авторов «Семиотики страстей», коммуникация сначала существует *внутри конфигурации* диалогического. Передаваемые друг другу объекты-сообщения — это прежде всего *модальные объекты*. В частности, испытываемое субъектом чувство неприятия — это *внутренняя установка* на несогласие, или на отрицание определенных явлений, противоречащих убеждениям, ценностям и, наконец, потребностям субъекта. *Неоднозначность процесса модализации сознания* в том, что смысловую сферу человека рассматривают как арену противоборства между разными векторами (направленностями).

Таким образом, проблема изучения идеологической оценки и модализации дискурса связывается с широко понимаемой категорией модальности, модуса и аффективно-риторическим противодействием *другому* в дискурсе страстей. По нашим представлениям, формацию оппозитивного дискурса обеспечивают модусные концепты *приятие/неприятие*, детерминированные идеологическим преконструктом и вместе с ним составляющие *идеологическую пресуппозицию* дискурсных высказываний.

Модусные концепты «ПРИЯТИЕ»/«НЕПРИЯТИЕ» как дотекстовые составляющие идеологической пресуппозиции. Содержание сознания не случайно отождествляется с идеологией [Волошинов 1993]. Поначалу в сознании могут находиться расплывчатые и субъективные концепты аксиологического и модального планов. Переход от них к жестким программам человеческой деятельности осуществляется в акцентированном высказывании, в тексте (Н. Д. Арутюнова). Условно говоря, ментальная система оппозитивности основана на закономерностях, лежащих в основе соответствующего аспекта поведения и предопределяющих то, какая картина мира демонстрируется. Каковы эти закономерности?

1. Концепты модализации «приятие»/«неприятие», характеризующие *внутренний контекст* высказываний в дискурсе, уже **предполагают** конфликтное взаимодействие на фоне негативных эмоций.

2. **Следствием** становится *акцентированная* в речи позиция, нередко выступающая как аффектированное нарушение нормативного поведения.

3. В скрытом виде **актуализируется** роль *преконструкта*, а модализация на его осно-

ве влечет за собой *осмысление слов* в рамках действующей идеологии.

Рассмотрим один показательный пример из эмигрантской печати времен Гражданской войны в России. Речь пойдет о пробольшевистском дискурсе в газете «Голос Труженника» (Чикаго, 1919). Метаязык ее дискурса своеобразен, так как подразумевает в качестве преконструкта специфическую идеологию классовой борьбы. Информация, входящая в слово-концепт «большевизм» русской газеты в Америке, семантизируется в двух направлениях: в *предметно-тематическом* ('активная деятельность с позиций силы') и в *модальном* ('вызывающая одобрение деятельность').

«Течение большевизма идет все дальше к нашей великой радости... **Большевизм является народным восстанием против старого режима... Захватывая власть, большевики занимают места**, где раньше сидели *сатрапы старого режима*. Типичная **большевистская революция — это политическая революция — насильно... Можно ожидать**, что волны большевистских восстаний *захватят* всю Европу»...

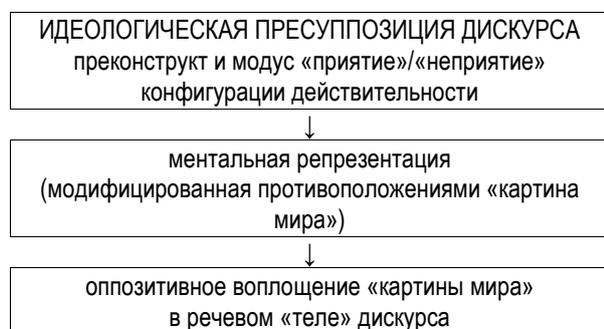
При содержащейся в тексте семантике *отрицания* (в наименованиях «старый режим», «сатрапы старого режима», «восстание против», «насильно», «захватят») идеологическая оценка *позитивная*. Более того, семантика одобрения в тексте усиливается *не только вопреки, но благодаря* тому, что присоединяет и преобразует конкретные смыслы негативно означенного. Смыслы трансформируются в сторону интерпретации 'устранение врага', 'успешно преодолеваемое препятствие'. **Процесс переосмысления осуществляется** путем движения по линиям верховных отношений **через высшую меру общности — покровы идеологического понятия** ('важный успех большевиков', 'успех политической борьбы'). Охватывающий высказывание смысл в модусе приятия не однолинеен. В тексте он складывается по крайней мере из двух линий пропагандистской модализации: *утверждения очевидности* происходящего; *уверенности* в том, что так и должно быть.

Идеологически ценностные аспекты означивания, связанные со сверхсмыслом языковых выражений, на первый взгляд могут показаться парадоксальными. Примером может служить оппозитивный смысл предыдущего текста в терминах общей оценки: **'Хорошо, что плохо** сатрапам старого режима'. Оценка распадается на две составляющие — *модусную* идеологическую и *диктумную* фактологическую: *мод* **Хорошо, что факт** **плохо сатрапам старого режима**.

Модусная оценка относится ко всему высказыванию, и ее определяют мотивированные идеологией концепты амбивалентного отношения: *неприятие* классового врага / *одобрение* борьбы с ним.

Так или иначе **знаки** (+/-) смысла и **степень** идеологической оппозитивности **связаны с когнитивным модусом и модальностью**. Мы придерживаемся того мнения, что широкое понимание модальности, включающее актуализирующую рамку, идеологическую оценку и другие кваликативные категории, оказывается наиболее плодотворным для изучения идеологической организации высказываний в дискурсе. По механизму речевого действия идеологическая оценка связана с глаголами, которые обозначают состояния духа и выводимые мыслительные операции: *я думаю, заключаю, что...* Такое предложение-«модус» возникает в ментальном поле дискурса **на основе ценностного преконструкта**, определяя способ репрезентации. Соответствует преконструкту **модальное** сопровождение и **утверждение приятия** или **неприятия** картины действительности.

На нижеприведенной схеме детерминирующие оппозитивность идеологические понятия *преконструкт* и *модус категорического приятия/неприятия* пропозиции включены в структуру порождения дискурса.



Стоит подчеркнуть, что слова и прочие языковые единицы возбуждают в памяти человека связанные с ними концепты, активизируют сложные сущности и поэтому способны имплицитно выразить ментальные состояния. Отличительной чертой морализованного пропагандистского дискурса является картина мира, детерминированная представлениями о добре и зле, пользе и вреде. Модальные отношения одобрения/неодобрения выражаются в высказываниях признаками, которые (в широком смысле) выступают признаками связи сообщаемого с идеологией говорящих. Однако в философской этике отмечается предельная степень относительности таких понятий морального сознания, как *добро* и *зло*. Зачас-

тую они не различаются по причине индивидуальных (и тем более классовых) предпочтений, «из-за динамики ситуации с ее переменчивым и необратимым смыслом, из-за определенных социокультурных условий, по причине полисемичности и многофункциональности самого феномена морали» [Новейший философский словарь 1999: 223]. В этом смысле характерно особое положение в эмигрантских газетах (ЭГ) *центрального объекта оценки* с наименованием «большевики», «большевизм». В ^{антиб}ЭГ в дескриптивной структуре высказываний имя приобретает смысл агенса противоправных действий, а в ^{проб}ЭГ — смысл агенса поощряемых классовой идеологией действий. В идеологическом контексте речи **оппозитивная оценка** (общая — *хорошо/плохо* и спецификативная — *преступление/благо*) **актуализируется** и входит в семантику слова «большевизм». Она же **отмечает** имплицитно или эксплицитно выраженную **модальность** высказываний **по диагонали**: *‘Хорошо, что существует большевизм в России и распространяется по всему миру’ // ‘Плохо, что существует большевизм в России, так как он угрожает всему цивилизованному миру’*.

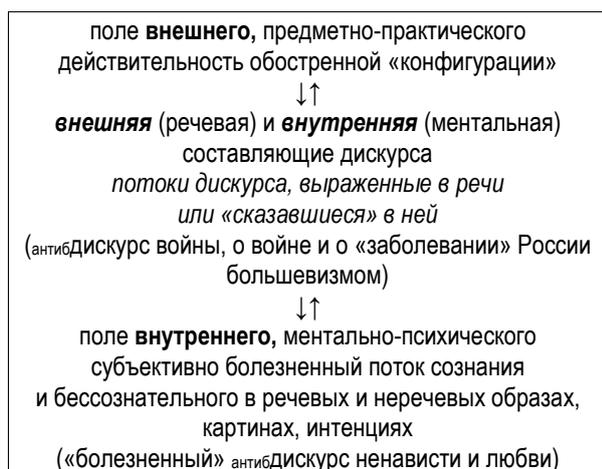
Таким образом, оппозитивность существует, во-первых, как *социопсихическая реакция* на происходящее, во-вторых, как *идеологически устремленная модализация*, которая как раз и вносит в речевое «тело» дискурса третье — соответствующую действительности (ее восприятию) *структуру когнитивно-семантического противоположения*. Нельзя не отметить и другое. Положительная и отрицательная оценки сообщаемого связываются с иными кваликативными видами модальностей — утверждающе-констатирующей, долженствовательной или гипотетической, выражающей надежду или угрозу и т. п. Тем самым в материале со структурой смысловой оппозитивности выражается не просто мысль, ее замещает **противоречие действительности**, выражается **проблема**. Ниже это будет проиллюстрировано схемой с пояснениями.

Полевая модель оппозитивного дискурса о России (1919 г.). Говоря о структуре дискурса, обычно в ней выделяют два компонента — экстралингвистический и лингвистический (текстовой). Мы считаем такую модель неполной. Есть еще третий, внутренний, ментально-психический компонент структуры. Он связан не столько с *экстралингвистической*, сколько с *интралингвистической* стороной высказывания — с дискурсивным переосмыслением слова в *языке*,

идентифицирующим менталитет определенной группы.

Дискурс — экстравертивная фигура коммуникации вследствие принадлежности к исторической действительности. Дискурс — это и есть действительность, только ментальная, хотя в том числе и предметно-практическая речевая. Описание дискурса возможно лишь в контексте, и не одном. Теоретически дискурс в реальном пространстве существования имеет внешнее поле и внутреннее поле зависимостей.

Условно внешнее поле зависимости дискурса образует сама предметная действительность (противоречивая реальность). Условно внутреннее поле зависимости дискурса образовано социопсихической реальностью и рамками групповой идеологии, в которую погружен дискурс и его концепты. Оба поля существуют в синтезе, характеризуются взаимопроникновением. Это иллюстрирует следующая схема, основанная на материале господствующей в эмигрантском дискурсе времен войны антибольшевистской разновидности.



Подведем итог вышеизложенному.

Вопреки преобладающему в научной литературе мнению, **дискурс далеко не только речь и даже совсем не речь**. Это возникающие под воздействием внешнего и внутреннего мира говорящих *текущие* образы, картины, мысли, интенции, т. е. **ментальные состояния**. Дискурс является *речью и пресуппозицией* к ней, «поступком и внутренним комментарием» к нему (В. Н. Волошинов). Дискурс может быть двойственным, например общим (для всех) и индивидуальным, в том числе бессознательным (Л. Альтюссер, М. Пешё). В текстах он может быть параллельно-множественным, например одновременно сообщением *о войне* и дискурсом *войны*, аффективным дискурсом *ненависти* и дискурсом *сострадания*. Характер-

но мнение П. Ф. Стросона: «...мы можем охотно допустить, что типы намерения, направленного на слушающего, могут быть очень разнообразными и что различные типы могут быть представлены одним и тем же высказыванием» [Стросон 1986: 150].

Дискурс — *непрерывный поток ментального*, в то время как высказывание лишь конфигуративный «остров» в этом потоке.

Первичные отношения в реальности, о которых говорил М. Фуко в связи с формацией дискурса, являются возбудителями «рефлексивных отношений» в ментальных механизмах дискурса. Изучение связей между «обстоятельствами» речи и собственно процессом ее порождения отвечает не только интересам когнитивной науки, но также социальным задачам журналистики с ее поисками причин тех или иных действий. Эта область должна быть представлена в теориях дискурса исследованием онтологического и психического контекстов как особого глубинного уровня текстов, делающего возможным их создание и понимание.

Исторические условия обычно формируют оппозитивный объект политического дискурса в системе первичных отношений. Изучение этих отношений — предмет интегративной науки в исследованиях социального дискурса. Оппозитивный дискурс понимается нами как идеологическая формация, которую невозможно рассматривать в отрыве от такого явления, как «мир дискурса», и его интерпретации. Целесообразно выделить три общих ориентира в интерпретации феномена **мира дискурса**.

- Мир дискурса — это *поле внешнего предметно-практического*, включающего материальную и идеальную стороны действительности. Поле внешнего как одна из социальных ипостасей дискурса подразумевает дотекстовый предметный мир, особую часть которого составляет *мир идеологии*.

- Мир дискурса — это *поле внутреннего ментально-психического*. Поле внутреннего подразумевает модализованное состояние сознания субъекта до и во время акта речи. В конечном итоге психическое переживание суть становящееся внешним внутреннее. Оно представляет собой такую ипостась дискурса, в которой «психика снимает себя, уничтожается, становясь идеологией» [Волошинов 1993: 254].

- Центр (ядро) политического дискурса составляет языковая картина мира, *трансформированная модализованным сознанием в речевую реальность с оппозитивной структурой*.

Под **оппозитивностью** понимается *идеологически мотивированная модализа-*

ция, пронизывающая деятельность субъекта сознания и проявляющаяся в виде отношения неприятия (недоумения), которое сформировалось в ходе интерпретации действительности с позиций противодействия (или умственного противоположения) на базе идеологического преконала. Во внутреннем контексте с его специфическими референтами мы имеем дело с определенным типом идеологической оценки, которая включается в общий когнитивно-семантический процесс модализации дискурса.

Идеологическая оценка с ограничивающим ее концептом «приятие» или «неприятие» распознается в дискурсе как *модальная рамка*, которая накладывается на дескриптивное содержание языковых выражений, но, строго говоря, определяется видом дискурса в целом, т. е. всем комплексом его элементов, включая идеологический преконал, общую модализацию, точку зрения, ситуативную пресуппозицию высказывания, стереотипы и шкалу оценок, которые существуют в социальных представлениях говорящих (или созданы усилиями групп).

Очевидно, что в мире дискурса (социальном, виртуальном, мифологическом) происходит столь значительное обращение и превращение смыслов языковых существей, что можно было бы говорить о новой реальности человеческого сознания в языке, во всяком случае о «переконалализации общественного сознания» (А. П. Чудинов). В частности, идеологическая модализация способствует процессу неоднократного переосмысления слова в дискурсе, она связана с ценностными источниками смысла и может меняться под диктатом предшествующей высказыванию идеологии (преконала). Исследования политического дискурса в разных научных школах в Западной Европе (британской, голландской, французской), в Беларуси, в России дают основания констатировать тот факт, что, наряду с лингвистикой языка и речи, доказала свое право на существование и лингвистика дискурса [Подр. см.: Методология исследований политического дискурса; Чудинов 2001; Краснова 2011].

ЛИТЕРАТУРА

1. Барт Р. Лингвистика текста // Новое в зарубежной лингвистике. — М. : Прогресс, 1978. Вып. 8. С. 442—449.
2. Бенвенист Э. Общая лингвистика / предисл. Ю. С. Степанова. — М. : Прогресс, 1974.
3. Болотнова Н. С. Коммуникативная стилистика текста : словарь-тезаурус. — Томск : Изд-во Томск. гос. пед. ун-та, 2008.

4. Волошинов В. Н. Марксизм и философия языка / В. Н. Волошинов [М. М. Бахтин]. — М. : Лабиринт, 1993.

5. Выготский Л. С. Мышление и речь. — М. : Лабиринт, 2005.

6. Греймас А.-Ж., Фонтань Ж. Семиотика страстей : от состояния вещей к состоянию души : пер. с фр. — М. : Изд-во ЛКИ, 2007.

7. Квадратура смысла : французская школа анализа дискурса : пер. с фр. и португ. / общ. ред. и вступ ст. П. Серю ; предисл. Ю. С. Степанова. — М. : Прогресс, 1999.

8. Краснова Т. И. Другой голос: анализ газетного дискурса русского зарубежья 1917—1920(22). — СПб. : Северная звезда, 2011.

9. Красных В. В. Виртуальная реальность или реальная виртуальность? (Человек. Сознание. Коммуникация). — М. : Диалог-МГУ, 1998.

10. Куртин Ж.-Ж. Шапка Клементиса (заметки о памяти и забвении в политическом дискурсе) // Квадратура смысла. — М. : Прогресс, 1999. С. 95—104.

11. Лейчик В. М. Стереотипность и творчество в дискурсе (рапсодия в стиле «дискурс») // Стереотипность и творчество в тексте : межвуз. сб. науч. тр. — Пермь, 2009. Вып. 13. С. 64—73.

12. Методология исследований политического дискурса. Актуальные проблемы содержательного анализа общественно-политических текстов. Вып. 1 / под общ. ред. проф. И. Ф. Ухвановой-Шмыговой. — Минск, 1998.

13. Новейший философский словарь / сост. А. А. Грицанов. — Минск : Изд-во В. М. Скакун, 1999.

14. Прохоров Ю. Е. Действительность. Текст. Дискурс. — М. : Флинта : Наука, 2004.

15. Речевая агрессия и гуманизация общения в средствах массовой информации. — Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 1997.

16. Серю П. Как читают тексты во Франции // Квадратура смысла. — М. : Прогресс, 1999. С. 12—53.

17. Серль Дж. Природа интенциональных состояний // Философия, логика, язык / под ред. Д. П. Горского и В. В. Петрова. — М. : Прогресс, 1987. С. 96—126.

18. Сеченов И. М. Избранные философские и психологические произведения. — М. : Госполитиздат, 1947.

19. Скребцова Т. Г. Конференция «История когнитивной лингвистики» // Вопросы языкознания. 2009. № 6. С. 153—155.

20. Стросон П. Ф. Намерение и конвенция в речевых актах // Новое в зарубежной лингвистике. — М. : Прогресс, 1986. Вып. 17 : Теория речевых актов. С. 130—150.

21. Фуко М. Археология знания : пер. с фр. / общ. ред. Б. Левченко. — Киев : Ника-Центр, 1996.

22. Чудинов А. П. Россия в метафорическом зеркале: когнитивные исследования политической метафоры (1991—2000) / Урал. госуд. пед. ун-т. — Екатеринбург, 2001.

Статью рекомендует к публикации д-р филол. наук, проф. И. П. Лысакова

В. А. Лукин V. A. Lukin
Орел, Россия Oryol, Russia**СЕМИОТИКА ДЕНЕГ:
ДЕНЬГОЦЕНТРИЧНОСТЬ ЧЕЛОВЕКА
И АНТРОПОЦЕНТРИЧНОСТЬ ДЕНЕГ**

Аннотация. Описывается прагматика и семантика денежных знаков и их естественно-языковых номинаций. Обосновывается ошибочность утверждений о дематериализации и нереперентности современных денег. Авторефлексивность социального института денег позволяет сделать вывод об обратной пропорциональной зависимости между антропоцентричностью денег и деньгоцентричностью человека.

Ключевые слова: семиотика денег; синтактика и прагматика денег; семантика терминов и слов; рефлексивность финансовых процессов.

Сведения об авторе: Лукин Владимир Алексеевич, доктор филологических наук, доцент, профессор кафедры русского языка.

Место работы: Орловский государственный университет.

Контактная информация: 302001, г. Орел, ул. Комсомольская, д. 41, корп. 3, к. 317.
e-mail: lucerby@yandex.ru.

**SEMIOTICS OF MONEY:
MONEYCENTRICITY OF MAN
AND ANTHROPOCENTRICITY OF MONEY**

Abstract. The paper deals with pragmatics and semantics of currency notes and their natural language nominative correlates. Evidence is given against the erroneous idea of the dematerialized and non-referential character of modern money. Autoreflexivity of money as a social institution leads to the conclusion about the inverse proportion correlation between the anthropocentricity of money and moneycentricity of man.

Key words: semiotics of money; syntactics and pragmatics of money; semantics of words and terms; reflexivity of financial processes.

About the author: Lukin Vladimir Alekseevich, Doctor of Philology, Associate Professor, Professor of the Chair of the Russian Language.

Place of employment: Oryol State University.

Деньги — капитал, финансовые потоки, денежная коммуникация — пронизывают всю систему современного общества. Они взаимодействуют, влияют и подвергаются влиянию со стороны неопределенного большого множества социокультурных кодов, но всегда остаются самими собой. Деньги по своей природе и сути — экономический феномен. Однако как знаки они по праву являются предметом семиотики денег, как социальный институт — предметом социологии денег и институциональной теории денег, как фактор, существенным образом формирующий и деформирующий поведение людей, — психологии денег, как явление, которое многие века определяет и даже предопределяет самоосознание человека, — философии денег. Возможна ли лингвистика денег?

С одной стороны, язык и естественно-языковая коммуникация играют решающую роль в возникновении и становлении современного общества и всех его институтов, включая деньги: «Следует не анализировать институты, предполагая язык заданным, — говорит Дж. Серль, имея в виду, в частности, деньги, — а исследовать роль языка в учреждении институтов» [Серль 2007: 6—7]. С другой стороны, денежные знаки обладают суверенитетом. Было бы ошибкой думать, что лингвист, описывая семантику и прагматику естественно-языковых номина-

ций денег, высказывания или тексты о деньгах, описывает тем самым деньги: «...одна из частых причин неправильного понимания феномена денег — смешение понятий „денег“ и „символов денег“» [Поланы 2010б: 90].

Наша задача в том, чтобы определить место и роль лингвистического анализа в исследовании денег как знаков особого рода. В случае удачи мы сможем ответить на вопросы, которые интересны и значимы отнюдь не только для лингвистов:

– действительно ли деньги стран с наиболее развитыми экономическими системами не знаки, но лишь симуляция подлинных знаков, «симулякры» (Ж. Бодрийяр), не имеющие референта в реальном мире, а обозначающие только сами себя?

– насколько обоснована точка зрения о том, что по мере развития западной цивилизации деньги все более проявляют тенденцию к дематериализации, или, по словам С. Московичи [Московичи 1998], к кортикализации (от лат. *cortex* 'кора', в данном контексте — кора больших полушарий головного мозга), которая находит свое полное выражение в электронных деньгах?

– зависят ли деньги от того, что думают и говорят о них люди, или люди, что бы они ни думали и ни говорили, зависят от денег?

– если деньги — изобретение исключительно человеческого, которому люди отдают сил, мыслей и страстей едва ли меньше,

чем любви и ненависти, то значит ли это, что деньги антропоцентричны, как знаки, например знаковой системы языка, которую в последнее время все чаще призывают интерпретировать с позиций антропоцентризма?

Для ответа на эти и некоторые другие вопросы мы ограничимся анализом бумажных денег, их восприятия простыми людьми, идеей денег вообще и тем, как она отражается в семантике экономических терминов и общеупотребительной лексике.

ДЕНЬГИ: ЗНАК, КОД И ПРОИЗВЕДЕНИЕ

Дж. Серль [Серль 2007: 12—15] справедливо утверждает, что бумажные деньги (банкноты) создаются в результате перформативного речевого акта: некто (автор речевого акта — A), облеченный необходимыми полномочиями (монарх, министр, казначей банка), заявляет: *Эти бумажные изделия (X) считаются деньгами (Y) с момента этого заявления в этой стране (C)*. «Проще говоря, — как пишут в учебниках, — бумажные доллары принимаются в качестве денег просто потому, что правительство заявляет — это деньги» [Макконел, Брю 2001: 279]. Поэтому их называют *fiat money, fiat currency*: в рамках некоторого общественно-экономического уклада, конкретной страны, в конкретной политической и экономической ситуации (Σ) государство, монарх, банк (автор) создает деньги, подобно Господу, который сотворил свет силой своего слова, сказав: «Fiat lux!» (Да будет свет!). Вследствие этого определенного вида бумажные изделия начинают расцениваться как репрезентативы (P), который в силу заявления A , принимаемого всеми получателями (Π), приобретает интенционал (значение) — I — своего рода доверительное соглашение^[1], соотносящее репрезентативы (P) с меновой стоимостью (денотатом — D), впрочем, точнее было бы сказать, с определенной величиной меновой стоимости, т. е. с экстенционалом (Ξ).

Типологически важно, что при неизменном репрезентативе (P) экстенционал (Ξ) денежного знака постоянно изменяется (в обмен на сторублевую купюру (P) сегодня можно приобрести такое множество товаров и услуг (Ξ_1), которое меньше, чем соответствующее множество в прошлом году (Ξ_2); в центре Москвы на те же деньги (P) купишь меньше продуктов (Ξ_3), чем в Новогиреево (Ξ_4); исходя из теперешнего состояния финансово-экономической системы нашей страны, следует предположить, что в следующем году уже нельзя будет за сто рублей приобрести (Ξ_5) то, что можно сейчас (Ξ_1)...). На этом основании еще Г. Зиммель и М. Вебер считали отдельный экземпляр бумажных

денег переменной: в той мере, в какой меняются экономические и политические условия Σ (аргументы), а они меняются непрерывно, изменяется экстенционал денежного знака.

Зависимость от Σ — экономики, политики, культуры и даже от погоды (засуха или наводнения непосредственным образом влияют на курсы валют) — обуславливает возможность приобретения бумажными деньгами новых денотатов. Так, если денежный знак обозначает меновую стоимость, «а стоимость, с точки зрения капитала, есть мера социального контроля» [Веннерлинд 2010: 78], то чем больше денег, тем больше контроля и власти. Капитал поэтому «обозначает власть в отношениях между людьми», свободу, социальный статус.

В целом денежный код сам по себе прост и не является языком (как полагали В. Зеллигер, М. Маклюэн, С. Московичи, К. Полани и другие философы, экономисты и социологи). Код, состоящий из знаков-переменных, никак не может быть языком. Сложность и относительно высокая мера непредсказуемости финансово-экономической сферы обусловлены не денежным кодом как таковым, а разнородной массой обстоятельств (Σ), предопределяющих его состояние и возможности использования.

Ситуация использования денег сложнее денег. Это касается и коммуникативной ситуации. При ее описании целесообразно учитывать, во-первых, позицию автора (A), который создает бумажные деньги как своего рода произведение (Pr^1 ; далее будем называть его произведением автора и обозначать так: Pr^1_A). В результате перформативного речевого акта A вкладывает в бумажные деньги (Pr^1_A) семантику, не зависящую на момент их создания от прагматики и однозначно указывающую на основной денотат бумажных денег — меновую стоимость.

Далее, попадая к простому гражданину (получателю в коммуникативном смысле — Π), бумажные деньги — Pr^1_A — меняют свою семиотическую характеристику. Ведь с точки зрения получателя (Π) основной проблемой является знание о том, чего стоят (что означают и обозначают) данные банкноты не только здесь и сейчас, но и в обозримом будущем. Важна оказывается не абстракция меновой стоимости (денотат), а ее конкретная величина (экстенционал). Чтобы узнать о будущей величине меновой стоимости, нужно учитывать множество экономических, финансовых, политических обстоятельств, влияющих на деньги (Σ), — семантика оказывается в зависимости от прагматики. Не обладая таким знанием, простой получатель (Π) довольствуется мнением, надеждой, ве-

рой, замешанной на недоверии. Однако он в любом случае вынужден интерпретировать денежные знаки, рискуя ошибиться в оценке того, чего они конкретно стоят (экстенционала). Другими словами, получатель (Π) на основе Pr^1_A и доступного ему финансово-экономического контекста принужден (поскольку он не может не думать о завтрашнем дне) создавать интерпретацию (свое произведение — Pr^1) бумажных денег (будем далее его называть производением получателя — Pr^1_Π).

И, наконец, последнее. Начиная с протоденег (скот, шкуры, раковины) и кончая электронными деньгами происходит постоянный и всё более интенсивный процесс перекодирования денег. В связи с различными интегрирующими структурами (Σ) меняются авторы (A) денег, виды денег, меняется их материал-носитель (P) и способы задания (I) их экстенционала (Ξ), используются различные знаки и знаки знаков денег. Процесс перекодирования разворачивается как в диахронии, так и в синхронии. Трудно привести пример знаков, которые имели столь же большую глубину семиотического перекодирования, как деньги.

Главное в этом процессе то, что, циркулируя в виде слитков, монет, банкнот, ценных бумаг, карточек, сигарет, соли, водки и т. п., деньги остаются деньгами. Следовательно, существует инвариант перекодирования — деньги как идея, воплощаемая с неизбежными вариациями, усложнениями и упрощениями в различных материалах-носителях (P) в условиях различных типов обществ, экономических укладов, государств, культур (Σ); идеальный инвариант перекодирования денег далее будем называть системным производением денег и обозначать так: Pr^2 .

БУМАЖНЫЕ ДЕНЬГИ КАК Pr^1_A : МАТЕРИАЛИЗАЦИЯ ИДЕИ ДЕНЕГ

Автор (A) бумажных денег создает их как непосредственную материализацию Pr^2 -произведения. Всё многообразие бумажных денег — знаковые варианты Pr^2 -произведения как инварианта. Специфика вариантов в том, что каждый экземпляр бумажных денег является материальным производением (Pr^1_A) — знаком с чувственно воспринимаемым репрезентативом. Таким образом, конкретные бумажные деньги и есть Pr^1_A .

Деньги как Pr^1_A — материальное средство обмена, оплаты, накопления. Человек стремится к обладанию деньгами именно в этом их качестве — в качестве личной собственности.

Иллюзия дематериализации

Бумажные деньги представляют собой лишь одно из многих Pr^1_A — вариантов воплощения идеи денег как Pr^2 -произведения (инварианта). Хронологически эти реализации выстраиваются от протоденег до денег электронных, образуя знаковую последовательность глубины семиотического перекодирования денег.

Многочисленное перекодирование денег в виде монет, банкнот, ценных бумаг, талонов, жетонов, а в трудные времена — табака, соли, водки и т. п. может создать впечатление, что конкретное материальное воплощение денег не только не важно, но и не обязательно. Так считает С. Московичи, говоря о «кортикализации» современных денег, подлинное бытие которых — в сознании людей [Московичи 1998: 406].

В немалой степени идее дематериализации денег содействует мнение об электронных деньгах (вообще о деньгах, сохраняемых на разных электронных носителях) как о нематериальном феномене. Это мнение обусловлено тем, что на глубину семиотического перекодирования денег вообще накладывается многократное перекодирование последнего по времени их Pr^1_A в виде электронного сообщения в Интернете, точнее говоря, в Вебе (WWW). Кажется, будто между сообщением (репрезентативом) на дисплее, которое воспринимает получатель, и его денотатом, а также отправителем сообщения нет ничего, кроме «чистой мысли, или ... чего-то очень похожего на мысль» — одного лишь «электрического напряжения, мчащегося по Сети со скоростью света, в условиях, при которых можно действительно наблюдать светящиеся пиксели или передающиеся звуки, но нельзя потрогать или претендовать на „обладание“ в старом смысле этого слова.

Кто-нибудь может возразить, что информации все-таки нужно какое-то физическое проявление — такое, как магнитное существование на громадных жестких дисках удаленных серверов, однако эти ... (формы существования. — В. Л.) не имеют макроскопически дискретной или лично значимой форм» [Барлоу]. Очевидно, однако, что речь идет не более чем об антропоцентрической инерции восприятия, в соответствии с которой человек склонен считать несуществующим всё то, что не воспринимается его органами чувств [2]. В данном случае это не просто напряжение, «мчащееся по Сети со скоростью света», а множество искусственных кодов и языков, опосредующих сообщение «на входе» и «на выходе» и постоянно перекодирующих это сообщение.

Непосредственным носителем электронных денег как Pr^1_A оказывается не чувственно воспринимаемая материя, а искусственный код (язык). Но сообщения на таких кодах и языках не менее материальны, чем скот и золото. Для разработчиков цифровых систем и интернет-технологий, обслуживающих сферу финансов и экономики, этот тезис давно очевиден (см. о мифе дематериализации денег: [Böhle, Riehm 1998: 50]).

Кроме того, деньги как идея (Pr^2) возможны только в качестве абстракции от чувственно воспринимаемых денежных знаков. Сами же по себе идеи не пригодны для устойчивой и одинаково всеми опознаваемой фиксации меновой стоимости — она ведь тоже идея.

Иллюзия нереферентности

Говоря о наиболее развитых странах и называя их в целом экономикой постмодерна, Ж. Бодрийяр считает, что деньги таких экономик перестали обозначать меновую стоимость. Они существуют «сами по себе и для себя» [Бодрийяр 2000: 74], симулируя подлинные денежные знаки, являются, по его словам, симулякрами (термин изначально был введен Ч. С. Пирсом).

Бодрийяр прав постольку, поскольку всегда есть люди, которые думают об определенном роде бумажных изделиях, что они — деньги и, следовательно, обозначают меновую стоимость, хотя это не так. Но обозначать меновую стоимость можно либо непосредственно (современные бумажные деньги), либо косвенно (вторичные ценные бумаги, или деривативы). Возможно, что денежный знак (ценная бумага) с позиции получателя (P) имеет соответствующий денотат, но с позиции знающего наблюдателя (финансиста, биржевого игрока, специалиста по теории денег, банкира, руководителя рейтингового агентства и др.) видно, что отправитель (а это те же наблюдатели за вычетом специалиста по теории денег) подменяет объект обозначения, превращая деньги в плохие деньги^[3] или неденьги. Плохие деньги, оставаясь сами собой, всё равно обозначают меновую стоимость, но, как правило, косвенно (между ними и меновой стоимостью располагается некоторое число субституттов хороших денег). Симулякрами тогда следовало бы называть неденьги, которыми пользуются как деньгами.

Бодрийяр неправ хотя бы потому, что отправитель и наблюдатель не считают симулякры деньгами, это вообще не деньги. Однако доллар (симулякр, по Бодрийяру), возможно, и должен быть отнесен к плохим деньгам: он «менее денежен», чем 50 лет тому назад, однако за долларовой массой стоит всё же и реальная экономика, реаль-

ная власть, политическая и военная сила. Доллар, таким образом, остается референтным; он не симулирует деньги, он симулирует хорошие деньги, сам оставаясь деньгами (но плохими)^[4].

Большая глубина семиотического перекодирования денег позволяет «прятать» неденьги среди денег. Но чтобы симулировать, а эта тенденция несомненна, нужно иметь объект симуляции. Если бы деньги экономик США и Западной Европы вдруг стали симулякрами, это бы означало, что таких экономик нет.

БУМАЖНЫЕ ДЕНЬГИ КАК Pr^1_P :

«ПРЕДСТАВЛЕНИЕ И ПЕРЕЖИВАНИЕ» ДЕНЕГ

Деньги как Pr^1_P — это то, как человек интерпретирует деньги. Ядром подобной интерпретации должно быть то содержание, которое обусловлено деньгами как Pr^2 и Pr^1_A . В этом случае индивид ведет себя рационально, используя деньги по их прямому назначению. Современная (немарксистская) экономическая теория «основана на предположении о „рациональном эгоизме“. Люди принимают рациональные решения для достижения наибольшего удовлетворения или максимального осуществления своих целей» [Макконел, Брю 2001: 12].

Однако в силу того, что деньги представляют собой простой код, функционирующий только во взаимодействии с другими социокультурными кодами, ничто не мешает людям придавать денежным знакам окказиональную семантику — не обязательную с точки зрения рационального поведения и, возможно, противоречащую ему. Денежный знак в качестве переменной осмысливается как зависимый не только от экономических факторов. В рамках национальной культуры, господствующей религии, в связи с моральными и нравственными ценностями, в связи с их источником и целью деньги могут расцениваться как грязные, левые, церковные, детские, женские, трудовые, неправедные, карманные.

Социолог В. Зелизер полагает, что коль скоро деньги — «язык», то есть и «диалекты»: «Люди производят разные денежные средства для многих, а возможно, и для каждого типа социального взаимодействия — подобно тому, как в разных социальных контекстах они используют разные языки» [Зелизер 2002: 60]. Но если семантика денег зависит от их субъективной интерпретации и, по В. Зелизер, «не существует каких-то единых, универсальных, обобщенных денег», то почему в функциональном отношении все они обнаруживают единство, остаются деньгами? Только потому, что являются знаками стоимости. Это то, что делает

деньги деньгами, и никакая ситуативная (оказиональная) семантика не может ни противоречить этому, ни отменить этого. Будучи средством обращения, деньги не несут на себе ни следов обстоятельств обмена, ни формальных показателей каких бы то ни было социокультурных кодов: «Так как товар, превращаясь в деньги, исчезает как таковой, то на деньгах не остается следов того, как именно они попали в руки владельца и что именно в них превратилось. Деньги pop olet [не пахнут], каково бы ни было их происхождение» [Маркс 1960: 120].

Наиболее взвешенным представляется мнение, согласно которому деньги в $Pr^1_{\text{л}}$ индивида совмещают узуальную семантику, обусловленную Pr^2 и $Pr^1_{\text{А}}$ денег, с оказиональной. «Словом, деньги, в силу их особой природы, являются предметным проводником-бланкетом, годным для передачи весьма многочисленных психических переживаний» [Сорокин 2008: 151]. Это обеспечивает тем, что деньги «в силу их „пустоты“, в силу того, что они являются мерой всех вещей, ... могут выражать собой самые различные вещи, могут побуждать к самым различным поступкам, оставаясь тождественными самим себе...» [Там же: 151].

При этом $Pr^1_{\text{л}}$ принципиально отлично от Pr^2 и $Pr^1_{\text{А}}$. Если Pr^2 — идея денег, а $Pr^1_{\text{А}}$ — деньги как таковые, материальные денежные знаки, то $Pr^1_{\text{л}}$ — это результат субъективной интерпретации денежных знаков ($Pr^1_{\text{А}}$), либо соответствующий Pr^2 , либо частично соответствующий, либо вовсе не соответствующий. Последнее означает, что, хотя деньги представляют собой функционально обусловленную семиотику, нет никаких запретов, в том числе функциональных, использовать деньги так, как будто они принадлежат какому-то другому социокультурному коду. Нетипично, невыгодно, но возможно иррациональное $Pr^1_{\text{л}}$ денег, в результате которого деньги ($Pr^1_{\text{А}}$), например, сжигают, выбрасывают, совершают объективно не вынужденные и одновременно преднамеренные, спланированные действия с тем, чтобы избавиться от денег [Фернам, Аграйл 2006].

Однако очевидно, что и экономисты интерпретируют деньги неодинаково, существуют разные теории денег, а общепризнанного их определения нет. В таком случае возникает вопрос: чем с семиотической точки зрения отличаются $Pr^1_{\text{л}}$ простых людей от $Pr^1_{\text{л}}$ экономистов?

Отличие в том, что специалист по теории денег, как и всякий человек науки, стремится за внешним разнообразием феноменов увидеть объединяющую их идею. Это значит,

что он преследует цель отразить в своем $Pr^1_{\text{л}}$ сущность различных видов денег — то, что их объединяет при всем различии экономики, форм выражения и специфики циркуляции. Иначе говоря, цель в том, чтобы найти инвариант перекодирования денег Pr^2 , исходя из множества вариантов их семиотического перекодирования.

При таком подходе каждое новое $Pr^1_{\text{л}}$ подвергается проверке, критике, фальсификации или верификации. Чем более значимым представляется научному сообществу то или иное $Pr^1_{\text{л}}$, тем активнее происходят все эти процессы; форма их реализации — тексты статей, рецензий, обзоров, монографий, устных выступлений на конференциях, обсуждений на семинарах и т. п. Наиболее конструктивные и ценные из $Pr^1_{\text{л}}$ оказываются множеством раз по-разному выраженными во множестве текстов, т. е. они оказываются инвариантами относительно множества вариативных форм их выражения. Так, например, очевидно, что периодический рядов Менделеева, закон гомологических рядов Вавилова, принцип равновесия Нэша, парадокс Рассела инвариантны относительно форм их выражения в учебных, научно-популярных и научных текстах, следовательно, они являются Pr^2 -произведениями. Всякая наука с этой позиции есть системно упорядоченное множество произведений Pr^2 , отображаемое во множестве текстов [Лукин 2007]. Тогда теория денег имеет статус Pr^2 -метасистемы, объектом которой является Pr^2 -система денег.

В этом принципиальное отличие $Pr^1_{\text{л}}$ профессионалов от $Pr^1_{\text{л}}$ простых людей. Поскольку деньгами ($Pr^1_{\text{А}}$) пользуются все, у любого члена общества складывается осознанное или неосознанное представление о деньгах «вообще». Совсем не обязательно оно у каждого свое. Так, в границах национальной культуры формируется обобщенное представление о деньгах, не лишённое противоречий, но обладающее известной целостностью. Однако оно не складывается в Pr^2 -систему: различные $Pr^1_{\text{л}}$ не вступают в отношения, которые приводили бы к формированию Pr^2 -инвариантов. Очевидно, что изучение национальных стереотипов восприятия денег даст представление не о деньгах ($Pr^1_{\text{А}}$), а об их видении ($Pr^1_{\text{л}}$) носителями национальной культуры (см. о «мифологии денег» в статье Н. Н. Зарубиной [Зарубина 2007]).

Различие, рассогласованность и даже конфликт между $Pr^1_{\text{л}}$ профессионалов и $Pr^1_{\text{л}}$ рядовых членов общества может составить предмет чисто лингвистического анализа.

КОНФЛИКТ ПРОИЗВЕДЕНИЙ

Для восприятия денег рядовыми носителями культуры характерно особое отношение к «моим деньгам». Некоторое количество «моих» денег (Пр¹_A) — личная собственность. Эти деньги материальны, являются своего рода вещью, обладание ими дает уверенность, стабильность, создает ощущение надежности. Но «мои» деньги подчиняются закономерностям Пр²-системы, их вещная составляющая (репрезентативна), в самом деле, практически неизменна, тогда как экстенционал всегда находится в движении. Надежда на устойчивость, стабильность денег как личной собственности приходит в противоречие с мобильной и изменчивой природой денег как таковых. Кто-то хочет только иметь, но в случае денег иметь — значит тратить: «Деньги — единственный товар, из которого нельзя извлечь пользу иначе, чем избавившись от них. <...> Они обладают ценностью для вас только в тот момент, когда вы отказываетесь от обладания ими» [Макконел, Брю 2001: 273].

Это противоречие получает выражение в семантике терминов экономической теории, которой противостоит лексическая семантика слов, ассоциирующихся с деньгами в восприятии широкой аудитории неспециалистов.

Семантика терминов обусловлена мобильностью денег, их коммуникативной функцией, их способностью как переменной меняться в зависимости от множества факторов. Изменения предполагают время, время — изменения: «...время есть изменяющийся и распространяющийся поток» [Вригт 1986: 526]. Существование денег подчиняется времени [5], что и отражает семантика терминов, которая может быть передана метафорой **ДЕНЬГИ — ЭТО ИЗМЕНЯЮЩИЙСЯ ПОТОК**. Ср. расхожую метафору *деньги — кровеносная система экономики*, а также устоявшиеся термины: **вливание, впрыскивание, источник, отмывание, утечка денег; выгоды перелива, дефицит баланса текущих операций, издержки перелива, кредит „против течения“, метод изъятий и вливаний, нота на плавающую сумму, отток капитала, счета с переливом средств, плавание валют, плавающая ставка, плавающий валютный курс, преимущества перелива, свободно плавающие валюты, денежный поток, текущие активы (пассивы), текущие обязательства, текущие операции, текущий счет, перелив капитала, приток капитала, слияние капиталов, эффект перелива**.

В то же время носители русского языка, наоборот, воспринимают деньги как статичный материальный объект, ассоциируют их в

первую очередь с металлом и бумагой, а не с текучей жидкостью или абстрактной идеей [6].

Адекватным материалом для подтверждения сказанного будут не лексика сама по себе и не тексты о деньгах, а данные массовых ассоциативных экспериментов, отраженные в «Русском ассоциативном словаре».

Рассмотрим словарную статью со стимулом *деньги* из «Русского ассоциативного словаря» [РАС, I: 161]:

«ДЕНЬГИ: большие **41**; много **19**; бешеные, кошелек **14**; золото **12**; бумага, крупные, нужны **11**; мало **10**; зло, рубль **9**; бумажные, вода, время, не пахнут, нет **8**; есть, кончились, счастье, считать **5**; бумажки, грязные, грязь, мелочь, мои, монета, получить, тратить, чужие **4**; бабки, в кармане, вперед, дать, деньги, дрянь, жизнь, заработанные, мусор, на бочку, необходимость, получать, работа, стипендия, товар, шальные **3**; вещи, займы, делать, деревянные, доллар, доллары, доход, заработать, зеленые, истрачены, левые, малые, мани, машина, медные, монеты, немалые, не нужны, нету, огромные, пахнут, счет, трудовые, это зло **2**; а их никогда не бывает, банк, бег, благополучие, блат, блеск, богатство, больше, брат, бред, брр, будущее, бумажка, бумажный, бывают, были, быть, бюджет, валюта, в банке, в гости, в долг, взять, в кассу, в кино, в кошельке, власть и свобода, вносят спокойствие в наши души, воздух, возможности, врозь, все, все!, всегда не хватает, в сумке, выплатить, где взять, где их взять, государственные, греют, гроши; грязь, но без них никуда; давать, да так, дать займы, длинные, достал, достались, достать, живые, заботы, зависимость, зарабатывать, зарплата, зачем?, звенят, звякнуть, злость, иметь, имеются, истратил, исчезли, и хлеб, казначейские билеты, какие, карман, карманные, касса, кассир, категория, кварта, класс!, количество, кольцо, конопля, копейки, копить, красивые, крест, купюры, курица, лежат, летят, лишние, люблю, любят счет, магазин, маленькие, материальные ценности, мелкие, металл, мимо, мне очень нужно, много золотых монет, море, мотоцикл; мусор, но их не хватает; мыло, на ветер, на книжке, на обед, на стол, на цель, не главное, не имеются, необходимость иметь много, несчастье, нетрудовые, нет слов, не хватает, нехватка, ничто, новые, ноги, нужна, нужны всем, одежда, одолжить, они нужны, осень, отдавать, отдать, отдых, откуда, отпуск, отсутствие, отсутствует, отсутствуют, плата, платили, побольше, побольше и покрупней, поездка, покупать, покупка, портмоне, потратить, почта, прибыль, при коммунизме, причина, проблема, пройдо-

ха, пропали, *радость*, рубли, *свобода*, свои, *серебро*, *сила*, сорить, спекулянты, средства, *ссора*, старые, стипендии, текут, *труд*, *труха*, украдены, украли, у мамы, уплыли, фальшь, фантики, халтура, *хлам*, *хлеб*, *хорошо*, хочу, *часы*, честные, чистые, шуршание, это бумага, это все 1». (Здесь и далее сохраняются обозначения, принятые в РАС: курсивом выделены реакции, входящие в список стимулов; полужирным шрифтом даны цифры, указывающие на частоту стоящих перед ними реакций в ответах испытуемых. Обычное выделение примеров курсивом заменено полужирным курсивом; цифры в скобках, не выделенные полужирным шрифтом, обозначают количество одинаковых или однокоренных слов-реакций в словарных статьях.)

Реакции распределяются следующим образом:

ГИПЕРОНИМ: деньги 3.

синонимы к ГИПЕРОНИМУ: бабки 3, мани 2; средства 1.

ГИПОНИМЫ:

ВИДЫ ДЕНЕГ В СВЯЗИ С ИХ МАТЕРИАЛОМ-НОСИТЕЛЕМ:

– золото 12, мелочь 4 (→ ‘обычно металлические деньги’), монета 4, медные 2, монеты 2; блеск (→ ‘металл’), звенят (→ ‘металлические деньги’), звякнуть (→ ‘металлические деньги’), металл (→ ‘металлические деньги’), много золотых монет, серебро 1;

– бумага 11 (→ ‘бумажные деньги’), бумажные 8, бумажки 4, зеленые (‘бумажные доллары’) 2; бумажка, бумажный, казначейские билеты, купюры, фантики, шуршание (→ ‘бумага’), это бумага 1.

НАЦИОНАЛЬНЫЕ ДЕНЬГИ: рубль 9, доллар 2, доллары 2; рубли, копейки 1.

СВОЙСТВА ДЕНЕГ: крупные 11; государственные, длинные, живые, мелкие, новые, старые 1.

АНТОНИМЫ: **крупные 11 — мелкие 1; новые 1 — старые 1.**

ДЕНЬГИ В СВЯЗИ С ИХ ИСТОЧНИКОМ, СПОСОБОМ ПОЛУЧЕНИЯ И ЦЕЛЮЮ: бешеные 14, не пахнут 8, грязные 4; заработанные, шальные 3; левые, пахнут, трудовые 2; карманные, лишние, нетрудовые, честные, чистые 1.

АНТОНИМЫ: **не пахнут 8 — пахнут 2; грязные 4 — чистые 1; заработанные 3 — шальные 3; трудовые 2 — нетрудовые 1.**

НЕМОНЕТАРНЫЕ ОЦЕНКИ ДЕНЕГ: зло 9, счастье 5; грязные, грязь 4; дрянь, жизнь, мусор 3; это зло 2; благополучие, брр, власть и свобода, вносят спокойствие в наши души, все, все!, греют; грязь, но без них никуда; злость, класс!, люблю, материальные ценности; мусор, но их не хватает; не

главное, несчастье, нет слов, ничто, радость, свобода, сила, труха, фальшь, халтура, хлам, хорошо, это все 1.

АНТОНИМЫ: **счастье 5 — несчастье 1; власть и свобода, свобода 1 — зависимость 1; все, все!, это все 1 — ничто 1.**

Толкованию области-источника метафоры *ДЕНЬГИ — ЭТО ИЗМЕНЯЮЩИЙСЯ ПОТОК* соответствуют только существительные *вода, время 8, воздух 1* и глаголы *летят, текут, уплыли 1* [7].

Если обратиться к другим номинациям денег, фигурирующим во втором томе «Русского ассоциативного словаря» в качестве слов-стимулов (*валюта, ваучер, деньги* (и *денежный*), *доллар, золото, копейка, монета, рубль* (и *рубль бережет*), *чек, \$*), то за исключением того, что деньги чаще всего ассоциируются сами с собой [8], картина остается сходной: наиболее разнообразными и частотными являются слова-реакции со значением материала, из которого изготавливают деньги, и их соответствующие метонимические наименования. Прежде всего это металлы: *золото* и *золотой* (всего в словарных статьях перечисленных слов-стимулов они встретились 13 раз), *медь* и *медный* (9), *серебро* и *серебряный* (9), *железо, железный, железка* (8), *металл, металлический* (7), *бронза* (1), *платина* (1). Что касается обозначений бумажного носителя денег, то тут, естественно, нельзя ожидать такого же разнообразия. Однако в ряду других однокоренных слов-реакций *бумага, бумажка* и *бумажный* (21) уступают по частоте встречаемости только словам-реакциям с корнем *-деньг/еж-* (28).

При этом реакции со значением ‘бумага’ свойственны прежде всего стимулам *ваучер (бумага, бумажка 5; ценная бумага 2; официальная бумага 1)* и *рубль (бумажный 21; бумажка 6; бумага 5; бумажный рубль, один (бумажн.) 1)*; реакции со значением ‘металл’ — стимулам *рубль (железный 49; золотой 9; серебряный 4; металлический 3; золотом 2; железка, желтая монета, железное, железо, золотое содержание, медный, серебро, серебром 1) и золото (серебро 61; металл 18; платина 8; драгоценный металл, медь 2; бронза, железо и серебро, металл презренный, платинное 1)*.

В то же время реакции с семантикой ‘изменяющегося потока’ единичны и нерегулярны.

Любопытно, что этимология слов, обозначающих протоденьги в индоевропейских языках, оказывается ближе к семантике современной терминологии. По крайней мере, Э. Бенвенист обосновывает тот факт, что,

вопреки распространенному мнению, индоевропейское *resci и его производные (лат. *rescīnia*, др.-сев. *fé*, др.-англ. *féon* и др.) первоначально обозначали не 'скот', а 'личное движимое имущество': «Переход „движимое богатство > скот“ типичен. Но, раз совершившись, он оказывается необратимым. Таким образом, „скот“ очень часто обозначается терминами, относящимися к имуществу вообще, т. е. называется просто „имущество“; обратное же не имеет места никогда» [Бенвенист 1995: 59] [9]. Неудивительно, что это мнение согласуется с представлением о том, что именно «кочевые народы впервые развивают у себя форму денег, так как все их имущество находится в подвижной, следовательно, непосредственно отчуждаемой форме, и так как образ их жизни постоянно приводит их в соприкосновение с чужими общинами и тем самым побуждает к обмену продуктов» [Маркс 1960: 99].

РЕФЛЕКСИВНОСТЬ ИНСТИТУТА ДЕНЕГ

Очевидно, что теории, предметом которых являются $Pr^1_{л}$ бумажных денег, исследуют не деньги, а людей (психология, социология) и знаки денег, не являющиеся деньгами (лингвистика).

Значит, следовало бы думать, что не деньги зависят от наших представлений о них, а наши представления о деньгах ($Pr^1_{л}$) зависят от денег ($Pr^1_{д}$): «Человеческая жизнь, конечно, складывается независимо от представления о деньгах, как и действия, совершаемые с этими количественно измеримыми предметами, описываются определенными терминами, независимо от нашего представления о них» [Поланьи 2010б: 89].

Контрпримером к сказанному служит, например, то, что недоверие людей ($Pr^1_{л}$) к национальной валюте ($Pr^1_{д}$) может вызвать массовое стремление избавиться от национальных денег ($Pr^1_{д}$) с целью приобретения иностранной валюты ($Pr^1_{д'}$), а это неизбежно скажется на изменении курса национальных денег — на величине меновой стоимости, обозначаемой денежным знаком ($Pr^1_{д}$).

Тогда, может быть, следовало бы считать верным обратное: деньги ($Pr^1_{д}$) зависят от того, что думают о них люди ($Pr^1_{л}$)? Это довольно распространенное мнение: «Можно сказать, что деньги имеют самореферентную природу: деньги есть то, что все считают деньгами» [Аглиетта, Орлеан 2006: 91]; «Термин „деньги“ указывает на то, что используется и рассматривается в качестве денег. <...> Дело не в том, что для того, чтобы иметь институт денег, люди обязательно должны иметь в своем словаре слово „деньги“. Но у них должны быть определенные

мысли и установки в отношении чего-то, чтобы это что-то стало деньгами; и эти мысли и установки входят в качестве составных частей в само определение денег» [Серль 1993: 51—52].

Дж. Серль, конечно, прав в том, что денег вообще не было бы, если бы люди о них не думали. Оставив в стороне вопрос о возникновении денег и обратившись к современности, следовало бы спросить: какие люди?

Допустим, те, которые создают бумажные деньги ($Pr^1_{д}$) вследствие перформативного речевого акта. Но, как правило, деньги выходят из-под их контроля. Так, что бы ни думали о долларе люди, от которых зависело финансовое положение США, они вряд ли желали кризиса, начавшегося в 2008 г. Кроме того, как показал опыт, неоднократно высказывавшиеся суждения о деньгах ($Pr^1_{л}$) прозорливых экономистов, предрекавших финансовый кризис и решающую роль США в его возникновении, не предотвратили катастрофу.

Скорее всего, деньги ($Pr^1_{д}$) и рынки таковы, что между ними и их теоретическими описаниями, а также их оценкой финансистами-практиками ($Pr^1_{л}$) «существует, — утверждает Дж. Сорос, — двусторонняя связь. С одной стороны, участники пытаются понять ситуацию, в которой они участвуют. Они пытаются создать картину, соответствующую реальности. Я называю это *пассивной*, или *когнитивной функцией*. С другой стороны, они пытаются оказать влияние, подделывать реальность под их желания. Я называю это *активной функцией*, или *функцией участника*. Когда реализуются одновременно обе функции, — я называю такую ситуацию рефлексивной. Я использую это слово, как и французы, когда они употребляют возвратные глаголы...

Когда обе функции реализуются одновременно, они могут вмешиваться в действия друг друга. Через функцию участника люди могут оказывать влияние на ситуацию, которая, как предполагается, должна выступать в роли независимой переменной для когнитивной функции. Следовательно, понимание участников не может рассматриваться как объективное знание. И поскольку их решения не опираются на объективное знание, то, естественно, результат будет расходиться с их ожиданиями» [Сорос 1999: 17].

В этом рефлексивном целом, не сводимом к простой сумме своих составных частей, формируется и функционирует Pr^2 -система денег. Специфика современных денег обусловлена особой ролью, которую играет рыночная экономика в нашем обществе.

До капитализма «экономика, как правило, была вплетена в социальные отноше-

ния» [Поланьи 2010а: 36]. Рыночная экономика навязывает обществу экономические стимулы и ценности в качестве универсальных. К. Поланьи (для объективности отметим, что это антикоммунист) утверждает, что «рыночный механизм стал главной частью общественного организма. Неудивительно, что возникшее сообщество стало экономическим в невиданном масштабе. Экономические стимулы стали безраздельно царить в подчинившемся им мире, а индивиды были вынуждены следовать им из страха оказаться раздавленными железной поступью рынка» [Там же: 35]. В итоге создается невозможная ранее ситуация: «...не экономическая система встроена в социальные отношения, а эти отношения встраиваются теперь в экономическую систему» [Там же: 41]. Самоорганизующийся рынок постоянно воспроизводит экономические стимулы и ценности, которым вынужден подчиняться социум и его отдельные члены.

«Такое вынужденное обращение в утилитарную веру роковым образом повлияло на самосознание западного человека» [Там же: 35]. Закономерно, что прежде всего в США деньги как капитал и состояние стали обозначать социальный статус, престиж, успех, цель жизни; «в свою очередь, семья, школа и работа — основные факторы, формирующие структуру личности и целевую структуру американцев — обеспечивают интенсивное дисциплинирующее воздействие, необходимое для того, чтобы индивид сохранял в неприкосновенности цель, которая от него постоянно ускользает, и черпал мотив в надежде на вознаграждение, которая из раза в раз не оправдывается» [Мертон 2006: 250]. Измеряемый деньгами, человек, подобно всему, становится в разных своих ипостасях объектом обозначения денег, т. е. товаром. «Изобретение товаров поставило судьбы человека и природы в зависимость от автоматического процесса (рыночной экономики. — В. Л.), который катится по своим рельсам и подчинен собственным законам. Ничего подобного раньше не было» [Поланьи 2010а: 34].

В итоге человек эпохи рыночной экономики неизбежно деньгоцентричен. Он включен в систему, в которой «деньги правят теперь жизнью людей в большей степени, чем когда-либо раньше» [Сорос 1999: 78], и поэтому описывает, измеряет и оценивает себя и общество с позиции денег.

Было бы, однако, несправедливо винить во всем рефлексивный и саморегулируемый финансово-экономический процесс. Рыночная экономика в чистом виде нигде не существует. Всегда и всюду имеет место госу-

дарственное регулирование экономических процессов, т. е. человеческое вмешательство в «автоматический процесс, который катится по своим рельсам». По этой и по ряду других причин представление homo economicus в качестве исключительно рациональной абстракции, порождаемой самоорганизующейся рыночной экономикой, неверно. Так, последний кризис показал, что человек остается человеком: он с удовольствием переливает в собственную «кровеносную систему» «кровь экономики», превращая деньги в свою неотторжимую принадлежность, т. е. изымает их из реальной экономики. Тогда сама экономика отходит на второй план. Простая и неистребимая человеческая жадность (обусловившая, в частности, «явный обман» и «кажущуюся непредсказуемость катастрофы» 2008 г. [Несветаилова 2010: 33]) трансформирует деньги в инструмент дестабилизации и разрушения рыночной экономики. Несмотря на «новую экономику», «новую парадигму менеджмента кредитных рисков» и т. п., одной из существенных причин глобального кризиса стал чисто человеческий фактор, встроены в природу капитализма (как бы его ни называли — экономикой постмодерна, постиндустриальным обществом, информационным, сетевым или как-либо иначе)^[10].

Человек ищет и всегда находит возможность относиться к деньгам как к средству удовлетворения своих исконных вожделений. Капитализм не только не мешает, но и способствует этому, особенно в фазе кризиса. С этой точки зрения деньги как экономический феномен антропоцентричны, их нельзя определять и описывать, игнорируя позицию участника (и наблюдателя) денежных отношений. В конечном счете деньги потому измеряют человека, что человек хочет всё измерять деньгами; деньги и люди так влияют друг на друга, что степень антропоцентричности денег оказывается в прямой зависимости от деньгоцентричности человека.

ПРИМЕЧАНИЯ

[1]. На этом основании бумажные деньги называют еще фидуциарными (от лат. *fiducia* 'уверенность').

[2]. В такой формулировке эта иллюзия может рассматриваться как общее соответствие более конкретному феномену «денежной иллюзии» (Дж. Кейнс).

[3]. Деньги отнюдь не бескачественны: еще в XVI веке Н. Коперник, а за ним Т. Грэшем отличали «хорошие» деньги от «плохих» («закон Коперника — Грэшема»).

[4]. Критический анализ концепции денег как симулякров в связи с идеей о дематериализации денег см. в следующей работе: [Winkler 2004: 36—38].

[5]. М. Фуко, говоря о деньгах XVII в. (именно тогда в Европе получают распространение бумажные деньги), утверждает, что «время принадлежит к внутреннему порядку представлений, составляя с ним единое целое. Оно сопровождает и непрерывно изменяет способность богатств представлять и анализировать самих себя в денежной системе» [Фуко 1977: 260].

[6]. Определенную роль в этом играет то, что в современной России «доля наличных денег в широкой денежной массе одна из самых высоких в мире» (нас опережают Ирак, Украина, Грузия, Албания и Молдавия) [Мамонов, Пестова, Солнцев 2011: 81]. Аналогичного восприятия денег следует ожидать в любых социальных группах, в которых исключительное предпочтение отдается наличности (ср. данные об англоязычных сленговых номинациях денег: [Фернам, Аграйл 2006: 466—467]).

[7]. Носители русского языка, хотя и ассоциируют деньги со временем [РАС, т. 1: 161], но чаще все же время — с деньгами [РАС, т. 1: 114] (ср. метафору *ВРЕМЯ — ДЕНЬГИ* при отсутствии **ДЕНЬГИ — ВРЕМЯ*). Это как будто еще раз свидетельствует в пользу того, что непрофессионалы скорее время осмысливают с «монетаристской» точки зрения, нежели деньги — с темпоральной.

[8]. В результате формируется достаточно представительный фрагмент семантического поля, включающий имена денег [РАС, т. 2]: *деньги* (имя поля), *акция, алтын, ассигнация, бабки, бакс, банкнота, банковский ваучер, билет, бумажка, валюта, ваучер, вексель, гривна, грош, денежная единица, деньга, деревянные, дойч-марка, доллар, зелень, золото, золотой, казначейский билет, капитал, капуста, карбованец, копейка, кредитная карточка, купон, купюра, мани, марка, медь, мелочь, монета, наличные, неденьги* (квазиантоним к имени поля), *орел, полтинник, пятак, решка, рубль, сберегательная книжка, серебро, СКВ, средства, тугрик, фантики, фунт, ценная бумага, цент, чек, червонец, \$, DM*.

[9]. См. дополнительные данные в пользу этой точки зрения: [Проскурин, Елсакова 2008].

[10]. «Банковские кризисы принято было трактовать как недуги незрелого капитализма XIX в. или как симптом развивающихся стран, но уж никак не трудности финансово ориентированной глобализирующейся экономики наших дней» [Несветайлова 2010: 34].

ЛИТЕРАТУРА

1. *Аглиетта М., Орлеан М.* Деньги между доверием и насилием. — М.: ГУ ВШЭ, 2006.
2. *Барлоу П. Б.* Продажа вина без бутылок: экономика сознания в глобальной Сети // Русский журнал. URL: <http://old.russ.ru/netcult/99-03-26/barlow.htm> (дата обращения: 05.04.2013).
3. *Бенвенист Э.* Словарь индоевропейских социальных терминов. — М.: Прогресс, 1995.
4. *Бодрийяр Ж.* Символический обмен и смерть. — М.: Добросвет, 2000.
5. *Веннерлинд К.* О чем молчит презренный металл? Семиотика денег и общественный контроль // Вопросы экономики. 2010. № 2. С. 65—82.

6. *Вригт фон Г. Х.* Логико-философские исследования. — М.: Прогресс, 1986.

7. *Зарубина Н. Н.* Мифология денег в российском обществе // Общественные науки и современность. 2007. № 4. С. 39—48.

8. *Зелизер В.* Создание множественных денег // Экономическая социология : электр. журн. 2002. Т. 3, № 4 (сент.). С. 58—72. URL: ecsoc.hse.ru/data/634/586/1234/ecsoc_t3_n4.pdf (дата обращения: 05.04.2013).

9. *Лукин В. А.* В поисках «смыслового исхода» типологии текстов // Язык как материя смысла : сб. статей к 90-летию акад. Н. Ю. Шведовой. — М.: Азбуковник, 2007. С. 497—520.

10. *Макконел К. Р., Брю С. Л.* Экономикс: принципы, проблемы, политика. — М.: Инфра-М., 2001.

11. *Мамонов М., Пестова А., Солнцев О.* Культ наличности в России: как его развенчать и к чему это приведет? // Вопросы экономики. 2011. № 7. С. 79—101.

12. *Маркс К.* Капитал // Маркс К. и Энгельс Ф. Соч. Т. 23. — М.: Гос. изд-во. полит. литературы, 1960.

13. *Мертон Р.* Социальная структура и социальная теория. — М.: АСТ, 2006.

14. *Московичи С.* Машина, творящая богов. — М.: Центр психологии и психотерапии, 1998.

15. *Несветайлова А.* Загадки глобального кредитного краха, или Об иллюзии ликвидности // Вопросы экономики. 2010. № 12. С. 33—57.

16. *Поланьи К.* Наша устаревшая рыночная психология // Поланьи К. Избранные работы. — М.: Территория будущего, 2010а. С. 31—46.

17. *Поланьи К.* Семантика использования денег // Поланьи К. Избранные работы. — М.: Территория будущего, 2010б. С. 89—103.

18. *Проскурин С. Г., Елсакова А. Л.* Концепт «ДЕНЬГИ» в индоевропейской традиции // Язык и культура. — Томск, 2008. № 2. С. 60—64.

19. *РАС = Русский ассоциативный словарь* : в 2 т. / Ю. Н. Караулов, Г. А. Черкасова, Н. В. Уфимцева, Ю. А. Сорокин, Е. Ф. Тарасов. — М.: Астрель : АСТ, 2002.

20. *Серль Дж.* Сознание, мозг, наука // Путь. 1993. № 4. С. 3—66.

21. *Серль Дж.* Что такое институт? // Вопросы экономики. 2007. № 8. С. 5—27.

22. *Сорокин П. А.* Система социологии. — М.: Астрель : АСТ, 2008.

23. *Сорос Дж.* Кризис мирового капитализма. Открытое общество в опасности. — М.: ИНФРА-М, 1999.

24. *Фернам А., Аграйл М.* Деньги. Секреты психологии денег и финансового поведения. — СПб.: Прайм-Еврознак, 2006.

25. *Фуко М.* Слова и вещи. Археология гуманитарных наук. — М.: Прогресс, 1977.

26. *Böhle K., Riehm U.* Elektronisches Geld und Internet-Zahlungssysteme. Innovationen, Mythen, Erklärungsversuche // TA-Datenbank-Nachrichten. 1998. № 2. S. 40—54.

27. *Winkler H.* Diskursökonomie. Versuch über die innere Ökonomie der Medien. — Frankfurt am Main : Suhrkamp, 2004.

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

УДК 811.161.1'27
ББК Ш141.2-7

ГСНТИ 16.21.27

Код ВАК 10.02.01

Г. Н. Манаенко, С. А. Манаенко
Ставрополь, Россия

G. N. Manaenko, S. A. Manaenko
Stavropol, Russia

**ДИСКУРСИВНЫЕ СЛОВА
И ИНТЕНЦИОНАЛЬНОСТЬ
АНАЛИТИЧЕСКОГО ТЕКСТА
ПОЛИТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА**

**DISCOURSIVE WORDS
AND INTENTION
OF AN ANALYTICAL TEXT
IN POLITICAL DISCOURSE**

Аннотация. На основе теории интенциональности рассматривается применение дискурсивных слов в аналитических текстах политического дискурса.

Abstract. On the basis of the theory of intention the use of some discursive words in analytical texts in political discourse is discussed.

Ключевые слова: политический дискурс; аналитический текст; интенция; дискурсивные слова.

Key words: political discourse; analytical text; intention; discursive words.

Сведения об авторе: Манаенко Геннадий Николаевич, доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры теории и методики преподавания исторических и филологических дисциплин.

About the author: Manaenko Gennady Nikolayevich, Doctor of Philology, Professor of the Chair of Theory and Methods of Teaching History and Philology.

Место работы: Ставропольский государственный педагогический институт.

Place of employment: Stavropol State Pedagogical University.

Контактная информация: 355017, г. Ставрополь, ул. Ленина, 417 А.
e-mail: manaenko@list.ru.

Сведения об авторе: Манаенко Светлана Анатольевна, кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры теории и методики преподавания исторических и филологических дисциплин.

About the author: Manenko Svetlana Anatolievna, Candidate of Philology, Associate Professor of the Chair of Theory and Methods of Teaching History and Philology.

Место работы: Ставропольский государственный педагогический институт.

Place of employment: Stavropol State Pedagogical University.

Контактная информация: 355017, г. Ставрополь, ул. Ленина, 417 А.
e-mail: manaenko@list.ru.

Современные подходы к пониманию коммуникации как смысловому взаимодействию, погруженному в социально-культурные условия, существенно изменяют и традиционное отношение к специфике текстов, созданных в рамках различных институциональных дискурсов. Любой дискурс порождает текст — конкретный материальный объект, отображающий специфику взаимодействия людей при создании информационной среды в той или иной сфере деятельности. Как отмечает В. И. Карасик, «институциональный дискурс представляет общение в заданных рамках статусно-ролевых отношений. По отношению к современному обществу, по-видимому, можно выделить следующие виды институционального дискурса: политический, дипломатический, административный, юридический, военный, педагогический, религиозный, мистический, медицинский, деловой, рекламный, спортивный, научный, сценический и массово-информационный» [См.: Карасик 2000]. Иницирует же процесс общения стремление человека не передать информацию, те или иные сведения о внешней по отношению к нему реальности, а сделать свои интенциональные состояния не только понятными другому, но

и в подавляющем большинстве случаев разделенными, принятыми другими людьми. По мнению М. Л. Макарова, при таком подходе коммуникация происходит вовсе не как трансляция информации и манифестация намерений, но как демонстрация смыслов, кстати, не обязательно предназначенных для распознавания и интерпретации адресатом: «Следовательно, пока человек находится в ситуации общения и может быть наблюдаем другими человеком, он демонстрирует смыслы, хочет он этого или нет. При этом важную роль играет активность воспринимающего Другого: без соучастия коммуникантов в едином процессе демонстрации смыслов и особенно их интерпретации не могло бы быть ни общения, ни совместной деятельности. Можно добавить, что эта интерпретация смыслов происходит в процессе постоянных „переговоров“, гибкой диалектики коллективного осмысления социальной действительности» [Макаров 2003: 38—39].

Таким образом, процесс коммуникации — это не просто обмен знаниями и их передача, а воздействие на партнера по общению, выведение вовне коммуникативных интенций говорящего, а также координация инди-

видуальных систем знания (опыта) говорящего и слушающего, т. е. взаимодействие сознаний как минимум двух субъектов. Человек как существо социальное живет в реальном мире, однако ориентируется в нем и совершает действия на основании тех представлений о действительности и ее описаниях, которые вырабатывались на протяжении всей истории. Эту область человеческого бытия определяют как информационное пространство, которое в философском плане представляет собой «те сферы в современной общественной жизни мира, в которых информационные коммуникации играют ведущую роль» [Землянова 1999: 70]. В настоящее время новое информативное пространство, в котором реализуются все виды дискурсов, порождается равноценными участниками, которые не зависят друг от друга: «Система иерархической коммуникации, где главным компонентом был приказ, стала меняться на систему демократической коммуникации, где основой становится убеждение» [Почепцов 2001: 7]. Соответственно и язык публичных выступлений, отражающий политическую и речевую культуру общества, освободившегося от тоталитарности в дискурсе массовой коммуникации, представляет плюрализм мнений, дифференциацию социальных воззрений не только определенных общественных групп и слоев, но и отдельных личностей. Разделенное же другим индивидуальное осмысление действительности и есть intersubjectивность как психологическое (феноменологическое) переживание общности интересов, действий, знаний и мнений, что подчеркивает значимость и актуальность тезиса Э. Дюркгейма, сформулированного им еще в начале XX в., о социальной обусловленности индивидуального мышления.

Поскольку «принятие» адресатом интерпретации действительности, представленной в текстах политического дискурса, напрямую связано с принятием им определенных решений, выработкой социально значимых позиций и осуществлением конкретных практических действий, существуют высокие требования к достоверности информации, предлагаемой в общественно-политической коммуникации. При этом требование достоверности значимо как для дескриптивной, фактологической информации, так и для оценочной. По сути дела, доказательность знания, полученного на основе информации, содержащейся в аналитических текстах, есть субъективная характеристика, и именно автор аналитического текста предстает в глазах аудитории той инстанцией, которая несет ответственность за истинность выдвигаемых положений. Данные положения су-

щественно развивают имеющиеся у каждого исследователя интуитивные представления о дискурсе как чем-то особенном, отличном от «просто текста», поскольку не ограничиваются одной лишь его лингвистической данностью, а включают текст в социальный, культурный и ментальный контекст, раскрывают значимость при создании и понимании текста его связей с «внешней» жизнью определенного социума и «внутренней» жизнью каждого индивида как условиями, определяющими его специфику: «Ограничением при производстве дискурса является все то, что помимо языка делает некий дискурс определенным дискурсом, имеется в виду формирующая дискурс социально-историческая ткань» [Серио 2001: 558].

Наиболее существенными в плане формирования мировоззренческой основы информационного пространства выступают политический, педагогический (учебный) и научный дискурсы. Публицистический дискурс (массмедиа) определяет содержание информационного пространства в уже данных указанных дискурсами параметрах и системах ценностей и норм. «Известно, — писал П. Бурдьё, — что любое использование силы сопровождается дискурсом, нацеленным на легитимизацию силы того, кто ее применяет» [Бурдьё 1993: 164]. Именно поэтому основной функцией политического дискурса выступает борьба за власть: агитация за власть, захват и удержание власти, стремление к ее стабилизации [См.: Водак 1997]. Исследователи выделяют два уровня политической деятельности — официальный и личностный: «Этот официальный уровень политики включает средства массовой информации, систему образования и все те социальные институты, которые контролируют явления социальной жизни. Второй уровень политики — личностный; он представляет собой сам способ, которым первый уровень актуализируется в индивидуальном сознании, как он проявляется в личности, семье, во взаимоотношениях людей, в профессиональной деятельности, а также в восприятии произведений искусства и литературы» [Зеленский 1996: 5]. Оба уровня политики опосредованы дискурсом, отражаются и отображаются в нем, реализуются через дискурс. По мнению Е. И. Шейгал, специфической чертой политики, «в отличие от ряда других сфер человеческой деятельности, является ее преимущественно дискурсивный характер: многие политические действия по своей природе являются речевыми действиями» [Шейгал 1998: 22].

В современном политическом дискурсе можно отметить резкое усиление личност-

ной тенденции. Автор общественно-политического текста стал «проявляться» в нем гораздо сильнее, зримее, как человек, а не социальная функция. Во многом этому способствовало более свободное выведение вовне внутреннего мира политика, его коммуникативных интенций. Термином «интенция» обозначается субъективная направленность на определенный объект, т. е. активность сознания субъекта. В когнитивных исследованиях биологической основой интенциональности как свойства живой системы считается модификация поведения организма, обусловленная значимостью репрезентаций. При этом «значимость возникает из установления каузальных связей между различными взаимодействиями организма (включая взаимодействия с репрезентациями), т. е. из опыта. Это, в частности, означает, что интенциональности не может быть там, где нет значимости, а поскольку значимость — функция, имеющая своим аргументом опыт, количество и качество которого находятся в прямой зависимости от времени, то можно сделать следующий вывод: *интенциональность есть свойство живой системы модифицировать состояние взаимной каузации с миром на основе опыта, приобретенного со временем, с целью поддержания экологической системы, обеспечивающей возможность взаимной каузации между организмом и миром.* Другими словами, интенциональность есть когнитивная функция организма» [Кравченко 2002: 257].

П. Ф. Стросон распознавание намерений говорящего определяет как необходимое условие адекватного реагирования на его слова: «Говорящий, таким образом, не только несет ответственность за содержание своего намерения, которую несет любой производящий действие человек, у него имеется причина, неотделимая от природы выполняемого акта, сделать это намерение явным» [Стросон 1986: 141]. Представляется существенным заключительное суждение П. Ф. Стросона, согласно которому намерение, будучи общим элементом всех иллокутивных актов, может иметь множество вариантов: «...мы можем охотно допустить, что типы намерения, направленного на слушающего, могут быть очень разнообразными и что различные типы могут быть представлены одним и тем же высказыванием» [Стросон 1986: 150]. Дж. Серль, учитывая основную характеристику интенций, — их направленность на объекты мира, — подчеркнул значение интенций как инструмента соотношения субъекта с внешним миром и выделил понятие интенционального состояния: «Для начала мы могли бы констатиро-

вать, что интенциональность есть свойство многих ментальных состояний и событий, посредством которых они направлены на объекты и положение дел внешнего мира» [Серль 1987: 96]. Далее Дж. Серль отметил, что «понятие интенциональности в равной мере применимо как к ментальным состояниям, так и к лингвистическим сущностям, таким, как речевые акты и предложения» [Серль 1987: 101]. С опорой на данное положение Дж. Серль переносит на интенциональные состояния известные из предыдущих исследований характеристики речевых актов, выделяя аспекты, специфичные как для речевых актов, так и для интенциональных состояний. Например, если в теории речевых актов различаются пропозициональное содержание и иллокутивная сила, то в интенциональных состояниях — репрезентативное содержание и его психологический модус, т. е. каждое интенциональное состояние представляет некоторые объекты и положения дел в связи с верой, страхом, надеждой и т. п. Связь же между речевым актом и интенциональным состоянием заключается в том, что через речевой акт осуществляет выражение соответствующего интенционального содержания, при этом «условия выполнимости речевого акта и выражаемого им психического состояния тождественны» [Серль 1987: 106]. Таким образом, идеи теории речевых актов предполагают новую парадигму понимания сущности процессов речевой коммуникации и направлены на объяснение принципов функционирования языка. Однако в рамках данной теории представлены и анализируются прямые способы выражения коммуникативных интенций: чаще всего это приказы, просьбы, уведомления и т. п., использующие соответствующие глагольные формы. В то же время значительная часть произносимого речевого материала демонстрирует совсем другие способы выражения интенций. Именно поэтому говорящий употребляет все известные ему языковые средства и приемы, которые, по его предположению, могут дать желаемый результат.

С точки зрения авторов коллективной монографии «Слово в действии. Интенциональный анализ политического дискурса», интенции могут быть двух уровней: «Интенции первого уровня первичны по происхождению в онтогенезе и непосредственно связаны с особенностями функционирования нервной системы человека. Интенции второго уровня скорее социальны по происхождению и включены в организацию общения между людьми» [Слово в действии 2000: 12]. Таким образом, в субъективном плане активность,

направленная на оречевление некоторого содержания, находящегося в сознании субъекта, представляет собою намерение высказаться, т. е. интенцию. Некоторые исследователи среди подобных интенциях предлагают разграничивать информационную и коммуникативную: «В первом случае речь идет о желании сообщить нечто, во втором — коммуникатор демонстрирует свое желание в явном виде. Обычно обе интенции (особенно в случае вербальной коммуникации) сливаются воедино. Целью коммуникатора является воздействие на представления получателя. Коммуникатор создает конкретное сообщение для конкретного получателя, рассчитанное на данный конкретный момент, на данное конкретное место, на данный конкретный контекст. Центральным в этой цепочке становится понятие релевантности для конкретного индивидуума» [Почепцов 1998: 118]. Следовательно, интенции второго уровня как коммуникативные связаны с обращением к внешнему миру, и прежде всего к миру людей. Особенности коммуникативных интенций состоит в том, что формы их выражения весьма разнообразны и не всегда стандартны, они могут быть как прямыми, открытыми, так и косвенными, неявными. В соответствии с интенциональными состояниями автора и его коммуникативными интенциями в сфере речевой коммуникации, в частности общественно-политического характера, аналитический текст может выполнять осведомительную, регуляторную и эмоциональную функции.

Прием использования дискурсивных слов не только позволяет автору реализовать все указанные функции аналитического текста, организуя комментирующую информацию, но и отразить в его содержании свои коммуникативные интенции, круг которых — *информация, анализ (+), анализ (-), критика, дискредитация, предупреждение, размежевание, противостояние, смягчение позиции (отвод критики), самоохранение (осторожность), кооперация и побуждение* — придает проводимому анализу достоверность и убедительность, подключает к нему читателя, проводя коррекцию его интенциональных состояний. Дискурсивные слова в аналитическом тексте позволяют организовать его так, «чтобы читатель мог себя почувствовать не только объектом, но и субъектом общения... чтобы читатель на протяжении всего акта восприятия публикации хотел получить информацию, ожидал определенного эффекта, реагировал на него, чтобы чувствовал, что содержание и форма материала „подстроены“ под него наилучшим образом — отвечают его интересам, доступны

его пониманию» [Тертычный 1998: 189—190]. Активное применение дискурсивных слов позволяет автору реализовать несколько задач, обусловленных целями и коммуникативными интенциями при создании аналитического материала: а) помочь читателю удержать внимание на наиболее коммуникативно значимых компонентах содержания; б) продемонстрировать связь содержания аналитического материала с актуальными для читателя событиями, явлениями и фактами действительности; в) отчетливо обозначить уровень анализа действительности (личное мнение, общепризнанная точка зрения, позиция оппонента); г) обозначить удобные для читателя точки, ключевые моменты при разворачивании системы доказательств и аргументации; д) указать читателю на авторское отношение к анализируемому предмету [Тертычный 1998: 193—194].

Такая полифункциональность во многом определяется языковыми свойствами вводно-модальных слов и модальных частиц, поскольку, как отмечает Ю. И. Леденев, для них «характерно выражение всевозможных лингвистических отношений», в частности, «в экспрессивно-стилистическом плане относящиеся к исследуемому классу слова выражают оттеночные значения и отношения полнозначных слов или сочетаний, целых предложений в их взаимной связи в речевом контексте» [Леденев 1988: 74—75]. Последнее положение — о роли вводно-модальных слов и модальных частиц, в том числе используемых как дискурсивные слова, в организации взаимных соотношений целых предложений в речевом контексте — не только подчеркивает дискурсивную природу данных лексических единиц, их первоочередную предназначенность для регулирования и комментирования содержания в высказываниях, но и выделяет еще один аспект их функционирования — участие в построении сложных синтаксических целых, что относится к области синтаксической стилистики. В связи с этим Г. Я. Солганик отмечает: «Вводные слова, стоящие по традиции вне предложения, в составе прозаической строфы нередко получают четкое назначение — помимо своих модальных функций служить одним из средств связи между самостоятельными предложениями» [Солганик 1991: 5]. Аналогичное можно утверждать и по отношению ко всем дискурсивным словам, так как из наблюдений Г. Я. Солганика вытекает следующее: «Лингвистические закономерности, несомненно, действуют в тексте, составляют важнейшую сторону его организации. Язык диктует не только правила построения словосочетаний и предложений,

но и правила порождения текстов. В противном случае носители языка оказались бы неспособны создавать элементарные сообщения (тексты)» [Там же: 15].

Исследуя сложные синтаксические целые (прозаические строфы), Г. Я. Солганик доказал, что многие средства связи самостоятельных предложений, как простых, так и сложных, не только выполняют собственно синтаксическую функцию соединения предложений, но и дополнительно решают другие задачи, стоящие перед автором текста, — обозначают его оценку и отношение к излагаемому, осуществляют комментарий того или иного плана высказывания. Этот же исследователь определил принципы организации сложного синтаксического целого на основе цепной и параллельной связи: «В прозаической строфе (а также фрагменте, тексте) задается не грамматическая форма, как в предложении, а лишь абрис, направление и характер синтаксического развития текста, соединения предложений, примерный композиционно-синтаксический контур. Синтаксические модели текстовых единиц — это прежде всего модели развертывания того или иного содержания» [Там же: 164—165]. Дискурсивные слова как раз и распределяются по классам в зависимости от того, каким образом они комментируют развитие содержания дискурса. Именно поэтому они являются важнейшими средствами организации текстового пространства, и прежде всего текстовой модальности: «Будучи модальным единством, строфа характеризуется единым модальным „тоном“. Так, если автор описывает какой-либо факт, событие, то внутри отдельной строфы описание ведется как бы в одной плоскости. В многообразии же строф публицистического произведения эта „плоскость“, этот угол зрения часто меняются, создавая богатство и разнообразие эмоционально-экспрессивных оттенков» [Там же: 104].

Следует добавить, что все вводно-модальные слова и модальные частицы любого дискурсивного класса обеспечивают не только переходы между фрагментами текста, но и внутреннюю целостность сложного синтаксического целого. Текстовая модальность, в выражении которой активно применяются дискурсивные слова, проявляет интенциональные состояния автора (говорящего), определяется его коммуникативными интенциями в соответствии с положением Дж. Серля о подчиненности языковых средств и их организации в дискурсе интенциям говорящего: «...язык выводим из интенциональности» [Серль 1987: 101]. Языковые формы и приемы, выработанные в жизнен-

ной практике людей как общеупотребительные конвенциональные средства общения, предназначаются для того, чтобы партнеры по коммуникации понимали стоящие за данными формами и приемами интенции говорящего. Однако в аналитическом тексте прямое выражение интенций говорящего не соответствует задачам коммуникативной ориентации на партнера по коммуникации, убеждения адресата в достоверности предлагаемой модели мира и ее интерпретации. Именно поэтому в политическом дискурсе значительная часть речевого материала характеризуется использованием косвенных и неявных способов выражения коммуникативных интенций говорящего. При этом отметим еще раз очень важное положение: «...даже при нестандартном и непрямом выражении интенций они понятны слушателям — носителям данного языка. Причина этому в том, что говорящий сам стремится к тому, чтобы его интенции были понятны» [Слово в действии 2000: 17—18]. Это возможно, если интенциональное состояние субъекта речи как инструмент его соотношения с внешним миром находится в соответствии с речевыми актами дискурса, чему во многом способствуют, в частности, такие показатели иллокутивной функции (намерения говорящего), как модальные слова, частицы и те же вводные слова и конструкции, регулирующие модальную тональность.

В качестве иллюстрации данных утверждений рассмотрим фрагмент выступления в Государственной думе 24 декабря 1998 г. «О бюджете на 1999 год» депутата и лидера одной из думских фракций Г. А. Явлинского. Обращение к публицистическому тексту именно этого политика не случайно, поскольку, в отличие от печально известного всему миру своим косноязычием и «афористичностью поневоле» бывшего премьер-министра В. С. Черномырдина, главный представитель «Яблока» отличается незаурядным публицистическим даром. Так, в коллективной монографии, вышедшей в печати под эгидой Института русского языка РАН, «Русский язык конца XX столетия (1985—1995)» отмечалось, что для языковой личности Г. Явлинского характерны, во-первых, подчиненность тематического развития текста внутренней логике мысли, во-вторых, «подчеркнуто логическое построение речи с четко проработанной системой условных, причинно-следственных связей, вербализуемых союзами» [Русский язык 1996: 225]. Добавим, что именно при выражении внутритекстовых синтаксических связей Г. А. Явлинский с помощью дискурсивных слов не только организует и как бы цементирует

текст, но и очень ярко обозначает свои коммуникативные интенции. См.:

Кредитно-денежная политика, которая лежит в основе этого бюджета, представленная в Государственную Думу Центральным банком, не формулирует ни одной конкретной цели. Мы так и не знаем ни о параметрах денежной массы на будущий год, ни о масштабах кредитования, которое намерены осуществить ЦБ и правительство. Следовательно, мы не можем сегодня сказать ни об уровне инфляции, ни об обменном курсе на будущий год. Но прогноз составлен.

Вот здесь и начинаются самые серьезные проблемы, и они не в том, сбудутся ли эти прогнозы. Действительно, трудно предполагать, как сложится ситуация в будущем году. Но есть некоторые параметры, которые, на наш взгляд, все-таки нужно было отмечать, чтобы вызвать доверие к правительству у граждан. Ведь правительство сейчас будет рассказывать, что оно не может собрать больше доходов, потому что сегодня правительство заявляет, что обменный курс к концу года будет 21 руб. 50 коп. В любом обменном пункте уже сегодня курс — 21 руб. 20 коп. Кто может поверить такому прогнозу? Никто. <...>

Почему же размеры сегодняшнего бюджета столь мизерны? Потому что наше население объявило дефолт нашему правительству. Не наше правительство объявляет дефолт иностранным кредиторам, а наши граждане нашей власти объявляют дефолт. Граждане не желают делать никаких платежей в адрес власти ни через налоги, ни через банки, ни через другие системы. Вот поэтому наш бюджет, который действительно похож сегодня на правду, превратился буквально в ликвидационный. И это вызывает огромное беспокойство.

Так что же должно сделать правительство? Во-первых, привести цифры, которые похожи на правду и в которые оно само верит. Кроме того, правительство должно было сделать шаги, обеспечивающие ему доверие. В их числе, безусловно, должны быть шаги по борьбе с коррупцией, которая, по словам того же правительства, захлестнула всю власть в нашей стране. Правительство же отказалось заниматься этой проблемой, сообщив, что никаких признаков продажности власти нет. Так оно отвечает на соответствующие запросы.

В данном фрагменте дискурсивные слова следовательно, вот и, действительно,

вот поэтому, безусловно не только позволяют Г. А. Явлинскому последовательно развивать текст в полном соответствии с его «сверхзадачей» (обоснованием отрицательного отношения к проекту бюджета), но и обозначать причинно-следственные связи между позициями содержания рассматриваемого документа и возможной их оценкой, поскольку их релятивная семантика обладает и такими значениями, как достоверность и закономерность. Конкретизирующие синтаксические связи текста дискурсивные слова так и, все-таки, ведь, уже, же, помимо релятивного значения усилительности, приносят в дискурс смысловой оттенок сомнения (что является конкретизацией одной из коммуникативных интенцией говорящего — анализ (–)) и формируют у аудитории фоновое отношение настороженности, тревоги по поводу действенности тех или иных положений рассматриваемой концепции бюджета.

Риторические вопросы, градационные тавтологии, определяющие риторическую экспрессивность текста, поддерживаются вводно-модальными конструкциями на наш взгляд, во-первых, кроме того, которые, наряду с проявлением индивидуальной семантики, включаются в корпус языковых элементов, подкрепляющих истинность оценки говорящим содержания коммуникации за счет коннотативных значений разумности и детерминированности хода рассуждения автора. В последнем абзаце анализируемого фрагмента политического текста вводно-модальная конструкция по словам того же правительства в полной мере реализует основную, главную авторскую интенцию, так как ее метатекстовое значение «заявление источника информации» вступает в разрушительное противоречие, поддержанное модальной частицей же, с диктумным содержанием сообщения о «положении дел» — деяниях правительства, выраженного на основе актуализации значений следующих пропозиций: «отказаться» (от борьбы с коррупцией) и «не найти» (признаков продажности власти).

В заключение отметим еще одну особенность дискурсивных слов, употребляемых в текстах политического дискурса. Поскольку жанр рассматриваемого текста — устное публичное выступление общественно-политического характера, ему свойственно использование, как правило, простых предложений или парцеллирование сложных, и поэтому одна из главных функций дискурсивных слов в текстах данного рода, с одной стороны, состоит в придании им цельности, связывании в формальном, синтаксическом аспекте, а с другой — в выра-

жении различных смысловых отношений между компонентами текста, ослабленных в силу устной формы его реализации, в аспекте содержания. В целом же можно заключить, что языковой прием использования вводно-модальных слов и модальных частиц наиболее часто реализуется в аналитических текстах, поскольку полностью соответствует целям, задачам и специфике содержания публичных материалов общественно-политического характера.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бурдые П. Социология политики. — М., 1993.
2. Водак Р. Язык. Дискурс. Политика. — Волгоград, 1997.
3. Зеленский В. В. Послесловие // Психология политики. Политические и социальные идеи Карла Густава Юнга / В. Одайник. — СПб., 1996.
4. Землянова Л. М. Зарубежная коммуникативистика в преддверии информационного общества. Толковый словарь терминов и концепций. — М., 1999.
5. Карасик В. И. О типах дискурса // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс. — Волгоград, 2000.
6. Кравченко А. В. Знак, значение, знание // Проблемы общего языкознания. Вып. 1. Языковой знак. Сознание. Познание : хрестоматия / под ред. А. Б. Михалева. — Пятигорск : Изд-во ПГЛУ, 2002. С. 240—259.
7. Леденев Ю. И. Неоднозначные слова в русском языке. — Ставрополь : СГПИ, 1988.
8. Макаров М. Л. Основы теории дискурса. — М. : Гнозис, 2003.
9. Почепцов Г. Г. Теория коммуникации. — М. ; Киев, 2001.
10. Русский язык конца XX столетия (1985—1995) / отв. ред. Е. А. Земская. — М. : Языки русской культуры, 1996.
11. Серю П. Анализ дискурса во Французской школе (дискурс и интердискурс) // Семиотика : антология. — М. : Академический Проект ; Екатеринбург: Деловая книга, 2001. С. 549—562.
12. Серль Дж. Природа интенциональных состояний // Философия, логика, язык / под ред. Д. П. Горского и В. В. Петрова. — М., 1987. С. 96—126.
13. Слово в действии. Интент-анализ политического дискурса / под ред. Т. Н. Ушаковой, Н. Д. Павловой. — СПб. : Алетейя, 2000.
14. Солганик Г. Я. Синтаксическая стилистика (Сложное синтаксическое целое). — М. : Высш. шк., 1991.
15. Стросон П. Ф. Намерение и конвенция в речевых актах // Новое в зарубежной лингвистике. — М., 1986. Вып. 17. С. 130—150.
16. Тертычный А. А. Аналитическая журналистика: познавательно-психологический подход. — М. : Гендальф, 1998.
17. Шейгал Е. И. Структура и границы политического дискурса // Филология — Philologica. — Краснодар, 1998. № 14. С. 22—29.

Статью рекомендует к публикации канд. филол. наук, проф. Л. М. Цонева

Е. А. Нахимова **E. A. Nakhimova**
Екатеринбург, Россия Ekaterinburg, Russia

**ПРЕЦЕДЕНТНОЕ ИМЯ ПИНОЧЕТ
В СОВРЕМЕННЫХ РОССИЙСКИХ СМИ**

Аннотация. Рассматривается эволюция набора ассоциативных признаков precedentного имени «Пиночет» в отечественных СМИ за четыре десятилетия, на современном материале демонстрируются актуальные сейчас ассоциативные признаки. Устанавливается, что единая прежде аксиологическая оценка распалась на полярные.

Ключевые слова: precedentное имя; Пиночет; дискурс СМИ; денотативное использование; коннотативное использование; аллегория.

Сведения об авторе: Нахимова Елена Анатольевна, доктор филологических наук, доцент кафедры рекламы и связей с общественностью.

Место работы: Уральский государственный педагогический университет (Екатеринбург).

Контактная информация: 620017, г. Екатеринбург, пр. Космонавтов, д. 26.
e-mail: v.nakhimov@rambler.ru.

**PRECEDENT NAME PINOCHET IN
CONTEMPORARY RUSSIAN MASS MEDIA**

Abstract. The evolution of the associative features of the precedent name "Pinochet" in contemporary Russian mass media in the last four decades are discussed; current associative features used today are enumerated. The existing axiological evaluation has fallen into several groups, diametrically opposed.

Key words: precedent name; Pinochet; mass media discourse; denotative usage; connotative usage; allegory.

About the author: Nakhimova Elena Anatolievna, Doctor of Philology, Associate Professor of the Chair of Advertising and PR.

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

Прецедентные имена политических лидеров часто используются в СМИ для характеристики тех или иных личностных качеств, политических взглядов, поступков, методов управления государством. Эти имена обычно включают устойчивый оценочный компонент: в массовом сознании поляризованы герои и злодеи, демоны и ангелы, трудолюбивые и сибариты, работники и болтуны, святые и грешники [Бабушкин 2009; Васильева 2005; Ворошилова 2009; Нахимова 2010; Слышкин 2004, 2007]. Изучение закономерностей функционирования precedentных имен, используемых на том или ином этапе развития общества, предоставляет интересные данные для оценки состояния общественного сознания. Так, в советские времена среди зарубежных «злодеев» чаще других упоминались фашисты Гитлер, Муссолини и Франко, «великий кормчий» Мао Цзэдун, диктаторы Пол Пот, Сомоса и Пиночет. По другую сторону баррикад находились идеологически и морально безупречные Фидель Кастро, Эрнесто Че Гевара, Сальвадор Альенде и Хо Ши Мин. Вместе с тем при изменении политических обстоятельств нередко кардинальным образом изменялась оценка соответствующего лидера: наиболее яркими примерами этого являются precedentные имена *Троцкий*, *Сталин*, *Чан Кай Ши* и *председатель Мао*.

Уже во времена перестройки комплекс precedentных собственных имен существ-

венно изменился, продолжается его преобразование и в современной России.

В наших предшествующих публикациях были рассмотрены закономерности использования в современных российских СМИ precedentных имен *Наполеон*, *Александр Невский*, *Иван Грозный*, *Александр II*, *Борис Годунов*, *Керенский*, *Сталин* и др. [Нахимова 2007, 2008, 2009, 2010а, 2010б]. Предметом настоящего исследования стало precedentное имя *Пиночет*. При его рассмотрении была использована полнотекстовая база современных печатных и электронных СМИ, содержащая более двух миллионов текстов. На этой основе было выявлено более 200 апелляций к указанному precedentному концепту, зафиксированных в «Национальном корпусе русского языка» и/или представленных на интернет-сайтах российских общенациональных газет («Завтра», «Известия», «Комсомольская правда», «Московский комсомолец», «Московские новости», «Независимая газета», «Новые известия», «Российская газета», «Советская Россия», «Труд» и др.).

На первом этапе исследования были разграничены денотативное (в первичном значении) и коннотативное (в метафорическом значении) использование precedentных имен. В первом случае precedentные имена указывают непосредственно на денотат, т. е. при употреблении исследуемого precedentного имени имеется в виду именно президент Чили. Ср.: *Генерал Аугусто*

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

Пиночет невероятно жестко задавил любое инакомыслие. Но при этом он проводил чрезвычайно непопулярные в обществе меры по закреплению свобод для предпринимательства. При этом он ограничивал не только „антигосударственную пятую колонну“, но и чиновничество и полицию. Результат известен: Чили модернизировалось и вернулось к демократии (А. Будберг // Московский комсомолец).

При коннотативном употреблении имеется в виду уже не сам Аугусто Пиночет, а иной человек, в чем-то похожий на генерала-путчиста, ставшего успешным реформатором экономики:

Если так, то в подтексте должно читаться: глава государства обладает неким стратегическим планом, который труднее объяснить, чем реализовать молча, с помощью дисциплинированных подручных. Не зря же сторонники Владимира Путина в период его первой избирательной кампании не стеснялись настаивать, что нашей стране нужен Пиночет (Е. Сеньшин // Эксперт Урал). В данном контексте значение прецедентного имени является метафорическим: журналист считает, что нашей стране нужен политический лидер, у которого имеются некоторые качества, свойственные экс-президенту Чили генералу Пиночету.

Важно определить, какие именно признаки акцентируются у рассматриваемого имени при его денотативном и коннотативном использовании, и рассмотреть аксиологический потенциал прецедентного имени на различных этапах развития нашего общества.

В позднесоветской политической демонологии президент Чили генерал Аугусто Пиночет олицетворял собою антикоммунизм, беспримерную жестокость и предательство, нарушение военной присяги (путч против президента Альенде). В современных условиях многие журналисты уже не воспринимают антикоммунизм как порок, а свержение законного правительства представляется как трудное, но необходимое решение, позволившее спасти страну от коммунизма. По-прежнему актуальным остается только признак «жестокость», который последовательно акцентируется при коннотативном использовании рассматриваемого прецедентного имени: *Сейчас в Таллине царит абсолютный полицейский произвол. Эстонские власти взяли на вооружение методы Пиночета и Сомосы. Можно говорить о государственном терроре. Выдача санкции на арест наших лидеров еще раз подтверждает это. Все это напоминает 1933 год в Германии (Адашкевич // Известия). Появился*

*и новый закон о национальной безопасности, которому могли бы позавидовать и Гитлер, и Пиночет, в распоряжении которых не было столь универсального инструмента подавления недовольства (Без автора // Завтра). Актуализация признака «жестокость» в первом контексте поддерживается использованием другого прецедентного имени (диктатор Сомоса) и упоминанием прецедентной ситуации (захват фашистами власти в Германии); в следующем контексте также объединены прецедентные имена *Гитлер* и *Пиночет*, которые в равной степени символизируют жестокость государственной политики.*

В совсем иной ряд прецедентных феноменов помещает Пиночета лидер либеральных демократов В. В. Жириновский: *Россия устала от временщиков, от слабых, не способных управлять такой огромной страной с такими чудовищными проблемами. Поэтому здесь сегодня нужен герой, нужен Петр Первый, нужен модернизированный Сталин, нужен Рузвельт, де Голль, Пиночет, но никак не рыхлый человек типа Rogozina, у которого в жизни есть только одно настоящее и единственное хобби — собирание старых утюгов (В. Жириновский // Российская газета). Очевидно, что данный ряд прецедентных имен свидетельствует о совсем иной аксиологической оценке личности и деятельности Пиночета: в таком контексте жестокость воспринимается как необходимая суровость; обсуждается не предательство, а выбор собственного пути, соответственно антикоммунизм интерпретируется как следование реальным интересам родной страны.*

В современных российских СМИ Пиночет чаще всего изображается суровым генералом, который, став президентом, сумел добиться в своей стране такого экономического процветания, о котором в неустроенной и косной России остается лишь мечтать. На рубеже веков многие журналисты писали о том, что нашу страну может спасти только такой же суровый и решительный правитель. Ср.: *В проекте „Наследник“ объединились три группировки: „семья“ и близкие к ней олигархи, которым надо было любой ценой остановить казавшийся неизбежным приход к власти клана Лужкова — Примакова; „либералы“, мечтавшие о просвещенном русском Пиночете, который железной рукой поведет Россию по пути рыночных реформ; силовики, грезившие о реванше некогда всесильных спецслужб (А. Пионтовский // Время новостей). Тонкость текущего момента заключается в том, что сегодня России в пример ставят Чили. Уже не*

США, но еще и не Габон. „Нам нужен Пиночет! Нам нужен Пиночет! Нам нужен Пиночет!“ — буквально хором скандируют самые независимые в мире СМИ. А самые независимые из независимых вдобавок объясняют, почему нам нужен не совсем Аугусто Пиночет, но *пиночет* неповторимо, самобытно российский (Г. Судовцев // Завтра). Не зря же сторонники Владимира Путина в период его первой избирательной кампании не стеснялись настаивать, что нашей стране нужен Пиночет (Е. Сеньшин // Эксперт Урал).

Показательно, что в рассмотренных и многих других контекстах о Пиночете как эффективном руководителе говорят политики и журналисты, связанные с самыми различными политическими силами. Как справедливо пишет Георгий Дерлугьян, «символическое значение фигуры Пиночета ... стало для новейшего поколения российских либеральных мечтателей ровно тем же, чем были фрондерские бюстики Наполеона, укрывавшие письменные бюро мыслителей из поколения декабристов» (Георгий Дерлугьян. Был ли необходим Пиночет? // Эксперт. 25.12.2006).

Специальное исследование показывает, что аксиологическая характеристика прецедентных имен может быть как весьма устойчивой, малозависящей от конкретной политической ситуации, так и весьма вариативной. Например, негативная оценка А. Ф. Керенского наблюдается как в советском, так и в постсоветском политическом дискурсе [Нахимова 2008: 55], князь Александр Невский позитивно оценивается людьми самых различных политических взглядов [Нахимова 2010а]. Яркие примеры быстрого изменения оценки и ее зависимости от политических взглядов адресанта — прецедентные имена *Сталин*, *Троцкий*, *Мао*. В свете этого привлекает внимание резкое изменение оценок деятельности генерала Пиночета, произошедшее в последнее десятилетие.

Помимо «российского Пиночета», современные СМИ нередко упоминают о Пиночетах из других стран — индонезийском, африканском, грузинском, украинском, белорусском. Ср.: *Сухарто часто называли азиатским Пиночетом, имея в виду как обстоятельства его прихода к власти, так и определенную позитивную роль в развитии страны* (Д. Юрьева // Российская газета). *Грузинские власти объявили о раскрытии антигосударственного заговора. Судя по всему, в ближайшие дни они попробуют представить главным фрондером и контрреволюционером олигарха Бадри Патарка-*

цишвили. А экс-министру обороны Ираклию Окруашвили уготована роль неудавшегося Пиночета (А. Иашвили // Известия). *Национальное собрание Сенегала внесло изменение в конституцию, что позволит теперь привлечь к суду проживающего в стране бывшего президента Чада. Хиссен Хабре, прозванный „африканским Пиночетом“, проживает в эмиграции в сенегальской столице с 1990 года, куда он прибыл после смещения с поста главы государства нынешним президентом Идриссом Деби* (Без автора. Сенегал открыл путь к привлечению к суду «африканского Пиночета» // Известия).

Кроме «зарубежных Пиночетов», в современных российских СМИ нередко упоминаются и отечественные авторитарные руководители, возглавляющие отдельные регионы, ведомства, предприятия и др. Ср.: *Не думаю, что происходящее хорошо для чеченцев, но, в конце концов, население Чечни мало кто спрашивал, когда Рамзан Кадыров получал власть, а власть своего мини-Пиночета, возможно, все же лучше, чем спецназ на пороге дома* (Без автора. Рамзан Кадыров — Пиночет по-русски // Газета.ru). *Уважаемый Владимир Владимирович! Когда вы избавите милицию и народ Дагестана от Пиночета в генеральских погонах в лице министра внутренних дел Дагестана?* (А. Бибулатов // Газета.ru). *В свете последних заявлений Березовского о финансировании им государственного переворота опасность эта становится особенно явной; на роль новоявленного Пиночета бывший глава МВД подходит как нельзя лучше* (А. Хинштейн // Московский комсомолец).

Итак, за четыре десятилетия существенно изменился набор ассоциативных признаков рассматриваемого прецедентного имени. В советскую эпоху оно воспринималось как имя жестокого злодея, врага коммунизма и одновременно предателя, нарушившего присягу. Имя *Пиночет* выступало в качестве прецедентного даже чаще, чем имена генералов Франко или Пак Чжон-хи, которые тоже на пути к власти нарушили присягу, жестоко преследовали коммунистов и, кстати, провели довольно успешные экономические реформы. После всеобщего разочарования в идеях коммунизма имя *Пиночет* стало едва ли не аллегорией сурового, но экономически ответственного генерала, сумевшего спасти родину. Вместе с тем в постсоветскую эпоху уже не стало прежнего единства политических и нравственных оценок: для многих наших современников *Пиночет* по-прежнему остается кровавым палачом и вероломным предателем.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Бабушкин А. П.* Имена известных лиц в роли псевдоидентификаторов // Вопросы когнитивной лингвистики. 2009. № 4.
2. *Васильева Н. В.* Собственное имя в мире текста. — М., 2005.
3. *Ворошилова М. Б.* Советский прецедентный текст в дискурсе русского рока: «Дети красной звезды» // Политическая лингвистика. 2009. № 2.
4. *Елисеева С. В.* Архитектура как сфера-источник прецедентности в российских и американских СМИ: «Эйфелева башня» и «The Eiffel Tower» // Политическая лингвистика. 2010. № 1.
5. *Ермолович Д. И.* Имена собственные: теория и практика межъязыковой передачи. — М., 2005.
6. *Лавриненко Т. А.* Прецедентный мир «Великая Отечественная война» в русской лингвокультуре : автореф. дис. ... канд. филол. наук. — Волгоград, 2007.
7. *Нахимова Е. А.* Прецедентное поле «Монархи» в дискурсе современных российских СМИ // Политическая лингвистика. 2009. № 1.
8. *Нахимова Е. А.* Мифологема *Александр Невский* в современной массовой коммуникации // Политическая лингвистика. 2010а. № 3.
9. *Нахимова Е. А.* Прецедентное имя *Керенский* в современных отечественных СМИ // Политическая лингвистика. 2008. № 1.
10. *Нахимова Е. А.* Прецедентное имя *Наполеон* в отечественных СМИ // Политическая лингвистика. 2007. № 3 (23).
11. *Нахимова Е. А.* Историческая динамика метафорической активности прецедентных имен собственных в политической коммуникации // Политическая лингвистика. 2010б. № 4 (34).
12. *Слышкин Г. Г.* Концепт личности как элемент лингвокультурной историосферы (на материале концепта «Талейран») // *Ethnohermeneutik und cognitive linguistic*. — Landau, 2007.
13. *Слышкин Г. Г.* Политические лидеры в языковом сознании (на материале концептов «Ленин», «Сталин») // *Вестн. Новосибир. гос. ун-та. Сер. «Лингвистика и межкультурная коммуникация»*. 2004. Т. 2.

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

Ю. М. Шемчук Y. M. Shemchuk
Москва, Россия Moscow, Russia

**СТРАТЕГИИ МАНИПУЛЯТИВНОГО
ДИСКУРСА НА ЛЕКСИЧЕСКОМ УРОВНЕ
МОЛОДЕЖНОГО СОЦИОЛЕКТА**

**STRATEGIES OF MANIPULATIVE
DISCOURSE AT THE LEXICAL LEVEL
OF YOUTH SOCIOLECT**

Аннотация. Описываются языковые манипулятивные стратегии молодежи. Впервые дается определение термина «стратегия манипулятивного дискурса на лексическом уровне», который в дальнейшем иллюстрируется немецкими переименованиями. Предложена классификация скрытых форм манипулятивных стратегий молодежного социолекта.

Abstract. The article aims to give the description of linguistic manipulative strategies of youth which correspond to the trends of modern political linguistics. The article defines the term “strategy of manipulative discourse at the lexical level,” which is illustrated by the German renamings. The author offers a classification of hidden forms of manipulative strategies of youth sociolect.

Ключевые слова: манипулятивный дискурс; манипулятивные стратегии; переименование; метафора; мелиорация; пейорация; эвфемизм; дисфемизм; молодежный социолект; немецкий язык.

Key words: manipulative discourse; manipulative strategies; renaming; metaphor; melioration of meaning; pejoration of meaning; euphemism; dysphemism; youth sociolect; the German language.

Сведения об авторе: Шемчук Юлия Михайловна, доктор филологических наук, заведующий кафедрой перевода и переводоведения факультета иностранных языков и международных коммуникаций.

About the author: Shemchuk Yulia Mikhailovna, Doctor of Philology, Head of the Chair of Theoretical and Practical Translation at the Faculty of Foreign Languages and International Communications.

Место работы: Московский государственный гуманитарный университет им. М. А. Шолохова.

Place of employment: Moscow State University for Humanities after M. A. Sholokhov.

Контактная информация: 109240, Москва, ул Верхняя Радищевская, д. 16–18.
e-mail: shemchuk@rambler.ru.

Описание языковых манипулятивных стратегий берет начало в такой древней научной дисциплине, как риторика, под которой раньше понималось искусство манипулировать людьми (подробнее о речевых манипуляциях, а значит политическом красноречии Древнего Рима и Греции, можно прочесть в следующей работе: [Чудинов, Иванова 2012]). Проблема речевого воздействия на человека и сегодня не теряет актуальность. К вопросам лексико-семантической составляющей манипулятивного дискурса в свое время обращались такие филологи, как Н. Д. Арутюнова, Ю. А. Бельчиков, О. Н. Быкова, В. Д. Девкин, О. Н. Завьялова, Л. Ю. Иванов, О. С. Иссерс, Г. А. Копнина, О. Л. Михалева, Л. А. Нефедова, А. П. Сковородников, И. А. Стернин, А. А. Стриженков, А. П. Чудинов, У. И. Шейгал, Ю. В. Щербинина и др.

Целью данной статьи является описание манипулятивных стратегий с участием молодежных переименований [Шемчук 2013б]. Переименования [Шемчук 2010] довольно часто выступают в качестве лексических средств манипулятивной стратегии при общении как в среде сверстников, так и в речи между разновозрастными участниками коммуникации. Настоящая статья ограничивается описанием манипулятивных свойств лексических единиц без приведения речевых иллюстраций. Анализу подвергаются прежде

всего лексикографически закрепленные единицы. Чаще всего стратегии манипулятивного дискурса связаны с выбором названия лица.

Под термином **стратегия манипулятивного дискурса на лексическом уровне** следует понимать **совокупность лексем, последовательное применение которых позволяет добиться спланированных или, реже, спонтанно возникших реакций как отдельных индивидов, так и социальных групп в целом.** В данном случае описанию подвергается молодежный социолект Германии.

Манипулятивные стратегии в молодежном социолекте наблюдаются в двух плоскостях:

- 1) изначально «чужой» среды общения;
- 2) изначально «своей» среды общения.

Сформулируем и последовательно объясним сущность некоторых стратегий манипулятивного дискурса молодежного социолекта на немецкоязычном материале.

Манипулятивная стратегия «свойскости» лексем предполагает использование молодежных переименований для привлечения внимания молодых людей в целях создания условий доверительности. Данная стратегия широко применяется в средствах массовой информации, которые употребляют молодежные лексемы с целью увеличения рейтинга организаций СМИ, а значит, их

прибыли. Эту стратегию иллюстрирует, например, общеизвестная версия сказки «Красная шапочка», написанная для молодых людей с использованием молодежных жаргонизмов. Именно многочисленные молодежные переименования создают эффект «свойскости» в молодежном социолекте. Ср. также манипулятивный потенциал «свойскости» у молодежных переименований *Kurzer* («коротыш»), *Jungtier* («детеныш»), *Bonsai* («карликовое дерево»), *Milchtüte* («молочная коробка»), который намного выше, чем у нейтральной лексемы *Jugendlicher* («подросток»).

Манипулятивная стратегия скрптой лексической генерализации. Лексема используется в несвойственной для нее семантике в результате переноса мнения одного или нескольких людей на целую социальную группу, т. е. происходит социолектное приращение смысла лексемы. Американским социолингвистом У. Лабовым было установлено, что в каждой группе людей есть лидер, т. е. лицо, которое влияет на других, и аутсайдеры, которые воспринимаются остальными членами группы как чужаки, так как обычно не усваивают культурные и языковые нормы и ценности группы, следуют в своем речевом поведении тем привычкам, которые они приобрели как члены других групп, например семьи. При этом влияние речевых манипулятивных стратегий лидера обычно не осознается членами группы, однако фактор лидера способствует ее речевой гомогенности. И чем сплоченнее общность, чем больше сила речевого влияния лидера на группу, тем вероятнее «следы» такого влияния в языковой манере всех членов группы. Подобную манипулятивную стратегию разрабатывают и используют в своих целях различные ролевые лидеры. Кроме вышеназванных факторов речевого влияния лидера на группу, следует отметить также следующие особенности группового поведения людей: фактор времени (чем длительнее контакты членов группы друг с другом, тем вероятнее выработка общей манеры общения); фактор регулярности (зависимость от частоты и регулярности внутригрупповых контактов); фактор кода (выработка общей манеры внутригруппового речевого общения). Примером может служить модное в студенческой молодежной среде Москвы обращение «овца», утратившее негативные коннотации.

Метафора как инструмент психологического манипулирования. По словам О. Л. Михалёвой, «используя определенную метафорическую модель, говорящий способен построить выгодную ему картину мира в сознании слушающего» [Михалёва 2004:

123] Так, например, *Gehirn* («мозг») в молодежном социолекте заменяется техническими метафорами, представляющими его как технический артефакт: *Laufwerk* («дисковод»), *Getriebe* («коробка передач»), *Proggi* («программа»), *System* («система»). Молодежную лексему, соответствующую нейтральному слову *Kopf* («голова»), во всех случаях можно перевести как «башка», однако в оригинале используются флористические метафоры: *Kürbis* («тыква»), *Rübe* («репа»), *Tomate* («помидор»), *Melone* («дыня»), *Trüffel* («трюфель»). Тучного человека в молодежном социолекте называют «танком»: *Gehsteigpanzer* или *Pomm-spanzer*, *Puddingdampfer* («пудинговый парокорд»), *Tonne* («бочка»), тем самым выбирая лексико-психологическую стратегию манипулирования подобным человеком. Более того, метафора может служить своеобразным способом представления политических знаний [Будаев, Чудинов 2008].

Манипулятивная стратегия использования «аффективов» — эмоционально окрашенных лексем — с целью навязывания оценки. Манипулятивность заложена в лексемах, содержащих выраженную коннотацию. Это подтверждается словами О. С. Иссерс о том, что в языке возможны такие ситуации, когда «понятийный компонент вытесняется коннотациями» [Иссерс 2011: 107]. Молодежные лексемы, как правило, положительно или отрицательно коннотированы, а значит, несут дополнительный смысл, оценочность [Шемчук 2013а]. Эта стратегия манипулятивного дискурса имеет две разновидности.

1. Манипулятивная стратегия намеренной мелиорации. Нередко при выборе названия лица происходит оценочное завышение в молодежном социолекте. Например, *Experte* («эксперт») в молодежном языке почтительно именуется *Spezi* (сокращение нейтральной лексемы лексемы *Spezialist* — «специалист»). Ср. также замену в молодежном социолекте лексемы *Anführer* («начальник») заимствованными из английского языка, а значит обладающими особым престижем, лексемами, повышающими в статусе лицо номинации, — *Manager* и *Präsident*. Такие слова говорящий использует, чтобы понравиться, вызвать положительные эмоции слушающего. Не случайно именно «потребность в положительных эмоциях», по мнению В. П. Шейнова, существенно дополняет общепризнанную классификацию потребностей человека, предложенную А. Маслоу, включающую также следующие:

«1. Физиологические потребности (пища, вода, жилье, отдых, здоровье, желание избежать боли, секс и т. д.).»

2. Потребность в безопасности, уверенности в будущем.

3. Потребность принадлежать какой-то общности (семье, компании друзей, единомышленникам и т. п.).

4. Потребность в уважении, признании.

5. Потребность в самореализации» [Цит. по: Шейнов 2006: 4].

Более того, В. П. Шейнов считает: «Удовлетворение каждой из вышеуказанных потребностей приносит положительные эмоции» [Шейнов 2006: 4], которые манипулятор может использовать в своих целях.

Подчеркнуть положительное отношение к сообразительности человека, а значит косвенно повлиять на него, помогают молодежные жаргонизмы, когда за глаза или в глаза переименовывают *умника* при помощи технические метафор: *Blitzbirne* (*вспышка лампы*), *Superbirne* (*суперлампа*) и *Expressscheker* (*очень сообразительный*), а также *Durchblickologe* (*провидец*).

2. Манипулятивная стратегия намеренной пейорации. В общепринятой (Р. Лаккофф) классификации разновидностей вежливости выделяют вежливое, невежливое и грубое поведение. Дисфемизмы, согласно данной типологии, относятся к мотивированному грубому поведению и могут быть рассмотрены в свете лексических стратегий манипулятивного дискурса. Говорящий предварительно осознает, что его переименование будет воспринято как грубая лексема, но намеренно обновляет номинацию с целью интенсификации негативного манипулятивного воздействия, шокируя адресата. По мнению Т. С. Бушуевой, эвфемизмы вуалируют референцию, тем самым «улучшают» денотат, дисфемизмы акцентируют референцию, и тем самым «ухудшают» денотат [Бушуева 2005]. В отличие от положительно заряженного эвфемизма, дисфемизм содержит негативные коннотации. Ср. немецкие молодежные дисфемизмы-переименования представительниц «древнейшей профессии»: *Ackergaul*, *Strassenfegerin*, *Bordstein-schwalbe*, *Parkdrossel*, *Trebe*, *Abstecke* (перевод здесь и далее не приводится по этическим соображениям).

Снятие запрета на публичное обсуждение отношений между полами путем использования многочисленных дисфемизмов приводит к пейоративному манипулятивному воздействию. При этом активизируются лексемы, наиболее оскорбительные и уничижительные (подробнее о проблеме перекодировки немецкого литературного языка в жаргон см. в работе: [Шемчук 2011]). Примерами могут служить пейоративные молодежные переименования *rudeln*, *zusammen roofen*

(ср. в английском сленге *roof* 'гомосексуалист') или выражение *das C-Rohr wärmen*. Непринужденность немецкоязычной молодежной среды способствует использованию слов и выражений, связанных не со стремлением завуалировать, скрыть от непосвященных истинный смысл, а, наоборот, с целью манипуляции человеком путем пробуждения в нем отрицательных эмоций по отношению к говорящему. Именно поэтому с разоблачающей циничностью используются дисфемизмы. Традиционным становится обсуждение ранее табуированной темы гомосексуализма. Как результат, в немецком молодежном социолекте появился целый ряд дисфемизмов — *Sticher*, *Affensuse*, *Knackarsch*.

Таким образом, дисфемизмы сознательно обесценивают человеческие чувства. Главным критерием, позволяющим отличить дисфемизмы от собственно вульгаризмов и сленга, является намеренное употребление говорящим дисфемизма при наличии более мягкого наименования того же референта, которое было бы в данной ситуации более уместным. Автор дисфемизма стремится «интенсифицировать негативный прагматический эффект» [Бойко 2006: 9], т. е. использовать одну из стратегий манипулятивного дискурса.

Манипулятивная стратегия наклеивания словесных ярлыков применяется для создания и закрепления в сознании социальной группы чьего-либо дискредитирующего образа. Например, образ учителя в молодежном социолекте получает номинации *Pauker* (*зубрила*), *Sklaventreiber* (*эксплуататор*), *Nichtsteuer* (*бездельник*), *Leerkorper* (*пустоголовый*), *Leerer* (*пустышка*), которые, несомненно, направлены на дискредитацию представителя этой профессии.

Манипулятивная стратегия двусмысленности (стратегия манипуляции лексической многозначностью). Например, немецкий язык заимствовал из английского слово *clever* (дословный перевод: *умный, ловкий, способный*). Однако в школах Германии часто данную лексему используют для характеристики ребенка при беседе с его родителями, которые не подозревают о наличии в слове *clever* дополнительной семы '*хитренький*'. В данном случае учитель использует манипулятивную стратегию двусмысленности.

Традиционно базовой оппозицией манипулятивного дискурса принято считать бинарную оппозицию «свои — чужие». Анализ собранных примеров позволил выявить продуктивные с точки зрения экспликации бинарной оппозиции «свои — чужие» лексем.

По большому счету, это весь собранный корпус молодежных переименований (около 2000 лексических единиц), служащих так называемому внутрикорпоративному общению в среде молодых людей. Субъектами манипуляции и объектами манипулятивного воздействия выступают в большинстве случаев сами подростки.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Бойко Т. В.* Эвфемия и дисфемия в газетном тексте : автореф. дис. ... канд. филол. наук. — СПб., 2006.

2. *Будаев Э. В., Чудинов А. П.* Метафора как способ представления политических знаний: современные направления исследования // Когнитивные исследования языка. 2008. № 2. С. 146—162.

3. *Бушуева Т. С.* Прагматический эффект эвфемизмов и дисфемизмов в современном английском языке : автореф. дис. ... канд. филол. наук. — М. : МПГУ, 2005.

4. *Иссерс О. С.* Речевое взаимодействие : учеб. пособие для студентов, обучающихся по специальности «Связи с общественностью». — М. : Флинта : Наука, 2011.

5. *Копнина Г. А.* Речевое манипулирование : учеб. пособие. — М. : Флинта : Наука, 2010.

6. *Михалёва О. Л.* Политический дискурс как сфера реализации манипулятивного воздействия : дис. ... канд. филол. наук. — Иркутск, 2004.

7. *Чудинов А. П., Иванова О.* Проблемы политического красноречия активно занимались еще в Древнем Риме и Греции // Дискуссия. 2012. № 10. С. 6—10.

8. *Шейнов В. П.* Скрытое управление человеком. Психология манипулирования. — М. : АСТ : Харвест, 2006.

9. *Шемчук Ю. М.* Категории эмоциональности и оценочности в молодежном социолекте // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубан. гос. аграрного ун-та (Научный журнал КубГАУ). 2013а. № 03 (87). URL: <http://ej.kubagro.ru/2013/03/pdf/32.pdf>.

10. *Шемчук Ю. М.* Обновление культурных кодов в современном немецком языке // Вестн. МГГУ им. М. А. Шолохова. Филологические науки. 2011. № 4. С. 89—92.

11. *Шемчук Ю. М.* Переименование в молодежном социолекте // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета (Научный журнал КубГАУ). 2013б. № 02 (86). С. 259—268. URL: <http://ej.kubagro.ru/2013/02/pdf/17.pdf>.

12. *Шемчук Ю. М.* Переименование как особое лингвистическое явление неологии // Вестн. МГГУ им. М. А. Шолохова. Филологические науки. 2010. № 1. С. 76—82.

Статью рекомендует к публикации д-р филол. наук, проф. Л. К. Свиридова

РАЗДЕЛ 2. ПОЛИТИЧЕСКАЯ КОММУНИКАЦИЯ

УДК 94+81'271.2
ББК ТЗ(2)621

ГСНТИ 04.51.51; 16.41.21

Код ВАК 10.02.20

Ю. А. Завьялова Ю. А. Zavyalova
Сургут, Россия Surgut, Russia

СТЕРЕОТИПНЫЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЯ О РОССИИ В ПИСЬМАХ НЕМЕЦКИХ СОЛДАТ 1941 ГОДА

Аннотация. Рассматриваются стереотипы немецких солдат о России в 1941 г. в сопоставлении со стереотипами нацистской пропаганды 30—40-х гг. В период военных действий на территории Советского Союза в сознании немецкого народа стереотипы были сформированы преимущественно антибольшевистской пропагандой, некоторые возникли на основе личного опыта немецких солдат.

Ключевые слова: стереотип; национальный; пропаганда; еврейский большевизм; «советский рай».

Сведения об авторе: Завьялова Юлия Анатольевна, старший преподаватель кафедры немецкого языка.

Место работы: Сургутский государственный университет ХМАО-Югры, Сургут.

Контактная информация: 628400, Сургут, ул. Ленина, 1.
e-mail: yullis1@rambler.ru.

STEREOTYPES ABOUT RUSSIA IN THE LETTERS OF GERMAN SOLDIERS OF 1941

Abstract. The article deals with stereotypes of German soldiers about Russia in 1941 which are compared to the stereotypes of the nazi propaganda of 1930—1940s. During the war against the Soviet Union the most of stereotypes were created by anti-bolshevistic propaganda. Some of them appeared due to personal experience of German soldiers.

Key words: stereotype; national; propaganda; Jewish Bolshevism; «The Soviet Paradise».

About the author: Zavyalova Yulia Anatolievna, Senior Lecturer of the Chair of the German Language.

Place of employment: Surgut State University ХМАО-Yugra, Surgut.

В основе формирования национального взгляда на внешний мир лежит социально-исторический опыт того или иного народа. Люди неизбежно воспринимают чужие обычаи, традиции, формы поведения прежде всего сквозь призму своих собственных обычаев и традиций. Схематизированный образ своей или чужой этнической общности, отражающий упрощенное знание о психологических особенностях и поведении представителей определенного народа, называют этнокультурным (этническим или национальным) стереотипом [Крысько 2002: 175].

Представления о самом себе как о члене некоторого этноса или носителя определенной культуры — это, как правило, положительные мнения, суждения, оценки, относимые к своей этнической общности. Суждения о других народах могут быть как положительными, так и отрицательными, в зависимости от исторического опыта взаимодействия данных народов [Налчаджян 2004: 207].

В экстремальных исторических ситуациях (войны, вооруженные конфликты) возникшие ранее негативные стереотипы о народе становятся элементом идеологии. Кроме стереотипов, сформированных на пре-

дыдущих этапах исторического взаимодействия народов, могут формироваться новые идеологические стереотипы для большей дискредитации противника.

Если обратиться к отношениям России и Германии, следует сказать, что народы Германии и России имеют длительную историю взаимоотношений. В зависимости от политической ситуации возникали позитивно или негативно окрашенные стереотипы. В IX—XII вв. у немцев были сформированы негативные стереотипы о славянском народе: *wild und barbarisch, Halbasiaten, versklavtes, unkultiviertes Volk mit patriarchischen Sitten*. В эпоху правления Петра I появились позитивно окрашенные стереотипы в отношении России. Немцев восхищали *die russische Weite* и *russische Seele des einfachen Volkes*. Они называли русских *großzügig, tapfer* и *gesellig*. В 20—30-х гг. XX в. в Германии приходят к власти фашисты. Их пропаганда базировалась на негативных стереотипах о России и русских, сформированных на ранних этапах исторического взаимодействия русских и немцев, и на составляющих нацизма — антиславянских воззрениях, превознесении германской нации и т. п. Вследствие этого Россия и ее народ воспринимались как *Unter-*

menschen, stumpf и asiatisches Land, nicht europäische Kultur.

В рамках данной публикации рассматривается соотношение стереотипов немецких солдат о России и нацистской пропаганды 30—40-х гг. Материалом для исследования послужили 500 писем солдат Германии в период военных действий на территории Советского Союза 1941 г.

Проанализировав языковые реализации стереотипов, нам удалось выделить следующие их группы: «UMWELT» / «ПРИРОДНЫЕ УСЛОВИЯ», «STAAT» / «ГОСУДАРСТВО» и «AUFENTHALTSORTE» / «НАСЕЛЕННЫЕ ПУНКТЫ». Каждую из вышеназванных групп мы представили в виде фрейма.

Фрейм «UMWELT» / «ПРИРОДНЫЕ УСЛОВИЯ» содержит три субфрейма: «Klima» / «Климат», «Landschaft» / «Ландшафт» и «Fauna» / «Фауна».

Субфрейм «Климат» реализуется с помощью отрицательно окрашенного слота «Affenhitze» / «Зверская жара». Какое-либо упоминание о теплом климате в России отсутствует, поэтому жара шокирует немецких солдат. Согласно «Таблице народов» XVIII в., озаглавленной «Краткое описание находящихся в Европе народов и их свойств», Россия называется покрытой льдом землей [Korelev 1985: 25]. Стереотип о холодном климате России противоречит тому, с чем сталкиваются немецкие солдаты на территории России: *Hinzu kommt noch die Affenhitze, etwa 30 bis 35 Grad im Schatten und ungeheure Staubwolken, die einem beinahe die Luft nahmen* [Diewerge 1941: 35]. Из приведенного примера следует, что летняя погода совсем измотала немецких солдат, так как температура воздуха в тени от +30 до +35 и кругом пыль, из-за которой сложно дышать.

Слоты субфрейма «Landschaft» / «Ландшафт» окрашены как отрицательно, так и положительно. Слоты «Morast und Felder» / «Болота и поля», «das äußerst hügelige Land» / «Чрезвычайно холмистая местность» отражают негативное отношение к природным условиям Советского Союза. Слоты «herrlichste Landschaft» / «Великолепный ландшафт», «weite Wälder» / «Лесные просторы» реализуют стереотип о прекрасных природных ландшафтах и бескрайних просторах страны. Известно, что данный стереотип сформировался в период правления Петра I, а затем, перед военными действиями Германии против СССР, проявился с новой силой. В 1934 г. имперское управление пропаганды НСДАП организовало антибольшевистскую выставку, на которой был представлен материал о просторах ланд-

шафтов Востока с бесконечно раскинувшимися полями, гигантскими лесами и огромными территориями степей. В соответствии с пропагандой НСДАП, целью войны было не только уничтожение еврейского большевизма, но и завоевание жизненного пространства на территории России, которая настолько огромная, что способна прокормить всю Европу [Хмельницкий 2010].

Субфрейм «Fauna» / «Фауна» представлен слотом «Надоедливые насекомые». Вероятно, до 1941 г. немцам было неизвестно о существовании огромного количества комаров на бескрайних просторах Востока. Измученные немецкие солдаты должны были днем и ночью использовать сетки от комаров, чтобы спастись от этих бестий: *Das Moskitonetz ist mir immer über Kopf u Hals geworfen, denn auch in der Sonne belästigen die Mücken die armen Landser. Heute Nacht, während der Wache war es fast unerträglich mit den Biestern* [Brief: R. B. an seinen Bruder: 1941].

Фрейм «STAAT» / «ГОСУДАРСТВО» представлен субфреймами «Identifizierung von Bolschewismus» / «Идентификация политической системы (большевизм)», «Staatsverhalten zur Bevölkerung» / «Отношение власти к населению», «Wirtschaftssystem» / «Экономическая система», «Parteifunktionäre» / «Партийные и политические деятели».

Субфрейм «Identifizierung von Bolschewismus» / «Идентификация политической системы (большевизм)» содержит пять слотов: «Werk des Teufels» / «Творение дьявола», «Untier» / «Чудовище», «Weltpest» / «Мировая чума», «Geißel der Menschheit» / «Бич человечества», «Goldiger Bolschewismus» / «„Золотой“ большевизм». Возникновение стереотипа о вражеском большевизме и жестокости большевиков в сознании немецкого народа связано с революцией 1917 г. Стереотипы, возникшие в 1920-х гг. в Германии, «базировались на стереотипах столетней давности: „большевизм как эрзац православия“, „советская принудительная система как замена царской тирании“ и пр.» [Глушак 2012: 28]. «Goldiger Bolschewismus» / «„Золотой“ большевизм» — ссылка на «саркастическую интерпретацию мифа о рабоче-крестьянском рае в период Веймарской республики» [Глушак 2012: 29].

Субфрейм «Staatsverhalten zur Bevölkerung» / «Отношение власти к населению» представлен шестью слотами: «Verbot jeder freien Meinung» / «Запрет собственного мнения», «Unterdrückung und Sklaverei» / «Гнет и рабство», «Betrug der Bevölkerung» / «Обман населения», «harte Strafen» / «Жестокое наказание», «Terror» / «Террор», «Mord der In-

tellektuellen» / «Истребление интеллигенции». Вышеназванные отрицательно коннотированные лексические единицы актуализируют стереотип о тирании евреев-большевиков, сформированный антисоветской пропагандой. Стереотип о тирании господ возник в период правления царя Ивана Грозного. В «Записках о Московии» С. Ф. фон Герберштейн изображает русских, с одной стороны, грубыми, необразованными, безнравственными, хитрыми, жестокими людьми, пьяницами, ворами, с другой — набожными, послушными, терпеливыми верноподданными, которые не сопротивляются деспотизму господ [Kappeler 1985: 178]. Именно произведение С. Ф. фон Герберштейна стало источником распространенного тезиса об абсолютном деспотизме русских государей и вытекающей отсюда покорности и рабской природе русских как нации: «Всех одинаково гнетет он (Иван Грозный) жестоким рабством... Они же прямо заявляют, что воля государя есть воля божья и что бы ни сделал государь, он делает это по воле божьей... Трудно понять, то ли народ по своей грубости нуждается в государе-тиране, то ли от тирании государя сам народ становится таким грубым, бесчувственным и жестоким» [Бухарин 2009: 124].

Субфрейм «Wirtschaftssystem» / «Экономическая система» включает два слота: «Vergraste und unbewirtschaftete Ackerflächen» / «Неэффективное хозяйствование», «Kollektiv-Wirtschaft» / «Коллективное хозяйство». Данные лексические единицы подтверждают существующий идеологический стереотип о жестокости и тирании «еврейского большевизма», который, захватив политическую власть, превратил народ России в рабов. Так, например, в пропагандистской национал-социалистической листовке, подготовленной в середине июня 1941 г., говорилось, что коммунисты не дали обещанные землю и свободу: «Вместо земли они дали вам непосильную работу, вы стали крепостными рабами Сталина и его жидовских комиссаров, которым, конечно, не жалко, как вы надываетесь в колхозах, гнетесь под тяжестью стахановщины или гибнете в концлагерях» [Ермаков 2009].

Субфрейм «Parteifunktionäre» / «Партийные и политические деятели» представлен двумя слотами: «Persönlichkeit» / «Личность» и «Lebensbedingungen» / «Условия жизни».

Слот «Persönlichkeit» / «Личность» содержит подслоты «Gauner» / «Мошенники», «Stalinverbrecher» / «Преступники Сталина», «Übeltäter» / «Злодеи», «Meister im Morden und Brennen» / «Мастера убийств и поджогов», «bolschewistische Weltbetrüger» / «Боль-

шевистские лгуны», «Verräter» / «Предатели». При помощи этих отрицательно коннотированных лексических единиц характеризовались все деятели Коммунистической партии Советского Союза в рамках пропаганды против «большевистско-еврейской системы Сталина». Одним из примеров, подтверждающих формирование стереотипа о жестокости большевиков, можно назвать статью «Результаты величайшего геноцида всех времен» газеты «Берлинер берзенцайтунг» от 1937 г., в которой «приводятся подробные данные о статистике репрессий, результатах голода, вызванного коллективизацией, динамике числа лагерей и числа заключенных в 20—30-х гг. в СССР» [Хмельницкий 2010].

Слот «Lebensbedingungen» / «Условия жизни» содержит подслоты «Schöne große Häuser» / «Красивые большие дома», «Große Paläste» / «Дворцы», «Eine sehr gute Einrichtung» / «Богатая обстановка», «Wenig Pflichten, große Rechte» / «Мало обязанностей, много прав», «Reichliches Auskommen» / «Финансовый достаток». Данную характеристику жизни партийных и политических деятелей следует отнести к пропагандистским клише, основанным на антибольшевистской идеологии: евреи живут в красивых домах с богатой обстановкой, посещают театры, не работают, но богаты, наслаждаются вином и общением с женщинами, в то время как народ живет в нищете, не имея даже самого необходимого для жизни. Согласно пропаганде, после революции евреи не только установили господство в советской России, но и захватили все богатства России, всё было национализировано, конфисковано евреями [Война Германии против Советского Союза 1941—1945: 1991].

Фрейм «AUFENTHALTSORTE» / «НАСЕЛЕННЫЕ ПУНКТЫ» содержит субфреймы «Stadt» / «Жизнь в городе» и «Dorf» / «Жизнь в деревне». Субфрейм «Stadt» / «Жизнь в городе» представлен слотами «Infrastruktur einer Stadt» / «Инфраструктура города» и «Bauwerke» / «Строения».

Слот «Infrastruktur einer Stadt» / «Инфраструктура города» включает подслоты «Verteiler-Läger» / «Продовольственные склады», «Zerstörte Wasserleitungen» / «Разрушенная система водоснабжения», «Verseuchte Brunnen» / «Отравленная вода в колодцах», «Keine Rasenanlagen» / «Отсутствие парков», «Unbefahrbare Straßen» / «Непригодные дороги для проезда», «Zerstörte Brücken» / «Разрушенные мосты». Вышеназванные отрицательно коннотированные лексические единицы актуализируют стереотипы о нецивилизованности и дикости народа, об

убогости и нищете в «советском рае рабочих и крестьян». Известно, что первые обобщенные представления о населении России появились в XVI и XVII вв. благодаря «Запискам о Московии» (1549) С. Ф. фон Герберштейна и появившемуся позднее «Подробному описанию поучительной поездки в Москву и Персию» (1663) А. Олеария. Авторы этих произведений отмечали «дикость», «варварство», «нецивилизованность» русского населения, тем самым подчеркивая превосходство своей собственной, западноевропейской культуры. Кроме того, пропагандой НСДАП в сознание немецкого народа был внедрен стереотип об убогости и нищете в «советском рае рабочих и крестьян».

Слот «Bauwerke» / «Строения» включает следующие подслоты: «Häuser aus Holz» / «Деревянные дома», «Protzige Büro- und Fabrikbauten» / «Роскошные офисные и фабричные здания», «Hochhäuser» / «Многоэтажные здания», «Steinerne Sowjethäuser» / «Каменные здания партийного руководства», «Schmucklose unverputzte Neubauten» / «Простые нештукатуренные новые постройки», «Formlos und schlecht gebaute Bauten» / «Бесформенные и плохо построенные здания». Лексические единицы, описывающие слот «Bauwerke» / «Строения», являются языковой реализацией стереотипа о роскошной жизни партийных деятелей и нищете простого народа в «советском рае». Целью пропаганды было раскрыть ложь большевиков, декларировавших, что в Советском Союзе наблюдается культурный, социальный и технический прогресс. Известно, что по заданию управления пропаганды НСДАП в период военных действий был собран материал о жизни в Советском Союзе для создания антибольшевистской выставки. В качестве примера приведем цитату из описания: *Возведенные в американском стиле с тысячей технических недостатков „строительные гиганты“ стоят на роскошных улицах и как бы с издевательством смотрят на нищие хижинки изтощенных рабочих, в которых обычные граждане этого „рая“ вынуждены жить серой и безрадостной жизнью после 25 лет большевистского культурного облагораживания* [Хмельницкий 2010].

Субфрейм «Dorf» / «Жизнь в деревне» содержит так же, как и субфрейм «Stadt» / «Жизнь в городе», два слота: «Infrastruktur eines Dorfes» / «Инфраструктура деревни» и «Bauwerke» / «Строения».

Слот «Infrastruktur eines Dorfes» / «Инфраструктура деревни» представлен четырьмя подслотами: «Schmutzige Brunnen» / «Колодцы с грязной водой», «Keine Wasser-

leitung» / «Отсутствие водопровода», «Keine Kaufläden» / «Отсутствие магазинов», «Schlechte Straßen» / «Плохие дороги». Следует отметить, что инфраструктуры города и деревни практически не имеют различий. Отрицательно коннотированные лексические единицы слота «Инфраструктура деревни» подтверждают стереотип об ужасных условиях жизни рабочих и крестьян в системе еврейского большевизма, при котором власть имущие разорили страну и людей.

Слот «Bauwerke» / «Строения» содержит подслоты, описывающие нищенские условия жизни в деревне: «Bauten aus Holz» / «Деревянные постройки», «kleine, elende Holzhütten» / «Маленькие, в плачевном состоянии хижинки», «steinerne Kirche aus Zarenzeit» / «Каменная церковь, построенная в царское время», «Dorfschule wie ein Stall» / «Школы, похожие на хлев». Сравнивая характеристики строений в городе и деревне, следует отметить, что в деревне, в отличие от города, отсутствуют каменные постройки, кроме старой церкви. В основном здания — это развалившиеся лачуги, хижинки, бараки. Слот «Bauwerke» / «Строения» содержит отрицательно коннотированные лексические единицы, которые описывают ужасные постройки, что подтверждает стереотип о нищете советских крестьян, созданный национал-социалистической пропагандой с целью разрушить иллюзию прекрасной жизни в Советском Союзе.

Суммируя вышесказанное, отметим, что в сознании немецких солдат в 1941 г. доминировал официально-пропагандистский образ России. В письмах немецких солдат домой 1941 г. отчетливо прослеживаются сформированные нацистской пропагандой негативные стереотипы о жестокости и тирании «еврейского большевизма», о живущих в роскоши евреях-большевиках, нищете и нецивилизованности населения. Согласно письмам, в течение 1941 г. формируются некоторые новые негативные стереотипы — о летней жаре, кровососущих насекомых, болотах России, — которые основываются на личном опыте немецких солдат.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бухарин Н. И. Российско-германские отношения в контексте европейской безопасности / под общ. ред. д-ра ист. наук, проф. В. И. Дашичева ; отв. ред. Н. К. Медин. — М. : ИЭ РАН, 2009.
2. Война Германии против Советского Союза 1941—1945 : документальная экспозиция / под ред. Р. Рюрупа. — Берлин, 1991. URL: <http://flot.com/publications/books/shelf/germanyvsussr/3.htm> (дата обращения: 20.02.2013).
3. Глушак В. М. Взаимное восприятие русских и немцев от древности до наших дней // Русские и

немцы: 1000 лет истории, искусства и культуры / отв. ред. А. Лаврентьев, Х. Ноймайер. — Петербург : Michael Imhof Verlag, 2012. С. 22—31.

4. *Ермаков А. И.* Вермахт против евреев. Война на уничтожение. 2009. URL: [\[ma.ru/istorija/vermaht_protiv_evreev_voina_na_unichtozhenie/p3.php#n_126\]\(http://www.lib-ma.ru/istorija/vermaht_protiv_evreev_voina_na_unichtozhenie/p3.php#n_126\) \(дата обращения: 20.02.2013\).](http://www.lib-</p></div><div data-bbox=)

5. *Крысько В. Г.* Этническая психология : учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. — М. : Академия, 2002.

6. *Налчаджян А. А.* Этнопсихология. — СПб. : Питер, 2004.

7. *Хмельницкий Д. С.* Нацистская пропаганда против СССР [Материалы и комментарии, 1939—1945]. 2010. URL: http://www.telenir.net/istorija/nacistskaja_propaganda_protiv_sssr_materialy_i_kommentarii_1939_1945/p4.php#metkadoc10 (дата обращения 20.02.2013).

8. *Brief: R. B. an seinen Bruder am 11.7.1941.* URL: http://www.museumsstiftung.de/feldpost/brief.html?action=detail&what=letter&id=700&date_from_mn_name=07&date_from_yr_name=1941&date_to_mn_name=07&date_to_yr_name=1941 (дата обращения: 20.02.2013).

9. *Diewerge W.* Deutsche Soldaten sehen die Sowjetunion. Feldpostbriefe aus dem Osten. — Berlin : Limpert, 1941.

10. *Kappeler A.* Die deutschen Flugschriften über Moskowiter und Iwan den Schrecklichen im Rahmen der Russlandliteratur des 16. Jahrhunderts // *Russen und Russland aus deutscher Sicht 9. — 17. Jahrhundert.* — München : Wilhelm Fink Verlag, 1985. S. 150—182.

11. *Kopelev L.* Fremdenbilder in Geschichte und Gegenwart // *Russen und Russland aus deutscher Sicht. 9. — 17. Jahrhundert.* — München : Wilhelm Fink Verlag, 1985. S. 11—34.

Статью рекомендует к публикации канд. филол. наук, проф. Л. М. Цонева

А. И. Зверев A. I. Zverev
Москва, Россия Moscow, Russia

**НЕКОТОРЫЕ ВЕРБАЛЬНЫЕ
И НЕВЕРБАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ
ПОЛИТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА ГЕРМАНИИ
ВРЕМЕН ТРЕТЬЕГО РЕЙХА**

Аннотация. Рассматриваются наиболее яркие особенности политического дискурса Германии времен Третьего рейха. Анализируются некоторые вербальные и невербальные методы и приемы, которые были использованы при создании нескольких политических образов Адольфа Гитлера.

Ключевые слова: политический дискурс в Германии; вербальные и невербальные знаки; Третий рейх.

Сведения об авторе: Зверев Антон Игоревич, аспирант.

Место учебы: Институт русского языка имени В. В. Виноградова Российской академии наук.

Контактная информация: 119019, г. Москва, Волхонка 18/2.

e-mail: zverevanton@mail.ru.

**SOME VERBAL
AND NON-VERBAL PECULIARITIES
OF POLITICAL DISCOURSE IN GERMANY
IN THE THIRD REICH PERIOD**

Abstract. The article considers some of the most remarkable characteristics of political discourse in Germany of the Third Reich period. The author analyses certain verbal and nonverbal methods, which were used to create some of the political images of Adolf Hitler.

Key words: political discourse in Germany; verbal and nonverbal signs; Third Reich.

About the author: Zverev Anton Igorevitch, Post-graduate Student.

Place of employment: V. V. Vinogradov Russian Language Institute of the Russian Academy of Sciences.

В данной статье рассматриваются некоторые особенности политического дискурса в Германии в период 20—40-х гг. XX в. Важным для нас представляется упрочить положение невербальных факторов (невербальных знаков), дополняющих сущность политического дискурса. Исследователи политических текстов (письменных или произносимых публично), как правило, не учитывают наличие невербальной составляющей в политическом выступлении, поскольку она, во-первых, является дополнением к произносимому тексту или вовсе отсутствует в письменной коммуникации (постановлениях, заявлениях, обращениях), во-вторых, часто носит ситуативный характер или присуща отдельным политическим деятелям, в-третьих, не является в чистом виде проблемой, рассматриваемой в лингвистике. Мы полагаем, что привлечение и анализ невербальных знаков — это необходимая составляющая полноценного изучения политического дискурса.

Данное исследование мы будем вести в рамках политической лингвистики, науки на стыке политологии и лингвистики. Основная гипотеза, которая является ключом к написанию данной статьи, заключается в особом понимании предмета политической лингвистики, к которому мы относим как политическую речь, так и некоторые особенности ее произнесения.

Предметом политической лингвистики чаще всего называют «политический дискурс» или «политическую коммуникацию». В рамках данной работы нет принципиаль-

ной разницы между этими понятиями. Например, Е. И. Шейгал [Шейгал 2004: 22] предлагает использовать их как равнозначные. Наша статья будет освещать некоторые особенности политического дискурса в Германии времен Третьего рейха. Мы стараемся показать сложность и многозначность, которая стоит за определением термина «политический дискурс». Е. И. Шейгал отмечает, что семиотическое пространство политического дискурса «включает в себя специализированные знаки — как вербальные (политические термины, антропонимы и пр.), так и невербальные (политические символы и пр.), а также неспециализированные знаки, изначально номинативно не ориентированные на данную сферу общения, однако, вследствие устойчивого функционирования в ней, приобретающие свою содержательную специфику (это, в частности, относится к личным местоимениям)» [Шейгал 2004: 29]. При комплексном рассмотрении вербальных и невербальных знаков следует принимать во внимание не только факт политической речи, но и особенности ее реализации (место, время, условия), эффективность некоторых невербальных приемов и значение действий, носящих ритуальный характер.

П. Б. Паршин, говоря о предмете политической лингвистики, понимает под ним «своеобразие того, что, как, кому и о чем говорит тот или иной субъект политического действия» [Паршин 1999].

Д. Грейбер также отмечает, что специфика политического языка заключается не

в особенном словарном составе: «...скорее это содержание передаваемой информации, обстоятельства, в которых происходит распространение информации (социальный контекст), и выполняемые функции» [Цит. по: Шейгал 2004: 28].

В книге Е. Кормилициной «Йозеф Геббельс. Особенности нацистского пиара» рассказывается об одном выступлении лидера национал-социалистической партии А. Гитлера. Текст подобного выступления, несомненно, должен рассматриваться в рамках политической лингвистики, поскольку имеет политическую направленность и носит исключительно пропагандистский характер. Однако нас интересует не только сам текст, а еще и контекст, в котором он был произнесен: во-первых, это выступление происходило на определенном этапе политической карьеры А. Гитлера. Во-вторых, его агитационная речь была направлена на круг адресатов, превосходящий все предыдущие по количеству слушателей. В-третьих, кроме словесной формы, выступление содержало невербальный компонент: политическая речь прерывалась звоном колоколов, что имело определенное значение в религиозной Германии. Кроме того, звон колоколов был одним из средств формирования определенного политического образа А. Гитлера в глазах общественности. Все перечисленные дополнения к факту произнесения политической речи, по нашему мнению, не могут быть учтены, если исходить из определения предмета политической лингвистики как речевой деятельности определенного содержания, поскольку эти уточнения не имеют вербального воплощения. При этом очевиден тот факт, что подобные характеристики, усиливающие значение произносимой речи, являются вторичными по отношению к самой речи.

Термин «политический дискурс» включает в себя понятие «дискурс», при этом определение «политический» выполняет прежде всего локализирующую роль. Е. И. Шейгал приводит такую формулу для определения понятия «дискурс» [Шейгал 2004: 22]: «дискурс = подъязык + текст + контекст». Если применить эту формулу к нашему примеру, то «текст» — это текст выступления А. Гитлера, «подъязык» — определенный набор лексических единиц, более частое употребление некоторых грамматических конструкций, тропов и фразеологии, которые отличают политическую речь, например, от бытовой, а «контекст» — это все факты, сопутствующие выступлению, например его день или место. Определяя значение термина «дискурс», В. З. Демьянков указывает, что дискурс «часто, но не всегда, концентриру-

ется вокруг некоего опорного концепта; создает общий контекст, описывающий действующие лица, объекты, обстоятельства, времена, поступки и т. п., определяясь не только последовательностью предложений, сколько тем общим для создающего дискурс и его интерпретатора миром, который строится по ходу „развертывания“ дискурса... Элементы дискурса: излагаемые события, их участники, перформативная информация и «не-события», т. е. а) обстоятельства, сопровождающие события; б) фон, пояснительные события; в) оценка участников события; г) информация, соотносящая дискурс с событиями» [Демьянков 1982: 7]. Такое понимание свойств дискурса стимулирует исследователей обращать внимание на контекст (или на конситуацию), обрамляющий какой-либо концепт, т. е. учитывать факторы вроде звона колоколов при выступлении А. Гитлера, сравнение политика с историческими или эпическими героями, рассматривать присягу политических лидеров не только с точки зрения текста, но и с точки зрения совершаемого поступка.

Отсутствие единообразия в понимании границ политической лингвистики (в том числе ее предмета) и единой терминологической базы у данной научной дисциплины делает ее крайне подвижной, что позволяет исследователям привлекать результаты изучения политической коммуникации смежных дисциплин.

Выбор периода 20—40-х гг. XX в. в Германии для изучения особенностей политической коммуникации обусловлен несколькими факторами:

1. Политический язык Третьего рейха — это один из «дискурсов, на которых развивалась политическая лингвистика» [Баранов 2001: 246].

2. На указанный период в мировой истории пришлись события, последовавшие сразу за Первой мировой войной, и Великая Отечественная война. Э. В. Будаев и А. П. Чудинов замечают, что в череде событий XX в. точкой отсчета для становления политической лингвистики стала Первая мировая война, которая привела к невиданным человеческим потерям и кардинальному изменению мироощущения человечества [Будаев, Чудинов 2008: 11].

3. Первые исследования, результаты которых значимы для политической лингвистики, появились после Первой мировой войны, когда был накоплен колоссальный пропагандистский материал, который было необходимо всесторонне изучить и осмыслить.

4. Политическая ситуация 20—40-х гг. XX в. в Германии способствовала выделению од-

ного из важнейших направлений в развитии политической лингвистики, а именно изучения взаимосвязи и взаимообусловленности стиля политического общения и политического режима. Особенности этой взаимосвязи проявляются в следующих комбинациях: демократический строй и демагогия (демагог в значении «народный политик») в Америке, диктатура и диффамация, агитация, пропаганда в фашистской Германии. Этот период мы считаем достаточно важной точкой, когда происходит осознание того, что в зависимости от модели управления государством политическая коммуникация ведется по определенному шаблону. Так, например, демократия предполагает общение политика с избирателем на равных, а диктатура — навязывание политиком своей точки зрения народу.

5. Указанный период в Германии характеризуется активным применением методов классической риторики (создание эффекта сопричастности, эффекта общности), социолингвистики (вербальное влияние на одну страту населения посредством другой), когнитивной лингвистики (метафорические модели), а также применением методов политического пиара (создание политического мифа) и политической пропаганды (тиражирование в СМИ определенного политического образа).

Таким образом, период 20—40-х гг. XX в. является уникальным для исследователей политической лингвистики, поскольку фашистский политический режим высветил всю систему реально существующих и активно применяемых методов навязывания государством определенной идеологии народу.

Если мы постараемся обобщить только языковые особенности политической коммуникации Третьего рейха, выявленные в результате изучения корпуса политических и пропагандистских текстов, то начать следует со стилистических приемов.

Немецкий филолог В. Клемперер дает общую характеристику языка Третьего рейха, называя его «скудным» (нем. *bettelarm*) и «монотонным» (нем. *eintönig*) [Klempereger 1947: 25]. Также он отмечает, что большинство политических речей того времени (напечатанных в газете или произнесенных публично) содержит большое количество однообразных и повторяющихся фраз. В книге «Йозеф Геббельс. Мефистофель усмехается из прошлого» приводится цитата Й. Геббельса: «Революции двигали вперед не великие писатели, а великие ораторы!» Напомним, что в Третьем рейхе существовал отдел, занимающийся отбором и обучением партийных ораторов. Каждого оратора

«натаскивали» на произнесение текстов единой идеологической направленности с использованием ограниченного списка средств. Поэтому неудивительно, что публичные речи были схожи как по форме, так и по содержанию.

Далее упомянем аббревиацию (например, *Knif* — нем. *kommt nicht in Frage* 'не может быть и речи', *Kakif* — нем. *kommt auf keinen Fall in Frage* 'ни в коем случае не может быть и речи', *Роро* — нем. *Penne ohne Pause oben!* 'Желаю тебе сна наверху без перерывов!'), которая активно применялась в пропагандистских выступлениях. Сокращенное название военной техники («Фау» от «*Vergeltung*» — нем. 'возмездие'), родов войск (*SS* — нем. *Schutzstaffeln* 'эсэсовские отряды', *SA* — нем. *Sturmabteilung* 'нацистские штурмовые отряды', *HJ* — нем. *Hitlerjugend* 'гитлерюгенд') было в своем роде универсальным определителем «своих» и «чужих». Всплеск образования аббревиатур кажется закономерным в ситуации, когда правящая элита страны состоит преимущественно из военных и происходит милитаризация населения. Это подтверждается появлением большого количества новых молодежных национал-социалистических движений в Германии рассматриваемого периода: «Гитлерюгенд», «Союз немецких девушек», «Союз девочек», «Пимпф», «Вервольф» и пр. В стране, в которой армия является самой серьезной организацией, пронизывающей все слои населения, принцип лапидарности в языке является основополагающим. J. Makowski говорит о военной терминологии и солдатском жаргоне как об источниках большого количества заимствований в текстах СМИ времен Третьего рейха, приводя такие примеры слов, вышедших за рамки своего подъязыка: *vernichten* (нем. 'уничтожать'), *Schwert* (нем. 'меч'), *stürmisch* (нем. 'бурный'), *siegen* (нем. 'побеждать'). В качестве примера распространения солдатских жаргонизмов приведем такие, как *Göttersitz* (нем. 'резиденция Бога' — обозначение главной штаб-квартиры вождя) и *Sardienenbüchse* (нем. 'банка сардин' — обозначение танка; подробнее см.: [Makowski]).

Также отметим появление в рассматриваемый период в Германии большого количества газет, журналов и пропагандистских листов, в названии которых использованы слова, непосредственно относящиеся к теме войны, военной агрессии: *Der Stürmer* 'штурмовик', *Der Angriff* 'Атака', *Das schwarze Korps* 'Черный корпус', *Der Kämpfer* 'Борец' и др.

При активных социальных изменениях резко меняется и лексический состав языка данной общности. Исследователь немецкого

языка 1930—1940-х гг. Х. Орловски (H. Orłowski) установил три основных подъязыка, за счет которых шло масштабное лексическое обогащение текстов СМИ, а именно:

1) военный вокабуляр (нем. «militärisches Vokabular»);

2) биологическая терминология (нем. «biologisch-organologische Terminologie»);

3) религиозно-культурная терминология (нем. «religiös-kultische Terminologie») [Цит. по: Makowski].

Так, при обсуждении вопроса взаимоотношения народов и рас в текстах СМИ того времени стали активно использоваться такие термины из биологии и генетики, как *селекция*, *исчезновение* (в результате естественного отбора), *паразит*, *культура* (бактерий) и т. д. Религиозная сфера дала такие выражения, как *fanatisch* (нем. 'фанатичный'), *Heil* (нем. 'благо') и т. д.

20—40-е гг. XX в. в Германии — один из ярких периодов активного наступления языкового пуризма. Возвращение к германским корням было важнейшим идеологическим средством сплочения народа. Большому количеству новых явлений и понятий старались подобрать немецкий вариант названия, в том числе в ущерб удобству произнесения или благозвучию. Так, *Radio* заменяли на *Volksempfänger*, вместо *Rektor* использовали слово *Hochschulführer*, а вместо *Jurist* — *Rechtswahrer*. Пуристическое течение довольно скоро было ликвидировано, поскольку, например, слово *Propaganda* прочно укоренилось в сознании народа, и заменить его на *Werbung* было невозможно. С. Борк (S. Bork) отмечает, что пуристические тенденции изжили себя, поскольку А. Гитлер сам часто употреблял заимствованные слова, «что придавало его речам псевдонаучность» [Bork 1970: 96].

В. Клемперер, подмечая пуристические тенденции, упоминает о моде в Германии 30—40-х гг. на сложные исконно немецкие имена, приводя в пример имя *Heidrun*. На сайте www.beliebte-vornamen.de представлены статистические данные о популярности мужских и женских имен в Германии с 1890 по 2010 г. Если рассмотреть 100 популярных женских и мужских имен в 1940—1949 гг., то можно обнаружить, что исконно германскими являются 44 % мужских имен и 16 % женских. В нашу выборку попали имена, имеющие древненемецкое происхождение, которые зафиксировал Э. Фёстеманн (Ernst Förstemann) в книге 1856 г. «Altdeutsches Namenbuch», например: *Wolf*, *Gerhard*, *Gisela*. Также в выборку попали имена, состоящие из двух германских корней: *Wolfgang*, *Herbert*, *Waltraud*, *Gudrun*. Вне нашей

выборки остались: а) заимствованные имена (*Maria*, *Mohammed*); б) сложные, преимущественно женские имена, образованные сложением двух простых имен (*Rosemarie*, *Hannelore*); в) краткие формы имен при наличии полных (*Christa* от *Christine*, *Karin* от *Katharina*).

Таким образом, в 1940—1949 гг. мальчиков предпочитали называть германскими именами примерно в половине случаев, а девочкам давали германские имена примерно в каждом пятом случае. Нам кажется, что этого недостаточно для заключения о значительном росте популярности именно старых германских имен.

В. Клемперер также подробно говорит о «жаргоне» Третьего рейха, приводя конкретные примеры расширения лексического значения некоторых слов, например: *aufziehen* (прямое значение — заводить игрушку, приобретенное значение — заводить/дразнить человека). В. Клемперер также отмечает глагол *plakatieren*, который, помимо основного значения «вывешивать плакат», приобрел значение «заводить человека».

Исследователи немецкого языка интересующего нас периода указывают на *темпоральную пейоративность* ряда слов как яркую особенность политической коммуникации. Речь идет о словах вроде *Fanatismus*, *Fanatiker*, *fanatisch*, которые изначально имели негативную стилистическую оценку. Заимствованные из религиозно-культурной области лексемы *Fanatismus*, *Fanatiker*, *fanatisch* приобретают в политических речах Третьего рейха дополнительное значение («eifrig», нем. 'ревностный') и положительную стилистическую окраску. Так, в газетах Третьего рейха были нередки такие выражения: *fanatische Vaterlandsliebe* 'фанатичный патриотизм', *unsere fanatische Mitkämpfer* 'наши фанатично преданные союзники' [Цит. по: Bork 1970: 23]. Кроме того, С. Борк отмечает, что пейоративное значение приобрели слова с приставкой *leistungs-*, например *Leistungswille* 'стремление добиться успехов' [S. Bork 1970: 27].

Для политической речи Третьего рейха характерны яркие концептуальные метафоры, например техническая метафора. В. Клемперер приводит цитаты из газеты «Das Reich» [Клемперер 1998: 201]: *мотор, работающий на предельных оборотах* (нем. *ein immer auf Hochtouren laufender Motor*), *Город держит колею* (нем. *Es spurt schon wieder*), *с полной нагрузкой* (нем. *voll ausgelastet*). Также были популярны сравнения человека с аппаратом, техническим прибором или инструментом, что отмечает С. Борк, приводя такие примеры: *eingegliedert*, *eingesetzt*, *organisiert*, *ge-*

prägt, geformt, gleichgeschaltet [Bork 1970: 17]. Эти причастия образованы от следующих глаголов: *зшелонировать, вводить, организовать, чеканить, формировать, унифицировать*. В русском языке это не очевидно, но С. Борк указывает, что данные глаголы в немецком языке не имели коллокации со словами «человек», «люди», а с приходом национал-социалистической партии к власти в Германии эти причастия стали употребляться преимущественно в сочетании со словом «человек» и его аналогами.

Приведем и яркие театральные метафоры, взятые из книги Е. Брамштеде, Г. Френкеля, В. Манвелла: «Видимо, будет целесообразно также создать в некоторых регионах марионеточные правительства, которые будут проводить нужные нам непопулярные меры» [Брамштеде, Франкель, Манвелл 2000: 178]. Использование персонажа кукольного театра, в данном примере подчеркивает «несамостоятельность» и «зависимость» будущих государств от правительства Третьего рейха.

Очень экспрессивным элементом политического языка рассматриваемого периода являются лозунги и девизы: *Arbeit macht frei* (Работа делает свободным), *Jedem das seine* (Каждому свое), *Deutschland über alles* (Германия прежде всего), *Kraft durch Freude* (Сила через радость), *Ein Volk, ein Reich, ein Führer* (Один народ, один рейх, один фюрер), *Wir bleiben Kameraden* (Мы остаемся товарищами) и пр.

Эти примеры могут служить кратким, но емким описанием особенностей политического дискурса в Третьем рейхе. Все отмеченные черты носят исключительно вербальный характер, и создается впечатление, что ими исчерпываются особенности политической коммуникации 20—40-х гг. XX в. в Германии. Однако мы придерживаемся того мнения, что подобных примеров недостаточно для полноценного анализа политической речи данного периода, поскольку языковой материал в контексте той эпохи выступает лишь средством описания реальных политических действий.

Е. Кормилицына, говоря о методах, которые использовал Й. Геббельс для пиара А. Гитлера, особенно выделяют такие: персонификация и стереотипизация. Персонификация — это процесс и результат сведения действий партии к личности ее руководителя, вождя (по-немецки *Führer*). Не вызывает сомнений тот факт, что Третий рейх ассоциируется в первую очередь именно с именем А. Гитлера, а политические решения национал-социалистической партии нередко

приравнивают к политическим решениям конкретного человека — ее лидера. Метод персонификации Е. Шейгал считает важным аспектом знаковой сущности политика [Шейгал 2004: 98].

Наиболее ярким в лингвистическом плане мы считаем другой метод — метод стереотипизации. Стереотипизация — психологическое воздействие с помощью создания иллюзорных стереотипов. Мы будем придерживаться мнения, что иллюзорные стереотипы и «политический миф» — это синонимичные понятия. Е. Шейгал также связывает этот метод со знаковой сущностью политика, отмечая, что, создавая какой-либо политический стереотип, политик «создает свой имидж или подыгрывает тому имиджу, который для него разработан» [Шейгал 2004: 98].

Методом стереотипизации активно пользовался Й. Геббельс, сравнивая А. Гитлера, например, с героем германо-скандинавского эпоса Зигфридом: «...фюрер как новый Зигфрид, не колеблясь, пролил кровь врагов, чтобы избавить страну от грязных предателей и мятежников!» [Брамштеде, Френкель, Манвелл 2000: 224].

Следующее сравнение — с Фридрихом Великим, фильм о котором был показан в 1942 г., что как бы намекало на сходство фюрера и короля [См. подр.: Брамштеде, Френкель, Манвелл 2000: 245—246].

Третье сравнение — это параллель с Бисмарком: «Недоброжелатели и скептики уже убедились, что Гитлер взял в свои руки дело, начатое Бисмарком, и полон решимости довести его до конца!» [Брамштеде, Френкель, Манвелл 2000: 219].

Эти параллели в языковом плане дают нам лишь один стилистический прием, а именно сравнение. О. Н. Паршина относит такие сравнения к тактике отождествления, которая является одним из важнейших средств стратегии самопрезентации [См. подр.: Паршина 2012: 42—50]. В лингвокультурологическом плане эти сравнения значат намного больше, поскольку затрагивают ключевых героев германской истории: Зигфрид — герой эпического, Фридрих Великий — исторический, Бисмарк — политический. С точки зрения политической лингвистики эти сравнения возносят фигуру А. Гитлера на идеологическую высоту, упрощают его позиции среди избирателей, способствуют принятию политической программы партии.

Прежде чем приступить к пиару политической фигуры А. Гитлера, Й. Геббельс создает несколько «образов» вождя, чтобы потом выбрать самый значимый и усиленно его пропагандировать. Е. Кормилицына на-

зывает этот процесс «созданием мифа о фюрере» [Кормилицына 2001: 31]. Самые распространенные образы («мифы») были отмечены Робертом Э. Герцштейном: «Студентам и интеллектуалам представлялся Гитлер в качестве художника и архитектора, оторванного от своей учебы в 1914 году необходимостью служить нации. Для особ сентиментальных у Геббельса имелся Гитлер, который питал любовь к детям. Рабочим он подавал Гитлера — рабочего. Перед ветеранами Гитлер представлялся в образе Неизвестного солдата Первой мировой войны» [Герцштейн 1996: 66].

Геббельс создал еще несколько разных «политических мифов»: «Спаситель Германии», «народный Канцлер», «Освободитель». Используя все доступные и подчиненные ему средства (как министру пропаганды ему были подвластны газеты, периодические издания, книги, радио и кинофильмы), он сумел расположить разные слои населения к А. Гитлеру и обеспечить триумфальную победу национал-социалистической партии на выборах в рейхстаг. Использование приема стереотипизации оказалось чрезвычайно действенным, и Й. Геббельс решил усилить его путем создания «божественного образа». В языковом плане это выражалось в различных агитационных материалах. Например, Е. Кормилицына упоминает о таком факте: «...достаточно сказать, что питомцы детских садов начинали свой день с молитвы, являвшейся по сути вольным пересказом „Отче наш“, где фюрера благодарили за „хлеб наш насущный“. Принципиальное отличие „модифицированной“ молитвы заключалось в том, что слово „Бог“ заменялось на выражение „Гитлер, мой Гитлер, посланный Богом...“» [Кормилицына 2011: 33]. Другой пример упоминает Ц. Корнер (С. Körner): «Das Rollenbild der Frau und Mutter in der fotografischen Darstellung in der NS-Zeit im Rahmen österreichischer Bildquellen — Ein fragmentarischer Einstieg»:

«...Herr Gott, gib unserm Führer Kraft,
Der Arbeit, Brot und Frieden schafft.
Gib unserm Volk reinen Willen,
Das, was er fordert, zu erfüllen.
Denn Du hast ihn ja selbst gesandt
Zur Rettung dem bedrückten Land...»

[Körner 2008: 160].

В. Клемперер зафиксировал текст пропагандистской листовки, в котором значилось: «Торжественный час с 13.00 до 14.00. В тринадцатый час Адольф Гитлер придет к рабочим».

В. Клемперер говорит об «Исповедании веры Адольфа Гитлера» (нем. *Glauben an Adolf Hitler*) [Klemperer 1947: 110], называя

«Mein Kampf» не иначе как «подлинное немецкое Евангелие» (нем. *das eigentliche Evangelium der Deutschen*) [Klemperer 1947: 122]. Самого А. Гитлера В. Клемперер называет «der Herr» (одно из значений этого немецкого слова — ‘Господь, бог’), «der Erlöser» (нем. ‘Спаситель’), «der Heiland» (нем. ‘Спаситель’), «der Allmächtige» (нем. ‘Всемогущий Бог’) и пр. Эти примеры В. Клемперер замечал за СМИ 30—40-х гг. XX в. и считал частью политического пиара А. Гитлера.

Мы тоже можем отметить стилистические средства, используемые в пиаре политического деятеля в различных пропагандистских материалах: религиозные символы, библейская лексика, отрывочные цитаты из Библии.

Но нам кажется, что вербальная сторона такого сравнения является сопутствующей, главная роль отводится именно поступкам, формирующим миф об А. Гитлере как о Боге. Снова упомянем историю про колокольный звон во время речи Гитлера. Геббельс записал в дневнике: «...in der letzten Strophe übertönt vom Glockenläuten des Königsberger Doms...» («...ее последнюю строфу заглушает перезвон колоколов Кенигсбергского собора») [Цит. по: Klemperer 1947: 119].

Нам кажется, что невербальная (сопутствующая вербальной) сторона этого выступления политического лидера значительно дополняет и усиливает эффект вербальной. Безусловно, исключив фактор колокола, мы все же можем изучить текст выступления, его задачи и цели, а также способы и средства, с помощью которых можно достичь этих целей. Но более широкое понимание предмета политической лингвистики позволяет нам изучать политический дискурс, в котором равнозначны речевое и неречевое поведение политика (вербальные и невербальные знаки), и тем самым помогает увидеть причинно-следственные связи, кроющиеся за любым политическим выступлением. Так, библейский стиль и библейская лексика нам кажутся следствием (и средством) более обширного пиар-метода стереотипизации личности (сравнение с Богом), а аббревиатуры, повторы и метафоры, основанные на сравнениях с механизмами, — следствием персонификации вождя и военного лидера. Вышеперечисленные особенности относятся к основным стилистическим средствам политического пиара и пропаганды, а рассматривая невербальную сторону политической коммуникации, мы можем установить дополнительные методы, используемые в политическом пиаре.

Обобщим основные методы (вербальные и невербальные) политического пиара

и пропаганды, использовавшиеся во времена Третьего рейха.

1. Создание эффекта сопричастности (формирование образов, резонирующих с разными социальными сферами, например, А. Гитлера как интеллигента, А. Гитлера как военного и пр.).

2. Формирование образа, который резонирует с каждым человеком (образ Абсолюта или Бога).

3. Использование драматического эффекта (звон колоколов во время выступления), драматическое построение политического выступления.

4. Влияние на один социальный слой населения через другой. Например, влияние на родителей через детей (ср. брошюру «Гитлер и дети», предположительно 1941 г. издания, и ряд плакатов вождя с детьми).

5. Максимально простое изложение фактов в публичном выступлении. Это предполагает многочисленные повторы, речевые штампы и клише.

6. Исторические параллели (параллель с Зигфридом, Фридрихом Великим, Бисмарком).

7. Новая терминология как характерная черта новой идеологии. Следствием внутренней политики национал-социалистической партии Германии в XX в. стало появление новых реалий германского общества. Например, идеологическое воспитание детей в милитаристическом русле получило название «Hitlerjugend» — нем. 'гитлеровская молодёжь'. Новая структура войск времен Третьего рейха сделала узнаваемыми аббревиатуры «СС», «СА».

Безусловно, перечисленные особенности не составляют полного описания свойств политического дискурса Третьего рейха. Но эти особенности, несомненно, указывают на необходимость изучения языковой и неязыковой реализации политического дискурса.

ЛИТЕРАТУРА

1. Баранов А. Н. Введение в прикладную лингвистику : учеб. пособие. — М. : Эдиториал УРСС, 2001.

2. Брамштеде Е., Френкель Г., Манвелл Р. Йозеф Геббельс — Мефистофель усмехается из прошлого. — Ростов н/Д : Феникс, 2000.

3. Будаев Э. В., Чудинов А. П. Зарубежная политическая лингвистика. — М. : Флинта : Наука, 2008.

4. Герцштейн Р. Э. Война, которую выиграл Гитлер. — Смоленск : Русич, 1996.

5. Демьянков В. З. Англо-русские термины по прикладной лингвистике и автоматической переработке текста. Вып. 2. Методы анализа текста. — М. : Всесоюз. центр переводов ГКНТ и АН СССР, 1982.

6. Клемперер В. LTI. Язык Третьего рейха: записная книжка филолога. — М. : Прогресс-Традиция, 1998.

7. Кормилицина Е. Йозеф Геббельс. Особенности нацистского пиара. — М. : ОЛМА Медиа Групп, 2011.

8. Паршин П. Б. Понятие идиополитического дискурса и методологические основания политической лингвистики. URL: www.elections.ru/biblio/lit/parshin.htm (дата обращения: 02.04.2013).

9. Паршина О. Н. Российская политическая речь: теория и практика / под ред. О. Б. Сиротининой. Изд. 3-е. — М. : ЛИБРОКОМ, 2012.

10. Чудинов А. П. Политическая лингвистика. — М. : Флинта : Наука, 2008.

11. Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса. — М. : ИТДГК «Гнозис», 2004.

12. Bork S. Mißbrauch der Sprache. Tendenzen nationalsozialistischer Sprachregelung. — Bern : Francke, 1970.

13. Klemperer V. LTI — Lingua Tertii Imperii. Notizbuch eines Philologen. — Berlin : Aufbau-Verlag, 1947.

14. Körner C. Das Rollenbild der Frau und Mutter in der fotografischen Darstellung in der NS-Zeit im Rahmen österreichischer Bildquellen — Ein fragmentarischer Einstieg. — Wien : Universität Wien, 2008.

15. Makowski J. Zur Sprache Im Nazionalsozialismus. URL: http://www.lingua.amu.edu.pl/lingua_articles_13.html (дата обращения: 02.04.2013).

Статью рекомендует к публикации д-р филол. наук, проф. Л. П. Крысин

Н. Л. Зелянская N. L. Zelyanskaya
Пермь, Россия Perm, Russia

**РЕЧЕВАЯ САМОПРЕЗЕНТАЦИЯ ПОЛИТИКА
В КОНТЕКСТЕ
ИЗМЕНЯЮЩИХСЯ СТРАТЕГИЙ
СОЦИАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ
(графосемантическое моделирование
образа мира Б. Немцова)**

**SPEECH SELF-PRESENTATION
OF A POLITICIAN IN THE CONTEXT
OF SOCIAL COMMUNICATION
CHANGING STRATEGIES
(graphic-semantic modeling
of Boris Nemtsov's world image)**

Аннотация. Осуществляется графосемантическое моделирование образа мира Б. Немцова на материале текстов его публичных выступлений в 2011 г. Анализ модели позволил выявить предпочитаемые политиком коммуникативные стратегии и способы самопрезентации в политическом дискурсе.

Abstract. The article is devoted to graphic-semantic modeling of Boris Nemtsov's image on the text material of his public addresses in 2011. The analysis of the model revealed that the politician preferred communication strategies and ways of self-presentation in the political discourse.

Ключевые слова: образ мира; политический дискурс; социальная коммуникация; графосемантическая модель; «Семограф».

Key words: image of the world; political discourse; social communication; graphic-semantic model; "Semograf".

Сведения об авторе: Зелянская Наталья Львовна, кандидат филологических наук, доцент кафедры общего и славянского языкознания.

About the author: Zelyanskaya Natalia Lvovna, Candidate of Philology, Associate Professor of the Chair of General and Slavonic Linguistics, Faculty of Philology.

Место работы: Пермский государственный национальный исследовательский университет.

Place of employment: Perm State National Research University.

Контактная информация: 614990, г. Пермь, ул. Букирева, 15, корп. 5.
e-mail: zelyanskaya@gmail.com.

Политический дискурс как одно из пространств реализации социальной коммуникации обладает чертами, дающими возможность реконструировать наиболее актуальные с точки зрения определенного этапа развития социума коммуникативные стратегии. Можно предположить, что взаимодействие между политическими агенсами-адресантами и агенсами-адресатами — это система коммуникативных взаимоподстроек с целью создания такого коммуникативного взаимодействия, которое в максимальной степени соответствовало бы социальным запросам. В политической коммуникации представления участников о состоянии общества апробируются в процессе столкновения с речевыми и неречевыми актами их политических оппонентов и трансформируются в продуктивные коммуникативные приемы, актуальные для социальной коммуникации в целом.

лей, однако в любом случае успешность коммуникации будет определяться степенью соответствия личных интенций актуальному состоянию социума.

Политическая коммуникация, в отличие от любой другой формы взаимодействия субъектов общения, вовлекает политических агентов в такой социальный хронотоп [Соколов], который дает ощущение причастности к наиболее важным вопросам действительности и наделяет коммуниканта статусом социально активного субъекта. Поэтому политический дискурс является наиболее продуктивной средой для реализации действенных актуальных коммуникативных стратегий.

Взаимодействие субъектов коммуникации друг с другом и социальной средой может иметь разнообразную смысловую, ценностную, прагматическую и другую направленность. Их реакции на запросы социума могут градуироваться от нерелективного приспособленчества до попыток манипулирования для достижения собственных це-

Все значимые изменения в социуме в данном контексте находят отражение в политической коммуникации. Так, стремительное распространение Интернета и его интенсивное влияние на формы взаимодействия в обществе не могло не проявиться в политике [Вершинин 2004; Морозова 2011]. Не только порождение, распространение, хранение и восприятие информации в связи со всеобщей дигитализацией претерпели в настоящее время кардинальные изменения и уже неотделимы от интернет-реальности, трансформировалось и само восприятие объективного мира людьми (ср. рассуждения Кас-

тельса о современной культуре, для которой органично восприятие виртуального мира в качестве действительности, в той же (или даже большей) степени реальной, что и объективный мир [Кастельс 2000: 132]).

Все социальные характеристики, считавшиеся в прежние эпохи значимыми, обусловливающими и адекватно характеризующими человека, его внутренний и внешний миры, потеряли свою абсолютность в качестве коммуникативных барьеров. Объективные факторы времени и пространства, социальные и возрастные границы нейтрализуются в интернет-коммуникации. Описанию феномена виртуальности, ее проявления в современной культуре и влияния на онтологию социума и когнитивные процессы отдельной личности посвящено большое количество работ зарубежных и отечественных философов, культурологов, семиотиков [Бехманн 2012; Бодрийяр 2000; Кастельс 2000; Маклюэн 2005].

Современный политический дискурс во многом обусловливается новым состоянием социума. Конечно, в силу повышенной склонности политической коммуникации к конфронтации, манипулятивному воздействию на адресата все черты новой онлайн-социальности начинают использоваться для совершенствования приемов манипулирования. Однако одновременно интернет-общение создает условия для открытых дискуссий, проверки получаемой из разных источников информации, способствует объединению людей по информационно-мировоззренческим параметрам, которые порой становятся более функциональными, чем социальные. В данных условиях в число активных агентов политической реальности начинают входить и «рядовые» граждане страны: возможность ответа, который будет ретранслироваться и станет известен политической элите и представителям власти, делает политическую коммуникацию общением с обязательной обратной связью.

Указанное обстоятельство в современных условиях не может не учитывать профессиональный политик. От того, насколько органично он преподнесет себя в современной медиасреде, зависит его политическая успешность и популярность у потенциальных избирателей. Логично, что любой политический деятель стремится использовать свойства медиасреды для трансляции своих взглядов. Интернетоцентричность современных массмедиа превращает их в резервуар спонтанных, но четко определенных в целевом плане коммуникативных актов, которые одновременно становятся информационным отражением образов мира участников коммуникации.

Реконструкция проявившихся особенностей образов мира профессиональных политиков даст возможность оценить степень соответствия их установок запросам социума. Образ мира лежит в основе картины мира, для которой служит структурирующим основанием [Артемьева 1999; Леонтьев 1983]. Мы понимаем образ мира как систему принципов, организующих актуальные для человека смыслы, представления, категории, мировоззренческие установки — всё, составляющее содержательное наполнение картины мира человека [Белюсов, Зелянская 2012].

В данной статье реконструируется образ мира Бориса Немцова на материале его спонтанных самопрезентаций в процессе неподготовленных интервью и бесед с радиослушателями за 2011 г. (общий объем текстов стенограмм 135 тыс. знаков). Коммуникация полностью соответствовала всем признакам современного медиаобщения: формально дистанционное опосредованное общение преобразовывалось в непосредственное общение с обратной связью — мгновенной (отклики радиослушателей, вышедших на связь) или отсроченной во времени вплоть до сегодняшнего дня (комментарии на форумах).

Фигура Бориса Немцова, на наш взгляд, является достаточно интересной с точки зрения рассмотрения проблемы освоения политическими агентами новых форм коммуникации, так как он за свою долгую карьеру профессионального политика оказывался в разных политических амплуа: и представителя действующей власти (губернатор, первый вице-премьер, заместитель председателя Государственной думы РФ), и оппозиционера. В 2011 г. проходили выборы в Государственную думу, и хотя Б. Немцов не принимал в них участия в качестве лидера допущенной к выборам политической партии, предвыборный год стал для него временем повышенной активности, когда необходимо было проявить себя, прояснить свою позицию, постараться приобрести максимальное количество сторонников. Так, в частности, Б. Немцов стал инициатором создания движения «наХ-наХ: Голосуй против всех» [РБК].

Реконструкция образа мира осуществлялась нами с помощью частотного анализа и метода графосемантического моделирования. На основании частотного анализа лексем (с учетом реализованных в контекстах значений) были сформированы семантические поля, отражающие основные актуальные для Б. Немцова смыслы, и определена частота появления каждого поля в тек-

стах. Далее исследовались связи данных полей друг с другом в выступлениях политика: совместная встречаемость в одном контексте, количество одинаковых связей. На основании полученных данных строилась графосемантическая модель образа мира политика, отражающая принципы организа-

ции важных для него смыслов. Обработка материала и моделирование осуществлялись в информационной системе «Семограф» (<http://new.semograf.com>) [Система... 2011]. Более подробное описание метода исследования см. в следующих работах: [Белоусов, Зелянская 2009; 2012].

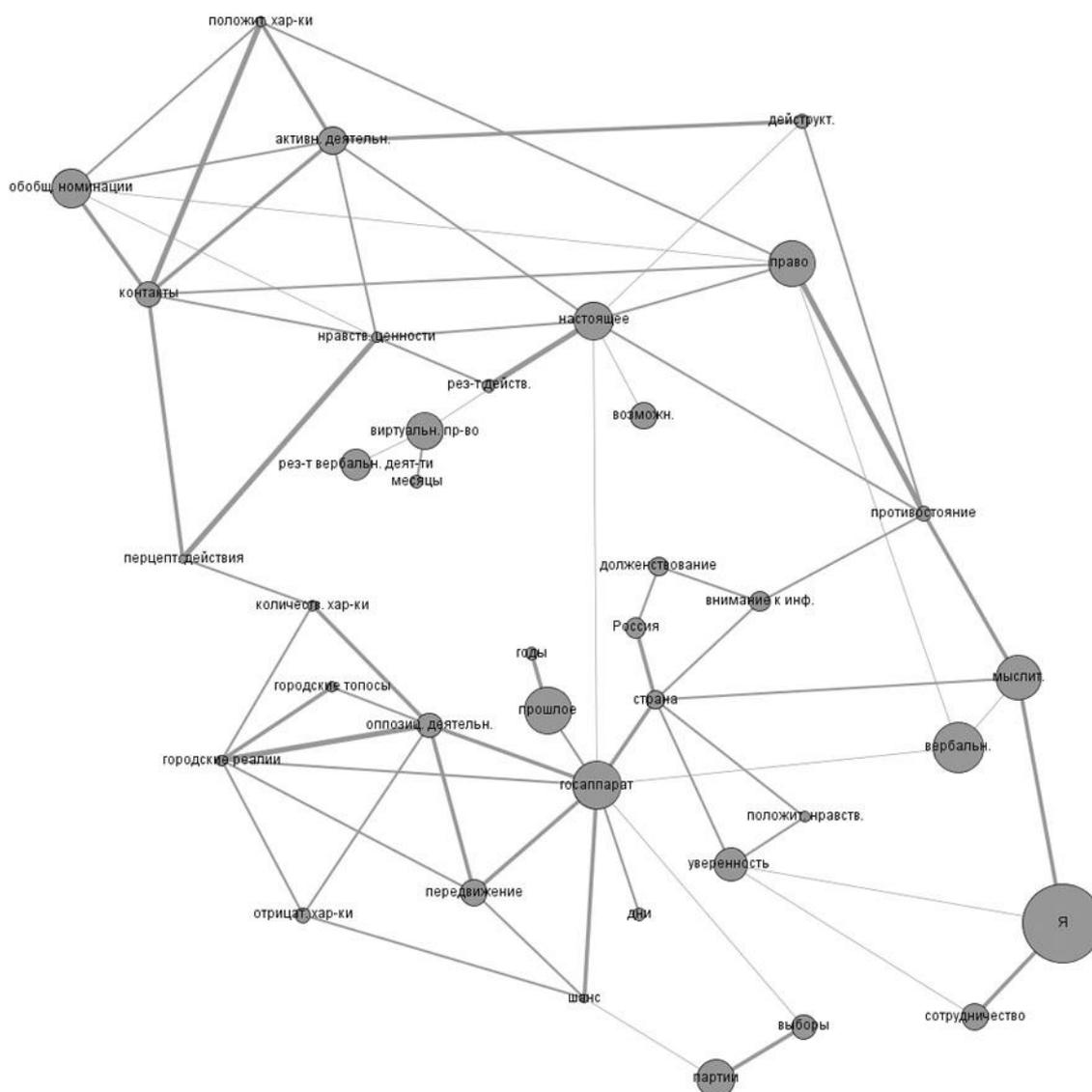


Рисунок. Графосемантическая модель образа мира Б. Немцова

Примечание. Для построения модели были использованы семантические поля (составившие макрополя). На рисунке приняты следующие сокращения. *Внимание к инф.* — привлечение внимания к информации (макрополе «Модальность»); *обобщ. номинации* — обобщенные номинации людей (макрополе «Люди»); *положит. хар-ки* — положительные характеристики; *отрицат. хар-ки* — отрицательные характеристики; *количеств. хар-ки* — количественные характеристики; *положит. нравств.* — положительные нравственные характеристики (макрополе «Характеристики»); *передвижение* — передвижение в пространстве; *виртуальн. пр-во* — виртуальное пространство (макрополе «Пространство»); *настоящее* — настоящее время; *прошлое* — прошедшее время (макрополе «Время»); *перцепт. действ.* — перцептивные действия; *деструкт.* — деструктивные действия; *активн. деятельн.* — активная деятельность; *вербальн.* — вербальная деятельность; *мыслит.* — мыслительная деятельность; *контакты* — действия, предполагающие непосредственный контакт; *возможн.* — возможное действие (макрополе «Действия»); *рез-т действ.* — результат действия; *нравств. ценности* — нравственные ценности; *рез-т вербальн. деят-ти* — результат вербальной деятельности (макрополе «Объекты»); *оппозиц. деятельн.* — оппозиционная деятельность; *право* — правовой контекст; *выборы* — сфера выборов (макрополе «Политика»).

Все лексемы проанализированных текстов были распределены по смысловым группам, актуальным для политической коммуникации и отражающим общие приоритетные направления рефлексии, важные для Бориса Немцова в исследуемый период, через которые он сознательно или неосознанно предпочитал вести политическую самопрезентацию. В соответствии с показателями частотности мы выделили следующие лексические группы (макрополя):

- Действия (частотность 0,148).
- Субъектно-ролевое пространство (частотность 0,142).
- Политика (частотность 0,1).
- Время (частотность 0,094).
- Люди (частотность 0,08).
- Пространство (частотность 0,071).
- Характеристики (частотность 0,066).
- Модальность (частотность 0,056).
- Объекты (частотность 0,052).
- Числа (частотность 0,05).
- Отношения (частотность 0,031).
- События (частотность 0,011).
- Состояния (частотность 0,003).

На основании данных совместной встречаемости семантических полей в рамках одного контекста (одной реплики в диалоге / полилоге интервью или радиобеседы со слушателями) и показателей совпадающих типов этой встречаемости (связей) у полей была построена графосемантическая модель (см. рис.). Величина кегля на рисунке отображает частотность поля; линии, связывающие поля, показывают количество совместного функционирования семантических связей данного типа во всем корпусе текстов; толщина линии отражает силу связей в зависимости от величины коэффициента корреляции по модулю: больше 0,7 — самая жирная линия, далее толщина уменьшается в соответствии с уменьшением коэффициента на одну десятую (больше 0,6; 0,5; 0,4).

Графосемантическая модель позволяет реконструировать иерархию отношений между семантическими полями, т. е. принципы организации смысловых тенденций, функционирующих в текстах выступлений Б. Немцова и отражающих способы политика встраиваться в современный политический дискурс. Данная модель является репрезентантом образа мира политика.

На модели видно, что образ мира Б. Немцова складывается из трех блоков, подструктур, отражающих актуальные деятельностные стратегии политика в рассматриваемый период. Условно мы обозначили эти подструктуры как коммуникативный, самоидентификационный блоки и блок приложения активности — по основным установ-

кам, на наш взгляд, организующим смысловые поля в структурные единства. (Условные границы данных блоков проходят по тем полям, все либо большая часть связей которых входят в блок.)

«Коммуникативный блок» организован вокруг поля «Я», являющегося самым частотным в лексической группе «Субъектно-ролевое пространство» и отражающего основную коммуникативную установку Немцова — индивидуализм. Оно задает вектор развития общения, органичный для политика (см. нашу работу [Зелянская 2012], в которой подчеркивается преимущественно Я-замкнутый образ мира Немцова в 2007 г.). Уточняют коммуникативную стратегию политика поля «Мыслительная деятельность», «Сотрудничество», «Противостояние» и «Вербальная деятельность». Эгоцентричность коммуникативного пространства образа мира Немцова оказывается опосредованной мыслительной сферой, которая передается лексикой, связанной с планированием, размышлением, определением собственной позиции — т. е. с интенцией наиболее конструктивной, продуманной самопрезентации во внешнем мире.

Процесс самопрезентации осуществляется посредством противоположных коммуникативных сценариев: один из них направлен на сотрудничество, другой — на противостояние. В данном контексте становится интересным тот факт, что с мыслительной деятельностью столь же тесно, насколько и «Я», связано поле «Противостояние». Само поле имеет небольшую частотность, однако в образе мира политика все сферы, обладающие потенциалом конфликта, очевидно, подвергаются детальному осмыслению. Именно это поле связывает «коммуникативный блок» с «блоком приложения активности», демонстрируя, с какими концептами в картине мира Немцова соотносится представление о противостоянии, а также определяя конфликт как необходимое условие для планирования и реализации активной деятельности. Тем не менее поле «Вербальная деятельность» в рамках «коммуникативного блока» логично становится основной бытийной характеристикой активности Б. Немцова. Слабые связи, образованные полем, при большой частотности одновременно указывают на важность вербально-коммуникативной сферы для политика и на то, что в его картине мира словесное воздействие на важные вопросы государственного и общественного устройства является подчиненным. «Сила слова», дискуссионные площадки, СМИ, Интернет и другие «среды», которые имеют вербальное бытие, не явля-

ются для Немцова самодостаточными инструментами ведения политической борьбы. Вербальные коммуникативные стратегии, скорее, предстают в качестве традиционно необходимого контекста, в который обязан вписываться любой политический деятель.

«Сотрудничество» — поле, отражающее противоположный вектор трансформации коммуникативного эгоцентризма политика — оказывается ближе к «самоидентификационному блоку». Речь Немцова, как правило, строится так, что намерение конструктивной совместной деятельности непосредственно связано с его коммуникативным Я. Я-позиция демонстрируется как точка отчета для налаживания отношений с людьми, необходимость которого, очевидно, начинает занимать в образе мира политика одно из приоритетных мест.

Уточнение коммуникативной интенции сотрудничества можно произвести с помощью полей «блока самоидентификации». Данный блок отражает спектр политических субъектов, с которыми идентифицирует Б. Немцов свою деятельность. Первым субъектом, наиболее тесно связанным с декларируемой коммуникативной позицией Немцова, является «Страна». Повышенное внимание к «Стране» прежде всего обусловлено целями политической самопрезентации. На первый план в качестве основного мотиватора деятельности выходит необходимость оказывать влияние на электорат — жителей своей страны (обращаем внимание на то, что в выступлениях Немцова под страной прежде всего подразумевается Россия). Однако активность других субъектов — госаппарата и оппозиции, — по нашему мнению, в рамках рассматриваемого образа мира представляющих со «Страной» структурно-семантическое единство, дает основание предположить, что в данном случае речь идет не только о непосредственной цели агитации. Перед Немцовым встают проблемы политической самоидентификации.

Место, которое занимает поле «Страна» в мировоззренческой структуре политика, показывает неоднозначность этого концепта. Он, очевидно, соотносится с коммуникативной позицией Б. Немцова, но не имеет прямого отношения к коммуникативному «Я». Связь с «коммуникативным блоком» мы видим и непосредственную, хоть и слабую, — через поле «Уверенность», отражающее соответствующую модальность текстов Немцова, и опосредованную — через поля «Долженствование» и «Привлечение внимания к информации», которые образованы словами, также имеющими модальную семантику. Но языковые способы выражения

отношения к содержанию высказываний оказались в модели вынесенными за пределы «коммуникативного блока», потому что в данном случае они стали не столько характеристиками коммуникативных установок Немцова, сколько частью создаваемого в его речи образа страны. Сам политик как субъект коммуникации, очевидно, не является источником обнаруженных модальных интенций: они либо очень слабо, либо совсем не связаны с «Я». Но указанная модальность по каким-то причинам считается Немцовым необходимой для речевой презентации «Страны», потому в выступлениях политика обнаружилось подобное парадоксальное структурно-семантическое разделение субъекта речи и выражения его отношения к предмету обсуждения. Дополнительным подтверждением возможной «сконструированности», специальной продуманности образа страны служит связь соответствующего поля с «Мыслительной деятельностью».

Интересно рассмотреть дистанцированную модальных интенций от «Я» на примере поля «Уверенность», призванного репрезентировать доминантную модальность разворачивающейся коммуникации. Очевидна демонстрируемая Немцовым уверенность в наличии у российского общества высоких нравственных качеств: поле «Уверенность» тесно связано с полями «Страна» и «Положительные нравственные характеристики». Но при этом оно очень слабо коррелирует с «Я», что дает основания предположить некоторую искусственность, риторичность этой уверенности, базирующейся не столько на внутренних резервах убежденности, сколько на желании воздействовать на «Страну».

Слабо связана «Уверенность» и с «Сотрудничеством». В данном контексте нацеленность на сотрудничество становится не имеющей конкретного адресата характеристикой «Я», которую Немцов в своих заявлениях через декларативную уверенность пытается соотнести с образом «Страны».

Поля «Долженствование» и «Привлечение внимания к информации» вообще не имеют прямых связей с «Я» и другими смысловыми группами коммуникативного блока, потому служат исключительно для систематизации и риторически выигрышного представления информации о «Стране», «России» (они имеют связи только с этими полями).

Однако, по нашему мнению, пересекающиеся друг с другом концепты «Страна» и «Россия» нельзя рассматривать только в контексте стремления структурировать агитационные политические тексты с целью

достижения искомых целей. Сам факт разделения реалии на два образа указывает на осознанное или бессознательное стремление отрефлексировать смысловые границы данного речевого объекта не только в качестве политического адресата.

Большую активность (количество семантических связей) в выступлениях Немцова проявляет номинация, в которой доминирует обобщенная семантика — «Страна». В данном случае, на наш взгляд, дают о себе знать одновременно две стратегии восприятия и переосмысления действительности: стремление к укрупнению обсуждаемых объектов, введение их в плоскость общих закономерностей, обязательных для всех, и эвфемизация, предполагающая в данном случае и «ритуальную» коммуникативную составляющую: вместе с номинацией — *страна* вместо *Россия* — меняются условия общения и адресат высказывания. «Россия» же тесно связана в выступлениях политика лишь с «Долженствованием», вводящим образ России в идеально-перфекционистический контекст. В силу того что, кроме модальности, никаких системных конкретизаторов у концепта «Россия» в модели не появляется, можно предположить, что они намерено «замалчиваются», выводятся за границы политического агитационного дискурса. Со «Страной» же в речи Немцова связаны все коммуникативные уловки агитационной речи, подкрепленной нарочитой уверенностью.

Кроме того, именно «Страна» имеет сильную корреляцию с еще одним политическим субъектом, актуальным для Б. Немцова, — с «Госаппаратом». Разделение концепта «Страна» в образе мира политика на ипостаси понятно: противопоставление государственной машины и общества, рядовых людей традиционно при рефлексии об устройстве, развитии, истории страны. Многозначность этого образа объясняет дистанцирование «Я» политика от «Страны» в структурно-семантическом пространстве его выступлений: Немцов пытается обозначить для себя и для адресатов своих сообщений основных субъектов политического процесса, сохраняя при этом за собой позицию объективного наблюдателя, способного к адекватной оценке. Одновременно, по нашему мнению, происходит и неизбежный процесс самоидентификации среди политических сил.

«Госаппарат» занимает очень сильную позицию в описываемом блоке. Не только частотное, но и очень активное по семантическим связям поле оказывается связующим звеном между двумя остальными политиче-

скими субъектами, с которыми проходит процесс самоидентификации политика. И только поле «Госаппарат» вписано во временную перспективу: структуры госаппарата рассматриваются в контексте прошлого, имеют свою «историю» и соотносятся в картине мира Немцова с настоящим. Осмысление всех реалий, имеющих отношение к «Госаппарату», во временной перспективе логично. С одной стороны, анализ деятельности властных структур во времени становится обоснованием необходимости оппозиционного противодействия. С другой стороны, как уже отмечалось, Б. Немцов именно в прошлом был частью этой системы, имеет представление об особенностях ее функционирования в различных временных ритмах — и на протяжении лет (поле «Годы»), и в определенные значимые для России дни (поле «Дни»). Время является единственным характеризующим контекстом для госструктур, имеющим структурообразующее значение для образа мира политика, что дает дополнительное основание для вывода о первичности ощущения собственной прошлой причастности к ним, на которую накладываются остальные суждения и оценки.

Интересно, что через семы поля «Госаппарат» происходит в рассуждениях Б. Немцова соединение «Страны» с «Оппозиционной деятельностью». «Страна» как адресат речей Немцова не имеет отношения к оппозиции и соответственно не может быть инициатором каких-либо оппозиционных действий. Ее взаимодействие с госаппаратом выступает как более логичное, даже если речь идет о недовольстве и несправедливости.

Дополнительным контекстом, в который через слабую связь входит поле «Госаппарат», является «Сфера выборов». Стремление реализовать себя в качестве официальной правящей силы, а не оппозиции, очевидно и естественно для политика. Но модель образа мира Немцова демонстрирует его сомнение в том, что с помощью выборов существующие оппозиционные политические силы могут встроиться во властные структуры: поле «Партии» не имеет непосредственной корреляции с «Госаппаратом», его сильная связь с «Выборами» характеризует активность сем, составивших смысловую группу «Партии», но не отражает типичный, по мнению Немцова, сценарий вхождения во власть, так как поле «Выборы» слабо соотносится с «Госаппаратом» в реконструированной структурно-семантической системе.

Единственный возможный путь в госструктуры выражен компонентами поля «Шанс», имеющего сильную связь с «Госап-

паратом». Оппозиционное «Передвижение в пространстве» в данном контексте, видимо, делает более вероятной победу, нежели предвыборная партийная деятельность: связь поля «Шанс» с «Передвижением...» гораздо сильнее, чем с «Партиями».

Оппозиция, еще один политический субъект, в «самоидентификационном блоке» представлена прежде всего полем «Оппозиционная деятельность». В противоположность «Госаппарату», «Оппозиционная деятельность» вписывается в картину мира Немцова в пространственный контекст. В модели посредством поля «Передвижение в пространстве» отражается актуальный для Немцова способ политического освоения пространства — оппозиционной борьбы, которая передислоцировалась на «улицу» и приняла формы митингов и демонстраций. Пространство улицы складывается из сем, образующих поля «Городские реалии» и «Городские топосы».

Поле «Оппозиционная деятельность» оказывается вписанным и в аксиологическую шкалу: оно имеет сильные связи с «Отрицательными характеристиками» и «Количественными характеристиками». Сама оппозиционная активность Б. Немцова объясняется негативными чертами политической, социальной, экономической действительности, что в речи политика находит выражение в форме отрицательных отзывов о действиях властей, политических оппонентах. Однако в структуре образа мира, как мы видим, данные характеристики становятся конституирующими чертами оппозиционности: проявляется устойчивая интенция «оппозиционность — недовольство». При этом модель демонстрирует, что негативизм становится ореолом оппозиции, а к госаппарату имеет только опосредованное отношение. «Количественные характеристики» свидетельствуют о стремлении Б. Немцова к точному описанию собственной оппозиционной деятельности: политик ставит себя в нарративную позицию очевидца, фиксирующего подробности. Потому логично, что это поле соотносится с семантической группой «Перцептивные действия», образованной словами, указывающими на личное присутствие (видеть, слышать).

Третья часть модели, «блок приложения активности», отражает соотношение деятельности, важной и актуальной для Немцова, с объектами, на которые направлена эта деятельность. «Блок приложения активности» относится исключительно к политическому настоящему Немцова: большой значимостью здесь обладает поле «Настоящее время». В этой части модели находится ад-

ресат проанализированных выступлений, коммуникативное Ты, которое в картине мира Б. Немцова имеет плохо дифференцированные черты, поскольку выражено полем «Обобщенные номинации людей». Интересно функционально-семантическое разделение «Страны», «России» и «Обобщенной номинации людей» — разных ипостасей адресата. Страна появляется в речи политика как объект рефлексии, точка отчета для построения своей коммуникативной позиции. Отдельные же люди, хоть и не наделены Немцовым конкретными социальными характеристиками, становятся для него основной точкой приложения активности: с ними связана цель агитационной деятельности — установление контактов (поле «Действия, предполагающие непосредственный контакт»). При явном чрезмерно обобщенном представлении о людях, для которых политик планирует свою деятельность, он выделяет в них много позитивных характеристик: поля, связанные с «Обобщенными номинациями людей», состоят из слов, имеющих положительные коннотации: «Положительные характеристики», «Нравственные ценности». Кроме того, в образе мира Немцова эти люди предстают в качестве основного активного начала, способного изменить политическую ситуацию (об этом свидетельствует связь с полем «Активная деятельность»). Восприятие людей как реальной силы объясняет стремление политика к налаживанию контактов, именно эта деятельность становится одной из главных для Немцова. Установление контактов, выбор людей, с которыми необходимо сотрудничать, очевидно, во многом имеет для Б. Немцова мировоззренческий характер: в модели отражено стремление политика отразить свою деятельность с разных, в том числе морально-нравственных позиций. Тот факт, что «Контакты» соотносены не только с «Активной деятельностью», но и с «Положительными характеристиками» и с «Нравственными ценностями», говорит об ощущении Немцовым собственной правоты. Более того, ожидание каких-то результатов своей активности в настоящем политик также связывает с понятиями о правде и нравственности: на модели отражена корреляция поля «Результат действия» с полями «Нравственные ценности» и «Настоящее время». Через тесную связь с полем «Перцептивные действия» в контексте всей системы образа мира Б. Немцова его оппозиционная деятельность также приобретает черты не только политической борьбы, но борьбы за правду и убеждения.

Однако признается и наличие деструктивной составляющей в любом проявлении политической активности: поле «Активная деятельность» имеет сильную связь с «Деструктивной деятельностью», которая коррелирует с «Противостоянием». Признание самой возможности разрушительных последствий в картине мира Немцова очень слабо соотносится с актуальной ситуацией в стране, политик не предполагает реализацию деструктивного сценария: связь с полем «Настоящее время» незначительна.

Наибольшими перспективами, по представлению Немцова, обладает правовое решение вопросов: поле «Правовая сфера» занимает значительное место в модели образа мира и по частотности, и по активности связей с другими полями. Именно в законодательном порядке для политика продуктивнее всего решать спорные вопросы и конфликты (очень сильную связь «Правовая сфера» образует с полем «Противостояние»).

Еще одна область приложения активности, проявившая себя в образе мира Б. Немцова, — это «Виртуальное пространство». С «Виртуальным пространством» соотнесены поля «Результат вербальной деятельности» и «Месяцы», что демонстрирует признание политиком продуктивности СМИ и Интернета при обсуждении важных вопросов, необходимости заявлений, дискуссий и т. п. и быстроты получения результатов. Однако заметим, что при большой частотности это поле не проявляет достаточной активности. Связь с «Настоящим временем» очень слаба, т. е. резерв использования потенциала виртуального мира Немцовым задействуется не в полную силу.

Таким образом, речевые самопрезентации Бориса Немцова 2011 г. демонстрируют значимое для его образа мира противоречие между коммуникативно-вербальной реальностью и экстравербальным бытием. Попытки согласования их приводят к разработке четкого коммуникативного плана, возможно, выверенного концептуально и риторически, однозначно направленного на установление контакта, но чуждого Я-говорящему. Наиболее значимыми факторами для становления образа мира политика являются необходимость самоидентификации среди политических сил и определение приемлемых способов активной политической деятельности. Контроль над вербальной сферой дистанцирует Я-адресанта от адресата и от сообщения, выстроенного по предзаданным коммуникативным критериям. Попытки анализа особенностей своих адресатов приводят политика к конструированию обобщенного

идеализированного образа человека (гражданина России), с которым должно быть налажено сотрудничество, и России, страны, в которой и ради которой разворачивает свою деятельность политик. Идеализация имеет следствием раздвоение представлений о стране и о людях, категоричное деление мира на аксиологические и этические противоположности без полутонов и резкие переходы от положительного к отрицательному оценочным полюсам даже в рамках одного высказывания.

Слабая функциональная соотнесенность в рамках образа мира Б. Немцова «слова», «дела» и аудитории, принимающей участие в политической коммуникации, представляет виртуальное коммуникативное пространство и всю медиасреду в качестве искусственных форм реальности: деятельность в них важна, результативна, но может быть отменена или не принята во внимание в офлайн-действительности. Соответственно подобная форма взаимодействия с электоратом не оказывает значительного влияния на стратегию политической коммуникации Немцова, не становится площадкой для обратной связи и источником его представлений о потребностях общества.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Артёмьева Е. Ю.* Основы психологии субъективной семантики. — М.: Наука: Смысл, 1999.
2. *Белоусов К. И., Зелянская Н. Л.* Имидж и его лингвистическая реконструкция // Маркетинг в России и за рубежом. — М.: Финпресс, 2009. № 6 (74). С. 55—65.
3. *Белоусов К. И., Зелянская Н. Л.* Образ мира политика (по данным частотного анализа лексики) // Политическая лингвистика. 2012. № 2. С. 60—65.
4. *Бехманн Г.* Современное общество: общество риска, информационное общество, общество знаний. — М.: Логос, 2012.
5. *Бодрийяр Ж.* Символический обмен и смерть. — М.: Добросвет, 2000.
6. *Вершинин М. С.* Политическая коммуникация в информационном обществе: перспективные направления исследований // Актуальные проблемы теории коммуникации. — СПб.: Изд-во СПбГПУ, 2004. С. 98—107.
7. *Зелянская Н. Л.* Образ мира политика как компонент медиасреды (на материале текстов публичных выступлений Б. Немцова) // Вестн. Оренбург. гос. ун-та. 2012. № 11. С. 71—77.
8. *Кастельс М.* Информационная эпоха: экономика, общество и культура. — М.: ГУ ВШЭ, 2000.
9. *Леонтьев А. Н.* Избранные психологические произведения: в 2 т. Т. 2. — М.: Педагогика, 1983.
10. *Маклюэн М.* Галактика Гутенберга: становление человека печатающего. — М.: Академический Проект: Фонд «Мир», 2005.
11. *Морозова О. Н.* Политическая интернет-коммуникация: ее роль, функции и формы //

Политическая лингвистика. 2011. № 1(35). С. 156—161.

12. *Оппозиция* создает движение «наХ-наХ: Голосуй против всех». URL: <http://www.rbcdaily.ru/politics/562949981310123>

13. *Петрова Е. В.* Проблемы адаптации в информационной среде // Информационная эпоха: вызовы человеку. — М : РОССПЭН, 2010. — С. 258—281.

14. *Система* графосемантического моделирования

[Электр. издание] / Д. А. Баранов, К. И. Белоусов, И. В. Влацкая, Н. Л. Зелянская. — М. Свидетельство о государственной регистрации в Федеральной службе по интеллектуальной собственности, патентам и товарным знакам. Зарегистрировано в Реестре программ для ЭВМ № 20111617192 от 15.09.2011.

15. *Соколов А. В.* Общая теория социальной коммуникации / А. В. Соколов. URL: http://www.evartist.narod.ru/text16/073.htm#_top.

Статью рекомендует к публикации канд. филол. наук, доц. М. Б. Ворошилова

УДК 81'27
ББК ТЗ(4Вел)62

ГСНТИ 16.21.27; 16.21.51

Код ВАК 10.02.04; 10.02.19

Т. Н. Зубакина Т. N. Zubakina

Екатеринбург, Россия Ekaterinburg, Russia

МЕТАФОРЫ В ИНДИВИДУАЛЬНОЙ КОНЦЕПТОСФЕРЕ У. ЧЕРЧИЛЛЯ

Аннотация. Описание индивидуальной концептосферы Черчилля с помощью модели эволюционного ряда, репрезентированного посредством метафор. Метафора рассматривается в аспекте когнитивной лингвистики как результат ментальной деятельности человека.

Ключевые слова: концепт; индивидуальная концептосфера; концептуализация; метафора; моделирование; эволюционный ряд.

Сведения об авторе: Зубакина Татьяна Николаевна, старший преподаватель факультета международных отношений.

Место работы: Уральский федеральный университет (Екатеринбург).

Контактная информация: 620002, Екатеринбург, пр-т Ленина, 51.
e-mail: zoubakina@mail.ru.

METAPHORS IN INDIVIDUAL CONCEPTSPHERE OF W. CHURCHILL

Abstract. The author of the article makes an attempt to describe Churchill's individual conceptosphere according to the main evolutionary row principles. The object of this analysis is the conceptual metaphors from W. Churchill's war speeches. Metaphor is treated from the cognitive linguistics point of view as the result of human mental activity.

Key words: concept; individual conceptosphere; conceptualization; metaphor; modeling; evolutionary row.

About the author: Zubakina Tatyana Nikolaevna, Senior Lecturer of the Faculty of International Relations.

Place of employment: Ural Federal University (Ekaterinburg).

Проблемы изучения роли метафоры в речевой деятельности традиционно актуальны в отечественной и зарубежной лингвистике (Л. М. Алексеева, Н. Д. Арутюнова, А. Н. Баранов, Э. В. Будаев, Ю. Н. Караулов, И. М. Кобозева, Е. С. Кубрякова, С. Л. Мишланова, А. П. Чудинов, М. Блэк, Д. Вико, М. Джонсон, Ф. Джонсон-Лэрд, Э. Кассирер, Е. Киттей, Дж. Лакофф, Э. МакКормак, Ф. Ницше, Х. Ортега-и-Гассет, М. Осборн, П. Рикер, М. Тернер, Ж. Фоконье и др.).

Одно из перспективных направлений подобной работы — анализ индивидуальной концептосферы путем выявления метафорически репрезентированных концептов, которые отражают личностную картину мира. Задача данного исследования — описание индивидуальной концептосферы Уинстона Черчилля, выдающегося британского политика и оратора.

В теории метафоры, созданной Дж. Лакоффом и М. Джонсоном [Лакофф, Джонсон 1980], метафора наделяется фундаментальной когнитивной функцией, обеспечивающей перенос образных схем из одной концептуальной сферы в другую. При рассмотрении онтологии метафоры в публичном выступлении Майкл Осборн и Дуглас Энингер подчеркивали, что «the item for association is always ... the result of choice ... because it reflects conscious selection by the speaker, it often provides valuable insights concerning the maker of the metaphor...» [Osborn, Ehninger 1962: 227] — «...элемент для ассоциации всегда... является результатом вы-

бора, ...поскольку он отражает осознанный выбор оратора, зачастую дает значимые мысли об авторе метафоры...» (перевод наш. — Т. З.). Выявление закономерностей названного Дж. Лакоффом и М. Джонсоном переноса образных схем с учетом идеи М. Осборна и Д. Энингера о значимости изучения факторов, влияющих на выбор метафоры, поможет лучше понять метафорическую картину мира соответствующей языковой личности.

Использованная в нашем исследовании методика построения ментальной схемы лексикона с помощью моделей эволюционного ряда предложена в статье Л. М. Алексеевой [Алексеева 2002], в которой систематизированы метафоры Е. С. Кубряковой. При анализе конкретной концептосферы автор использует принцип эволюционного ряда, который вывел академик Ю. С. Степанов. К числу наиболее существенных свойств эволюционного ряда Л. М. Алексеева относит следующие:

- «1) любой эволюционный ряд представляет цепочку концептов, развернутых во времени;
- 2) каждое предшествующее понятие является знаком для последующего;
- 3) концепты располагаются последовательно;
- 4) внутри ряда наблюдается наращивание признака, поступательность в его развитии;
- 5) концепты соединяются на основе парадигматических отношений» [Алексеева 2002: 295].

Концептуальные метафоры, используемые ученым в научном, а политиком — в военно-политическом дискурсе, отражают осознанный выбор каждого из них, индивидуальны. Однако методика выстраивания ментальной схемы лексикона при описании последовательности концептов в текстах разных типов может быть идентичной, поскольку в обоих случаях исследуются текстовые материалы, и наше исследование военно-политического дискурса речей У. Черчилля, подобно исследованию научного дискурса публикаций Е. С. Кубряковой, строится на анализе концептуальных метафор, которые репрезентируют индивидуальные концептуальные сферы авторов. Можно допустить, что принцип эволюционного ряда может стать основным при упорядочивании исследовательского материала и использоваться как методический принцип анализа результатов ментальных процессов и ученого, и политика. Достоинством предложенной Л. М. Алексеевой методики описания индивидуальной концептосферы является доказательность, системность и логичность представления цепочки концептуального ряда метафор. Описание концептуального ряда метафор речей У. Черчилля ведется последовательно, в соответствии с пятью признаками эволюционного ряда без детализации концептуального моделирования цитируемых метафор.

Цепочка концептов, определяющая индивидуальную языковую метафорическую картину, развернута в нашем исследовании во временном промежутке с 1936 по 1946 г. Концептуальной областью метафорических высказываний в этом десятилетии является «Мир войны». Рассмотрим метафоры в соответствии с выделенными Л. М. Алексеевой свойствами.

Признак предшествования (1) весьма важен при анализе нашего концептуального ряда. В приведенных концептуальных метафорах У. Черчилля предшествующие понятия важны для понимания последующих. В результате исследования военно-политического дискурса речей У. Черчилля и описания систем концептуальных метафор политика мы выделили следующие концепты: «**Tyrant**», «**Victim**», «**Darkness**», «**Morning**», «**Island**» («**Тиран**», «**Жертва**», «**Мрак**», «**Утро**», «**Остров**»). Данные концепты обладают системой ментальных представлений, которые выступают интерпретаторами или анализаторами метафорических высказываний. Системность предполагает предшествование (и соответственно «следование») ментальных представлений концептуальной сферы/области/системы. Концепт «**Tyrant**»/«**Тиран**», эксплицированный концептуальной

метафорой в речи У. Черчилля «Три напряженных месяца» (28 июня 1939 г.), представляется знаковым в восприятии последующей концептуальной метафоры из дискурса речи «A Hush Over Europe» — «Европа ждет» (8 августа 1939 г.). Цитируемые концептуальные метафоры являются ментальными интерпретаторами/анализаторами знакового концепта «**Tyrant**»:

«Three Months of Tension», 28 June 1939: *Whether it will be given or not depends on the mood, temperament and decision of a single man, who has raised himself from an obscure position to a grisly summit from which he can perhaps let loose upon the greater part of mankind, immeasurable catastrophe and tribulation* [Churchill 1941: 146] / «Три напряженных месяца», 28 июня 1939 г.: *Будет ли это так — зависит от настроения, темперамента и решения одного-единственного человека, который из глубокой неизвестности поднялся к грозным вершинам, с которых он способен свергнуть большую часть человечества в неизмеримую катастрофу и бедствия* (перевод В. Чухно) [Черчилль 2009: 116]; «A Hush Over Europe», 8 August 1939, Broadcast to the US from London: *But in Germany, on a mountain peak, there sits one man who in a single day can release the world from the fear which now oppresses it; or in a single day can plunge all that we have and are into a volcano of smoke and flame* [Churchill 2003: 193] / «Европа ждет», 8 августа 1939 г., вещание на США из Лондона: *Но в Германии на вершине горы сидит один человек, который может в один день свергнуть все, что мы имеем, и все, чем мы являемся, в огнедышащий вулкан* (перевод В. Чухно) [Черчилль 2009: 137].

В концептуальной системе Черчилля изменение восприятия концепта «**Tyrant**» с периода написания речи «Dieu Protégé la France» («К французскому народу») 21 октября 1940 г. до периода речи «Give Us the Tools» («Дайте нам пушки, и мы закончим дело») 9 февраля 1941 г. мотивировано ходом военных событий. Индивидуальные ментальные представления и ассоциативные элементы, репрезентируемые концептуальными метафорами автора, отражают признак временного предшествования при построении индивидуальной ментальной системы в контексте отношений между мыслью, языком и картиной мира, в нашем случае — мыслью политика, его концептуальными метафорическими выражениями и картиной мира военного периода.

«Dieu Protégé la France», October 21, 1940, Broadcast, London: *Herr Hitler with his*

tans and other mechanical weapons, and also by Fifth Column intrigue with traitors, has managed to subjugate for the time being most of the finest races in Europe, and his little Italian accomplice is trotting along hopefully and hungrily, but rather wearily and very timidly, at his side. They both wish to carve up France and her Empire as if it were a fowl; to one a leg; to another a wing or perhaps part of the breast. Not only the French Empire will be devoured by these two ugly customers... [Churchill 2003: 258] / «К французскому народу», 21 октября 1940 г., выступление по радио на английском и французском языках: **Герр Гитлер с помощью своих танков и прочей техники, а также сговора с предателями из пятой колонны сумел на данном этапе покорить самые великие народы Европы; его маленький итальянский сообщник рысцой поспешает за ним в надежде на легкую поживу, но при этом изрядно устаёт и ужасно робеет. Оба они жаждут поделить Францию и ее империю между собой, словно бы это дичь: одному ножку, другому — крылышко, а может быть, и часть грудки. И не только Французскую империю пожрут оба эти уродливые существа...** (перевод В. Чухно) [Черчилль 2009: 199]; «Give Us the Tools», February 9, 1941, Broadcast, London: **One of the two Dictators — the crafty, cold-blooded, black-hearted Italian, who had thought to gain an Empire on the cheap by stabbing fallen France in the back — got into trouble. Without the slightest provocation, spurred on by lust of power and brutish greed, Mussolini attacked and invaded Greece, only to be hurled back ignominiously by the heroic Greek Army; While Signor Mussolini was writhing and smarting under the Greek lash in Albania...** [Winston S. Churchill. Speeches <http://> / «Дайте нам пушки, и мы закончим дело», 9 февраля 1941 г., радиовыступление в Лондоне: **Один из двух диктаторов — коварный, хладнокровный, жестокий итальянец, который надеялся по дешевке купить себе империю, нанеся удар в спину поверженной Франции, — попал в беду. Без малейшего повода подгоняемый лишь жаждой власти и звериной алчностью, Муссолини напал на Грецию и вторгся в ее пределы, но лишь для того, чтобы оказаться бесславно отброшенным героической греческой армией; ...синьор Муссолини извивался от боли под ударами греческого бича в Албании...** (перевод В. Чухно) [Черчилль 2009: 232].

Признак последовательности (3) в расположении концептов «Spain», «Czechoslo-

vakia», «France», «Europe», «World» («Испания», «Чехословакия», «Франция», «Европа», «Мир») обусловлен последовательностью событийной линии денотативной концептосферы «Мир войны» У. Черчилля. Картина мира военного периода мотивирует событийно соответствующую последовательность индивидуальных ментальных представлений и авторских ассоциативных элементов в нашей ретроспективе концептуальных метафор. Данная последовательность расположения системы концептов в метафорических выражениях отражает определенную событийную последовательность. Необходимо вспомнить, в какой политической обстановке были произнесены цитируемые речи.

Речь, озаглавленная «Red Sunset in Spain» (April 5, 1938) — «„Красный закат“ в Испании» была произнесена 5 апреля 1938 г. В марте-апреле этого года в Испании проходило сражение в Леванте между правительственными войсками и мятежниками-франкистами. Историки считают, что это был перелом в гражданской войне, которая завершилась через год победой франкистов над силами «левого» правительства Испании.

Пятого октября 1938 г. У. Черчилль произносит речь «A total and unmitigated defeat», в переводе В. Чухно — «Мюнхенское соглашение». Известно, что это соглашение о передаче Чехословакией Германии Судетской области, где компактно проживали более 3 миллионов немцев, подписано 30 сентября 1938 г. премьер-министром Великобритании Чемберленом, премьер-министром Франции Даладье, рейхсканцлером Германии Гитлером и премьер-министром Италии Муссолини.

В речи «The lights are going out» (16 October 1938) — «Защита свободы и мира» (16 октября 1938 г.) обозначается задача организации антигитлеровского блока с США в случае возможной фашистской агрессии против Великобритании.

Фултонская речь Черчилля «An Iron Curtain has descended» (5 March 1946) — «Железный занавес» (5 марта 1946 г.) фактически положила начало холодной войне западных стран с СССР и прокоммунистическими правительствами в оккупированных Красной армией государствах (Чехословакии, Венгрии, Румынии, Болгарии, Восточной Германии и Польше).

«Red Sunset in Spain», April 5, 1938: **Between the two Spains there flows a river of blood both deep and wide. Its rills and rivulets run through every province, almost through every village in the stony devastated peninsula** [Churchill 1947: 216] / «„Крас-

ный закат“ в Испании», 5 апреля 1938 г.: *Между двумя Испаниями течет река крови, глубокая и широкая. Питающие ее речушки и ручейки бегут через каждую провинцию, почти через каждую деревню этого опустошенного полуострова* (пер. А. Боченкова) [Черчилль 2003: 566]; «A total and unmitigated defeat», 5 October 1938, Houses of Commons: **Silent, mournful, abandoned, broken, Czechoslovakia recedes into the darkness** *She has suffered in every respect by her association with the Western democracies and with the League of Nations, of which she has always been an obedient servant. She has suffered in particular from her association with France...* [Churchill 2003: 175] / «Мюнхенское соглашение», 5 октября 1938 г., выступление в палате общин: **Молчаливая, обьятая горем, покинутая, сломленная — Чехословакия погружается во мглу.** *Она во всех отношениях пострадала благодаря своей связи с западными демократиями и Лигой Наций, чьей верной слугой она была. Она особенно пострадала за свою связь с Францией...* (перевод В. Чухно) [Черчилль 2009: 75]; The lights are going out, 16 October 1938, Broadcast to US, London: ... *the renown of France is dimmed... Europe lies at this moment abashed and distracted before the triumphant assertions of a dictatorial power* [Churchill 2003: 183] / «Защита свободы и мира», 16 октября 1938 г., радиовещание из Лондона на США: ...*величие Франции потускнело... Европа ... лежит простертой перед лицом торжествующей победу диктаторской силы* (перевод В. Чухно) [Черчилль 2009: 97]; «An Iron Curtain has descended», 5 March 1946, Fulton, Missouri: *For them all is distorted, all is broken, even ground to pulp* [Churchill 2003: 415] / «Железный занавес опустился», 5 марта 1946 г., выступление в Фултоне, штат Миссури: *Они видят окружающий мир обезображенным, распавшимся на куски, превращенным в страшное месиво* (перевод В. Чухно) [Черчилль 2009: 466].

Признак поступательности (4), наращивание признака в развитии концепта «**Великобритания**» мы продемонстрируем усеченным рядом концептуальных метафор. Три метафорических примера позволяют сделать важные умозаключения об их авторе через восприятие им своей страны, Великобритании, до войны и в период военных действий. Осознанный выбор элементов для презентации Черчиллем концепта «Великобритания» изначально вызывает у реципиента ассоциации с «легкомысленной дамой», далее со «страной сильного морского флота» и, наконец, с «морской державой».

«Enemies to the Left», September 4, 1936: *Everywhere the manufacture of munitions proceeds apace, and science burrows its insulted head in the filth of slaughterous inventions. Only unarmed, unthinking Britain nurses the illusion of security* [Churchill 1947: 47] / «Враги левых», 4 сентября 1936 г.: *Повсюду полным ходом идет производство вооружения, и наука зарывается своей поруганной головой в грязь смертоносных изобретений. Только лишь безоружная, легкомысленная Британия тешит себя иллюзией безопасности* (пер. А. Боченкова) [Черчилль 2003: 521]; «Defending the Empire», May 13, 1937: *The possession of the effective command of the seas and oceans alone converts these expanses of blue water from impassable gulfs into bonds of union* [Churchill 1947: 47] / «Защита империи», 13 мая 1937 г.: *Только лишь эффективное владычество на морях и океанах превращает эти обширные пространства голубой воды из непроходимой бездны в объединяющие узы* (пер. А. Боченкова) [Черчилль 2003: 536]; «Give us the tools», 9 February 1941, Broadcast, London: *We have been deeply conscious of the love for us which has flowed from the Dominions of the Crown across the broad ocean spaces* [Churchill 2003: 260] / «Дайте нам пушки, и мы закончим дело», 9 февраля 1941 г., вещание по радио, Лондон: *Мы глубоко ощущаем поток любви, изливающийся на нас из владений Короны через необъятные океанские просторы* (перевод В. Чухно) [Черчилль 2009: 229].

Как подчеркивает Л. М. Алексеева, последний из обозначенных признаков эволюционного ряда, парадигматичность (5), предопределяется ранее рассмотренными. Под парадигматическими отношениями понимается «тип связей, имеющий как экстратекстуальный, так и интратекстуальный характер» [Алексеева 2002: 296].

Обозначенные нами концепты, характеризующие индивидуальную концептосферу У. Черчилля, соединяются в метафорах на основе парадигматических отношений. Можно констатировать наличие ряда парадигм внутри определенного нами концептуального ряда: «**Tyrant**» — «**Victim**» («**Тиран**» — «**Жертва**»); «**Dark**» — «**Light**» («**Мрак**» — «**Свет**»); «**Island**» — «**World**» («**Остров**» — «**Мир**»). Как будет видно из нижеприведенных метафор, парадигматические отношения концептов проявляются как интратекстуально, так и экстратекстуально.

«**Tyrant**» — «**Victim**» («**Тиран**» — «**Жертва**»). «Dieu Protégé la France», October 21, 1940, Broadcast, London: *They both wish*

to carve up France and her Empire as if it were a fowl; to one a leg; to another a wing or perhaps part of the breast. Not only the French Empire will be devoured by these two ugly customers... [Churchill 2003: 258] / «К французскому народу», 21 октября 1940 г.: **Оба они жаждут поделить Францию и ее империю между собой, словно бы это дичь: одному ножку, другому — крылышко, а может быть, и часть грудки. И не только Французскую империю пожрут оба эти уродливые существа...** (перевод В. Чухно) [Черчилль 2009: 199]; «The lights are going out», 16 October 1938, Broadcast to US, London: *...the renown of France is dimmed... Europe lies at this moment abashed and distracted before the triumphant assertions of a dictatorial power* [Churchill 2003: 183] / «Защита свободы и мира», 16 октября 1938 г.: *...величие Франции потускнело... Европа, растерянная и смятенная, лежит простертой перед лицом торжествующей победы диктаторской силы* (перевод В. Чухно) [Черчилль 2009: 97].

«Dark» — «Light» («Мрак» — «Свет»). «A total and unmitigated defeat», 5 October 1938, Houses of Commons: *Silent, mournful, abandoned, broken, Czechoslovakia recedes into the darkness* [Churchill 2003: 175] / «Мюнхенское соглашение», 5 октября 1938 г.: *Молчаливая, объятая горем, покинутая, сломленная — Чехословакия погружается во мглу* (перевод В. Чухно) [Черчилль 2009: 75]; «Dieu Protégé la France», October 21, 1940, Broadcast, London: *Good night, then: sleep to gather strength for the morning. For the morning will come. Brightly will it shine on the brave and true, kindly upon all who suffer for the cause, glorious upon the tombs of heroes? Thus will shine the dawn. Vive la France!* [Churchill 2003: 259] / «К французскому народу», 21 октября 1940 г.: *Итак, покойной вам ночи; спите, чтобы набраться сил для утра. Ибо утро придет. Оно ярко озарит храбрых и верных, оно ласково осветит всех, кто страдал за святое дело, оно озарит лучами славы могилы героев. Так пусть зажжется заря. Vive la France!* (перевод В. Чухно) [Черчилль 2009: 202]. Эта цитата приводилась в статье Майкла Осборна «Archetypal Metaphor in Rhetoric: The Light-Dark Family» («Архитипические метафоры в риторике: сфера образов „Свет — Тьма“»), в которой исследователь пытался ответить на вопрос о том, каков эффект использования оратором метафор со сферой образов «Света — Тьмы»: «What happens, therefore, when a speaker uses light and dark metaphors? Because of their strong positive and negative associations

with survival and development motives, such metaphors express intense value responses from audience. When light and dark images are used together in a speech, they indicate and perpetuate the simplistic, two —valued, black — white attitudes which rhetoricians and their audiences seem so often to prefer» [Osborn 1967: 115] / «Итак, что происходит, когда оратор использует метафоры света и тьмы? По причине своих устойчивых позитивных и негативных ассоциаций со стимулами к выживанию и развитию, такого рода метафоры вызывают значительную оценочную реакцию у аудитории. Когда образы света и тьмы используются в чьей-либо речи, они акцентируют и сохраняют упрощенное двузначное черно-белое отношение, которому, кажется, зачастую отдают предпочтение как ораторы, так и их аудитории» (перевод наш. — Т. З.). Мы можем добавить, что в вышеобозначенной парадигме «Tyrant» — «Victim» («Тиран» — «Жертва») также акцентируется авторское «черно-белое» оценочное отношение.

Следующим примером парадигматических отношений концептов является парадигма «Island» — «World» («Остров» — «Мир»): «Give us the tools», 9 February 1941, Broadcast, London: *We have been deeply conscious of the love for us which has flowed from the Dominions of the Crown across the broad ocean spaces* [Churchill 2003: 260] / «Дайте нам пушки, и мы закончим дело», 9 февраля 1941 г., выступление по радио: *Мы глубоко ощущаем поток любви, изливающийся на нас из владений Короны через необъятные океанские просторы* (перевод В. Чухно) [Черчилль 2009: 229]; «An Iron Curtain has descended», 5 March 1946, Fulton, Missouri: *For them all is distorted, all is broken, even ground to pulp* [Churchill 2003: 415] / «Железный занавес опустился», 5 марта 1946 г., выступление в Фултоне, штат Миссури: *Они видят окружающий мир обезображенным, распавшимся на куски, превращенным в страшное месиво* (перевод В. Чухно) [Черчилль 2009: 466].

При параллельном восприятии концептов «Island» & «World» («Остров» и «Мир»), создаваемых метафорическими картинками мира в рамках дискурса речей «Give us the tools» («Дайте нам пушки, и мы закончим дело») и «An Iron Curtain has descended» («Железный занавес опустился»), строится еще одна парадигма восприятия — «Fortune» — «Misfortune».

Рассмотренный материал позволяет сделать следующие выводы:

— при описании индивидуальной концепто-

сферы У. Черчилля выстраивается ряд концептов, который находит свое выражение в метафорах оратора;

– при постижении смысла метафор в процессе описания индивидуальной концептосферы У. Черчилля создается система ментальных представлений / концептов, которые выступают интерпретаторами метафорических выражений;

– при исследовании индивидуальной концептосферы У. Черчилля в свете концептуально-метафорического анализа его речей познается концептуальный мир автора и аудитории, к которой он обращается.

Более того, можно заключить, что построенный нами ряд концептов, структурирующих метафорические высказывания военно-политического дискурса речей У. Черчилля, согласуемый с предложенными признаками эволюционного ряда, может рассматриваться как вариант применения методики описания индивидуальной концептосферы политика.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Алексеева Л. М.* Метафоры, которые мы выбираем (опыт описания индивидуальной концептосферы) // С любовью к языку. — Воронеж, 2002. С. 288—298.
2. *Арутюнова Н. Д.* Метафора и дискурс // Теория метафоры. — М.: Прогресс, 1990.
3. *Кубрякова Е. С., Демьянков В. Е., Панкрац Ю. Г., Лузина Л. Г.* Краткий словарь когнитивных терминов. — М.: Изд-во МГУ, 1996.
4. *Лаккофф Дж., Джонсон М.* Метафоры, которыми мы живем / пер. с англ. Н. В. Перцова // Теория метафоры. — М.: Прогресс, 1990. С. 387—415.
5. *Лихачев Д. С.* Концептосфера русского языка // Изв. АН СССР. Сер. лит. и яз. 1993. Т. 52, №1. С. 3—9.

6. *МакКормак Э.* Когнитивная теория метафоры / пер. с англ. А. Д. Шмелева // Теория метафоры. — М.: Прогресс, 1990. С. 358—386.

7. *Осборн М., Энингер Д.* Метафора в публичном выступлении / пер. с англ. Т. Н. Зубакиной // Политическая лингвистика. 2011. № 1 (35). С. 244—253.

8. *Павиленис Р. И.* Проблема смысла: современный логико-функциональный анализ языка. — М.: Мысль, 1983.

9. *Ричардс А. А.* Философия риторики / пер. с англ. Р. И. Розиной // Теория метафоры. — М., 1990. С. 44—67.

10. *Степанов Ю. С.* Константы. Словарь русской культуры: опыт исследования. — М.: Школа «Языки русской культуры», 1997.

11. *Черчилль У.* Мировой кризис. Автобиография. Речи. — М.: Эксмо, 2003.

12. *Черчилль У.* Мускулы мира. — М.: Эксмо, 2009.

13. *Lakoff G., Johnson M.* Metaphor We Live By. — Chicago: Univ. of Chicago Pr., 1980.

14. *Lakoff G.* The contemporary theory of metaphor // Metaphor and thought. Second ed. [ed. by Ortony A.]. — N. Y.: Cambridge Univ. Pr., 1993. P. 202—251.

15. *Osborn M., Ehninger D.* The Metaphor in Public Address // Speech Monographs. 1962. Vol. 29. P. 223—234.

16. *Osborn M.* Archetypal Metaphor in Rhetoric: The Light-Dark Family // Quarterly Journal of Speech. 1967. Vol. 53.

17. *Winston S. Churchill, Randolph S. Churchill.* Blood, Sweat and Tears. — Camden, N. J.: Haddon Craftsmen Inc., 1941.

18. *Winston S. Churchill.* Step by Step, 1936—1939. — London: Odhams Pr. Limited Log Acre, 1947.

19. *Winston S. Churchill.* Never Give In! The Best of Winston Churchill's Speeches. — N. Y., 2003.

20. *Winston S. Churchill.* Speeches. URL: <http://www.churchill-society-london.org.uk/SpchIndx.html>.

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

УДК 32+811.112.2+81.372
ББК С547.3

ГСНТИ 16.21.27; 16.41.21

Код ВАК 10.02.04; 10.02.19

Р. Д. Керимов R. D. Kerimov
Кемерово, Россия Kemerovo, Russia

**ЛИНГВОСИМВОЛИКА ЦВЕТА
В НЕМЕЦКОЯЗЫЧНОЙ
ПОЛИТИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЕ**

Аннотация. Представлен структурно-семантический анализ колоративной метафоры, функционирующей в немецкой политической культуре, в лингвокогнитивном аспекте. Все цветообозначения обладают различным набором постоянных значений, описывающих аспекты социальной реальности ФРГ.

Ключевые слова: политическая культура; фрейм; колоративная метафора; языковая картина мира; когнитивная лингвистика; немецкий язык.

Сведения об авторе: Керимов Руслан Джаванширович, кандидат филологических наук, доцент кафедры немецкой филологии, доцент, факультет романо-германской филологии.

Место работы: Кемеровский государственный университет.

Контактная информация: 650043, г. Кемерово, ул. Красная, б, кор. 6, к. 6412.
e-mail: kerimovrus@mail.ru.

**LINGUISTIC SYMBOLS
OF COLOUR**

IN THE GERMAN POLITICAL CULTURE

Abstract. The article presents the structural semantic analysis of colour metaphors observed in the German political culture, in their cognitive linguistic aspect. Each colour is reported to possess a set of constant meanings that describe various facets of Germany's social reality.

Key words: political culture; frame; colour metaphor; linguistic worldview; cognitive linguistics; the German language.

About the author: Kerimov Ruslan Dzhavanshirovich, Candidate of Philology, Assistant Professor of the Chair of the German Philology, Assistant Professor, Faculty of Romance and Germanic Philology.

Place of employment: Kemerovo State University.

Цвет является одним из постоянных свойств объектов окружающего материального мира и воспринимается человеком через зрительный канал перцепции. Все предметы обладают цветовой характеристикой, причем для естественных (природных) объектов она относится к важным (с точки зрения человека) экзистенциальным признакам (наравне с размерами, формой, весом, (издаваемым) запахом, агрегатным состоянием). Еще в древности люди заметили взаимосвязь между цветом (его изменением) и свойствами данного класса предметов, в результате чего наиболее важные для жизнедеятельности человека цветообозначения стали обрастать разнообразными обобщенными и дополнительными смыслами и соответственно генерализоваться в когниции человека как постоянные носители данных свойств, качеств.

Таким образом, некоторые монохромные цвета приобрели в культуре символический смысл (например, зеленый (как естественный, природный цвет) — цвет жизни, красный — опасности, белый — чистоты и невинности, черный — смерти и траура, желтый/золотой — власти и богатства), который закрепился и в языковой культуре общества. Различное символическое значение получили цвета также и в искусстве (особенно в живописи), став в некоторых его видах (например, средневековой иконописи) осново-

полагающим элементом. В то же время в европейской культуре цвет начал выражать и социальные характеристики. Например, уже в Античности элементы одежды, окрашенные в определенные цвета (вкуче с другими «маркерами»), указывали на положение, статус, занимаемый пост, состоятельность, принадлежность к какому-либо сословию, а в армии (цвет плаща и/или элемента амуниции) — на воинское звание, должность и подразделение, в котором служил тот или иной воин (эта традиция сохраняется во многих армиях мира и по сей день, в том числе в Российской армии, где принадлежность к роду войск определяется, помимо прочего, цветом мундира и головного убора (фуражки)).

В различных областях общественных отношений (спорт, профессиональная деятельность, политика и т. д.) цветообозначения также приобрели социальное значение, которое в некоторых случаях абстрагируется от естественно-природной цветосимволики ввиду исторически сложившейся традиции, связанной с определенными значимыми событиями и/или периодами времени, появления или изменения культурных стереотипов, либо благодаря заимствованиям из других лингвальных или политических культур. Различные аспекты семантики и прагматики цвета в культуре в целом рассматривались известным польско-австралийским языкове-

дом А. Везбицкой [Везбицкая 1997]. На материале немецкого языка проводились исследования по изучению аксиологического аспекта обозначения цвета [Радченко 2002], словообразовательной роли цветообозначений как средства вторичной номинации [Тяпкина 2002], а также в рамках анализа культурно-семиотических аспектов современной немецкой фразеологии [Dobrovolski, Piirainen 1997].

Попыткой лингвофилософского изучения феномена «цветовой визуализации» и степени «укорененности цветового компонента политики в общественном сознании» является статья А. М. Никифоровой [Никифорова 2011]. В данной работе автор, помимо прочего, рассматривает цветосимволику политических партий Великобритании и США. Интерес представляет также работа Д. Р. Будаевой «Цветообозначения в политическом дискурсе» [Будаева 2011], в которой сделан обзор некоторых концепций генезиса цветообозначений, дана типология базовых колоративных символов в европейской политической традиции и на постсоветском пространстве (в частности, в России и на Украине) и приведен обширный библиографический список языковедческих, лингвокультурологических и психолингвистических исследований.

В немецкоязычной лингвокультуре в общем и в области социально-политической коммуникации в частности каждое цветообозначение приобрело определенные смыслы, которые сложились под действием различных факторов: исторических, политико-идеологических, культурно-традиционных, социально-профессиональных, геополитических и собственно когнитивно-языковых. Так, например, конкретные цвета связаны с определенными организациями, общественными и государственными институтами — спортивными (спортивное общество, клуб), экономическими (компания, фирма), политическими (партия, социальная группа и пр.), — или международным статусом (государственная принадлежность и гражданство, политический режим и идеология, тип экономической формации и т. д.), причем любая подобная цветосистема постоянна и произвольна.

С лингвокогнитивной точки зрения цветообозначения представляют собой исходную понятийную сферу, охватывающую эксплицитно и имплицитно вербализованные колоративные номинации и структурирующуюся тремя фреймами: «Цветообозначения в целом» (сюда относятся общее понятие о цвете, обозначения цветовых тонов и цветовой палитры), «Цветовой спектр» (наименования оттенков цветового спектра) и «Монохромные цвета» (репрезентации мо-

нохромных (одноцветных и однотонных) цветообозначений и случаев их смешения).

ФРЕЙМ «ЦВЕТООБОЗНАЧЕНИЯ В ЦЕЛОМ» охватывает обобщенные номинации понятия цвета „die Farbe“ и соответствующего атрибута „farbig“, которые вербализируют в политкультуре общее состояние/качество наличия у объекта цветовой характеристики (без уточнения конкретного цвета и/или его оттенка), а также важные колоративные понятия «палитры» („die Palette“) и «цветового оттенка» („die Schattierung“).

Общее наименование цвета „die Farbe“ («цвет», «цветообозначение») получило в немецком языке в качестве переносного следующее значение: „Symbol eines Landes, einer Vereinigung o. Ä.“ [DGWdS] («символ страны, организации и т. д.»). При представлении национальной принадлежности (гражданства) цвета ассоциируются с цветами флага соответствующего государства, например:

- „Er vertritt bei den Wettkämpfen **die Farben** seines Landes, seines Vereins“.
- „Ablehnung jedes totalitären Systems, was immer dessen **politische oder soziale Farbe** sein mochte“.

Партийная принадлежность, политические убеждения и взгляды также ассоциируются с понятием «цвета (флага)», как это представлено в следующих узуальных выражениях:

- „die Farbe wechseln“ («переходить из одной партии (организации) в другую; менять свои убеждения»; букв. «менять цвет(а)»);
- „für seine Farbe kämpfen“ («выступить за свою партию (организацию); защищать свои убеждения»; букв. «бороться за свои цвета»);
- „in allen Farben schillern“ («не иметь твердых (политических) убеждений»; букв. «переливаться всеми цветами»);
- „sich zu einer Farbe bekennen“ («объявить себя приверженцем партии (организации, идеи и т. п.)»; букв. «причислить себя к какому-либо цвету»).

Так, устойчивое выражение „die Farbe wechseln“ (букв. «поменять цвет») имеет значение „seine [politische] Überzeugung ändern, zu einer anderen Partei, Vereinigung o. Ä. übergehen“ [DGWdS], выражая виртуальную ситуацию, при которой человек начинает числиться к другому флагу и соответственно к другим цветам (ср. с фразеологизмом из военной сферы „mit fliegenden Fahnen zum Feinde [zu einer Partei] übergehen“).

В этой связи следует отметить, что само слово „die Farbe“ может на базе метонимии замещать слово „die Fahne“, например: „die Farben der Republik“ («цвета флага республики»; перен. «знамя республики»).

Некоторые устойчивые выражения с компонентом „die Farbe“ возникли на основе негласных наименований мастей в карточных играх, связанных с тем, что карты одной масти считаются картами одного цвета. В результате, например, появилось такое разговорное высказывание, как „Farbe bekennen“ в значении „seine [wirkliche] Meinung zu etwas nicht länger zurückhalten“ [DGWdS] (прямое значение: «отвечать той же мастью; ходить в масть»; переносный смысл: «раскрыть свои карты; открыто заявить о своем отношении к кому-либо, чему-либо»), отсылающее к ситуации в карточной игре, когда нужно выложить карту одной определенной масти („urspr. = beim Kartenspiel eine Karte der verlangten Farbe ausspielen müssen“ [DGWdS]). Приведем примеры употребления этой фразы в контексте политических речей: *Das Haus muß als Ganzes entscheiden und Farben bekennen, von wem es repräsentiert werden will* [Repnik 1998: 3]; *Warum sollen wir jetzt auch noch „Farben bekennen“ gegen Intoleranz und Rassismus?* [Rau 2001b: 496].

Из сферы карточных игр пришли также переносные выражения „Farbe halten“ («держат масть; быть стойким»), „alles auf eine Farbe setzen“ («поставить всё на одну карту»; ср. с выражением „alles auf eine Karte setzen“).

Еще одна группа номинаций представляет общезыковые идиомы, апеллирующие уже к визуальному (оптическому) восприятию цветов:

- „Die Sache bekommt Farbe“ («Дело начинает вырисовываться»; ср. в русском языке: «Дело начинает проясняться» / «Дело получает определенные очертания»);
- „einer Sache Farbe geben“ («придать живость (чему-либо)»; букв. «придать делу цвет»).

Оптимистичное или, наоборот, пессимистичное представление чего-либо обозначается в идиоматичных фразах соответственно светлыми или темными цветами, ср.:

- „in rosigen Farben ausmalen“ («представить (дело) в розовом (т. е. позитивном) свете»);
- „in den schwärzesten [glänzendsten] Farben schildern [darstellen]“ («изобразить (что-либо) в самых мрачных/ярких тонах»).

В следующем случае «цвет» манифестируется как вещество (материал), которое используется в буквальном смысле с избытком (т. е. его намного больше, чем требуется), что создало переносное значение «преувеличивать (о любом деле)»: „mit starken Farben auftragen“ / „die Farbe dick auftragen“ («густо наносить краску»; перен. «сгущать краски, преувеличивать, пугать»).

У наименования цветовой палитры („die Palette“) при метафорическом переосмыслении активизируется сема количества, которая предопределяет смысл передаваемого переносного значения по модели «много цветов (в палитре)» → «много чего-либо (в перечне)», например: *Dazu unsere ganze Palette an Zubehör* [CCI 1985. 8. S. 3]; „eine breite Palette von Verbrauchsgütern“; „einige Beispiele aus der Palette unseres Angebots“.

Данное понятие уже стало традиционным в торгово-экономической сфере (в русском языке эквивалентом является слово «спектр», например: «спектр (т. е. перечень, список (на выбор)) услуг». Это же значение присутствует и в композитах с элементом „palette“, в которых другой компонент конкретизирует, о каком перечне идет речь, например: „die Leistungspalette“ («палитра (т. е. перечень) услуг»).

Сема количества в переносном смысле присутствует также у слова „die Schattierung“ (см. ниже). Помимо этого, в немецком языке существует такое понятие, как „Deutsche Farben“ («цвета германского национального флага»; см. ниже).

Состояние **окрашенности** (покраски) в какой-либо цвет (без конкретизации), передаваемое именем прилагательным (а также соответствующим субстантивированным словом) „farbig“, выражает самые разнообразные смыслы.

Наличие какого-либо цвета („farbig“) в переносном смысле ассоциируется с «яркостью», «красочностью», «образностью», ср.: *Er gab eine farbige Schilderung dieses Sporttreffens (Он очень образно рассказал об этом спортивном состязании).*

Субстантивированное прилагательное „der / die Farbige“ и прилагательное „farbig“ являются в современном немецком языке эвфемизмами, указывающими на людей с черным цветом кожи («афроамериканцев»), реже — на людей с другим цветом кожи (красным, желтым): „eine braune oder schwarze [oder rote oder gelbe] Hautfarbe haben“ [DGWdS]. Приведем иллюстрирующие такое употребление контексты:

- „ein farbiger Amerikaner“ («цветной (т. е. чернокожий) американец»);
- „Die Bevölkerung ist überwiegend farbige“ («(Здесь) преимущественно цветное население»).

Такое колоративное понятие, как «**оттенок**» („die Schattierung“), также характеризует социальную реальность, в переносном смысле обозначая (словоформой множественного числа) «вариативность (чего-либо)», «разнообразии» посредством активации семы количества (разнородных (по свойствам) объек-

тов) по следующей схеме: «много оттенков» → «много свойств / качеств / объектов».

Применительно к социально-политической сфере метафора „Schattierung(en)“, как правило, обозначает разные социальные группы, различную политическую направленность граждан или каких-либо общественных институтов:

- *Die Jugend — gibt es die überhaupt? Die schillernde Gruppe der 18- bis 25-Jährigen hat viele Schattierungen: Raver, Rapper und Hooligans, Kirchentagsbesucher, Skins, Punks und Faschos, Pfadfinder, Ökos...* [Woche. 21.08.1998: 6];

- *Und Parteipolitiker aller Schattierungen tragen ihren Teil zu der Ausweitung der Spannungen bei* [NZZ. 01.02.1983: 5];

- „Es gibt ... neben **allen möglichen Schattierungen** zwei extreme Standpunkte zum Problem der Oder-Neiße“;

- „die Presse aller Schattierungen“ («пресса всех политических направлений»).

В русском политическом языке данные значения частично выражаются с помощью отсылки к цветам, но в основном через номинацию карточных игр (цвет масти карт), ср.: «политики (деятели, уголовники) всех мастей» (т. е. разных партий, групп и т. п.).

Следует отметить, что передаваемое именем „Schattierung“ в переносном смысле значение количественности приближает это слово к метафорическим употреблением существительного „die Palette“.

ФРЕЙМ «ЦВЕТОВОЙ СПЕКТР» охватывает наименования оттенков цветов, которые не называются конкретно, а характеризуются по положению в спектре (темные, светлые цвета) или передаваемому качеству (пестрые, яркие, резкие, кричащие цвета). В современной немецкой политической риторике актуальными выступают такие оттенки цветов, как, например „bunt“ («пестрый», «яркий»), „grel“ («яркий; резкий; кричащий (о цвете)»), „düster“ («мрачный, темный»), „dunkel“ («темный; сумрачный; мрачный»), „hell“ («светлый; ясный; яркий»).

Следует отметить, что большинство цветовых оттенков („dunkel“, „düster“, „hell“) связано с темпоральной (обозначение темно-го/светлого времени (части) суток, откуда пошли цветовые наименования соответствующих оттенков) и метеорологической (описание погодных состояний, сопряженных с природной темнотой или светлым временем суток) концептосферами. При этом основой для метафорического переноса являются сходство по действию, сходство по цвету и уподобление по примысливаемому качеству посредством визуального восприятия.

Прилагательное „bunt“ («пестрый», «яркий») в переносном смысле имеет два актуальных для языка политики основных значения. Во-первых, оно может передавать негативное восприятие идей, постулатов политических оппонентов, которым (идеям) приписывается большая «красочность» и «яркость» по форме, но отсутствие рационального зерна, содержательной ценности, ср.: *Es war zu erwarten, daß sich der Finanzminister redlich bemüht hat, die Lage in bunten Farben darzustellen und mitzuteilen, eigentlich sei doch alles auf bestem Wege* [Lafontaine 1998: 4].

В некоторых отрывках понятие «красочный» при создании негативного образа приближается по передаваемой оценке к темным цветам, например к «серому» („grau“): *Die Wirklichkeit beider Städte — so unterschiedlich sie sind — widerspricht solchen Versuchen, die allzuleicht zu Karikaturen geraten. Beide Städte sind in jedem Fall grauer oder vor allem bunter als ihre Verzeichnungen, und Bonn ist eine glückliche Stadt* [Thierse 1991].

В то же время слово „bunt“ может выражать квантитативное значение и указывать на разнообразие чего-либо, на наличие выбора, многоаспектность (как сам «пестрый» цвет представляет собой сочетание разных красок), причем это разнообразие может оцениваться как позитивно, так и негативно, в зависимости от отношения выступающего к описываемым явлениям, как это, например, представлено в следующих отрывках: *Genau betrachtet hat sich die Enquete-Kommission mit zwei Phänomenen unserer gesellschaftlichen Entwicklung befaßt: zu einen mit der immer bunter werdenden religiösen und weltanschaulichen Vielfalt in unserem säkularisierten Gemeinwesen, zum anderen aber auch mit dem Boom auf dem Psycho- und Esoterikmarkt* [Kohn 1998: 12]; *Deutschland gehört heute zu den buntesten und offensten Ländern der Welt* [Rau 2000a: 8].

В последнем случае прилагательное указывает (в контексте) на культурное и национальное разнообразие современной Германии.

В то же время в выражениях с компонентом „bunt“ (возможно также усиление частицей „zu“) присутствует сема превышения какого-либо уровня, недозволенного действия, что манифестируется в следующих идиомах:

- „Jetzt wird's mir (doch) zu bunt“. — „etwas Bestimmtes wird j-m unerträglich, geht j-m zu weit“ [DGWdS] («Это уж слишком (чересчур)»; букв. «Это будет для меня уже очень пёстро»).

- „Es zu bunt treiben [machen]“ — „mit etwas über das Maß des Erträglichen hinausgehen“

[DGWdS] («заходить слишком далеко, пере-саливать»; букв. «делать слишком пёстро»).

Прилагательное „**grell**“ («яркий; резкий; кричащий») в метафорическом употреблении выступает в значении „schrill, durchdringend laut“ [DGWdS], т. е. канал визуального восприятия переходит в звуковой (в классической стилистике данное явление именуется «синестезия»). В свою очередь, в звуковом значении это слово может передавать впечатление от чего-то вызывающего, сенсационного (ср. «(сделать) громкое заявление» и т. п.), например: *Oft genug folgte die Berichterstattung in wichtigen Medien allerdings auch dem vom Konkurrenzkampf diktierten Prinzip, dass sich alles dramatisch zum Schlechteren entwickeln muss, weil nur grelle Schlagzeilen gute Schlagzeilen sind, weil nur schlechte Nachrichten Auflage und Quote machen* [Rau 2001b: 135].

Цветовой оттенок „**düster**“ («мрачный, темный») создает впечатление негативности социальных явлений, событий или передает их пессимистичное восприятие: „ein düsteres Bild von etwas zeichnen“, „eine düstere Prognose stellen“, „die meisten Jugendlichen haben düstere Zukunftserwartungen“.

Помимо прочего, эта метафора часто используется для описания национал-социалистического периода немецкой истории (1933—1945 гг.): *Gewiß hat unsere Geschichte düstere, beschämende Kapitel* [Kohl 1997: 10]; *Viele Deutsche nehmen sehr engagiert Anteil am Schicksal Israels. Sie tun dies mit der Bereitschaft, sich ehrlich mit den düsteren Kapiteln in der Geschichte unseres Volkes auseinanderzusetzen, aber auch voller Bewunderung für das Land, das soviel Dynamik und Vitalität ausstrahlt* [Kohl 1997: 21].

В этом же значении иногда (но реже) используется и «черный цвет» (см. подробнее ниже): *Außerhalb einer kurzen, schwarzen historischen Epoche* [Rau 2000b: 102]. Данный цвет с такой семантикой очень близок погодной метафоре „trüb“ («пасмурный, мрачный»), например: „trübe Zeiten“ («мрачные времена»).

Обозначение темного оттенка „**dunkel**“ («темный; сумрачный; мрачный») семантически близко предыдущему слову „düster“, но обладает, в отличие от него, более широкой дистрибуцией, выражает разнообразные негативные социальные явления и стороны человеческой жизни: „dunkle Zeiten“ («смутное время, смутные времена»).

Прилагательное „dunkel“, помимо прочего, имеет переносное значение «темный, подозрительный, сомнительный», например:

- „ein dunkler Ehrenmann“ («темная личность»);

- „er ist von dunkler Herkunft“ («у него темное прошлое»);

- „ein dunkler Fleck [Punkt] seiner Vergangenheit“ («темное пятно в его прошлом»);

- „Das ist eine dunkle Geschichte“ («Это темная история»);

- „Es ist eine dunkle Person“ («Это темная личность»).

При указании на род профессиональных занятий и/или личных качеств, как правило, в значении активируется сема «преступной», «незаконной» деятельности, например:

- „dunkle Machenschaften [Ränke]“ («темные махинации»);

- „dunkle Pläne aushecken“ («вынашивать преступные замыслы»);

- „eine dunkle Seele“ («черная душа»);

- „dunkles Treiben“ («темные махинации; темные дела»).

Также слово „dunkel“ входит в состав метафорического словосочетания, являющегося иносказательным географическим обозначением, получившим переносный смысл: „der dunkle Erdteil“ («1) Черный континент (Африка); 2) неизведанная (неизученная) область»).

Существительное „das Dunkel“ («темнота, тьма, мрак; темь, темень») в социальной коммуникации передает значение «неясный» (букв. «покрытие чего-либо мраком»), связанное с образом покрывала, которое может скрывать как прошлое, так и настоящее:

- „Das verbirgt das Dunkel der Geschichte“ («Это скрыто во тьме веков»; «это покрыто мраком неизвестности»);

- „im Dunkeln bleiben“ («оставаться в неизвестности»; букв. «оставаться в темноте»);

- „j-n im Dunklen (= „im Unklaren, Ungewissen“) lassen“ («оставить кого-либо в неизвестности (в неведении)»);

- „etwas liegt noch im Dunkeln“ (= „ist noch ungewiss“) (букв. «что-то покрыто мраком»).

В устойчивом выражении „ins Dunkel treten“ («отступить на задний план; сойти со сцены»), помимо образа покрывала, актуализируются пространственные отношения, ср. с выражением „in den Vordergrund treten/rücken“, хотя в первом случае речь идет о сокрытии от взгляда посторонних, о начале некой тайной или незаконной деятельности, в то время как во втором выражении указывается на потерю значимости кем-либо или чем-либо.

Понятие „dunkel“ в некоторой степени близко к понятиям, обозначающим природный цикл суточного времени (ср.: „es wird dunkel“ — «становится темно», «темнеет»), однако, как представляется, доминирующим в нем является все же колоративный признак.

В мифологии и религиях понятия „dunkel“ и „das Dunkel“ связаны с проявлением темной силы, что зафиксировано, в частности, в выражении „dunkle Mächte“ («темные силы»; ср. „finstere Kräfte“), которое также метафорически используется для характеристики социальной сферы.

Прилагательное „hell“ создает положительные образы, например, образ «светлого будущего»: „das helle Morgen“ («светлое будущее»). Однако это слово имеет также актуальное переносное значение „klug, intelligent; von leichter, rascher Auffassungsgabe“ [DGWdS], ср.: „ein **heller** Kopf“; „Er ist ein **heller** Junge“.

Данное понятие семантически близко сфере погоды и может быть связано с представлениями о ясной погоде, которая вербализируется однокоренными словами „die Aufhellung“ («просветление», «прояснение») и „aufhellen“ («светлеть (о небе и т. п.)»).

ФРЕЙМ «МОНОХРОМНЫЕ ЦВЕТА» в немецкой социально-политической картине мира актуализируется номинациями однотонных цветов, прежде всего таких, как „rot“ («красный»), „grün“ («зеленый»), „schwarz“ («черный»), „gelb“ («желтый»), „braun“ («коричневый»), „grau“ («серый»), „blau“ («синий», «голубой»), а также смешанного цвета — „rotgrün“ («красно-зеленый»). Создание метафорического образа с использованием колоративов происходит на базе проявляемых сходств по действию и по цвету, а также с опорой на различные логические отношения (концептуальную метонимию). При этом цветономинации в переносном значении описывают как типические черты немецкой политической системы (прежде всего, партийной) и социальной реальности в целом, не сопряженные с какой-либо оценкой и носящие констатирующий характер, так и прямо выражают некоторую оценку (преимущественно негативную) [См. также: Schippan 1994: 88].

«**Красный**» цвет („rot“, „das Rot“ и соответствующее субстантивированное прилагательное „der/die Rote“) является в политике самым многозначным, хотя все значения и восходят к одному источнику. Данный цвет так или иначе обозначает политические партии с коммунистической и социалистической, т. е. «левой» идеологией: „zur Linken (2) gehörend (kommunistisch, sozialistisch, sozialdemokratisch, marxistisch)“ [DGWdS].

В соответствии с этим прилагательное «красный» указывает на отношение к «левой» идеологии:

- „rote (= marxistische) Literatur“;
- „das rote (= kommunistische) China“;
- „eine rote (= kommunistische, sozialdemokratische) Regierung“;

- „Er ist [ziemlich] rot / rot angehaucht“ (marxistisch, kommunistisch eingestellt);

- „Dieser Stadtteil wählt traditionell rot“ (sozialdemokratisch, eine linke Partei).

Поскольку в истории Германии и в ее актуальной внешней политике было (и имеется сейчас) много «левых» партий, то самые разнообразные партии имели и имеют «красную» цветовую принадлежность, как в ФРГ и в экс-ГДР, так и за границей, ср.:

- СДПГ/die SPD (Социал-демократическая партия Германии) в Западной и в современной единой Германии;

- СЕПГ/die SED (Социалистическая единая партия Германии) в ГДР;

- ПДС/die PDS (Партия демократического социализма) в современной единой Германии (партия — правопреемница восточногерманской СЕПГ);

- КПСС (Коммунистическая партия Советского Союза);

- советское правительство и СССР в целом;
- правительство ГДР и ГДР в целом;

- коммунистические правительства стран (стран ОВД);

- коммунистическое правительство современной КНР;

- прочие коммунистические и социалистические правительства;

- коммунистическая и социалистическая идеология в целом.

Эта многозначность красного цвета объясняется тем, что социалистическая и коммунистическая идеология, проявившаяся в ряде стран Европы (в том числе в Германии) в середине-конце XIX в. в виде движения рабочих за свои права и принявшая в качестве своего флага красное полотнище (по цвету крови как символа вооруженной борьбы; впервые красное знамя в качестве революционного символа использовала Парижская коммуна), впоследствии распространилась во многих странах Европы и мира, а социалистические и коммунистические партии там выдвинулись на ведущие (например, СДПГ) или ключевые (например, КПСС, СЕПГ, КПК, компартии других стран) роли. Красное полотнище даже стало официальным флагом некоторых стран и регионов (СССР и всех 15 советских республик, КНР, МНР и даже Третьего рейха — со свастикой в белом круге по центру).

В современной немецкой политической риторике оценочная сила красного цвета зависит от того, на какую партию в контексте высказывания он указывает. При указании на Социалистическую единую партию бывшей ГДР и Коммунистическую партию Советского Союза «красный» цвет передает негативные коннотации. При этом по отно-

шению к СССР в западногерманской политике имя прилагательное «красный» часто служило атрибутом-синонимом слова «советский» („sowjetisch“), замещая его в соответствующих выражениях, как, например, „Gote Regierung“ («советское правительство», «правительство СССР»), „Rote Armee“ («Советская армия»), „Rote Bedrohung“ («советская (военная) угроза (Западной Европе и США)») и пр. Также встречаются негативные словосочетания типа „rote Regimes“ («красные режимы»), которые собирательно обозначают с крайне негативной оценкой коммунистические правительства разных социалистических стран, прежде всего СССР и ГДР.

В годы холодной войны в Восточной Германии в ходу была такая шутка: „Lieber rot als tot“ (букв. «Лучше (быть) **красным**, чем мертвым»), т. е. „(ugs.) es ist besser, kommunistisch, sozialistisch regiert zu werden, als im Kampf gegen den Kommunismus, Sozialismus zu sterben“ [DGWdS] («Лучше быть под властью коммунистов, чем погибнуть в борьбе с ними»).

При экспликации красным цветом наименования Социал-демократической партии современной единой Германии оценка зависит от автора высказывания. Так, в германских СМИ (в качестве колоративного перифраза) и при самоназвании данная цветовая номинация передает нейтральную оценку, выполняя чисто номинативную функцию:

- „**Die Roten** haben die Wahlen gewonnen“ (букв. «**Красные** (т. е. СДПГ) выиграли выборы»);

- „Ein Bündnis aus **Grün** und **Rot**“ (aus Grünen und SPD) (досл. «Союз красных и зеленых»).

Однако в устах политических оппонентов «красный» цвет может логически выделяться, что сопровождается негативными коннотациями, как это представлено, например, в следующем отрывке из речи депутата бундестага от партии «зеленых»: *Die Vorsorge reduziert sich auf eine marginale Bemerkung auf den letzten Seiten des dicken, roten Finanzberichts, auf denen auch andere Risiken der Zukunft benannt sind, für die jede neue Regierung, selbst wenn es die alte wäre, aufkommen müsste* [Metzger 1998: 7].

Обозначение красного цвета входит в состав названий некоторых существовавших раньше в Германии и существующих ныне в ФРГ организаций и производных от них профессий:

- „Rot Front“ — «Рот Фронт / Красный фронт» (историческая коммунистическая организация);

- „Rot Front!“ — «Рот фронт!» (приветствие немецких коммунистов);

- „Rote Fahne“ — «Красное знамя» (печатный орган Компартии Германии (ФРГ) и Компартии Австрии);

- „Roter Kreuz“ — «Красный Крест» (старейшая в Европе благотворительная медицинская организация);

- „Deutsches Rotes Kreuz“, сокр. „DRK“ («Немецкое общество Красного Креста (ФРГ)»);

- „Deutsches Rotes Kreuz der DDR“, сокр. „DRK der DDR“ («Немецкое общество Красного Креста ГДР»);

- „die Rote-Kreuz-Schwester“ — „Rotkreuzschwester“;

- „die Rotkreuzschwester“ — „dem Roten Kreuz angehörende Krankenschwester“.

Предполагавшаяся принадлежность к «левой» идеологии передавалась также прилагательным „rot“ в наименованиях террористических организаций, которые действовали в том числе в Западной Германии в 70-х гг. XX в., например: «Красные бригады», «Фракция Красной армии», «Красная гвардия», а также в обозначениях членов данных групп, что отмечено в словарных дефинициях:

- „die Rote-Armee-Fraktion“ (сокр.: „RAF“) — „terroristische Vereinigung in der Bundesrepublik Deutschland“ [DGWdS] (здесь представлена аллюзия на советскую Красную армию, освободившую Германию от фашизма);

- „der Sympi“ (Jargon) — „Sympathisant“ [DGWdS], ср.: ...haben italienische Sympis längst die **RAF**-Thesen übernommen [Spiegel 1977. 46: 52].

- „der/die Rotgardist(in)“ — „Angehöriger(in) einer „Rote Garde“ genannten revolutionären Kampftruppe“ [CUGdR].

В мировой политике и истории XX в. особую известность получили камбоджийская военная группа «Красные кхмеры» и китайское движение 60-х гг. XX в. «хунвейбин», название которого переводится с китайского как «красная гвардия», ср.: „Rote Khmer“ (Pl.) — „kommunistisch orientierte Guerillabewegung in Kamboodscha“ [CUGdR]. Также очень известны советские «красноармейцы» („der Rotarmist(en)“) — солдаты Красной армии (РККА), победившие германский нацизм и японский милитаризм во Второй мировой войне.

Красный цвет занимает 2/3 площади флага (две крайние из трех продольных полос) Австрии, и изначально этот цвет символизировал кровь поверженных врагов. Красный цвет присутствует также в триколоре современной Германии с тем же значением (символизируется кровь, пролитая самим немецким народом за свое счастье), располагаясь между черным (сверху) и золотым (снизу) цветами, в которые окрашены продольные полосы (см. ниже).

Прилагательное «красный» как цвет опасности входит в название получившей широкое распространение в мире и Европе «Красной книги» („das Rotbuch“) — перечня редких и находящихся под угрозой исчезновения видов животных и растений.

Помимо этого, «красный цвет» фигурирует в устойчивых выражениях, связанных с «красной пастой» (чернилами красного цвета), которой в бухгалтерском деле указывают суммы финансовых убытков:

- „rote Zahlen schreiben“ — „Verluste machen“ [CUGdR] («показывать дефицит баланса, работать в убыток»; букв. «писать красные цифры», т. е. писать сумму убытка красной пастой);

- „in den roten Zahlen sein“ / „in die roten Zahlen kommen [geraten]“ — „Verluste machen“ [CUGdR] («быть в убытке, терпеть/нести убытки»; букв. «быть в красных цифрах»);

- „aus den roten Zahlen (heraus) kommen [(heraus) sein]“ — „(wieder) Gewinne machen“ [CUGdR] («(снова) становиться прибыльным; получать прибыль»; букв. «выйти из красных цифр»).

Те же смыслы, что и у вышеприведенных идиом, представлены в выражениях с композитом „der Rotstift“ («ручка с красной пастой»). Такой ручкой что-либо вычеркивают (в данном случае проявляются логические отношения метонимии по модели «предмет» → результаты использования предмета), ср.:

- „den Rotstift ansetzen“ — „aus Sparsamkeitsgründen o. Ä. streichen“ [CUGdR]: **Der Rotstift wird in allen Bereichen angesetzt** [BZ 1991]; *Unter den Parlamentariern ist nicht so sehr die Höhe der Investitionen strittig, obwohl die SPD Anlass sieht, den Rotstift bei weiteren 20 Milliarden anzusetzen* [BZ 1992]; *Minister Waigel will den Rotstift überall ansetzen* [BZ 1992];

- „dem Rotstift zum Opfer fallen [geopfert werden]“ — „(aus Sparsamkeitsgründen o. Ä.) gestrichen werden“ [CUGdR]: *Soll Max dem Rotstift geopfert werden? Er kostet nur 2.000 Euro im Jahr. Doch was tun, wenn tatsächlich kein Geld mehr da ist? Innenminister Schily hat schon die Polizeipferde gerettet, und repräsentieren ist nicht eben Maxens Stärke. Wird es nicht wieder Zeit für einen Aufruf? Pferdefreunde, rettet Max!* [BZ 2002].

Также лексема „rot“ входит в состав сочетания „das rote Tuch“ («красная тряпка»), обозначающего аксессуар, используемый в корриде для привлечения внимания быка, на основе чего возникло переносное значение «раздражитель (для кого-либо / чего-либо)»: „ein rotes / das rote Tuch für j-n sein“ /

„wie ein rotes Tuch auf j-n wirken“ — „(ugs.) durch sein Vorhandensein, seine Art von vornherein j-s Widerwillen und Zorn hervorrufen (nach dem beim Stierkampf verwendeten roten Tuch)“ [DGWdS], например: *Für manche Arbeitnehmer ist Umweltschutz ein rotes Tuch gewesen und jetzt kommt es darauf an, dass wir die wirtschaftlichen Vorteile wieder deutlich machen* [Rau 2001a: 110].

Зеленый цвет („grün“, „das Grün“) стал символом и послужил наименованием возникшей в 1980 г. в Западной Германии политической партии „die Grünen“ («Зеленые»), которая после объединения в 1990 г. с некоторыми общественно-политическими организациями бывшей ГДР стала называться „Bündnis 90 / die Grünen“ («Союз 90 / Зеленые»). Зеленый цвет первоначально сигнализировал об экологическом уклоне данной партии, о приоритетности вопросов окружающей среды и сохранении экологии, поскольку зеленый цвет — это символ жизни и цвет природы. В целом субстантивированное наименование «зеленые» также обозначает активных членов разных экологических организаций во всем мире.

По отношению к немецкой политической системе современной Германии имя прилагательное „grün“ при атрибуции и предикации соответствующих политических объектов и субъектов означает принадлежность к партии «Союз 90 / Зеленые» (укороченный вариант названия партии — «Зеленые»), что уже зафиксировано в толковом словаре: „grün“ — „4. a) (Politik) zu einer Partei gehörend, sie betreffend, zu deren hauptsächlichen Anliegen die Ökologie gehört“ [DGWdS]; „grüne Abgeordnete“ («зеленые депутаты»); „eine grüne Partei“ («зеленая партия»); „grüne Politik machen“ («проводить зеленую политику»); „grün wählen“ («голосовать за зеленых (на выборах)»).

В обиходе партию зеленых иногда называют „die grüne Partei“ (букв. «зеленая партия»), а лидера ее фракции в бундестаге „der grüne Bundesvorsitzende“: *Der grüne Bundesvorsitzende Trittin bestimmte und bestimmt eindeutig den Kurs der grünen Partei* [Nolting 1998: 10]; *Wir, die grüne Partei, sitzen nicht umsonst in der Mitte des Hauses* [Metzger 1998: 8].

Представителей партии «Союз 90 / Зеленые» именуют субстантивированным прилагательным „die Grünen“ (мн. число): *Mit allen Mitteln haben SPD und Grüne versucht, den Aufschwung kaputtzureden* [Rüttgers 1998: 5]; *Die Grünen haben hier sicherlich eine falsche Akzentsetzung vorgenommen* [Pofalla 1998: 13]; *Wir Grünen sind bereit, daran mitzugestalten* [Metzger 1998: 8]; *Ich habe mich*

über die Rede des Vertreters der Grünen und wohl künftigen Außenministers unseres Landes gefreut [Glos 1998: 20].

Членство министра внутренних дел ФРГ Й. Фишера в партии зеленых при обсуждении определенных вопросов федеральным канцлером Г. Шрёдером было обозначено как «зеленое прошлое» („grüne Vergangenheit“), а решения правительства коалиции СДПГ и «зеленых» были названы не «зеленой», а «немецкой» внешней политикой. Тем самым канцлер сделал упор на то, что коалиция выступает от имени всей Германии и действует во благо страны: *Auch jenseits des Atlantik konnte die neue Regierung etwaige Befürchtungen angesichts der grünen Vergangenheit von Außenminister Joschka Fischer entkräften — auch künftig werde Deutschland keine grüne sondern eine deutsche Außenpolitik betreiben* [Schröder 1999: 3].

В окказиональном словоупотреблении прилагательное „grün“ может также указывать на экологически безопасный или разрешаемый государством способ проведения научных исследований в особых областях, например в геномной инженерии: *Weder wird es gelingen, zum Beispiel Proteste der Bevölkerung gegen die grüne Gentechnologie mit einem bloßen Verweis auf die Autorität der Wissenschaft und die Notwendigkeit wirtschaftlichen Wachstums zum Verstummen zu bringen, noch wird es möglich sein, die dynamische Entwicklung der Wissenschaft mit Allerweltsfloskeln so zu steuern, dass sie möglichst vielen Menschen Nutzen bringt* [Rau 2002a: 288].

Помимо этого, номинация зеленого цвета входит в наименования других реалий общественно- и социально-политической жизни ФРГ, а также соседней немецкоязычной Австрии, где данный цвет определенным образом связан с понятиями природы, окружающей среды, сельского и лесного хозяйства.

Так, номинация „die Grünen — die grüne Alternative“ («Зеленые — зеленая альтернатива», сокращенно „GRÜNE“) обозначает австрийского «побратима» немецких «зеленых», политическую партию, провозглашающую своей целью защиту окружающей среды, демократии и социальной справедливости. Данная партия в Австрии малочисленна, однако активно пропагандирует свои цели, считается «партией избирателей». Впервые была представлена в Национальном совете в 1986 г. Зеленые как многочисленные группировки появились в Австрии в начале 1980-х гг. У австрийских «зеленых» имеется своя партийная академия под названием „Grüne Bildungswerkstatt“ — центр научных исследований и подготовки партий-

ных кадров, частично финансируемый государством [Brockhaus].

В довоенной Германии существовала организация „Grüne Front“ («Зеленый фронт»; ср. „Rot Front“ — «Красный фронт»), которая была создана в 1929 г. как объединение сельскохозяйственных союзов, стоявшее на страже интересов крупного землевладения.

В настоящее время в Германии сильно развито экологическое мышление и регулярно проводятся различные мероприятия, связанные с природой (например, лесом) и защитой окружающей среды. Массовой в Германии является так называемая «Неделя леса» („Grüne Woche“; букв. «Зеленая неделя») — ежегодное мероприятие по пропаганде лесозащитных мер, в рамках которого проводятся праздники леса и посадка молодых деревьев.

Компонент „grün“ встречается также в названиях некоторых политических документов, имеющих в ФРГ отношение к природным ресурсам и сельскому хозяйству, например:

- „der Grüne Bericht“ («Зеленый отчет») — годовой отчет Министерства земледелия ФРГ;
- „der Grüne Plan“ («Зеленый план») — план мероприятий по развитию отраслей сельского и лесного хозяйства в рамках федерального бюджета в ФРГ и некоторых других странах Западной Европы.

В германском торгово-промышленном секторе элемент „grün“ указывает на то, что продукция не загрязняет окружающую среду при эксплуатации, утилизации или вторичной обработке. Так, в Германии широко используется знак „Grüner Punkt“ («зеленая точка») — маркировка на упаковках изделий, которая свидетельствует о том, что упаковка годна для вторичной переработки.

Слово „grün“ также встречается в составе устойчивых и полуустойчивых выражений, в которых могут реализовываться самые разнообразные смыслы, например:

- „sich grün machen“ («много мнить о себе»);
- „j-m nicht grün sein“ — „(ugs.) j-m nicht wohlgesinnt sein; j-n nicht leiden können (grün verbindet sich hier über die ursprüngliche Bedeutung „wachsend, sprossend, blühend“ mit der Vorstellung des Gedeihlichen, Angenehmen, Günstigen)“ [DGWdS]: *Wenn man sich nicht mehr grün ist: Fritz Kuhn und Rezzo Schlauch sind enge Freunde aus alten Tagen. Doch sie werden mehr und mehr zu politischen Rivalen* [BZ 2000].

В дипломатической сфере фигурирует наименование „das Grünbuch“ («Зеленая книга»), обозначающее сборник дипломатических документов в Болгарии, Италии, Ру-

мннии и возникшее под влиянием английского выражения „the blue book“: „das Grünbuch“ — „(Dipl.) Veröffentlichung mit grünem Einband oder Umschlag, Farbbuch; eine bei bestimmten Anlässen veröffentlichte Dokumentensammlung der italienischen Regierung; vgl. Blaubuch“ [DGWdS].

Компонент „grün“ также входит в состав таких идиом, как „grünes Licht (für etwas) geben“, „j-n / etwas über den grünen Klee loben“, „auf (k)einen grünen Zweig kommen“, „etwas vom grünen Tisch aus entscheiden“. Метафорическое переосмысление может получить и композитное прилагательное „immergrün“ («вечно-зеленый») [См. подробнее: Керимов 2010].

Черный цвет („schwarz“) является политически активным обозначением, обладающим референтной полисемией, выражающим разнообразные переносные смыслы в социальном фрагменте политической карты мира ФРГ.

Во-первых, «черный» является партийным цветом партии «Христианско-демократический союз» (ХДС) (die CDU = die Christlich-demokratische Union), поскольку в качестве идеологии в момент образования партии в послевоенной Западной Германии была выдвинута идея о защите прав, помимо прочих слоев населения, крестьянства, которое работает на земле, а цветовой символ земли — черный, являющийся ее фактическим/физическим цветом (именно в этой функции черный цвет присутствует на государственном полотнище ФРГ).

Иногда «черным» цветом обобщенно называют любую консервативную идеологию: „schwarz“ — „4b) (Politik Jargon) christdemokratisch, konservativ [geprägt, regiert o. Ä.]“ [DGWdS], например: „ein schwarzer Wahlkreis“ («избирательный округ, где традиционно голосуют за консерваторов»; букв. «черный избирательный округ»; ср. словосочетание российского политического дискурса 90-х гг. XX в. «красный пояс», обозначавшее регионы России, в которых на думских и президентских выборах постоянно побеждала партия КПРФ и ее кандидаты); „eine schwarze Regierung“ («консервативное (букв. „черное“) правительство»); „im schwarzen Bayern“ («в консервативной (букв. „черной“) Баварии»); „schwarz wählen“ («голосовать за консерваторов» (в ФРГ — за ХДС/ХСС); ср.: „grün wählen“).

Соответственно субстантивированное прилагательное „der / die Schwarze“ обозначает консервативных политиков и деятелей ХДС: „Man ... riet mir zwischendurch, bei der kommenden Arbeiterkammerwahl **die Schwarzen** zu wählen, weil es sonst in der Arbeiterkammer allzu **rot** würde“ [DGWdS].

В негативном смысле в разговорном языке черный цвет часто выступает как маркер католицизма, указывает на районы с преимущественным проживанием католиков: „schwarz“ — „4a) (ugs., oft abwertend) vom Katholizismus geprägt; eine überwiegend katholische Bevölkerung habend“ [DGWdS], например: „das Münsterland ist eine ganz **schwarze** Gegend“; „nur der Süden des Landes ist **schwarz**“ (букв. «и только юг страны **черный**», т. е. там среди населения преобладают католики).

Другие негативные смыслы переносного значения также зафиксированы в толковом словаре. В частности, черный цвет может иметь следующие значения:

- „schwarz“ — „5a) unheilvoll, düster“ [DGWdS] («нездоровый, недобрый»), например: „es war vielleicht der **schwärzeste** Tag in ihrem Leben, der jüngeren deutschen Geschichte“; „von **schwarzen** Gedanken geplagt werden“.

- „schwarz“ — „5b) böse; niederträchtig“ [DGWdS] («низкий, подлый, гнусный, мерзкий»), например: „**schwarze** Pläne, Gedanken hegen“; „eine der **schwärzesten** Taten der Kriminalgeschichte“; „er hegte einen ganz **schwarzen** (= schlimmen) Verdacht“.

Значение негативного события в полной мере реализуется в выражении „ein schwarzer Tag“ — „ein Unglückstag“ [CUGdR] (букв. «черный день»; ср. с таким же выражением в русском языке, а также с таким устоявшимся названием события российской истории, как «черный вторник» — дефолт 1998 г.).

При указании на неприглядные периоды истории Германии (в первую очередь — период фашистской диктатуры) прилагательное „schwarz“ выражает оба оттенка упомянутых выше значений (5a и 5b) и выступает в этом случае когнитивным синонимом цветовому оттенку „dunkel“: „Außerhalb einer kurzen, **schwarzen** historischen Epoche [Rau 2000b: 102].

Сходное значение слово приобретает в следующих выражениях: „etwas schwarz in schwarz [in den **schwärzesten** Farben] sehen, malen [darstellen / schildern]“ (букв. «видеть, рисовать (представлять, изображать) всё чернее черного»); „immer muss er [alles] **schwarz** malen; schwarz sehen“, „er sieht immer nur **schwarz**“, что означает „die Zukunftsaussichten negativ, pessimistisch einschätzen; Unerfreuliches, Schlimmes befürchten“ [DGWdS] (ср. в русском языке: «видеть всё в черном свете»).

Наименование черного цвета используется также для указания на нелегальную (незаконную) сферу деятельности кого-либо, чего-либо: „6. (ugs.) illegal; ohne behördliche Genehmigung, ohne Berechtigung“ [DGWdS].

Данная лексема в современном немецком языке является чрезвычайно частотной и продуктивной с точки зрения образования свободных словосочетаний, которые описывают различные неприглядные и преступные виды деятельности человека в обход существующего законодательства в области экономики, торговли, профессиональной деятельности, общественных отношений и т. д., например: „schwarze Geschäfte“; *vor dem schwarzen Umtausch von Devisen warnt der Fachmann* [Augsburger Allgemeine. 11.02. 1978: 21]; „schwarzes Geld“ („Schwarzgeld“); „etwas schwarz kaufen, exportieren“; „schwarz über die Grenze gehen, einreisen“; „etwas schwarz (in Schwarzarbeit) tun“; „schwarz (ohne die Gebühren zu zahlen) fernsehen“; „schwarz Bus fahren“ (mit dem Bus schwarzfahren“); „schwarz (ohne Führerschein) Auto fahren“; „Schwarz gebrannter Schnaps“.

То же значение черный цвет выражает в составе композитов и сочетаний, привнося сему незаконного, нелегального и преступного действия, например:

- „der Schwarzangler“ («рыболов-браконьер»);
- „die Schwarzarbeit“ («левая» работа»; «незаконное занятие чем-либо»);
- „schwarz arbeiten“ («работать нелегально, работать без разрешения на занятие трудовой деятельностью», «подрабатывать»);
- „der Schwarzarbeiter“ («человек, незаконно занимающийся чем-либо»);
- „der Schwarzbau“ («неразрешенное строительство»);
- „schwarze Börse“ («черная биржа»);
- „schwarze Ware“ («товар с черного рынка; товар, продаваемый из-под полы»);
- „schwarzer Handel“, „der Schwarzhandel“ («торговля на черном рынке»);
- „schwarzer Markt“, „der Schwarzmarkt“ («черный рынок»);
- „schwarzfahren“ («1) водить машину, не имея водительских прав; 2) ездить „налево“ (без путевого листа, без разрешения владельца автомобиля); 3) ездить зайцем (без билета) в общественном транспорте»);
- „schwarzgeh(e)n“ («браконьерствовать» и «нелегально переходить границу»);
- „das Schwarzgeld“ («не облагаемые налогом средства»; ср. русское выражение «черный нал (= черная наличность)»).

Также прилагательное „schwarz“ может передавать в словосочетании значение нежелательности чего-либо, как в наименовании списка «нежелательных» (в каком-либо

деле) лиц или лиц, входящих в число не выполнивших что-либо: „die schwarze Liste“ — „Aufstellung verdächtiger, missliebiger Personen“ [CUGdR] (ср. в русском языке: «черный список»).

Непосредственно к прямому значению слова (обозначению черного цвета) апеллируют устойчивые выражения:

- „aus Schwarz Weiß machen [wollen]“ — „durch seine Darstellung eine Sache in ihr Gegenteil verkehren [wollen]“ [DGWdS] (букв. «делать (называть) черное белым, выдавать черное за белое» в значении «извращать истину»);

- „schwarz auf weiß“ — „(ugs.) zur Sicherheit, Bekräftigung schriftlich, sodass man sich darauf verlassen kann (eigtl. = mit schwarzer Tinte [Druckerschwärze] auf weißes Papier geschrieben [gedruckt])“ [DGWdS] (букв. «(это здесь напечатано [написано] черным по белому» в значении «четко, ясно, недвусмысленно»), например: „etwas schwarz auf weiß haben, besitzen“.

В составе следующих сложных слов компонент „schwarz-“ выражает сему «пессимизма», негативного взгляда на жизнь, перспективы, состояние дел и т. п.: „der Schwarzfärber“, „der Schwarzmacher“, „der Schwarzmalerei“, „der Schwarzseher“ (всё это синонимы со значением «пессимист»); „die Schwarzmalerei“; „die Schwarzseherei“ (в обоих случаях называется «пессимизм»). Этот же смысл передают слова других частей речи: „schwarzmalen“ («рисовать (описывать, изображать) в мрачном (черном) свете»); „schwarzsehen“ («быть пессимистом, видеть всё в мрачном свете»); „schwarzseherisch“ («пессимистический»).

Также компонент „schwarz-“ может быть частью составного наименования метонимического характера (номинация профессии по цвету униформы): „der Schwarzrock“ («поп, (католический) священник»; букв. «черное одеяние»).

Имя прилагательное „schwarz“ входит в состав идиоматичных выражений бухгалтерской сферы, отсылающих к черному цвету чернил (пасты), которыми в финансовых документах отмечали прибыль (положительный баланс; ср. соответствующие антонимичные выражения с ключевым компонентом „rote Zahlen“, рассмотренные выше):

- „schwarze Zahlen“ («положительное saldo, прибыль»; ср. „rote Zahlen“);

- „in den schwarzen Zahlen sein“ («работать с прибылью»; ср. „in den roten Zahlen sein“);

- „in die schwarzen Zahlen kommen“ («(снова) становится прибыльным; получать прибыль»; синонимичным данному выступает

выражение „aus den roten Zahlen (heraus) kommen“);

- „schwarze Zahlen schreiben“ («получать прибыль»; букв. «писать черные цифры»).

Прилагательное „schwarz“ встречается в наименованиях официальных общественных организаций (как исторических, так и современных), например: „Österreichisches Schwarzes Kreuz“ (сокр. „ÖSK“ — «Австрийский черный крест») — общественная организация, основанная в 1919 г. (после окончания Первой мировой войны) с целью устройства солдатских захоронений и ухода за солдатскими кладбищами всех национальностей. Занимается также захоронениями погибших во время бомбардировок, жертв политических репрессий и беженцев. Имеет филиалы в Италии, Хорватии, Словении, Польше, Чехии, Албании, на Украине [Brockhaus].

Черный цвет — один из трех цветов национального флага Германии, что представлено в следующих наименованиях, в которых группа из черного, красного, золотого цветов выступает метонимическим заместителем обозначаемого — флага современной Германии (в исторической перспективе также Веймарской республики (1919—1933), ФРГ (1949—1990) и ГДР (1949—1990)):

- „das Schwarz-Rot-Gold“, „das Schwarzrotgold“ — „Farben der deutschen Fahne von 1919 bis 1933, der Fahne der DDR von 1949 bis 1990 und der Bundesrepublik Deutschland“ [DGWdS];

- „schwarz-rot-golden“, „schwarzrotgold(en)“ (Adj.) — „die Farben Schwarz, Rot und Gold aufweisend“ [DGWdS]: „die **schwarz-rot-goldene** Fahne“.

Следует также упомянуть, что в разговорном немецком языке существуют презрительно-шутливые искажения наименования „das Schwarz-Rot-Gold“: третье слово в этом ряду замещается другим, обозначающим острую приправу („der Mostrich“ и „der Senf“ — «столовая горчица»), которая по цвету близка «золотому», но обладает еще и негативной перцептивной характеристикой. В толковом словаре данные выражения сопровождаются соответствующими пометами:

- „das Schwarz-Rot-Mostrich“ — „(ugs. scherzh., verächtl.) Schwarz-Rot-Gold“ [DGWdS]: *dass es ... zu viele Richter, Staatsanwälte ... und Professoren gab, für die Schwarz-Rot-Gold eben **Schwarz-Rot-Mostrich** war und die die Demokratie zum Teufel wünschten* (Spiegel 1978. 43: 49);

- „das Schwarz-Rot-Senf“ — „(ugs. scherzh., verächtl.) Entstellung von Schwarz-Rot-Gold“ [DGWdS].

В геополитическом контексте черный цвет связан с африканским континентом

и выходцами с него, а термин «черная Африка» обозначает области проживания народов негроидной расы — регионы южнее пустыни Сахары, — отличающиеся в этом отношении от Севера Африки и азиатского Ближнего Востока, в которых население преимущественно арабское. Приведем толкования определения «черная Африка» и его производных:

- „Schwarzafrika“ — „größtenteils von Schwarzen bewohnter Teil Afrikas südlich der Sahara“ [DGWdS];

- „der Schwarzafrikaner“ — „aus Schwarzafrika stammender Schwarzer“ [DGWdS];

- „der Schwarzafrikanerin“ — „weibliche Form zu Schwarzafrikaner“ [DGWdS];

- „schwarzafrikanisch“ — „Schwarzafrika, die Schwarzafrikaner betreffend; von den Schwarzafrikanern stammend, zu ihnen gehörend“ [DGWdS], например: „die schwarzafrikanischen Staaten“.

Субстантивированные прилагательные „der / die Schwarze“ указывают на представителей негроидной расы, а первым словом (мужского рода) раньше в немецком фольклоре именовали и нечистую силу: „der Schwarze“ — „1. Angehöriger des negriden Menschentypus“: „sie ist mit einem Schwarzen verheiratet“; „die Schwarzen fordern gleiche Rechte“. „2. <o. Pl.; mit best. Artikel> (veraltet) der Teufel“ [DGWdS]; „die Schwarze“ — „Angehörige des negriden Menschentypus“ [DGWdS], например: „die Sopranistin ist eine Schwarze“.

Следует отметить, что номинация „der Schwarze“ в значении «чернокожий», «негр» является в современном немецком языке не политкорректной, а вместо нее используется эвфемизм „der Farbige“ (букв. «цветной»).

Субстантивированное прилагательное среднего рода („das Schwarze“), которое, согласно грамматическим канонам немецкого языка, может означать только неодушевленный объект, номинирует центральную часть мишени, окрашенную всегда именно в этот цвет, в связи с чем в немецком языке появились идиоматичные выражения со значением «что-то сказать, сделать правильно», образно вербализуемым сигнификатом «попасть в цель» (т. е. в центральную часть мишени, окрашенную черным):

- „das Schwarze“ — „schwarze Kreisfläche im Zentrum einer Zielscheibe“ [DGWdS]: „das Schwarze treffen“; „ein Schuss ins Schwarze“;

- „ins Schwarze treffen“ — „mit etwas genau das Richtige tun, sagen“ [DGWdS].

Прилагательное „schwarz“ входит также в состав устойчивых выражений, актуализирующих иные концептуальные субсферы-источники:

- „j-m den Schwarzen Peter zuschieben [zuspielen]“ (социальный признак);
- „das schwarze Schaf“ (зооморфный признак);
- „j-m nicht das Schwarze unter dem Nagel gönnen“ / „das Schwarze unter dem Fingernagel“ (физиологический признак).

Желтый в политическом контексте относится к Свободной демократической партии Германии (СвДП, die FDP, Freie Demokratische Partei Deutschlands), которая достаточно долго, во времена правления федерального канцлера Гельмута Коля в 1982—1998 гг. образовывала правительственную коалицию с ХДС/ХСС (в 1982—1990 гг. — в Западной Германии (ФРГ); в 1990—1998 гг. — в единой Германии).

В следующем фрагменте политического текста представлен практически полный политический спектр современной германской цветовой символики. Референция к ведущим партиям страны (СДПГ, ХДС, «зеленые» и СвДП) эксплицирована соответствующими партийными цветами (rot, schwarz, grün, gelb): *Die Bundesbildungsministerin, Frau Bulmahn, hat gemeinsam mit den Schul- und Kultusministern ein „Forum Bildung“ eingerichtet, es hat ein Jahr, anderthalb Jahre, zwei Jahre gearbeitet in Arbeitsgruppen. Die haben das getan, was Kommissionen tun: Unendliche Mengen von Papier sind beschrieben worden, sie haben einen Eröffnungskongress gehabt und einen Schlusskongress, und ich durfte bei beiden dabei sein. Am Schluss haben sie zwölf Empfehlungen gegeben. Diese Empfehlungen sind weder rot noch schwarz, noch grün, noch gelb, sondern sie sind übereinstimmende Empfehlungen. Sie reichen von Bayern bis Schleswig-Holstein, von Sachsen bis ins Saarland* [Rau 2002b: 394].

Выражение „gelbe Presse“ (русскоязычный эквивалент — «желтая пресса») является синонимичным понятию с метеорологическим компонентом „die Regenbogenpresse“.

Субстантивированное слово „das Gelb“ иногда выступает эллиптической формой спортивного понятия „die gelbe Karte“, которое в политической системе также порой актуально.

И, наконец, имя прилагательное „gelb“ является частью наименования „das Gelbbuch“ («желтая книга»), представляющего собой словообразовательную кальку с английского „blue book“ (в немецком варианте „das Blaubuch“) и обладающего значением „mit gelbem Einband oder Umschlag versehenes Farbbuch Frankreichs [nach dem Vorbild der englischen Blaubücher]“ с пометой „Diplomatie“ в толковом словаре «Дуден» [DGWdS] (ср. также „das Grünbuch“).

Коричневый цвет („braun“) в современной немецкой социальной сфере воспринимается негативно, что обусловлено его ролью в истории Германии периода нацистской диктатуры 1933—1945 гг., когда он был партийным цветом национал-социалистов.

Данная цветовая символика появилась в 20-х гг. XX в. на базе метонимического переноса, основанного на коричневом цвете мундиров штурмовиков из СА (die SA = Sturmabteilungen (Pl.)) — первых боевых отрядов национал-социалистов, — на людей, которые носили эти мундиры, а затем и на всех членов Национал-социалистической немецкой рабочей партии (НСДАП, die NSDAP, т. е. die Nationalsozialistische Deutsche Arbeiterpartei). Применительно к современности соответствующее цветообозначение в немецком языке обозначает принадлежность к сфере крайне радикального националистического экстремизма, сочувствие идеям германских нацистов Третьего рейха и несет крайне негативную оценочную нагрузку.

Пример развития метафорического смысла и когнитивной оценки цветовой метафоры «коричневый» наглядно демонстрирует, как с течением времени меняется значение и оценка метафоры в связи со сменой общественно-политического строя.

В национал-социалистической риторике данная метафора активно использовалась и имела в официальном немецком языке положительную оценочную окраску, указывая на «авангард» национал-социалистической партии — штурмовиков (а затем и на всех нацистских партийцев). При этом нацисты и сами себя называли словом, обозначающим данный цвет, пример чему находим в том числе в неофициальном гимне национал-социалистической партии и Третьего рейха — «Песни» Хорста Весселя «Выше знамя!» (Horst-Wessel-Lied „Die Fahne hoch!“).

После падения Третьего рейха и роспуска НСДАП данная метафора в немецком языке, по-прежнему указывая на деятелей национал-социалистической партии, меняет оценочную характеристику на полностью противоположную — с позитивной на крайне негативную.

В современном немецком языке значение нацистской партийной принадлежности у рассматриваемого цветообозначения уже является традиционным и занесено в словарь в качестве второго (первое — непосредственное обозначение а) коричневого цвета и б) солнечного загара) со специальной пометой об употреблении в «сниженном, отрицательном» смысле: „braun“ — „1. a) von der Farbe feuchter Erde; b) sonnengebräunt“;

„2. (abwertend) nationalsozialistisch“ [DGWdS], например: „die braune Epoche“ (букв. «коричневая эпоха», т. е. период нацистской диктатуры), „eine braune Gesinnung“ («коричневые взгляды, убеждения»), „er war braun (= war ein überzeugter Nationalsozialist)“ — «Он был коричневый», т. е. убежденный национал-социалист.

В соответствующих политических контекстах, описывающих современное состояние немецкого общества, атрибут „braun“ характеризует те сферы и реалии, которые, по мнению немецких политиков, соотносятся с крайне праворадикальным, националистическим экстремизмом. Так, в следующих контекстах речь идет о подозрениях в подпольном существовании сочувствующих националистической идеологии в немецкой армии (бундесвере), что выражается метафорами с цветовым компонентом «коричневые ниши» („braune Nischen“ (Pl.); здесь также присутствует корреляция с архитектурной сферой), «коричневые сети, системы» („braune Netzwerke“ (Pl.); корреляция с технологической сферой), «коричневые субкультуры» („braune Subkulturen“ (Pl.); корреляция со сферой искусства), например: *Weder der Jahresbericht noch die Sonderberichte der Wehrbeauftragten gaben Anlaß zu der Besorgnis, daß sich braune Nischen, braune Netzwerke oder gar Subkulturen in der Bundeswehr gebildet haben. Einzelfälle sind geschildert, bewertet und verurteilt worden* [Nolting 1998: 10]; *Genaue Auskunft darüber geben die damaligen Presseerklärungen der Oppositionsparteien, in denen es zum Beispiel nach dem Auftauchen des zweiten Schneeberg-Videos heißt, daß dies kein Einzelfall mehr sei, sondern daß offensichtlich in der Bundeswehr eine braune Subkultur um sich gegriffen habe* [Kossendey 1998: 11].

В словосочетании „der braune Schleier“ (букв. «коричневое покрывало») каждый из знаменательных компонентов (существительное и прилагательное) выступает как самостоятельная метафора, а вместе они образуют не идиому, а свободное метафорическое словосочетание с обоими образными компонентами, которые относятся к разным исходным концептуальным сферам (соответственно цвет и текстиль), за счет чего они вместе создают яркий и информативный метафорический образ [См. также: Керимов 2007].

Некоторые немецкие политики воспринимают коммунистические власти ГДР как продолжение национал-социалистической диктатуры, что выражается также соответствующими метафорическими цветообозначениями в сочетании с одним и тем же суще-

ствительным, ср.: „braune Diktatur“ → „rote Diktatur“ (а также „rote Zaren“). В качестве иллюстрации приведем фрагмент из дебатов в германском бундестаге в 1991 г.: *Wir fällen diese Entscheidung in einem Zeitabschnitt, in dem unsere Geschichte wieder Wirklichkeit wird: 47 Jahre Kaiserreich, Preußen, Zweiter Weltkrieg, Weimar, Kataklysmas des Nazireiches, 60 Millionen Kriegstote, Flucht und Vertreibung und 17 Millionen deutsche nahtlos von der braunen Diktatur in die rote Diktatur. Und im Westen: die Demokratie, die längste Zeit freiheitlicher Geschichte, mit dem Namen Bonns verbunden, mit dem Föderalismus, der unser Staatswesen überlegen gemacht hat, eine neue Demokratie, Soziale Marktwirtschaft, Adenauer, Schumacher, Heuss, Europa und die Westbindung — und gleichzeitig Berlin, die Hauptstadt der Freiheit, die Hauptstadt gegen den Anspruch der Usurpation der roten Zaren, Symbol der Menschenrechte und Signal der Freiheit und Hoffnung für Hunderte von Millionen von Menschen* [Geißler 1999].

Серый цвет („grau“) уже в визуальном употреблении создает негативное впечатление о жизненных трудностях, проблемах, отсутствии жизненных благ и т. п., что отмечено в словарях и эксплицируется в определенных свободных сочетаниях:

- „grau“ — „3. trostlos, öde“ [DGWdS]: „dem grauen Alltag entfliehen“; „dem Grau des Alltags entfliehen“; „alles erschien ihm grau [und öde]“; *Wo ich herkomme, ist alles grau und speckig* [tip 1984. 12: 90];
- „der graue Alltag“ («серые будни»);
- „das graue Elend“ («беспросветная нужда; разг. хандра; похмелье»);
- „graue Tage“ («мрачные дни»);
- „die graue Zukunft“ («беспросветное будущее»);
- „alles in grau sehen“ («видеть всё в мрачном свете (в мрачных тонах)»).

Редупликативная (по компонентной структуре) идиома „grau in grau“ выражает наивысшую степень проявления негативного качества и имеет значение «в серых тонах; в мрачных тонах, красках»: „alles grau in grau sehen / malen“ — „alles pessimistisch beurteilen, darstellen“ [CUGdR] (ср. с выражением „alles schwarz in schwarz sehen“, о котором уже шла выше речь).

По отношению к политике в сфере защиты окружающей среды серый цвет как символ вредных и загрязняющих природу технологий может противопоставляться уже упоминавшемуся выше зеленому, обозначающему экологически чистые технологии и производства, как это представлено, например, в следующем отрывке: *Wir haben in Deutschland zum Glück erkannt: Es geht nicht*

*um die Alternative Umweltschutz oder Industrie, sondern um Umweltschutz durch die Industriegesellschaft und für die Industriegesellschaft. Was ökologisch unsinnig ist, ist auf Dauer auch ökonomisch unsinnig. Das versuche ich immer wieder deutlich zu machen. Wir wollen mehr, als **das Grün** dort bewahren, wo **es** ist. Wir wollen es auch da **grün** haben, wo es noch **grau** ist [Rau 2002b: 568].*

В политическом языке функционирует также идиоматичное понятие „der graue Markt“ («полулегальный рынок, обмен нормированными товарами»), которое синонимично значению „illegal“ у прилагательного „schwarz“, выражению „die Schattenwirtschaft“ и другим подобным композитам с первым компонентом „Schatten-“.

В некоторых окказиональных контекстах серый цвет может сближаться по передаваемому смыслу с цветообозначениями иной гаммы, как, например, „bunt“: *Die Wirklichkeit beider Städte — so unterschiedlich sie sind — widerspricht solchen Versuchen, die allzuleicht zu Karikaturen geraten. Beide Städte sind in jedem Fall **grauer** oder vor allem **bunter** als ihre Verzeichnungen, und Bonn ist eine glückliche Stadt [Thierse 1999].*

Помимо этого, имя прилагательное „grau“ может выражать и темпоральное значение, обозначать что-то «давно прошедшее», «(во временном отношении) неопределенное», когда нельзя установить точную временную референцию: „grau“ — „4. [zeitlich weit entfernt und] unbestimmt“ [DGWdS], ср.: „in grauer Vorzeit (in einer lange zurückliegenden Zeit)“; „im Grau der Vorzeit entschwunden sein“. По данным толковых словарей, используемые в поэтической речи выражения „die graue Vorzeit“, „das graue Altertum“ («седая старина», т. е. «давние времена») этимологически производны от прилагательного „grau“ в значении «седой (о человеке)» [CUGdR], которое при метафорическом переносе сначала стало указывать на другой физиологический признак человека (преклонный возраст), а уже потом образно спроецировалось в темпоральную сферу («преклонный возраст/старость» → «стародавние времена»).

Синий/голубой цвет („blau“) не является в современной Германии чьим-либо партийным цветом, но, несмотря на это, также обладает определенным смыслом в социально-экономической сфере, а также в дипломатии.

Так, данное цветообозначение входит в такое наименование, как „der blaue Brief“ (букв. «синее/голубое письмо»), что значит «извещение об увольнении (с работы, в отставку); письмо учителя родителям неуспевающего (провинившегося) ученика» [Brock-

haus]. Этот документ получил свое название по цвету конверта, в котором рассылается по почте.

Композит „das Blaubuch“ («Синяя книга») является калькой с английского „the Blue Book“ и номинирует сборник парламентских документов в Англии. Сочетание „the Blue Book“, в свою очередь, имеет в английском языке следующие значения: 1) официальные отчеты английской парламентской комиссии или Тайного совета; 2) справочник, содержащий имена лиц, занимающих государственные должности в США; 3) перечень лиц, играющих роль в обществе; календарь высшего света; 4) справочник, справочное издание (типа адресной книги) [CUGdR].

По словообразовательной и семантической аналогии с композитом „das Blaubuch“ в немецком языке появились наименования „das Gelbbuch“ и „das Grünbuch“.

Помимо этого, прилагательное „blau“ в немецкой лингвокультуре связано с номинациями состояния алкогольного опьянения, например:

- „blau sein“ («быть (совершенно) пьяным»);
- „blau sein wie ein Veilchen [wie eine Frostbeule / wie eine Strandhaubitze / wie eine Strandkanone / wie (zehn)tausend Mann / wie ein Eckhaus]“ — „völlig betrunken sein“ («быть пьяным вдрызг, в стельку, в дым»).

Последствия «бурного» времяпрепровождения и сильного алкогольного опьянения представлены в выражении „blauen Montag machen“ («прогуливать, не выходить на работу»).

В мировой политике голубой цвет является символом мира, а также цветом флага ООН. Миротворческие силы ООН называются „Blauhelme“ (Pl.; в русском языке они точно так же именуется «голубые каски»), что представляет собой метонимический перенос с цвета одной части военной экипировки (в стилистике это явление именуется бахуверихи).

В некоторых других идиомах компонент „blau“ при корреляции с разными единицами может получать совсем неожиданные значения, например «фингал» (в русском языке у синонима этого слова «синяк» внутренняя форма тоже апеллирует к синему цвету): „mit einem blauen Auge davonkommen“ — „ohne großen Schaden, glimpflich davonkommen“ [CUGdR] («хорошо отделаться, отделаться легким испугом, отделаться пустяком, легко отделаться»; букв. «выйти (из ситуации) с одним синим глазом»: имеется в виду, что вместо возможного серьезного вреда здоровью человек «всего лишь» получил фингал (синяк) под глазом); приведем пример упот-

ребления: „Die Verluste“, sagt sie, „waren nicht so groß wie befürchtet. Wir sind mit einem blauen Auge davongekommen“. Aber der viele Regen und die Kälte haben sie in argen Stress gebracht, weil sich die gesamte Ernte verzögerte [Der Tagesspiegel. 1996].

В выражении „ins Blaue (hinein) [schießen, reden, träumen usw.]“ — „ohne klares Ziel, ohne Konzept“ [CUGdR] («наобум, на авось; как придется; без определенной цели») голубой связан с цветом неба, что, возможно, изначально основывалось на выражении „ins Blaue schießen“ («стрелять мимо, наугад (букв. «в небо»)), на базе которого стали переосмысливаться и другие действия (например, „ins Blaue reden [schwätzen]“ — «городить взор, молоть чушь, говорить наобум») с сохранением семы неудачного поступка.

Раньше голубой цвет считался цветом обмана и разочарования, в «память» о чем в современном языке «отпечталось» выражение „sein blaues Wunder erleben“ (букв. «пережить голубое чудо») в значении „eine große, unangenehme Überraschung erleben (Blau ist in älterem Sprachgebrauch die Farbe der Täuschung, Lüge)“ [CUGdR], например: *Stellen wir uns einmal vor, ich möchte mir die informativen und wunderschön gestalteten Webseiten des Hauptstadtservern www.berlin.de ansehen. Was tue ich? Ich gebe die URL (Unified Resource Locator; die Internetadresse) „www.berlin.de“ ein — und erlebe mein blaues Wunder* [BZ 2000].

Из актуальных для политической жизни современной Германии **составных**, смешанных (из однотонных) цветов следует отметить «красно-зеленый» („rot-grün/rotgrün“, „das Rot-Grün/Rotgrün“), появившийся механическим сложением двух цветов (красного и зеленого), являющихся, как уже отмечалось выше, партийными цветами СДПГ и партии «Союз 90 / Зеленые» соответственно. Посредством данного наименования в 1998—2005 гг. обозначалось коалиционное правительство дважды подряд побеждавших на выборах в бундестаг партий, возглавляемое Г. Шрёдером: „rot-grün“ — (Adj.) „die Koalition der Parteien SPD und die Grünen betreffend“ [DGWdS]: „eine rot-grüne Mehrheit“; „rot-grün wählen“; <subst.:> *Wird Rot-Grün (die rot-grüne Koalition, die rot-grüne Regierung) die Schnellfahrer stoppen?* [Zeit 27.5.1999: 31].

Данное составное наименование получило (в форме как прилагательного, так и существительного) широкое распространение в немецком политическом языке начиная с 1998 г., при этом имя существительное указывает на коалицию, а прилагательное выступает атрибутом к различным определяющим словам, обозначая коалицию как

инициатора чего-либо (например, „rot-grüne Pläne“ — «планы, предлагаемые, инициируемые коалицией») и/или носителя действия („rot-grüne Politik“ — «политика, осуществляемая этой коалицией»); имеется в виду, что коалиция сама осуществляет определенную политику) и пр., ср.: *Was Rotgrün in seine Anträge hineinschreibt, hat mit der Realität in Deutschland nichts zu tun und lenkt häufig von eigener Verantwortung ab* [Friedhoff 1998: 4]; *Deshalb werden sich die Menschen in unserem Land sicherlich auch sehr genau überlegen, ob sie sich wirklich einer rotgrünen Führung anvertrauen wollen* [Bulmahn 1998: 4]; *Selbst in den Ländern, selbst in den rotgrün regierten Ländern hat man geschallt, daß es darauf ankommt, das Neue schnell zu ermöglichen* [Riesenhuber 1998: 9]; *Aber die Grünen und Teile der SPD sind hier nun wirklich keine guten Ratgeber, da es unter ihnen Bestrebungen gibt, den Verfassungsschutz aufzulösen. Das zeigt das Beispiel der rotgrünen Regierung in Hessen* [Schmidt 1998: 12]; *Ich gebe hier zu Protokoll, liebe Kolleginnen und Kollegen, daß die Bundeswehr am meisten unter Rotgrün zu leiden hätte* [Augustinowitz 1998: 12].

Имплицитно образ трех цветов (красного, желтого, зеленого) присутствует в уникальном метафорическом наименовании „die Ampelkoalition“ (где „die Ampel“ — «светофор»; всё слово имеет буквальное значение «светофорная коалиция»), а также в производном от него „die Ampelgespräche“ (букв. «светофорные переговоры»). В данном случае «светофор» выступает в непрототипической для него функции — не как регулировщик дорожного движения, а как прибор, имеющий три цвета (красный, желтый, зеленый). В политической коммуникации им была приписана роль партийных цветов (соответственно СДПГ, СвДП и «зеленых»), которые, собранные вместе, символизируют коалицию данных трех партий.

Несколько цветов, несущих определенную смысловую и символическую нагрузку, составляют национальные флаги ФРГ и Австрии.

Так, флаг современной Австрии состоит из трех продольных полосок двух цветов: красного (по краям) и белого (в середине). Красный цвет занимает 2/3 площади флага Австрии, который поэтому именуется „rot-weiß-rot“ («красно-бело-красный»). Метонимическим развитием данного значения стало обозначение сочетанием „rot-weiß-rot“ всего, что имеет отношение к Австрии, т. е. в переносном значении цветообозначение стало синонимом слова «австрийский».

Красный цвет на австрийском флаге также символизирует кровь (как на флагах

социалистических и некоторых других стран), однако происхождение данной символики связано не с выступлением Парижской коммуны, а с эпизодом истории средневековой Австрии. Легенда связывает появление трех полос в гербе и флаге Австрии с событиями крестового похода 1190—1192 гг., когда австрийский герцог Леопольд V Добродетельный („Leopold V. der Tugendhafte“) во время одной из битв сразил так много врагов, что всё его белое одеяние пропиталось кровью, белой осталась лишь полоса, защищенная поясом [Brockhaus].

Во время событий 1938 г., связанных с присоединением (аншлюсом) Австрии к Третьему рейху, лозунгом австрийских патриотов — борцов против фашизма стало рифмованное высказывание „Rot-weiß-rot bis in den Tod!“ («Красно-бело-красная (т. е. Австрия) до конца!»).

Флаг современной Германии также состоит из трех продольных полос, но разноцветных: черной, красной и золотой (сверху вниз), из-за чего немецкий флаг именуют „das Schwarz-Rot-Gold“ (букв. «черно-красно-золотой»). Это флаг, появившийся ещё в дни революции 1848 г., является сейчас одним из символов единой Германии, а его цвета трактуются обычно следующим образом: черный — символ земли, красный — крови, пролитой за свободу, золотой — достатка, богатства. «Чёрно-красно-золотой» триколор служил государственным флагом в самые разные периоды истории Германии: в период Веймарской республики (1918—1933), в ГДР (1949—1990; с гербом ГДР посередине полотнища) и ФРГ (1949—1990), а с 1990 г. он стал национальным флагом единой Германии.

Цвета триколора «черный», «красный» и «золотой» именуют „Deutsche Farben“ («цвета германского национального флага»; букв. «немецкие цвета»).

Цвета флага Германских империй 1871—1918 («Империя О. фон Бисмарка») и 1933—1945 гг. (Третий рейх) были черный, белый и красный (три продольные полосы сверху вниз), что также зафиксировано в соответствующих словарных дефинициях: „das Schwarz-Weiß-Rot“ — „Farben der deutschen Fahne von 1871 bis 1918 und 1933 bis 1945“ [DGWdS]; „schwarz-weiß-rot“ (Adj.) — „die Farben Schwarz, Weiß und Rot aufweisend“ [DGWdS].

Таким образом, как показывает проведенное исследование, цветономинации в немецкой лингвокультуре обладают постоянным набором переносных значений, которые описывают, в том числе в социальной коммуникации, разнообразные объекты, ре-

ляции и субъектов общественно-политических процессов. Практически все колоративы полисемны, в связи с чем их значение конкретизируется либо в определенных узуальных сочетаниях (полуустойчивых и устойчивых выражениях, идиомах и пр.), либо в контексте описываемой исторической эпохи, конкретного государства, политического строя и т. п.

Контекстная детерминированность семантики немецких цветовых наименований существенно выделяет колоративную метафорику в ряду других концептуальных метафор политической культуры ФРГ. В одном цветосимволе объединяются самые разнообразные смыслы, порой производные от свойств разных объектов/предметов, выражающие антонимичные значения, обладающие противоположной оценочностью и характеризующие разные страны, политические режимы, периоды истории. В свете этого лингвокогнитивный подход к изучению метафорической цветосемантики позволяет в полной мере выявить, зафиксировать и типологизировать появление, развитие и трансформацию данных символов политической культуры через призму когниции немецкого этноса.

ЛИТЕРАТУРА

1. Будаева Д. Р. Цветообозначения в политическом дискурсе // Лингвокультурология : сб. науч. трудов / гл. ред. А. П. Чудинов ; Урал. гос. пед. ун-т. — Екатеринбург, 2011. Вып. 5. С. 4—33.
2. Вежбицкая А. Обозначения цвета и универсалии зрительного восприятия // Вежбицкая А. Язык. Культура. Познание : пер. с англ. яз. / отв. ред. М. А. Кронгауз. — М. : Русские словари, 1997. С. 231—290.
3. Керимов Р. Д. Текстильные концептуальные метафоры в политическом дискурсе ФРГ // Политическая лингвистика. 2007. № 3 (23). С. 96—107.
4. Керимов Р. Д. Концептуализация социальной реальности фитоморфными метафорами в немецком политическом дискурсе // Вестн. Кемеров. гос. ун-та. 2010. № 4 (44). С. 136—144.
5. Никифорова А. М. Цвет как элемент «визуальной политики» // Политическая лингвистика. 2011. № 4 (38). С. 236—240.
6. Радченко Е. И. Аксиологический аспект обозначения цвета в современном немецком языке : дис. ... канд. филол. наук. — Белгород, 2002.
7. Тяпкина Т. М. Вторично-номинативные функции цветообозначений в современном немецком языке : дис. ... канд. филол. наук. — Н. Новгород, 2002.
8. Федянина Л. И. Концепт *Geld* в немецкой языковой картине мира: опыт концептуального анализа : учеб. пособие / Кемеровский гос. ун-т. — Кемерово : Кузбассвузиздат, 2008.
9. Dobrovolskij D., Piirainen E. Symbole in Sprache und Kultur: Studien zur Phraseologie aus kultursemio-

tischer Perspektive. — Bochum : Brockmeyer, 1997. (Studien zur Phraseologie und Parömiologie; 8).

10. *Schippan Th.* Viren, Ampeln und Altlasten. Zur Metaphorik in der deutschen Sprache der Gegenwart // Deutsch als Fremdsprache. 1994. Bd. 31. Heft 2. S. 86—91.

СЛОВАРИ

11. *Brockhaus* Die Enzyklopädie = Brockhaus : In 24 Bd. 20., überarb. und aktual. Aufl. — Leipzig, Mannheim : Brockhaus, 1996—1999.

12. *Compact* Universal Großwörterbuch deutsche Rechtschreibung = CUGdR / Chefred. A. Sendlinger. — München : Compact Verlag, 2007.

13. *Duden*, Das große Wörterbuch der deutschen Sprache : in 10 Bd. = DGWdS / Hrsg. vom Wissenschaftlichen Rat der Dudenredaktion. 3., völlig neu bearb. und erw. Aufl. — Mannheim ; Leipzig ; Wien ; Zürich : Dudenverlag, 1999.

ПОЛИТИЧЕСКИЕ РЕЧИ

14. *Augustinowitz J.* Wir stehen zur Wehrpflicht // Das Parlament. 1998. Nr. 31. 24 Juli. S. 12.

15. *Bulmahn E.* Wir brauchen den politischen Neuanfang // Das Parlament. 1998. Nr. 31. 24 Juli. S. 3—4.

16. *Friedhoff P. K.* Bildung wird ein Eckpunkt der Reformen // Das Parlament. 1998. Nr. 31. 24 Juli. S. 4.

17. *Geißler H.* Der Strukturwandel ist bewältigt // Das Parlament. 1998. Nr. 31. 24 Juli. S. 9.

18. *Glos M.* Deutschland darf nicht abseits stehen // Das Parlament. 1998. Nr. 45. 30 Okt. S. 20.

19. *Kohl H.* Bundeskanzler der Bundesrepublik Deutschland im Zitat // IN-Press: Portrait. 1997. Nr. 1. S. 26

20. *Kohn R.* Toleranz und Respekt sind unverzichtbar // Das Parlament. 1998. Nr. 34—35. 14/21 Aug. S. 12—13.

21. *Kossendey Th.* Parlament kann und darf kein UvD sein // Das Parlament. 1998. Nr. 31. 24 Juli. S. 11.

22. *Lafontaine O.* Eine Serie von gebrochenen Versprechen // Das Parlament. 1998. Nr. 38. S. 4—6.

23. *Metzger O.* Dieser Haushalt ist verfassungswidrig // Das Parlament. 1998. Nr. 38. 11 Sept. S. 7—8.

24. *Nolting G. F.* Untersuchungsausschuß war ein Fehler // Das Parlament. 1998. Nr. 31. 24 Juli. S. 10—11.

25. *Pofalla R.* Es gibt eben auch Hasardeure // Das Parlament. 1998. Nr. 34—35. 14/21 Aug. S. 13.

26. *Rau J.* Ohne Angst und ohne Träumereien: Gemeinsam in Deutschland leben („Berliner Rede“ am 12.

Mai 2000 im Haus der Kulturen der Welt). — Berlin : Presse- und Informationsamt der Bundesregierung, 2000a.

27. *Rau J.* Reden und Interviews. — Berlin : Presse- und Informationsamt der Bundesregierung, 2000b. Bd. 1.1.

28. *Rau J.* Reden und Interviews. — Berlin : Presse- und Informationsamt der Bundesregierung, 2001a. Bd. 2.1.

29. *Rau J.* Reden und Interviews. — Berlin : Presse- und Informationsamt der Bundesregierung, 2001b. Bd. 2.2.

30. *Rau J.* Reden und Interviews. — Berlin : Presse- und Informationsamt der Bundesregierung, 2002a. Bd. 3.1.

31. *Rau J.* Reden und Interviews. — Berlin : Presse- und Informationsamt der Bundesregierung, 2002b. Bd. 3.2.

32. *Replik H.-P.* Prinzip der Proportionalität wahren // Das Parlament. 1998. Nr. 45. 30 Okt. S. 3.

33. *Riesenhuber H.* Langfristige Strategie der Regierung // Das Parlament. 1998. Nr. 31. 24 Juli. S. 8—9.

34. *Rüttgers J.* Das Ziel heißt: Arbeitsplätze für alle // Das Parlament. 1998. Nr. 31. 24 Juli. S. 4—5.

35. *Schmidt Ch.* Bundeswehr vor Schaden bewahren // Das Parlament. 1998. Nr. 31. 24 Juli. S. 11—12.

36. *Schröder G.* Weil wir Deutschlands Kraft vertrauen: Die Regierungserklärung von Bundeskanzler vor dem Deutschen Bundestag (Bonn, den 10. November 1998). — Bonn : Presse- und Informationsamt der Bundesregierung, 1999.

37. *Thierse W.* Rede in der Berlin-Debatte 1991. URL: http://www.bundestag.de/info/berlin/debatte/bdr_002.html

ПЕРИОДИЧЕСКИЕ ИЗДАНИЯ

38. *Augsburger Allgemeine* = Augsburger Allgemeine (Zeitung), Augsburg (Deutschland).

39. *BZ* = BZ (Zeitung), Berlin (Deutschland).

40. *CCI* = clima commerce international (Zeitung), Karlsruhe (Deutschland).

41. *NZZ* = Neue Zürcher Zeitung (Zeitung), Zürich (Schweiz).

42. *Spiegel* = der Spiegel (das deutsche Nachrichtenmagazin), Hamburg (Deutschland).

43. *tip* = tip magazin (Zeitschrift), Berlin (Deutschland).

44. *Woche* = die Woche (Zeitung), Hamburg (Deutschland).

45. *Zeit* = die Zeit (Wochenzeitung), Hamburg (Deutschland).

Статью рекомендует к публикации д-р филол. наук, проф. М. Ю. Рябова

С. Е. Полякова S. E. Polyakova
 Санкт-Петербург, Россия Saint-Petersburg, Russia

ФУНКЦИИ МОЛЧАНИЯ В ПОЛИТИЧЕСКОМ ОБЩЕНИИ

Аннотация. Рассматривается категория молчания в политической коммуникации, определяется цель этой категории, ее план выражения и план содержания. Особое внимание уделяется выделению и описанию основных функций, обуславливающих молчание в политическом общении, а именно эмотивной, hesitantивной и когнитивной.

Ключевые слова: политическая коммуникация; категория молчания; эмотивная функция, hesitantивная функция; когнитивная функция.

Сведения об авторе: Полякова Светлана Евгеньевна, кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры теории языка и переводоведения.

Место работы: Санкт-Петербургский государственный университет экономики и финансов.

Контактная информация: 191023, г. Санкт-Петербург, Москательный пер., д. 4.
 e-mail: mail.olfrost@gmail.com.

FUNCTIONS OF SILENCE IN POLITICAL DISCOURSE

Abstract. The article examines the category of silence in political communication, identifies its purpose, features of its content and expression. Special attention is paid to the selection and description of the main functions that determine silence in political discourse, namely, emotive, hesitantive, and cognitive functions.

Key words: political communication; category of silence; emotive function; hesitantive function; cognitive function.

About the author: Polyakova Svetlana Evgenievna, Candidate of Philology, Associate Professor of the Chair of Foreign Languages.

Place of employment: Saint-Petersburg State University of Economics and Finance.

Общение представляет собой постоянное взаимодействие речевых актов молчания и говорения. Молчание следует рассматривать как фон, на котором человек выступает с вербальной коммуникацией. Молчание и слово находятся в тесных отношениях, так как они являются предпосылками возникновения и следствиями друг друга. Молчание конкретизирует каждое отдельное значение слова; слово используется для описания молчания; в отличие от слова, одной из функций которого является закрепление значения, молчание рассматривается как уход от констатации.

Категория молчания не является лингвистической. Ее нет в традиционном языкознании, так как наука о языке имеет дело с реально существующими явлениями языка и речи, такими, как слово, высказывание, текст. Молчание, однако, является одной из форм человеческой коммуникации и имеет свою цель, план выражения и план содержания. Планом выражения молчания, правда, является отсутствие у него звуковой стороны. Тем не менее оно несет в себе значение. Элементами диалога являются, как известно, не только слова, речевые акты, но и невербальные коммуникативные средства. Это всё то, чем можно обменяться. В данный ряд включается и молчание. Неважно, является ли это молчание секундной паузой-сомнением или минутным актом в качестве ответной реакции. Акт молчания можно отнести к паравербальным компонентам коммуникации, т. е. к слышимым, но не види-

мым ее средствам. Он выступает как самостоятельный элемент этой системы.

Согласно мнению Н. Д. Арутюновой, одного из первых исследователей прагматики молчания, концепт молчания формируется на фоне понятия говорения. Следовательно, и прагматика молчания формируется на фоне прагматики говорения. Нарушить молчание можно только тогда, когда был прецедент говорения. Молчание имеет прагматику, свойственную говорению: молчание адресовано, оно имеет мотив, а иногда и цель, и может соотноситься со вполне определенным содержанием [Арутюнова 1994: 108]. Молчание и речь не исключают друг друга. Это противоположности, которые образуют единство. Афоризм Л. Витгенштейна «О чем невозможно говорить, о том следует молчать» подводит к мысли о том, что речь и молчание могут быть об одном и том же.

Молчание является поведенческим стереотипом, коммуникативной стратегией, которая взаимосвязана с вербальным поведением человека и отличается от других пяти типов отсутствия речи. Умолчание — это пространство между речью и молчанием. Тишина — это отсутствие звука как такового. Паузу можно обозначить как расстояние между словами, т. е. как перерыв в потоке речи. Это только задержка начала речевого акта, которая не является его отменой или заменой и которая может возникнуть как неосознанно, так и намеренно. Это скорее момент умственной деятельности. Можно было

бы провести границу между двумя видами молчания: «полным молчанием» и «временным молчанием», или, другими словами, между собственно молчанием и паузой. Временное молчание, т. е. промедление с репликой, значительно ближе к речи, чем полное молчание. Это своеобразная переходная зона между речью и молчанием. Паузы внутри предложений или на их стыке выполняют синтаксическую, когнитивную и эмотивную функции, соответственно разграничивая синтаксически завершенные конструкции, являясь мыслительным поиском необходимых для дальнейшего высказывания лексических и грамматических средств и отражая эмоциональное состояние говорящего в момент речи. Собственно паузы представляют собой неотъемлемую принадлежность речи, однако они становятся не частью какого-то речевого действия, а самостоятельным речеповеденческим актом, когда их продолжительность превосходит какую-то норму. Продолжительность паузы является собственным дифференциальным признаком молчания-паузы [Арутюнова 2000: 424]. Немота — это невозможность говорить, т. е. оппозиция дару речи. Безмолвие выступает как характеристика среды в сравнении с человеком и его эмоциями. Тишина же не предполагает присутствие субъекта. Существует целая философия безмолвия, которое есть не что иное, как особое состояние внутренней тишины, гармонии, наполненности. Молчание неравнозначно тишине — естественному состоянию беззвучия в отсутствие разговора. Тишина не имеет темы и автора, она, в отличие от молчания, является состоянием бытия, а не действием, производимым субъектом и относящимся к объекту. Кратко это различие выразил М. Бахтин: «В тишине ничто не звучит (или нечто не звучит) — в молчании никто не говорит (или некто не говорит). Молчание возможно только в человеческом мире (и только для человека)» [Бахтин 1979: 338]. Молчание и тишина не пусты. Однако их непустота различна. Субъектом молчания может быть мысль. Молчание — это знак стоящего за ним содержания. Содержание слито с молчанием как означаемое с нулевым означающим. Тишина — это мир вокруг человека, молчание — мир самого человека. Речь и молчание одинаково предполагают предмет, на который они направлены. О чем-то можно в равной степени говорить и молчать.

Молчание выполняет определенные коммуникативные функции, которые также определяют контексты его употребления. Существуют некоторые классификации актов

молчания, составленные на основе этих функций. Например, Дж. В. Йенсен выделяет пять функций: функцию связи, воздействия, узнавания, суждения и действия [Jensen 1973: 249]. Т. Брюно приводит три функции: молчание психолингвистическое, социокультурное и интерактивное [Bruneau 1973: 17]. Существуют и другие классификации, сделанные такими учеными, как В. В. Богданов, К. Циммерман. С. В. Крестинский попытался обобщить имеющиеся классификации на основе коммуникативной роли молчания и выделил следующие функции актов молчания:

«Эмотивная функция (молчание передает эмоциональное состояние человека).

Когнитивная функция (выражает мыслительную деятельность коммуниканта).

Гезитативная функция (отражает мыслительные процессы коммуниканта с имплицитурой сомнения)» [Крестинский 1989: 96—97].

Эмотивная, гезитативная и когнитивная функции молчания тесно переплетаются. Обе последние обычно проявляются в ситуациях, когда молчание передает эмоциональное состояние человека. Гезитация, т. е. сомнение, тоже возникает по причине преобладания определенных эмоций. Коммуникант может сомневаться, стоит ли ему отвечать на вопрос, как лучше ответить, какие последствия повлечет за собой его ответ. Как правило, участник коммуникации эмоционально нестабильное состояние пытается скрыть, и к молчанию он прибегает ненамеренно. Когнитивная же функция проявляется практически во всех случаях, при которых коммуникант прибегает к приему молчания. Она пересекается со всеми возможными функциями, но ближе всего стоит к эмотивной и гезитативной функциям. Когнитивная функция выражает мыслительную деятельность коммуниканта. Сильнее всего обдумывает свои будущие действия человек, который сомневается в их правильности. А такие сомнения как раз чаще всего появляются из-за утраты эмоционального равновесия.

Рассмотрим такой пример:

1.

DEBORAH AMOS: *Candidate Bill Clinton challenged President Bush to attend the upcoming Earth Summit in Rio de Janeiro and commit the United States to a global warming treaty.*

REPORTER: *Mr. President, are you planning to go to Rio for the Earth Summit?*

Pres. GEORGE H. W. BUSH: *We're contemplating that right now, what to do. And there's some preliminary work going on.*

REPORTER: *Do you want to go?*

Pres. GEORGE H. W. BUSH: *Well, I'm...*

TIMOTHY WIRTH: *And it became a major issue. Was he or was he not going to go to the Earth Summit? And at that point, you know, we on the Democratic side were beating up on them as hard as possible, saying, "What do you mean, the president's not going to go to the Earth Summit? It's the most important gathering in the history of the world!"* [Amos, Bull].

Здесь молчание является скорее бессознательным действием. Президенту Джорджу Бушу тяжело скрыть волнение и уменьшить степень выраженности эмоций, но он всё же хочет позаботиться о сохранении собственного лица. Он чувствует нарастающую конфликтность ситуации, и его молчание здесь выступает в роли ответной психологической реакции. Оно, с одной стороны, маркирует проявление эмоций, а с другой — позволяет человеку перейти от речи звучащей к речи внутренней.

Президент сначала надеется выйти из ситуации с помощью стратегии анонимности. Он прибегает к приему деперсонализации с целью снятия с себя ответственности и своим ответом *We're contemplating that right now, what to do...* перекладывает эту ответственность на всё свое окружение, партию, соратников, которые занимаются данным вопросом. Однако прямой вопрос репортера *Do you want to go?* ставит президента в затруднительное положение. Такой вопрос даже имеет некоторые черты угрозы и наверняка в данном диалоге является частью стратегии, направленной на раскрытие истинной точки зрения президента по данному вопросу. Всё это, безусловно, сказывается на эмоциональном состоянии собеседника.

В такой ситуации стратегия молчания обычно не планируется адресатом заранее, но в силу того, что он пытается построить линию защиты, ему требуется время. Адресат пытается найти способ оправдаться. Джордж Буш пытается объяснить, что вопрос об участии в саммите обдумывается и обсуждается, но репортеру этого недостаточно. Ему нужен однозначный ответ, который президент дать не может.

Сложно назвать молчание президента в этом диалоге стратегией, так как он явно не был готов к такому вопросу, но можно с уверенностью сказать, что репортер прибегает к стратегии дискредитации. Он пытается воздействовать на адресата, что реализуется через применение речевых стратегий. Джордж Буш скорее пытается следовать тактике вежливости, которая нацелена на предотвращение конфликтных ситуаций.

В следующем примере коммуникативные намерения собеседников изначально явно не совпадают.

2.

Interviewer: *Was that New Years Eve -- later that night?*

Senator Jim Webb: *No, no, no, that was a couple of weeks later.*

Interviewer: *Well, that's not what I expected! So what are they, can I ask? You can say no if you want.*

Senator Jim Webb: *Umm...*

Interviewer: *I won't get the same one, I'll promise that.*

Senator Jim Webb: *We'd gotten an Asian symbol, and we decided to put the Scottish and Irish there. And then to keep the homefront calm, I got my wife's name on it* [Interview with Senator Jim Webb].

В данном интервью мы видим явное нежелание сенатора отвечать на вопрос. Он старается уйти от прямого ответа, в то время как его собеседник всячески пытается убедить его всё рассказать (*I won't get the same one, I'll promise that*). И даже фраза *You can say no if you want* — это скрытое убеждение. Несмотря на то что очередность обмена репликами сохраняется, интервьюер далеко не сразу добивается нужного ему ответа сенатора Джима Уэба. После первого ответа сенатора интервьюер не достигает своей коммуникативной цели и определенных прагматических устремлений. Он даже не скрывает этого: *Well, that's not what I expected!* Сенатор же сомневается, стоит ли ему делиться личной информацией, поэтому здесь молчание выполняет в большей степени hesitantную функцию.

Следующий пример представляет собой диалог между сенатором Лихи и журналистом Бобом Шиффером, в котором последний пытается узнать у сенатора его личное мнение по поводу отставки Альберто Гонсалеса.

3.

SCHIEFFER: *All right, well let's—let's shift to the hearings with Attorney General Gonzales. A lot of people calling now for his resignation. Are you ready to call for his resignation?*

Sen. LEAHY: *You know, it's an interesting thing. A lot of those calls are coming from Republicans, and I think the Republicans were as critical as the Democrats during these--during these hearings. The question I have, if he left--I mean, he's lost—he's lost the confidence of many Democrats and Republicans in the--in the Congress, and many people throughout America. And the hearing did not help at all. It was--it was sad, in a way, because...*

SCHIEFFER: *Well, do you think he ought to stay?*

Sen. LEAHY: *But--but, well, in...*

SCHIEFFER: *Do you think Congress--can he be effective now?*

Sen. LEAHY: *I don't think he can be effective. But who would he be replaced with? If it's going to be another person who is going to be really run by the White House, and if the White House is continued to be allowed to interfere with the criminal justice system throughout this country, some of the effects-- everybody, right down to the officer on the beat, then it does no good. This is--never in the history, never in the history of the Department of Justice has there been a case where there's been so much interference from the White House in our criminal justice system. That is what's wrong [CBS News face the nation].*

Сенатор вынужден замолчать, поскольку не знает, как ему лучше поступить в данной ситуации. Исходя из этических соображений, он не может открыто заявить, что выступает за отставку Гонсалеса, однако и защищать этого человека он не может. Мы видим, что сенатор Лихи всячески уклоняется от прямых вопросов своего собеседника (*Are you ready to call for his resignation?; Well, do you think he ought to stay?*). Противоречивые фразы политика (*I don't think he can be effective. But who would he be replaced with?*) также говорят о сомнениях сенатора относительно того, стоит ли ему открыто выступать против Гонсалеса. Таким образом, за молчанием здесь, скорее всего, в равной степени стоят и сомнение, и когнитивные процессы, и воздействие эмоций. Можно сказать, что Шиффер не достигает в данном диалоге своей коммуникативной цели в полной мере. Сенатор же, наоборот, используя стратегию вуалирования, отвечает на вопросы таким образом, что имеет возможность одновременно и выразить свое отношение к происходящему, и не быть в будущем раскритикованным за слишком явное желание отправить Альберто Гонсалеса в отставку.

Если мы говорим об эмотивной, hesitant и когнитивной функциях, то тут молчание передает главным образом эмоцио-

нальное состояние человека. Коммуникант часто сомневается, стоит ли ему отвечать на вопрос, как лучше это сделать и каковы будут последствия его ответа. Он, как правило, старается скрыть свое эмоционально нестабильное состояние, но к молчанию прибегает ненамеренно. Ему требуется время, чтобы продумать ответ. Участник диалога может не хотеть высказывать свое личное мнение из этических соображений, он может также опасаться осуждения за какие-либо противоречия в собственных высказываниях.

ЛИТЕРАТУРА

1. Арутюнова Н. Д. Молчание: контексты употребления // Логический анализ языка. Язык речевых действий. — М. : Наука, 1994. С. 106—117.
2. Арутюнова Н. Д. Молчание и чувство // Логический анализ языка. Язык речевых действий. — М. : Наука, 1994. С. 141—145.
3. Арутюнова Н. Д. Феномен молчания // Язык о языке. — М., 2000. С. 417—433.
4. Бахтин М. М. Эстетика словесного творчества. — М. : Искусство, 1979.
5. Крестинский С. В. Коммуникативная нагрузка молчания в диалоге // Личностные аспекты языкового общения. — Калинин, 1989. С. 92—97.
6. Bruneau T. J. Communicative Silences: Forms and Functions // Philosophy and Phenomenological Research. 1973. Vol. 29, № 1. P. 17—49.
7. Jensen J. V. Communicative Functions of Silence // ETC : A Review of General Semantics. 1973. Vol. 23. P. 249—257.

ИСТОЧНИКИ

8. CBS News face the nation. 2007. Apr. 22. URL: <http://www.cbsnews.com/htdocs/pdf/F4-22-7.pdf>.
9. Interview with Senator Jim Webb. 2008. Sept. 18. URL: <http://www.esquire.com/features/jim-webb-interview>.
10. Center for strategic and international studies. 2010. June 23. URL: http://csis.org/files/attachments/100624_schieffer_transcript.pdf.
11. Amos Deborah, Bull Peter. Hot politics // Transcript. URL: <http://www.pbs.org/wgbh/pages/frontline/hotpolitics/etc/script.html>.

Статью рекомендует к публикации д-р филол. наук, проф. О. Н. Морозова

Е. В. Чумакова E. V. Chumakova
Волгоград, Россия Volgograd, Russia

**ЭМБЛЕМАТИЧЕСКИЕ
ЛЕКСИКО-ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИЕ
СПОСОБЫ КОНСТРУИРОВАНИЯ
ИМИДЖА ПОЛИТИКА**

Аннотация. Рассматриваются эмблематические лексико-фразеологические способы конструирования имиджа политика как манипулятивные приемы завоевания симпатии электората. Среди них выделяются следующие: имена собственные, ключевые лексемы, жаргонизмы, модные слова, термины.

Ключевые слова: массовая культура; роль; самопрезентация политика; конструирование имиджа политика; лексико-фразеологические эмблемы.

Сведения об авторе: Чумакова Екатерина Викторовна, аспирант кафедры английской филологии.

Место работы: Волгоградский государственный социально-педагогический университет.

Контактная информация: 400066, г. Волгоград, пр-т Ленина, 27, к. 4-23.
e-mail: ekittyrina@gmail.com.

**EMBLEMATIC
LEXICAL-PHRASEOLOGICAL
MEANS OF CONSTRUCTION
OF THE IMAGE OF A POLITICIAN**

Abstract. Emblematic lexical-phraseological means of construction of a politician's image are viewed as manipulative ways of gaining electorate votes. It is possible to distinguish the following: proper names, key lexemes, jargonisms, trendy words, terms.

Key words: mass culture; role; self-presentation of a politician; construction of a politician's image; lexical-phraseological emblems.

About the author: Chumakova Ekaterina Viktorovna, Post-graduate Student of the Chair of English Philology.

Place of employment: Volgograd State Social-Pedagogical University.

pr-t Lenina, 27, k. 4-23.

Данная работа посвящена лексико-фразеологическим способам конструирования политического имиджа. Вслед за В. И. Карасиком мы рассматриваем имидж политика как один из эффективных способов манипуляции сознанием аудитории за счет четкой опознаваемости вербальной составляющей «максимально однозначных сигналов» — коммуникативной эмблематике, — пока еще недостаточно освещенном аспекте лингвосомиотики [Карасик 2010: 70, 72]. Этим обусловлена важность изучения эмблематических лексико-фразеологических способов в рамках дескриптивно-содержательного и когнитивного подходов к анализу политической риторики.

Проблематика конструирования имиджа политика, способы воздействия на сознание избирателей, а также особенности восприятия созданного имиджа электоратом неоднократно освещались в многочисленных публикациях исследователей из области политологии и лингвистики. Несмотря на то что в России имиджелогия как специфическая отрасль разрабатывается относительно недавно, в современных исследованиях уделяется пристальное внимание изучению конститутивных признаков имиджа. В России проблемами лингвосомиотического конструирования политического имиджа занимаются такие исследователи, как Э. В. Будаев [2008], В. И. Карасик [2009, 2010, 2012], В. Б. Кашкин [2009], А. В. Олянич [2009],

А. Ю. Панасюк [2009], Г. Г. Почепцов [2001], А. П. Чудинов [2003, 2008], Е. И. Шейгал [2000] и др.

Под имиджем понимается, по Г. Г. Почепцову, «публичное „Я“ человека» — намеренно сконструированный образ, сведенный к «одной значимой характеристике» [Карасик 2010: 71; Почепцов 2001: 14]. Понятие имиджа трактуется и с другой стороны: помимо рациональности и целенаправленности рассматриваемого явления, исследователями определяются свойства эмоциональности и «непроизвольности» имиджа [Панасюк 2009: 11], что для политической риторики, по мнению цитируемого автора, прагматически нерелевантно. На наш взгляд, конструирование политического имиджа непременно включает эмоциональную составляющую, иначе политик не получит отклика от электората. Для минимизации различий между конструируемым имиджем и образом, остающимся в сознании электората, прибегают к различным стратегиям: самопрезентации, манипуляции, аргументации, дискредитации оппонента, убеждения, манипулирования, генерализации [Атьман 2001: 98]. При этом вне области рассмотрения остаются знаки политического дискурса, обладающие не только «театральностью» и «декоративностью» [Олянич 2009: 67; Почепцов 2001: 75; Comstock 2005: 111], но и четкой опознаваемостью, упрощенностью. Упрощенность речевого кода предполагает выделение зна-

чимой характеристики, утрированность и регулярную повторяемость. Лексико-фразеологические способы, отвечающие этим требованиям, можно отнести к эмблематическим и признать наиболее эффективными вербальными конструктами политического имиджа. Именно данная разновидность лексико-фразеологических способов манипуляции позволяет достичь первоначальных целей политической риторики: привлечь внимание массовой аудитории, убедить ее и побудить к необходимым действиям в кратчайшие сроки.

В современной политической лингвистике широко освещается проблема метафоризации как одного из наиболее эффективных способов убеждения электората [Будаев 2008; Кашкин 2009; Чудинов 2003, 2008]. Тезис о важности метафоры в политическом дискурсе, на наш взгляд, нуждается в уточнении. Метафору, весьма колоритную и рельефную риторическую фигуру, нельзя назвать простейшей для интерпретатора: она относится к риторическому символу, допускающему множественность прочтения. Более просты в знаковом плане риторические эмблемы — лексико-фразеологические способы, подразумевающие однозначность интерпретации. Парольность и статусность эмблематического сообщения помогают интерпретатору определить, в какой степени агент коммуникации является «своим» [Карасик 2012: 48].

Среди эмблематических лексико-фразеологических способов конструирования политического имиджа мы, не претендуя на полноту, предлагаем выделить следующие: имена собственные, ключевые лексемы, жаргонизмы, модные слова и фразы, термины. Проанализируем каждый из этих способов на примере высказываний Маргарет Тэтчер [Speeches, interviews & other statements]:

1. Имена собственные.

But we must also heed the warnings of those, like Alexander Solzhenitsyn, who remind us that we have been fighting a kind of "Third World War". — Но мы также должны прислушиваться к предостережениям таких, как Александр Солженицын, которые напоминают нам о том, что мы ведем в какой-то мере Третью мировую войну.

Данный пример иллюстрирует политические взаимоотношения СССР и Западной Европы. Примечательно, что и в русской, и в британской лингвокультурах имя **Александра Солженицына** эмблематично и прямо ассоциируется с диссидентским движением в СССР 1960—1980-х гг. Используя данный антропоним в своем высказывании, Марга-

рет Тэтчер косвенно выражает собственное резко негативное отношение к внешней и внутренней политике СССР. Примечательно, что для носителей британской лингвокультуры А. И. Солженицын эмблематичен по двум показателям: 1) как самый яркий диссидент своего времени; 2) как единственный представитель русской лингвокультуры, получивший Темплтоновскую премию (престижная британская премия, присуждаемая за успехи в исследованиях или открытия в духовной жизни). Для тех, кто не вовлечен в обостренные отношения СССР и Великобритании того времени, имя А. И. Солженицына не является ключевой лексико-фразеологической единицей при понимании сообщения.

2. Ключевые лексемы.

We must remember that there are no Queensberry rules in the contest that is now going on. And the Russians are playing to win. — Мы должны помнить о том, что правила маркиза Куинсберри не действуют в текущем состязании. И Россия настроена на победу.

Приведенная иллюстрация показывает, что присущее представителям британской культуры следование своду правил во всех сферах жизни полярно отличается от ментальности носителей русского языка. Для любого британца **Queensberry rules** — это эмблема, указание на свод двенадцати правил проведения боксерского боя, вышедших за пределы спорта. Для подавляющего большинства русских словосочетание «правила маркиза Куинсберри» не несет никакой смысловой нагрузки, затрудняя понимание всего высказывания. Свойственные русской лингвокультуре отсутствие или нарушение правил и норм поведения («бой без правил») приводят британцев в замешательство.

3. Жаргонизмы.

You chaps don't like short answers. Or direct answers. Men like long rambly, waffly answers. — Вы, парни, не любите коротких ответов. Или прямых ответов. Мужчины любят долгую, пустую и бессмысленную болтовню.

Подобными высказываниями Маргарет Тэтчер, уже будучи премьер-министром Великобритании, значительно сокращает дистанцию между собой и журналистами — посредниками электората. Лексема **chaps** в британской лингвокультуре используется для обращения к мужчине, вызывающему симпатию у говорящего. Лексемы **rambly** и **waffly**, относящиеся к сниженной лексике, намеренно используются говорящим для сокращения коммуникативной дистанции между собой и аудиторией. Тем самым по-

литик показывает, что является таким же, как все, а следовательно, способен понять большинство населения. У русскоговорящих, наоборот, те же единицы сленга вызовут значительные сложности при интерпретации анализируемого высказывания.

4. Модные слова.

Thousands of young people will be taking their GCSEs today and at a time when they need a confidence boost they are being told by the Secretary of State that the examinations they are taking are worthless. — Тысячи молодых людей будут сдавать сегодня экзамен на получение аттестата зрелости, и в то время, когда им нужен форсаж для укрепления их уверенности в себе, министр говорит, что эти экзамены ничего не стоят.

Политики всегда прибегали к использованию модных слов для привлечения внимания прогрессивных и молодых слоев населения. Данная иллюстрация содержит английскую лексему **boost** (повышение, ускорение, подъем, форсаж), изначально являющуюся техническим термином (boost 'наддув, форсирование'), но ставшую крайне популярной в последнее десятилетие во всех сферах жизни. Говоря о психологической поддержке, требующейся выпускникам британских общеобразовательных школ при сдаче экзаменов (GCSE — аттестат об общем образовании в Великобритании), Маргарет Тэтчер осуждает одного из министров, усомнившегося в целесообразности этих испытаний. Употребление данной лексической эмблемы моментально «считывается» британцами и убирает психологический барьер, в то время как представителям иных лингвокультур были бы понятнее лексемы, относящиеся к книжно-культурному стилю.

5. Термины.

The first duty of any Government is to safeguard its people against external aggression. — Главная обязанность любого правительства — охранять своих людей от внешней агрессии.

Использование дипломатических и военно-политических терминов создает в сознании электората колоритный образ политика — защитника нации и политика-профессионала как единого целого. Подобные вербальные единицы представляются сложными для мгновенного понимания. Справедливо предположить, что терминология может быть неверно понята и самими британцами, хотя при этом им ясен общий смысл высказывания.

Подведем итоги. К эмблематическим лексико-фазаологическим единицам мы относим

лексемы, отвечающие следующим требованиям: 1) однозначное прочтение представителями родной лингвокультуры; 2) сложность декодирования представителями чужих лингвокультур, когда интерпретатор не понимает смысла сообщения, а следовательно, не поддается воздействию из-за незнания конкретной лексемы. Иными словами, эмблема обладает «нулевой считываемостью» для интерпретатора, для которого язык сообщения не является родным.

ЛИТЕРАТУРА

1. Атьман О. В. Стратегии саморепрезентации в президентских предвыборных теледебатах как агональном жанре политического дискурса США // Политическая лингвистика. 2011. № 35. С. 96—102.
2. Будаев Э. В., Чудинов А. П. Зарубежная политическая метафорология : моногр. / Урал. гос. пед. ун-т. — Екатеринбург, 2008.
3. Карасик В. И. Абсурд в политической рекламе // Современная политическая лингвистика: проблемы, концепции, перспективы : сб. науч. тр. ВГПУ ; Волгогр. ин-т бизнеса. — Волгоград : Перемена, 2009. С. 22—35.
4. Карасик В. И. Лингвосемиотическое моделирование ценностей // Политическая лингвистика. 2012. № 39. С. 43—50.
5. Карасик В. И. Эмблематика самопрезентации в рекламном дискурсе. Рекламный дискурс и рекламный текст : коллектив. моногр. / науч. ред. Т. Н. Колокольцева. — Волгоград : Перемена, 2010. С. 70—79.
6. Кашкин В. Б., Спиридовский О. В. Стратегии убеждения в президентской предвыборной кампании США 2008 г. // Лингвосемиотика политического пизонства // Современная политическая лингвистика: проблемы, концепции, перспективы : сб. науч. тр. / ВГПУ ; Волгогр. ин-т бизнеса. — Волгоград : Перемена, 2009. С. 301—310.
7. Олянич А. В. Лингвосемиотика политического пизонства // Современная политическая лингвистика: проблемы, концепции, перспективы : сб. науч. тр. / ВГПУ ; Волгогр. ин-т бизнеса. — Волгоград : Перемена, 2009. С. 54—68.
8. Панасюк А. Ю. Формирование имиджа: стратегия, психотехнологии, психотехники. 3-е изд., стер. — М. : Омега-Л, 2009.
9. Почепцов Г. Г. Профессия: имиджмейкер. 2-е изд., испр. и доп. — СПб. : Алетей, 2001.
10. Чудинов А. П. Метафорическая мозаика в современной политической коммуникации : моногр. / Урал. гос. пед. ун-т. — Екатеринбург, 2003.
11. Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса : автореф. дис. ... д-ра филол. наук : 10.02.01, 10.02.19 / Шейгал Елена Иосифовна. — Волгоград, 2000.
12. Comstock G., Scharrer E. The psychology of media and politics. — Elsevier academic press, 2005.
13. *Speeches, interviews & other statements* // Margaret Thatcher Foundation. URL: <http://www.margaretthatcher.org/speeches/default.asp>.

Статью рекомендует к публикации д-р филол. наук, проф. В. И. Карасик

Д. В. Шапочкин D. V. Shapochkin
Тюмень, Россия Tyumen, Russia

**КОНЦЕПТУАЛЬНОЕ ПРОТИВОСТОЯНИЕ
«ВЛАСТЬ» VS «СПРАВЕДЛИВОСТЬ»
В ТЕКСТЕ ГИМНА «ИНТЕРНАЦИОНАЛ»**

Аннотация. Исследуется концептуальное противостояние «власть» / «справедливость» в тексте гимна «Интернационал» в переводе А. Я. Коца. На основе компонентов социально-политических установок выявляются соответствующие ассоциативные цепочки концептов «власть» и «справедливость», обладающие прагматическим потенциалом.

Ключевые слова: концепт; концептуальное противостояние; власть; справедливость; ассоциативные цепочки; гимн; «Интернационал».

Сведения об авторе: Шапочкин Дмитрий Владимирович, кандидат филологических наук, доцент кафедры немецкой филологии, Институт гуманитарных наук.

Место работы: Тюменский государственный университет.

Контактная информация: 625030, г. Тюмень, ул. Калужская, д. 57а.
e-mail: dmit_shapochkin@mail.ru.

**THE CONCEPTUAL OPPOSITION “POWER”
VS “JUSTICE” IN THE TEXT
OF THE ANTHEM “THE INTERNATIONALE”**

Abstract. The article deals with the conceptual opposition “power” vs “justice” in the text of the anthem “The Internationale” translated by A. J. Kotz. On the basis of the components of socio-political settings the author identifies the relevant associative chains of concepts “power” and “justice”, which have a pragmatic potential.

Key words: concept; conceptual opposition; power; justice; associative chains; anthem; “The Internationale”.

About the author: Shapochkin Dmitry Vladimirovich, Candidate of Philology, Associate Professor of the Chair of German Philology, Institute of Humanities.

Place of employment: Tyumen State University.

В данной статье рассматривается противостояние концептов «власть» и «справедливость» в тексте гимна «Интернационал» с целью исследования специфики их реализации. (Мы используем словосочетание «концептуальное противостояние» в метонимическом значении, чтобы обозначить своего рода дихотомию концептов «власть» и «справедливость». Это позволяет представить в тексте гимна «Интернационал» непримиримость двух взаимоисключающих политико-экономических идеологий — капитализма и коммунизма.) На основе рассмотрения концептов выдвигается гипотеза о том, что текст гимна «Интернационал» в переводе А. Я. Коца обладает ярко выраженным прагматическим потенциалом, репрезентирующимся в компонентах определенных социально-политических установок за счет концептуально-семантического противопоставления лексических единиц.

Исходя из вышесказанного, материалом исследования в нашей работе является текст гимна «Интернационал». Упомянутый гимн — исторический артефакт, идеологический эталон всего рабочего класса и символ в борьбе с капиталистами.

Проблемам исследования концепта посвящены работы многих зарубежных и отечественных лингвистов [Лакофф 1980, 1990; Лангакер 1990, 1991; Лихачев 1993; Лукин 1993; Карасик 1996; Кубрякова 1997; Вежицкая 1997; Степанов 1997; Слышкин 2000;

Шейгал 2000; Стернин 2001; Чудинов 2001; Залевская 2001; Токарев 2003; Тарасова 2003; Колесов 2004; Маслова 2005; Воркачев 2007, 2010, 2012].

В рамках данной работы под концептом мы будем понимать особую структуру ментальной деятельности, обладающую лингвокультурной спецификой и лингвистическим выражением.

Прежде всего, представляется целесообразным рассмотреть концепты «справедливость» и «власть» отдельно друг от друга, а затем представить их непосредственную реализацию в тексте гимна «Интернационал».

Анализируя понятийное ядро концепта «власть» с помощью толковых и терминологических словарей, можно выявить следующие конкретные и базовые его компоненты: «господство (доминирование), право, контроль (способность контролировать), сила, влияние, принуждение, авторитет» [Цит. по: Шейгал http].

Обращаясь к «Словарю индоевропейских социальных терминов» Эмиля Бенвениста, можно проследить, на базе каких генетических смыслов в индоевропейских языках сформировалась семантика отдельно взятых ключевых слов, связанных с понятием «власть». Рассмотрим, на наш взгляд, наиболее подходящую для анализа концепта «власть» ассоциативную цепочку: *царь (власть) — прокладывание границ — прямая линия — справедливое (праведное).*

«*Rex* (лат.) царь, король (англ. *regal, royal*); *rego* (простирает, протягивать), *regio* (изначально — точка в движении по прямой), *regione* (напротив, прямо напротив); *rectus* (прямой, как прямо проводимая линия); *regula* (инструмент для проведения прямой линии, линейка); *regere fines* (положить границы в виде прямых линий) — сакральное действие, предваряющее строительство, магический характер такого действия — речь в данном случае идет о дифференциации внешнего от внутреннего, священного царства от профанного, собственной земли от чужой. Прокладывает же эти границы некое лицо, обладающее самой высшей властью, — царь, жрец. Таким образом, *прямое* в системе понятий нравственности противопоставляется *искривленному, кривому*, и так как *прямое* отождествляется со *справедливостью и достоинством*, противоположное ему *кривое* получает знак тождества с *обманом и ложью*» [Бенвенист 1995: 249—252]. Данная ассоциативная цепочка концепта «власть» делает очевидной его семантическую взаимосвязь с концептом «справедливость».

Что касается концепта «справедливость», то он является основным предметом западноевропейской этической мысли еще со времен Античности: именно проблемам справедливости посвящен великий труд Платона «Государство», в котором философ уже пытается противопоставлять справедливость как правовую категорию справедливости как категории моральной [Платон 1971]. Платон рассуждает в целом о справедливости как о «высшей добродетели в любом государстве, возведенном на принципах блага» [Платон 1971: 124]. С точки зрения Платона, справедливое общество — именно «то, в котором каждый отдельно взятый человек в полной мере может реализовывать данные ему от природы способности. Правитель, или же правитель-философ, от природы обладает способностью понимать и знает, что такое справедливость и как ее достичь. Его приоритетной задачей является распределение многих функций в государстве на основе принципа справедливости, идентификация с его помощью места в обществе простого человека, природа которого не позволяет ему самостоятельно осознать свое истинное предназначение» [Там же: 125].

Примечательно, что в трактовке Платона справедливость — самое необходимое для объединения людей. Именно благодаря ей и ее принципам люди живут свободно и совместно, помогая друг другу, и следуя за справедливостью, получают прекрасную возможность счастливой жизни. Отсутствие же справедливости приводит ни к чему ино-

му, как к раздорам, взаимной борьбе и ненависти, конфронтации, делая невозможной совместную жизнь и любую деятельность: «Ведь несправедливость вызывает множественные раздоры, ненависть, междоусобицы, а справедливость только — единодушие и дружбу» [Там же: 125]. В соответствии с таким пониманием справедливости важнейшей задачей любого государства, путеводной функцией государственной власти становится целенаправленное поддержание и укрепление единства, целостности общества. «Может ли быть, по-нашему, большее зло для государства, чем то, что ведет к потере его единства и распадения на множество частей? И может ли быть большее благо, чем то, что связует государство и способствует его единству? — озадачивается в своем изречении Платон и констатирует: По-нашему, не может быть» [Там же: 260].

Платон полагал, что основными и конкретными причинами, способными нарушить единство государства, породить конфронтацию между людьми и спровоцировать аморальные поступки, являются желание обладать чрезмерным количеством материальных благ, вызываемое наличием частной собственности, и неправильное воспитание. Именно поэтому, в его понимании, в идеальном справедливом государстве не должно существовать частной собственности, по крайней мере для двух высших сословий, и обязательно введение исключительно только государственного воспитания и контроля за произведениями искусства.

Разработкой типологии справедливости занимался в своих трудах и Аристотель, великий ученик Платона [Аристотель 1998: 245—276].

Русская лексема «справедливость» произошла от двух слов: «правильный» (истинный, верный) и «ведать» — «с-пра-ведли-вость». В соответствии с этим слово «справедливо» часто употребляется в качестве контекстуального синонима «правильно», «истинно». В связи с этим в российской лингвистике семантика справедливости изучается преимущественно в ее специфически языковом воплощении: в качестве одного из лексико-семантических вариантов слова «правда», противопоставленного другому его варианту — «истине» [Арутюнова 1998: 543—616; Колесов 2004: 123—129; Степанов 1997: 318—332].

Применительно к нашей теме целесообразно рассматривать концепт «справедливость» как единую социальную морально-правовую категорию.

Как утверждают Е. Л. Дубко и В. А. Титов, «справедливость — это самая социаль-

ная из широкого спектра добродетелей, все люди вступают во взаимоотношения, связанные со справедливостью на двух конкретных уровнях: *поведенческом*, как субъекты самих поступков, и *аксиологическом*, как субъекты, оценивающие данные поступки. Соответственно, протагонистами справедливости или непосредственно ее деятельными участниками будут все те, кто имеют блага и полномочия на их распределение, с одной стороны, и претендуют на них — с другой (*распределительная справедливость*), а также те, кто нарушают нормы морали, с одной стороны, и являются уполномоченными обществом эти нормы охранять — с другой (*справедливость карающая*). Субъектов же моральной оценки гораздо больше: к их числу относятся, прежде всего, сами протагонисты, чьи оценки, естественно, не совпадают, разнообразные наблюдатели (публика, „общественность“) и затем уже на фиксированном этапе разбирательства „кто прав, кто виноват“ — это арбитры» [Дубко, Титов 1989: 175].

Итак, приступим к анализу партийного гимна «Интернационал», написанного в 1871 г. французским революционером, поэтом-коммунарком, анархистом Эженом Потье, точнее перевода, выполненного советским

поэтом Аркадием (Ароном) Яковлевичем Коцем (1872—1943) [Текст гимна «Интернационал»].

Следует отметить, что «Интернационал» в переводе А. Я. Коца стал общепризнанным партийным гимном всей революционной социал-демократии, в частности, с начала 1918 г. он был гимном первого советского государства, а затем — СССР. Помимо этого, после утверждения нового государственного гимна Советского Союза в 1944 г. «Интернационал» окончательно стал официальным гимном Всесоюзной Коммунистической партии (большевиков), впоследствии КПСС.

Опираясь на представленные в работе теоретические положения, представим концептуальный анализ противостояния «власть» vs «справедливость» в тексте гимна «Интернационал» А. Я. Коца, используя предлагаемый в работе Г. Г. Дилигенского [Дилигенский 1996: 156] спектр аффективных реакций в их соотношении с основными когнитивными компонентами социально-политических установок (см. таблицу; таблица носит интегрированный характер. Когнитивные и аффективные компоненты социально-политических установок выявлены Г. Г. Дилигенским, а соответствующие им концепты «власть» и «справедливость» представлены нами).

Таблица. Компоненты социально-политических установок

<i>Когнитивные компоненты</i>		<i>Аффективные компоненты</i>	
1. Типология общественных систем (капитализм — социализм, демократия — тоталитаризм, свободное общество и пр.)		Удовлетворенность, конформизм, фатализм, умеренный критицизм, нонконформизм, недовольство, протест, радикальный негативизм	
Концепт «власть»	Концепт «справедливость»	Концепт «власть»	Концепт «справедливость»
капитализм	социализм/ коммунизм	удовлетворенность	недовольство, протест, радикальный негативизм
2. Принципы, регулирующие социально-экономические и социально-политические отношения		Любовь — ненависть, отвращение; энтузиазм, страсть — равнодушие; доверие — недоверие, страх, ужас	
Концепт «власть»	Концепт «справедливость»	Концепт «власть»	Концепт «справедливость»
правление, доминирование	неподчинение, независимость	равнодушие	ненависть, отвращение, недоверие
3. Отношения между личностью и обществом, права и достоинство личности		Ощущения достоинства — униженности, защищенности — незащищенности, свободы — зависимости личности	
Концепт «власть»	Концепт «справедливость»	Концепт «власть»	Концепт «справедливость»
подчинение, манипулирование	свобода, равенство	дистанцированность	униженность, незащищенность, зависимость
4. Уровень стабильности экономической и социально-политической ситуации		Уровень психологической тревожности по поводу «критических» проблем общества	
Концепт «власть»	Концепт «справедливость»	Концепт «власть»	Концепт «справедливость»
материальное благополучие, богатство	голод, нищета	отчужденность	гнев, недовольство, ярость
5. Социально-групповая структура общества, межэтнические отношения		Эмоциональное восприятие представителей собственной и других социальных и этнических групп: дружелюбие, миролюбие — враждебность, агрессивность	
Концепт «власть»	Концепт «справедливость»	Концепт «власть»	Концепт «справедливость»
класс капиталистов	класс рабочих	равнодушие	враждебность, агрессивность

Анализируя представленные в таблице результаты, отметим следующие виды противостояний концептов «власть» vs «справедливость» в тексте гимна «Интернационал»:

1. Реализация ассоциативной цепочки *капитализм (удовлетворенность) — социализм/коммунизм (недовольство, протест, радикальный негативизм)*. Текст гимна демонстрирует недовольство властью, которое выражается использованием ярко выраженной оценочной лексики и негативной характеристики капитализма: *Весь мир насилья... (1 строфа); Чтоб свергнуть гнет рукой умелой... (2 строфа); У вас — вся власть, все блага мира... (3 строфа); Презрены вы в своем богатстве... (4 строфа)* [Коц 1937].

2. Реализация ассоциативной цепочки *правление, доминирование (равнодушие) — неподчинение, независимость (ненависть, отвращение, недоверие)*. В данном случае в тексте гимна демонстрируется бездействие власти и ненависть к ней рабочего класса: *Никто не даст нам избавленья, / Ни бог, ни царь и не герой... (2 строфа); Вся власть народу трудовому! (3 строфа)* [Коц 1937].

3. Реализация ассоциативной цепочки *подчинение, манипулирование (дистанцированность) — свобода, равенство (униженность, беззащитность, зависимость)*. В данной цепочке разворачивается концепт «власть» как средство манипуляции и эксплуатации рабочего класса:

*Презрены вы в своем богатстве,
Угля и стали короли!
Вы ваши троны, туняядцы,
На наших спинах возвели.
Заводы, фабрики, палаты —
Всё нашим создано трудом (4 строфа)* [Коц 1937].

4. Реализация ассоциативной цепочки *материальное благополучие, богатство (отчужденность) — голод, нищета (гнев, недовольство, ярость)*. Обладая материальными ценностями и благами, власть получает гнев и недовольство народа:

*Довольно кровь сосать, вампиры,
Тюрьмой, налогом, нищетой!
У вас — вся власть, все блага мира,
А наше право — звук пустой! (3 строфа)* [Коц 1937].

5. Реализация ассоциативной цепочки *класс капиталистов (равнодушие) — класс рабочих (враждебность, агрессивность)*. Власть в лице класса капиталистов встречает радикальный негативизм со стороны рабочего класса:

*Довольно королям в угоду
Дурманить нас в чаду войны!*

*Война тиранам! Мир народу!
Бастуйте, армии сыны! (5 строфа)*
[Коц 1937].

Анализ концептуального противостояния «власть» vs «справедливость» в тексте гимна «Интернационал» в переводе А. Я. Коца позволил нам сделать определенные выводы.

Противостояние концептов «власть» vs «справедливость» подкреплено лингвокультурной спецификой и лингвистическим выражением, что прежде всего заключается в идеологическом противостоянии «капитализм» (власть) — «социализм/коммунизм» (справедливость). В качестве субъекта оценки, жаждущего справедливости и освобождения от гнета капиталистов, а также перехода власти в свои руки с целью построить свой собственный мир, выступает рабочий класс, при характеристике которого используется чаще всего лексика с положительными коннотациями.

Реализация концепта «власть» осуществляется с помощью собирательного образа и объекта оценки — класса капиталистов: владельцев мануфактур, фабрик, заводов. Характеристика объекта оценки в «Интернационале» сугубо негативная, об этом свидетельствуют лексика с отрицательными коннотациями, многочисленные стилистические повторы, антитезы, сравнения, метафоры.

Можно обоснованно утверждать, что текст гимна «Интернационал» включает в себе огромный прагматический потенциал, состоящий в стремлении рабочего класса прийти к власти путем конфликта с целью достижения консенсуса и установления собственного правления, единственно верного и справедливого.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Аристотель*. Этика. Политика. Риторика. Поэтика. Категории. — Минск : Литература, 1998.
2. *Арутюнова Н. Д.* Язык и мир человека. — М. : Языки русской культуры, 1998.
3. *Бенвенист Э.* Словарь индоевропейских социальных терминов. — М. : Прогресс-Универс, 1995.
4. *Вежбицкая А.* Язык. Культура. Познание. — М. : Языки русской культуры, 1997.
5. *Воркачев С. Г.* Лингвокультурная концептология: становление и перспективы // Известия РАН. Сер. литературы и языка. 2007. Т. 66. № 1. С. 13—22.
6. *Воркачев С. Г.* Специфичность универсального: идея справедливости в лингвокультуре : моногр. — Волгоград : Парадигма, 2010.
7. *Воркачев С. Г.* *Anglica selecta*: избранные работы по лингвоконцептологии : моногр. — Волгоград : Парадигма, 2012.
8. *Дилигенский Г. Г.* Социально-политическая психология. — М. : Новая школа, 1996.
9. *Дубко Е. Л., Тутов В. А.* Идеал, справедливость, счастье. — М. : Изд-во МГУ, 1989.

10. *Залевская А. А.* Психолингвистический подход к проблеме концепта // Методологические проблемы когнитивной лингвистики. — Воронеж, 2001. С. 36—45.
11. *Карасик В. И.* Культурные доминанты в языке // Языковая личность: культурные концепты : сб. науч. трудов. — Волгоград ; Архангельск : Перемена, 1996. С. 3—16.
12. *Колесов В. В.* Язык и ментальность. — Спб. : Петербургское востоковедение, 2004.
13. *Кубрякова Е. С.* Язык пространства и пространство языка // Известия РАН. Сер. лит. и яз. 1997. Т. 56. № 3. С. 22—31.
14. *Лихачёв Д. С.* Концептосфера русского языка // Известия РАН. Сер. лит. и яз. 1993. Т. 1. № 1. С. 3—9.
15. *Лукин В. А.* Концепт истины и слово «истина» в русском языке. (Опыт концептуального анализа рационального и иррационального в языке) // Вопросы языкознания. 1993. № 4. С. 63—86.
16. *Маслова В. А.* Когнитивная лингвистика. — Минск : ТетраСистемс, 2005.
17. Платон. Собр. соч. : 3 т. Т. 3 (1). — М. : Мысль, 1971.
18. *Слышкин Г. Г.* От текста к символу: лингвокультурные концепты прецедентных текстов в сознании и дискурсе. — М. : Academia, 2000.
19. *Степанов Ю. С.* Константы: словарь русской культуры. — М. : Языки русской культуры, 1997.
20. *Стернин И. А.* Методика исследования структуры концепта // Методологические проблемы когнитивной лингвистики. — Воронеж, 2001. С. 58—64.
21. *Тарасова И. А.* Идиостиль Георгия Иванова: когнитивный аспект. — Саратов : Изд-во Воронеж. ун-та, 2003.
22. *Токарев Г. В.* Концепт как объект лингвокультурологии. — Волгоград : Перемена, 2003.
23. *Чудинов А. П.* Россия в метафорическом зеркале: когнитивное исследование политической метафоры (1991—2000) / Урал. гос. пед. ун-т. — Екатеринбург, 2001.
24. *Шейгал Е. И.* Власть как концепт и категория дискурса. URL: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Polit/Article/scheig_vlast.php.
25. *Шейгал Е. И.* Семиотика политического дискурса : дис. ... д-ра. филол. наук. — Волгоград, 2000.
26. *Lakoff G., Johnson M.* Metaphors We Live By. 1980. URL: <http://theliterarylink.com/metaphors.html>.
27. *Lakoff G.* Women, Fire and Dangerous Things. — Chicago, 1990.
28. *Langacker R. W.* Concept, Image, and Symbol. The Cognitive Basis of Grammar. — N. Y. : Mouton de Gruyter, 1990.
29. *Langacker R.* Foundations of Cognitive Grammar. Vol. II. Descriptive Application. — Stanford : Stanford Univ. Pr., 1991.

ИСТОЧНИКИ

30. *Коца А. Я.* Текст гимна «Интернационал» в переводе А. Я. Коца. 1937. URL: [http://ru.wikipedia.org/wiki/Интернационал_\(гимн\)](http://ru.wikipedia.org/wiki/Интернационал_(гимн)).

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

РАЗДЕЛ 3. ЯЗЫК — ПОЛИТИКА — КУЛЬТУРА

УДК 70
ББК Ч600.4

ГСНТИ 16.21.27; 16.31.02

Код ВАК 10.02.19

В. М. Амиров **V. M. Amirov**

Екатеринбург, Россия Ekaterinburg, Russia

СТАНДАРТЫ И ОСОБЕННОСТИ АНАЛИЗА ИНФОРМАЦИИ В РАБОТЕ БИЗНЕС-СМИ

STANDARDS AND FEATURES OF THE ANALYSIS OF INFORMATION IN THE WORK OF BUSINESS MASS MEDIA

Аннотация. Рассматриваются особенности отбора, обработки, анализа и интерпретации информации в деловой печати России. На примере публикаций уральских бизнес-СМИ выделяются стандарты качества деловой информации.

Abstract. In article features of selection, processing, the analysis and information interpretation in the business press of Russia are considered. On the example of publications of the Ural business mass media the quality standards of business information are allocated.

Ключевые слова: бизнес; деловая журналистика; пресса; издание; журнал; газета.

Key words: business; business journalism; press; edition; magazine; newspaper.

Сведения об авторе: Амиров Валерий Михайлович, кандидат филологических наук, доцент кафедры периодической печати, департамент «Факкультет журналистики».

About the author: Amirov Valery Mikhailovich, Candidate of Philology, Associate Professor of the Chair of Periodicals, Faculty of Journalism.

Место работы: Уральский федеральный университет им. 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: 620000, г. Екатеринбург, пр-т Ленина, 51.
e-mail: vestnik-va@mail.ru.

Аудитория финансово-экономических масс-медиа, как правило, состоит из занятых людей, не имеющих времени на полное прочтение представляемых материалов. Поэтому информация на полосе или на электронной странице сайта должна быть очень четко организована. Качество информации и структуризация материала требуют унификации и стандартизации рабочих процессов в деловых СМИ. Такие правила могут существовать в форме неписаных законов, норм, но в последнее время фиксация особенностей рабочих процессов всё чаще происходит в документальной форме. В подобных документах часто выделяются части, посвященные честности и ответственности, независимости, точности и достоверности, объективности, полноте информации [См.: Деловая журналистика 2012: 71].

Такие стандарты существуют в «Ведомостях», ИА «Интерфакс», «Коммерсанте» и других известных своими высокими требованиями к качеству информации СМИ. Наиболее показательным в этом смысле является «Информационный стандарт» группы «Интерфакс», изучение которого является обязательным для всех творческих сотрудников. В этом развернутом и детализированном документе четко прописаны требования к информации, разрабатываемой в ИА «Интерфакс», от «Журналистской хартии»

до конкретных требований к точности, объективности, скорости, достоверности, сбалансированности, полноте материалов. Кроме того, в «Информационном стандарте» подробно описываются требования к стилю излагаемой информации, структуре новости, заголовку, цитированию, бэкграунду, ссылкам, деталям и другим безусловно немаловажным аспектам. Отметим, что стандарты Интерфакса являются всеобъемлющими, затрагивают все этапы работы журналиста и устанавливают даже правила специфической орфографии. Особый интерес представляют установки стандартов Интерфакса относительно разработки инсайдерской информации. Стандарты прямо запрещают использовать инсайдерскую информацию, предписывая журналисту немедленно широко обнародовать ставшие известными ему факты.

Не менее интересным является стандарт небольшого, но заметного уральского информационного агентства «НЭП 08». В соответствии с этим документом, сотрудники редакции не могут вводить в заблуждение читателя, предоставляя заведомо ложную ссылку на источник информации, сотрудники редакции не имеют права рассказывать никому, кроме коллег, о содержании еще не вышедших материалов. В редакции не приветствуются «информационные взятки»

(публикация каких-то сведений ради будущего эксклюзива) и, разумеется, запрещены любые незаконные материальные вознаграждения.

Таким образом, «НЭП 08» как нишевое информационное агентство ориентируется именно на вышеуказанные секторы и имеет соответствующую аудиторию, которую составляют специалисты в различных отраслях, работающие в сегменте малого и среднего бизнеса.

В «НЭП 08» также существуют стандарты написания журналистских материалов. Во-первых, требуется структура перевернутой пирамиды — самое главное выносится в начало. Каждый полноценный текст обязательно имеет лид. Первый абзац текста раскрывает суть заголовка и подзаголовка. Второй и последующий абзацы рассказывают об остальных важных подробностях. Для того, чтобы не забыть ничего важного, авторы применяют формулу «5 W+H» (What? Who? Where? When? Why? How?). Если обстоятельства не позволяют дать ответ на какой-то вопрос, в тексте об этом обязательно говорится. В материале также обязательно присутствует бэкграунд (справка о предшествовавших событиях), который позволяет ввести читателя в курс дела и напомнить важные детали, без знания которых нарушилась бы логика текста.

Для деловых СМИ наиболее остро, по сравнению с другими сегментами, стоит вопрос доверия читателей. Исследователи, рассуждая о качестве деловой информации и о качестве самих деловых СМИ, пишут: «Их качество определяется не только технологическими аспектами работы с информацией, но и вопросами более высокого уровня — этическими. Читателя может отвлечь от определенного делового СМИ не только ошибка в публикации, но и ее, этой публикации, очевидная ангажированность. Если он видит, что СМИ необоснованно меньше критикует ту или иную компанию либо структуру, выпускает про нее материалы лишь комплиментарного характера — он будет с осторожностью относиться ко всем материалам этого СМИ и, скорее всего, переключится на другое. Причем этика обращения с источниками информации и данными важна на любом уровне — от конкретного текста до СМИ в целом» [Деловая журналистика 2012: 44]. Именно отсюда вытекают исключительно высокие требования к профессиональным и личностным качествам журналистов, и прежде всего к технологической дисциплине. Подготовка материалов для делового издания требует, во-первых, неукоснительного следования

технологии, во-вторых, достаточно прочных базовых представлений об экономических механизмах, в-третьих, развитой личной коммуникации и общей адекватности сотрудника.

Этика бизнес-журналистики — тоже весьма конкретная категория, которая, конечно, относится к сфере действия этических норм для журналистики вообще, однако имеет ряд существенных особенностей. Журналист, претендующий на статус профессионала, должен стать частью бизнес-сообщества.

Вопрос этики представляется гораздо более серьезным и проблемным, чем это видится со стороны. Дело в том, что сокращающиеся тиражи, перетекание платы за рекламу из печатных СМИ в Интернет (по данным Ассоциации коммуникационных агентств России, в 2011 г. объем рекламы в печатных изданиях вырос на 6 % по сравнению с 2010 г., в Интернете — на 56 % [Объем...]) вынуждают руководителей изданий более гибко относиться к рекламодателям и идти им навстречу по многим чувствительным для СМИ вопросам. Этот путь гораздо проще, чем улучшение контента, продвижение самого СМИ. В такой ситуации у крупных рекламодателей появляется возможность влиять на редакционную политику.

Долгое время возглавлявший факультет журналистики МГУ профессор Ясен Засурский считает, что быть надежным источником информации — это главная функция деловой прессы: «Это определяющее требование изначально диктует строгие профессиональные стандарты. С учетом последствий, к которым может привести ложная информация в случае использования ее для принятия ответственных решений, эти стандарты отличаются весьма жесткой формой. Следовательно, высока степень самоограничений, которые накладывают на себя деловые СМИ. Даже „священное право собственности“ теряет свою неприкосновенность в проекции на их репутацию. Например, в этических кодексах ряда американских газет сотрудникам, освещающим деятельность банков, запрещается владеть акциями банков, поскольку это может привести к конфликту интересов в профессиональной деятельности. Там, где такой запрет отсутствует, есть правило, при котором корреспондент обязан доложить редактору о том, что он владеет акциями компании, о которой ему поручили написать» [Засурский 2001: 69]. Сетевое бизнес-СМИ, которое хочет получить конкурентные преимущества, отдает предпочтение эксклюзивным материалам. Это накладывает на журналистов опреде-

ленные обязательства по поиску, проверке и подаче информации. Любая серьезная ошибка может привести к тому, что герои материалов понесут потери — репутационные или финансовые. Последствиями таких потерь могут стать претензии к интернет-изданию и отказ клиентов от покупки информации «проштрафившегося» СМИ в будущем. Повышенные риски влекут за собой судебные разбирательства, которые могут «поставить крест» на работе издания. Работа журналиста в рассматриваемом нами формате начинается с предварительной обработки имеющихся данных.

Приступая к изучению темы, журналист не может знать заранее ни то, какой материал в итоге получится, ни какой объем информации по желаемой теме удастся собрать. Невозможно априори оценить, насколько качественной будет доказательная база. Более того, автор даже не имеет уверенности в том, что материал вообще будет опубликован: проверка данных может привести к тому, что первоначальная информация не подтвердится. Поэтому работа над любой сложной темой, требующей времени и значительных трудозатрат, вне зависимости от результата — будет ли это эксклюзивная новость, или первополосный материал — начинается с предварительного анализа.

На этом этапе происходит первоначальная оценка информации с целью установления перспективности темы по нескольким параметрам. Деловые издания могут иметь различный подход к предварительному анализу темы, но ключевые параметры, вероятнее всего, сходны. В первую очередь производится оценка качества самого информационного повода:

- важно понять, является ли событие прецедентным;
- какие фигуры принимают участие в событии и что в этом необычного;
- повлечет ли событие последствия и какого рода;
- является ли оно доказательством или опровержением значимой информации (скрываемого факта).

Далее предстоит оценить, является ли интересующая нас информация эксклюзивом. Журналист, который специализируется на какой-то теме, достаточно быстро может определиться с ответом на вопрос, эксклюзивна информация или нет. Однако интернет-издания всегда проводят анализ посредством мониторинга контента глобальной сети. Работа с двумя наиболее востребованными поисковыми системами Рунета — «Yandex» и «Google» — позволит уточнить,

становился ли интересующий информационный повод предметом журналистского исследования. Учитывая, что электронные версии появляются даже у небольших муниципальных изданий, а сетевые поисковики совершенствуют скорость операций, объем собираемой информации с каждым годом растет. Работа с полученными файлами, данные которых позволяют составить некую картину о предмете речи, — это уже следующий этап предварительного анализа.

Мы ведем речь об оценке перспективности темы с точки зрения реакции читателя, коллег из других СМИ и рекламодателя. Деловая эксклюзивная информация является особым продуктом: подтверждением эксклюзивности материала является реакция читателя на его появление (перепечатка в личных блогах, обсуждение темы в социальных сетях и на форумах). Коллеги-журналисты из других изданий также нередко подхватывают сообщение о событии и развивают тему. Задача делового издания (не имеющего, как газета, гарантированных подписчиков) — создать авторский материал, который скоро распространится и повысит цитируемость издания.

Помимо специфики деловой журналистики, связанной с ее качеством, есть еще один важный аспект, обусловленный высокой структурированностью. Одним из условий потребления деловой информации в Интернете является нехватка времени. Аудитория финансово-экономических масс-медиа состоит из занятых людей, не имеющих времени на полное прочтение материала. В связи с этим информация на сайте должна быть предельно четко организована.

Приоритетными тематическими направлениями регионального делового интернет-СМИ являются бюджетные процессы и предоставление средств государственного капитала для конкретных проектов, финансово-кредитная система и страхование, строительный рынок и привлечение длинного капитала, экономические риски разных отраслей, авиационное и наземное транспортное сообщение, ритейл и общественное питание. Особняком стоят темы, изначально обладающие внутренним напряжением: корпоративные конфликты, проблемы малого и среднего бизнеса, нарушения при проведении государственных закупок, коррупционные явления в органах власти. Представляется, что это оптимальная тематическая палитра, которая позволит охватить наиболее важные вопросы функционирования экономических сегментов.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Деловая журналистика* / А. Афанасьева, М. Блинова, Д. Борисяк, В. Вайсберг, А. Вырковский, П. Силуянова, М. Ховратович, А. Ходоровский ; отв. ред. А. В. Вырковский. — М. : МедиаМир, 2012.

2. Засурский Я. Система средств массовой информации России. — М., 2001.

3. *Объем рекламного рынка в 2011 году*. URL: http://www.akarussia.ru/knowledge/market_size/id1865 (дата обращения: 8.05.2012).

Статью рекомендует к печати д-р филос. наук, проф. В. Ф. Олешко

Е. С. Гриценко E. S. Gritsenko
Нижний Новгород, Россия Nizhny Novgorod, Russia
Л. Г. Дуняшева L. G. Dunyasheva
Казань, Россия Kazan, Russia

ЯЗЫКОВЫЕ ОСОБЕННОСТИ РЭПА В АСПЕКТЕ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

Аннотация. Рассматриваются лингвокультурные и социолингвистические особенности рэпа как инструмента глобальной популярной культуры. Анализируются процессы локализации глобальных песенных практик в местной среде, стилизация и гибридизация, статусная амелиорация афроамериканского просторечия. Описываются языковые особенности, определяющие стилевую специфику текстов рэпа — дисфемизация, иноязычные вкрапления, сокращения и стяжения, отклонения от стандартной орфографии, риторико-персуазивные стратегии и тактики привлечения внимания. Сопоставляются жанровые и лингвистические особенности афроамериканского и российского рэпа.

Ключевые слова: глобализация; рэп; язык; идеология; культура.

Сведения об авторе: Гриценко Елена Сергеевна, доктор филологических наук, профессор, проректор по научной работе.

Место работы: Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н. А. Добролюбова.

Контактная информация: 603155, г. Нижний Новгород, ул. Минина, 31а.
e-mail: egritsenko@lunn.ru.

Сведения об авторе: Дуняшева Лилия Гаффаровна, кандидат филологических наук, ассистент кафедры иберо-романской филологии.

Место работы: Казанский (Приволжский) федеральный университет.

Контактная информация: 420021, г. Казань, ул. Татарстан, 2, к. 401.
e-mail: otделение_rgfil@ifi.kpfu.ru.

THE LANGUAGE OF RAP LYRICS IN THE CONTEXT OF GLOBALIZATION

Abstract. The paper focuses on the sociolinguistic aspects of rap as an instrument of global popular culture. We examine the recontextualization of global rap patterns in local contexts, stylization and hybridization, and the amelioration of African American slang. Stylistically relevant peculiarities of rap lyrics are revealed and described, such as disfemization, the use of foreign words, blending and contraction, violations of standard spelling, rhetorical strategies of persuasion, etc. We also describe the differences and commonalities of African American and Russian rap lyrics.

Key words: globalization; rap; language; ideology; culture.

About the author: Gritsenko Elena Sergeevna, Doctor of Philology, Professor, Vice-Rector for Research.

Place of employment: Nizhny Novgorod Linguistics University.

About the author: Dunyasheva Lilia Gaffarovna, Candidate of Philology, Instructor, Department of Iberian-Romance Philology.

Place of employment: Kazan (Volga Region) Federal University.

Рэп как музыкально-песенное выражение хип-хоп-культуры по праву считается инструментом (агентом) глобализации в ее языковом и культурном измерениях. В статье представлены результаты лингвистического анализа тенденций, которые сопровождают глобальную экспансию этого песенного жанра и задают модели наднациональной трансляции культурных и идеологических концептов и норм. Особую значимость в данном контексте получает статус английского языка, который благодаря своей престижности в молодежной среде всего мира становится инструментом идеологической экспансии.

Распространение хип-хоп-культуры происходит на фоне определенных социолингвистических процессов, определяющих

формы ее языкового выражения. К ним относятся реконтекстуализация глобальных лингвокультурных практик в местной среде, статусная амелиорация афроамериканского просторечия, стилизация и гибридизация. Рассмотрим данные процессы подробнее.

Реконтекстуализация (локализация) глобального. Хип-хоп представляется намного более сложным феноменом, нежели односторонняя экспансия американской культуры в другие культуры мира. Хотя поток новшеств в популярной музыке почти всегда идет с англоязычного рынка, в процессе освоения («присвоения») на местном уровне хип-хоп становится механизмом выражения локальной идентичности. Другими словами, являясь носителем унифицированных форм культурной экспрессии, рэп

способствует стандартизации художественных практик и в то же время предлагает некое культурное и социальное пространство для артикуляции моделей и ценностей местных сообществ. В результате западные афроамериканские эстетические практики оказываются включенными в разновекторные дискурсы мультикультурализма (наднациональности, космополитизма) и местной самобытности (этнической/национальной уникальности).

Таким образом, в определении глобального и глобализирующего значения анализируемой молодежной субкультуры в целом и песенного дискурса в частности необходимо ориентироваться не только на опыт и лингвистические традиции рэпа в США, но и учитывать традиции тех стран, где хип-хоп сливается с местными лингвокультурными формами (Франции, Англии, Германии, Италии, Японии, России и др.)

Зародившийся в гетто американских городов рэп при сохранении общей формы (музыки, ритма, организации стиха) адаптируется к особенностям местного социума и обретает новое содержание в виде специфических для той или иной культуры форм и концептов. Яркий пример этнического своеобразия (уникальности) при сохранении канонических жанровых форм демонстрирует, например, французский рэп, акцентирующий характерные для современной Франции социальные процессы, связанные с миграцией и мультиэтничностью. Французский рэп представляет собой результат смешения городской (точнее, пригородной) культуры мигрантов африканского и арабского происхождения и выходцев из ряда стран Европы. В нем нашли отражение и религиозные мотивы исламского общества, и концепты африканского мира [Pennycook 2010: 594—595].

Рэп-дискурс турецких исполнителей в Германии характеризуется уникальным трансглобальным трендом — сочетанием традиционных исламских концептов, вербализованных посредством немецкого языка, с афроамериканскими моделями исполнения.

Популяризация и статусная амелиорация афроамериканского просторечия. Рост социального престижа афроамериканского просторечия связан с активным использованием лексики афроамериканского английского, который становится связующим звеном рэперов всего мира. Выполняя функцию идентификационного маркера, посредством которого коммуниканты подчеркивают свою принадлежность к определенной культуре и / или языковому сообществу, афроамериканский этносоциолект является

в настоящее время престижной формой общения у современной молодежи обоих полов среди как темнокожего, так и белого населения. Подавляющее большинство современных рэп-исполнителей, следуя механизму переключения языковых и эмоциональных кодов, перенимают черты афроамериканского этносоциолекта. Имитации афроамериканского английского и его особенностей можно проиллюстрировать текстами песен японской группы «Rip Slyme» (*Yo Bringing that, Yo Bring your style* [RS: 1]), малайзийской группы «Too Phat» (*“Hip hop be connectin’” Kuala Lumpur with LB / Hip hop be rockin’ up towns laced wit’ LV / Ain’t necessary to roll in ice rimmed M3’s and be blingin’ / Hip hop be brengin’ together emcees*” [TP: 1]). Афроамериканизмы часто встречаются и в текстах песен, исполняемых на русском языке: *Йо-йо. Лучше новые бумы и не важен брт / Лучше новые фумы, но важно с кем* [M: 2]. *When I say hip yo you say hop. Как твои дела? Hey, what’s up?* [K: 1].

Таким образом, дискурс формирует новые жанрово-специфические глобальные нормы и модели на основе гибридизации — (вос)производства аутентичной практики использования языковых средств, встроенных в местные лингвокультурные каноны.

Стилизация, гибридизация. Смешение и синтезирование являются важнейшим элементом хип-хоп-культуры, определяют ее стилевую специфику. Наиболее явно эта традиция прослеживается в гибридизации рэп-дискурса — присутствии в английских текстах песен вкраплений из других языков:

– испанского: *Even Cabesa de pollos that habla Espaol Dig this now* [BDK: 3]; *Nunca* (название песни) [CXL: 3]; *(Senora) / She’s gonna change the world / (Senorita) / She can change the world / Mami can change the world / (ay querida)* [CXL: 2]; *My daughter found Nemo, I found the new primo* [C: 1]; *So if the devil wear Prada, / Adam Eve wear Nada* [KW: 1]; *Not only a client the presidito / Hola ovito... Translate espanol / No way Jose* [KW: 2]; *Me no hablo / me drown sorrow in that Diablo / me found bravery in my bravado* [KW: 3]; *Flaco got to keep *a face* though* [MD: 3]; *Later amigo, digest the day to end discreetly* [MD: 2]; *Duro o dulce, fast or slow?* [MD: 4]; *When it’s on loco head gon’ lay low / And heat it like beef patty coco bread con queso* [MFD: 3];

– арабского: *Bismillah ir Rhman ir Raheem {In The Name Of God, The Most Merciful, The Most Compassionate}* [MD: 1]; *And squeal for halal veal, in y’all appeal* [MFD: 1]; *Take ya cash coma or break ya fast Ramadan* [MFD: 2];

– японского: *While the toy MC’s step and say, Sayonara!* [BDK: 1];

– французского: *I autograph a girl's bra, menage-a-trois / I dont want no men in shit, let's have a women-age-a-trois* [CXL: 1].

Как правило, иноязычные вкрапления являются ключевыми по смыслу словами, которые понятны и лицам, не владеющим соответствующими языками.

К процессам стилизации и гибридизации следует также отнести включение в тексты рэп-композиций африканизмов (*jive, jam, bug, zombie, boobo*), лексем в переносном значении (*bad* в значении *good*, *kill* в значении 'удивлять, восхищать') и характерных гуттуральных (акустических) эффектов — выкриков, стонов, комментариев в сторону, — уходящих корнями в африканские традиции устного исполнения.

Широкое использование вкраплений из языков разных этносов (в том числе иммигрантов) также придает рэпу глобальный характер. Например, в испаноговорящих странах (Испании, Кубе, Мексике, государствах Южной Америки) рэп традиционно исполняется на испанском или на англо-испанском (именуемом также Spanglish) языке с включением африканизмов. Сходную традицию демонстрирует турецкий рэп в Берлине, представляющий собой смешение турецкого, немецкого и американского английского с большой долей сленгизмов. В русском рэпе афроамериканизмы не только выполняют функцию жанровой стилизации, но и отражают общую престижность английского языка в современном российском обществе, особенно в среде молодежи: *окей, респект, слимы, тру (Эта ложь, которую я выдавал за тру)* [AT: 1]; *Достаточно знать просто что я number one / Пока ты ищешь айди, я пройду V.I.P.* [M: 2]. Весомый пласт варваризмов в отечественном рэп-дискурсе составляют термины хип-хоп-культуры в целом и афроамериканского рэпа в частности: *баттл, бит, биф, бутлег, дисс, лайв, ньюскул, олдскул, промо, спэл (спэллинг), стаф, фейки (фейкеры), фристайл, хэитеры, эм си (цени мой стаф, модный спэл)*.

Обилие афроамериканизмов в текстах рэп-исполнителей различных стран и их стилистическая престижность позволяют говорить о глобальной амелиорации афроамериканского просторечия на мировой молодежной арене.

Анализ выявил еще ряд особенностей, которые можно считать универсальными лингвистическими маркерами хип-хоп-музыки.

Язык рэп-композиций, как мужских, так и женских, отличается **обилием сниженной и ненормативной лексики** — вульгаризмов и сленгизмов: *Thought be doin his damn thang* (LB: 1); *A minute ago, you was a nerd*

and nobody ever heard of ya (QL: 1); *Niggas be on some black on black crime shit* (QL: 2); *girl: Damn, bitch, i'll be fucked* (QL: 3); *Kaaaaaane....would your black ass sing it for mee-heeee?!* (BDK: 2); *Well good for your ass kid, that's what you get for fucking with Kane* (BDK: 3); *yo anywhere you'll get fucked up* (BDP: 1); *I'm gon fuck this nigga up, my nigga!* (EBR: 1); *Cause I'm about my motherfucking business (my business)* (FB: 1); *Shit, I'm in the V Twinz ballin' on you tramps... Shit, greyhound bitch, stay down bitch* (FB: 2). Русский рэп также следует общей тенденции к дисфемизации: *ублюдки-мазафакеры, мудака, всякая ебулда, музла (о музыке); Когда амфики или гердос найдет, а не вашу коноплю* (2HC: 1); *Все перекрестки достали до смерти* (M: 1); *Добро пожаловать на мою тусу* (M: 2).

Тексты рэпа, размещенные в сети Интернет, отличает **намеренное отклонение от стандартной орфографии**, которое может трактоваться как маркер метагендерной молодежной субкультуры, характерной чертой которой является протест, сопротивление и вызов общепринятым нормам: *Unda Presha* [BDK: 3]; *It comes in peaceful thru the "TELL-LIE-VISION"* [BDP: 2]; *Cuz I love you girlz, though you ain't mine* [C: 2]; *"Rollin' Wit The Lench Mob"* [IC: 1]; *"Twilite Speedball"* [MD: 4]; *Cingular, not plural* [PM: 1]; *Aiyyo, Phar-oahe Monch-is, in-cred, i-ble* [PM: 2]; *Это Б. О. М. Б. А.* [M: 2]. Данные примеры можно также трактовать как элементы стратегии привлечения внимания.

Для рэп-композиций характерно также большое количество **стяжений** и **сокращений**, индексирующих неформальный характер дискурса: *Cuz when I was in school I got the a. e. e. / But there's no s. e. for this youngsta* [IC: 2]; *DT's be getting no new leads* [MFD: 4]; *"U R The One"* [MD: 5]; *Из рпе-семь — сольют гранаты ливнем / Из пмм — салют высокоимпульсивный* [M: 2].

Как и многим другим песнным жанрам, рэп-композициям присуща яркая **образность**, создаваемая использованием:

– метафор: *When I cook beef, the smoke will never clear, / Areas in fear but this here's a fear!* [EBR: 2];

– антитез: *Searchin for a love, throughout the ghetto / Young girls is thick, righteousness is narrow* [C: 3]; *Дети радуются жизни / Другие маются / Из угла в угол* [ЭХ: 1];

– сравнений: *Old power like the great pyramids of giza / And stay leanin like the tower of pisa* [MFD: 2]; *Oh lord, I'm having issues, more deep than American missiles* [JG: 1];

– приемов языковой игры, например зевгмы: *Grab a drink, grab a glass / After that*

I grab yo ass [KW: 4]; разрушения фразеологизмов, в том числе пословиц и поговорок: *He who laughs last laughs best but never again is the mantra that I cry...* [CXL: 3].

В отличие от дискурсивных практик блюза, для которых характерна эвфемизация повествования, в рэп-композициях наблюдается **тенденция к дисфемизации**. Феномен дисфемизации проявляется в дерогативных обращениях-апеллятивах, широком использовании сниженной лексики, обращении к темам, традиционно считавшимся табу (избегаемым по этическим соображениям): *Let me sneak into your life, like a thief in the night / Lick your body all over and squeeze you real tight / Nibble all over your ear and give your back a massage* [BDK: 4]; *And I don't want to hear shit about a tampon / Give me the nappy and make me happy / The hoe said "Pappy could you slap me / on the ass hard and fast / and could please try not to leave a gash?" / I said yeah, but I don't play sex / When I'm putting on the latex / Slipped on the condom / Fucked around and dropped the bomb son* [IC: 3]; *Oh my, do I like to grip the hips and ass / Only seventeen, with a lot of practice / on black boys jimmies and white boys cactus / Sorry sorry sir, but I gotta be brief / A lotta niggaz like bustin nuts in her teeth* [IC: 4].

Названные лингвистические особенности в полной мере присущи и дискурсивным практикам российского рэпа, который, как и классика жанра — афроамериканский рэп, — нацелен на привлечение внимания, сопротивление, протест и критику: *Извините, но вы латентный мудака* [2НС: 2]; *это они тупицы / Или я дебил?* [2НС: 1]; *Взял манатки и свалил* [2НС: 3].

Лингвопрагматический анализ текстов рэп-композиций позволил выявить ряд жанрово-специфичных риторико-персуазивных стратегий, наиболее характерной из которых является стратегия **выражения протеста и несогласия** в форме отрицательного оценивания предмета речи и трансляции отрицательной оценки реципиенту. Языковая реализация названной стратегии предполагает:

- включение ключевых слов рэп-дискурса (*drugs, girls, freedom*) в отрицательный фонетический контекст консьюмеризма, технологизации и аморальности и т. п.: *Knew this girl sellin her body, wish she knew what it was worth* [C: 5]; *Fifteen years old, with plenty drugs bein sold* [BDK: 5]; *Машет дулом, упражняется* [ЭХ: 1]; *Всю ночь напролет наслаждаться дамами* [ЭХ: 1]; *Жизнь небезопасна* [ЭХ: 2]; *Только мент, только пули и патроны барабан / Есть проблема Бум-Бум и проблема решена* [ЭХ: 2];

- обилие лексем с семантикой битвы и уничтожения: *Cause like a vigilante I'm gonna*

kill off any / sucker MC that tries to withstand me [BDK: 6]; *Убить готовы, к атаке готовы* [ЭХ: 1]; *К нам не лезь, не надо / Жизнь закончишь рано* [ЭХ: 2]; *С накалом накалом бью нахалов в рангу гадов и стадо* [М: 1];

- апелляцию к будущему в форме указания на отрицательный характер последствий того, что происходит в настоящем: *They'll milk you to make it understood / They make it good, so that it taste real good* [ATL: 1]; *Но специалисты / во всех областях стали давать более крутые версии. Например, в то, / что это — мутация, следствие поведения генно-модифицированных куриц* (2НС: 4);

- фикционализацию в форме аллюзии — апелляции к известным произведениям (фантастической литературе, кинематографу), имплицитно отрицающую оценку: *Humpty Dumpty sat on a wall / With a joint, drinkin some 8-ball / Three little pigs in a Coup de Ville / Lookin for, the wolf to kill* [IC: 5]; *put it up on youtube then film the sequel so it's free for the people hu* [PM: 3]. *Раз, два, три, четыре, пять / Вышел мальчик погулять / Пистолет в руке несет / Чью-то голову неснет* [ЭХ: 1];

- выражение осуждения путем закавычивания или использования штампа «так называемый» (so called): *Pregnant girls livin solo, on the welfare / Cause your so-called man said go to hell dere* [BDK: 7];

- апелляции к авторитету (названиям, лицам) с использованием прямых или косвенных цитат: *So what's next — you're gonna join the Klu Klux Klan?* [BDK: 8]; *So let Michael Jackson be_Bad_* [BDK: 9]; *Старики / явили собой такое, что, как говорится, курит в углу сам Сальвадор Дали* [2НС: 4]; *С этих тяжких мыслей сняться можно способом проверенным — порно от Снуп Дога* [2НС: 2].

В рэп-дискурсе активно реализуется **стратегия эмфатизации с помощью ключевых слов и высказываний**. К тактикам привлечения внимания в рамках данной стратегии можно отнести:

- выдвижение важной информации в сильные позиции текста (например, в заголовки): *"Banned in the U. S. A."* [TLC: 1]; *Me Against the World* [T: 1]; *Адекватно* [2НС: 2];

- тематическое сегментирование (по куплетам);

- повторение, эмфазу: *Жизнь в этом мире не меняется / Не меняется, не изменяется* [ЭХ: 1];

- варьирование шрифтов — заглавных и строчных букв (заглавные буквы — для обозначения важной информации): *Because this is the land of the FREE, the home of the BRAVE!* [TLK: 1];

– атомизация/парцелляция: *The power of God! He watches over me / Makes me what we are, of the Origin* [CXL: 4];

– номинативные (назывные) предложения, акцентирующие внимание на основном содержании сообщения: *Peace before everything / God before anything / Love before anything / Real before everything... Home before anyplace / Shoot before anything / Style and state radiate / Love power slay the hate, priority / Love power* [MD: 6];

– нестандартную орфографию и орфоэпию: *So I show K.N.O.W. / L.E.D.G.E. it might trouble you* [IC: 6]; *Кому с.а.м.б.о., а мне тэк-вандо / А.к.а. И.н.ф.е.р.н.о. / Обеспечено по всему м.и.р.у.* [M: 2];

– риторические вопросы: *An accomplice to the devil is a devil too / The devil is anti-human, who the hell are you?* [BDP: 1]; *So I ask myself: who am I?* [BDK: 10]; *Че мне ваши дивизиу?* [M: 1].

Названные стратегии и тактики акцентируют актуальные смысловые послылы рэпа (несогласие, протест, свобода, гнев, материальность), являющиеся по своему характеру глобальными. При этом не менее важен процесс адаптации типичных для рэп-дискурса когнитивных черт к местным условиям (экономическим, социальным, идеологическим, этническим, религиозным), оказывающим значительное воздействие на форму общественных практик, в том числе на молодежные субкультуры.

Концепты и ценности афроамериканского дискурсивного сообщества посредством рэпа накладывают отпечаток на лингвокультурные практики местных сообществ, в частности на русскоязычный рэп-дискурс. «Присваивая» глобальные языковые и когнитивные модели, российские рэп-исполнители адаптируют их к условиям собственной социальной среды. Некоторые критики считают русский рэп имитацией, отголоском творчества афроамериканских исполнителей. Эта точка зрения вербализована в композиции рэп-группы «2H Comrapu»: *Сни-мать копии талантов у лучших музыкантов / Везти сюда, и уже здесь из них что-нибудь ваять / С учетом местного ландшафта* [2НС: 6]. Однако сопоставление песенных текстов англоязычного и отечественного рэпа выявляет как сходства, так и различия в выражении концептуальных фрагментов культуры.

Как уже отмечалось, в тематике афроамериканских рэп-композиций преобладают социальные сценарии жизни в обществе массового потребления, а также расовые вопросы. Российский рэп-дискурс (ре)транслирует многие из значимых концептов аф-

роамериканского рэпа — в нем также большое внимание уделяется вопросам гражданской свободы и политическому недовольству (*Страна придумана мной, где коммунизм государственный строй, / С государственной Вуду-религией — / Простой и идеальный для меня настой* [2НС: 5]), моральной деградации общества (*Я ору потому что запарно быть уродом моральным Ненормально сквозь марлю дышать отравой на пару... покоряют на лавках шалав-стайл, дышат клей в подвалах* [M: 1]), социальным проблемам (*пугая ревом бабулек Манерные манекены с голубой кровью в венах бросали им деньги* [M: 1]), концепту уличной жизни, столкновениям с полицией, совершению противоправных действий (*Не прояснился он даже, когда мы случайно свободу получили, / Так как наше место понадобилось для более крупной дичи* [2НС: 1]). Рэп по своей сути материалистичен, и российский рэп также наполнен маркерами социального престижа и символами материального богатства: *Нам светят клубы, алкоголь, девочки, хотя / последнее вряд ли... / Короче, сегодня седьмое — у него зарплата* [2НС: 1]; *Феррари гоняли по Питерским улицам* [M: 1]; *Вся эта круть была в кредит мной взята* [2НС: 1].

Вместе с тем русский рэп более лиричен, что, вероятно, связано с традициями отечественной лингвокультуры и в первую очередь с литературным наследием. Американскому рэпу лиричность менее свойственна — он наполнен прагматикой жизни. Кроме того, в русском рэпе отсутствуют мотивы исключительности, избранности, лидерства и превосходства, ярко представленные в американских дискурсивных практиках. Это, возможно, связано с тем, что афроамериканский рэп имеет сильный расовый посыл и с помощью песен пропагандирует расовую солидарность, а в ряде случаев и исключительность. И, наконец, для русского рэпа значительно меньше, чем для афроамериканского, характерна мизогиния, хотя дерогативация женского образа также присутствует [Дуняшева 2012].

Показательным в плане движения от глобального к локальному с адаптацией характерных для рэп-дискурса черт к условиям местной среды (экономическим, социальным, идеологическим, этническим, религиозным) является феномен азербайджанского рэпа, представленный текстами Эльшада Хосе. При схожести тематики с афроамериканским и русским рэпом — столкновения с полицией, вооруженные стычки и т. п. (*Легавые шманяют улицы. Только мент, только пули и патроны барабан / Есть проблема — Бум-Бум и проблема решена*),

консюмеризм (*Все, что нужно нам, это деньги. Будут деньги для друзей — ты будешь другом вечно*), протест (*Правды нету. Не верю я, вру не краснею*), — особое место в нем занимает концепт «враги», практически не представленный в афроамериканском и русском рэпе, но значимый для восточной культуры (*Он готов убивать своих врагов*).

Подводя итог, можно констатировать, что дискурс рэпа конструирует глобальную молодежную солидарность в ряде аспектов:

– социальной жизни (контраст мира богатых и бедных, проблемы безработицы и социальной незащищенности);

– личностных стремлениях и поисках (жизнь, страх, любовь, надежда, демонстрация культуры сопротивления на фоне жизненных тягот);

– эмоционально-поведенческих чертах (пессимизм, отсутствие надежды, безверие);

– эталонах общества потребления (повышенный интерес к материальным благам).

Молодежная идентичность и солидарность конструируются с помощью апеллятивов и референциальных номинаций, некоторые из которых лингвокультурными производными от соответствующих концептов афроамериканского рэпа, например: *бро (bro), братья (brothers)*. Аналогичные смыслы передают аутентичные единицы русскоязычного апеллятивно-референциального ряда: *братан, друг, дружан, парень, чувак, напарник*.

Таким образом, песенные контексты представляют собой пример конструирования классово-этнической солидарности и транснациональной метагендерной молодежной субъективности, в основе которых лежит идея схожести жизненных ситуаций и проблем молодых людей в глобализирующемся мире.

ЛИТЕРАТУРА

1. Гриценко Е. С. Вербальное поведение как способ конструирования молодежной идентичности: культурные коды и стилистические модели // Вестн. Нижегород. гос. лингвист. ун-та им. Н. А. Добролюбова. 2010. № 10. С. 46—56.

2. Гриценко Е. С. Глобальное и локальное в речевых практиках молодежных субкультур // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 19, Лингвистика и межкультурная коммуникация. 212. № 2. С. 87—93.

3. Дуняшева Л. Г. Лингвокультурные особенности конструирования гендера в афроамериканском песенном дискурсе (на материале жанров «блюз» и «рэп») : автореф. дис. ... канд. филол. наук. — Н. Новгород, 2012.

4. Pennycook A. Popular Cultures, Popular Languages and Global identities // The Handbook of Language and Globalization / ed. by N. Coupland. — Wiley—Blackwell, 2010. P. 592—607.

ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСЫ

5. www.allthelyrics.com
6. www.azlyrics.com
7. www.az-rep.narod.ru
8. http://www.elyrics.net
9. www.lyrics.ru
10. www.lyricsdepot.com
11. http://www.lyricsfreak.com
12. www.lyrics-mp3.ru
13. www.lyricstime.com
14. www.rap-text.ru
15. www.song-text.ru
16. www.stlyrics.com

ИСТОЧНИКИ

АМЕРИКАНСКИЕ ИСПОЛНИТЕЛИ

ATL = Above the Law

1. Freedom of Speech

BDK = Big Daddy Kane

1. Long live the Kane
2. Chocolate city
3. Uncut, pure
4. I get the job done
5. Very special
6. It's hard being the Kane
7. Children R the future
8. Stop Shammin'
9. Dance with the Devil
10. Who am I?

BDP = Boogie Down Productions

1. Build and Destroy
2. Poisonous Products

C = Common

1. The People
2. Baby I'm Selfish
3. Pop's Rap III
4. 1-9-9-9
5. It's Your World

CXL = Chino XL

1. I Told You So
2. She Can't Change Me
3. Nunca
4. No Slow Rollin'

EBR = Eric B & Rakim

1. Eric B. Never Scared
2. Juice

FB = Foxy Brown

1. 'Bout My Paper
2. 4-5-6

IC = Ice Cube

1. Rollin' Wit The Lench Mob
2. A Bird In The Hand
3. Steady Mobbin
4. Givin' Up The Nappy Dug Out
5. Tales From The Darkside
6. The Bomb

JG = Jean Grae

1. Take Me

KW = Kayne West

1. Drunk & Hot Girls
2. Big Brother
3. Dark Fantasy
4. Celebration

LB = Lady B

1. Without a doubt

MD = Mos Def

1. The Boogie Man Song
2. Grown Man Business
3. True Magic
4. Twilite Speedball
5. U R The One
6. Priority

MFD = M.F. Doom

1. Beef Rapp
2. Kon Karne
3. Kon Queso
4. One Beer

PM = Pharoahe Monch

1. Let's go
2. Livin it up
3. Let my people go

QL = Queen Latifah

1. U.n.i.t.y.
2. Evil that men do
3. Phone call skit

T = Tupac

1. Me Against the World

TLC = 2 Live Crew

1. Banned in the U.S.A.

РУССКОЯЗЫЧНЫЕ ИСПОЛНИТЕЛИ

AT = Артем Татищевский

1. Прощай

K = Квазары

1. Дисс на Москву

M = MAD-A

1. Бешеная
2. M.A.D.A.

ЭХ = Эльшад Хосе

1. Жизнь не меняется
2. К нам не лезь, не надо

2HC = 2H Company

1. Полоски
2. Адекватно
3. Рэп больше не кал
4. Адаптация
5. Жир Земли
6. Культиватор

ДРУГИЕ ИСПОЛНИТЕЛИ

RS = Rip Slyme (Япония)

1. Case4 Bring your style

TP = Too Phat (Малайзия)

1. Just a Lil' Bit

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

М. А. Ибрагимов М. А. Ibragimov
Пятигорск, Россия Pyatigorsk, Russia

**ФРЕЙМОВАЯ РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ
МАРКИРОВАННЫХ
РОДОВЫХ ОТНОШЕНИЙ
В СОВРЕМЕННОМ АНГЛОЯЗЫЧНОМ
ПОЛИТИЧЕСКОМ
И ХУДОЖЕСТВЕННОМ ДИСКУРСЕ**

**FRAME REPRESENTATION
OF LABELLED
GENDER RELATIONS
IN MODERN ENGLISH
POLITICAL AND FICTION
DISCOURSE**

Аннотация. Описываются гендерные фреймы политического и художественного дискурса современного английского языка у авторов-женщин и авторов-мужчин. Доказывается, что гендерные представления американской лингвокультуры, обнаруженные в сравнении данных фреймов, подтверждают семантическую природу категории рода в английском языке.

Abstract. Gender frames of political and fiction discourse of modern English used by women-authors and men-authors are described. It is proved that gender ideas of American lingoculture, revealed in comparing of these frames, confirm semantic nature of the category of gender in English.

Ключевые слова: гендерный фрейм; художественный дискурс; политический дискурс; феминность; маскулинность.

Key words: gender frame; fiction discourse; political discourse; feminine; masculine.

Сведения об авторе: Ибрагимов Мурад Асимович, преподаватель английского языка кафедры западноевропейских языков и культур.

About the author: Ibragimov Murad Asimovich, Lecturer of the Chair of Western European Languages and Cultures.

Место работы: Пятигорский государственный лингвистический университет.

Place of employment: Pyatigorsk State Linguistic University.

Контактная информация: 357500, г. Пятигорск, пр-т Калинина, 9.
e-mail: ma.ibragimov@gmail.com.

Маркированность родовых отношений в современном английском языке представляется наиболее информативной и прозрачной в рамках фреймового представления знаний [См., напр.: Алимуратов, Чурсин 2009; Алимуратов, Чурсин 2011; Алимуратов, Блинова, Раздубев, 2010 и др.]. В связи с этим рассмотрим составляющие гендерного фрейма на основе анализа политического дискурса в СМИ и сравним данный фрейм с соответствующей когнитивной структурой, вербализуемой в художественном дискурсе. Такой анализ покажет нам имеющиеся сходства и различия между гендерным фреймом у авторов-женщин и авторов-мужчин и позволит глубже осмыслить семантическую природу категории рода в английском языке.

Категория гендера, имеющая оппозиционную структуру, коррелирует с категорией рода, репрезентируемой в современном английском языке и имеющей, по нашему мнению, семантическую природу. Противопоставление маскулинности и феминности как двух составляющих категории гендера в дискурсе позволяет проследить закономерности репрезентации в дискурсе и маркированных родовых отношений.

Гендерный фрейм — очень специфичный вид фрейма. Это фрейм, содержащий информацию о маскулинности или фемин-

ности [Acker 1992: 569]. При определении гендерного фрейма исследователь выясняет, описывает ли дискурс чьи-либо поступки как мотивированные его или ее гендерной идентичностью [Алимуратов 2004]. В основном, если гендер используется, скрыто или явно, как основной дескриптор при описании политика, приписывание гендерных характеристик может быть незаметным и поэтому трудным для выявления [Trimble 2004: 7]. О гендерных особенностях см. также следующую работу: [Алимуратов, Раздубев 2011].

В результате исследования мы построили общий гендерный фрейм политического дискурса (см. схему 1).

Существует несколько общих нарративных стратегий, которые часто используются, когда в СМИ употребляются гендерные фреймы в отношении женщин-политиков. Женщин часто рисуют как аутсайдеров, быстро достигающих успеха кандидатов или как субъектов, ответственных за недопущение грязной политики [Norris 1997]. Статьи, использующие данную стратегию, часто освещают недостатки кандидата, отсутствие предшествующего политического опыта. Авторы недооценивают лидерские способности женщин, сравнивая «соответствующие» их качества в рамках (мужских) характеристик бывших лидеров [Gidengil, Everitt 1999].

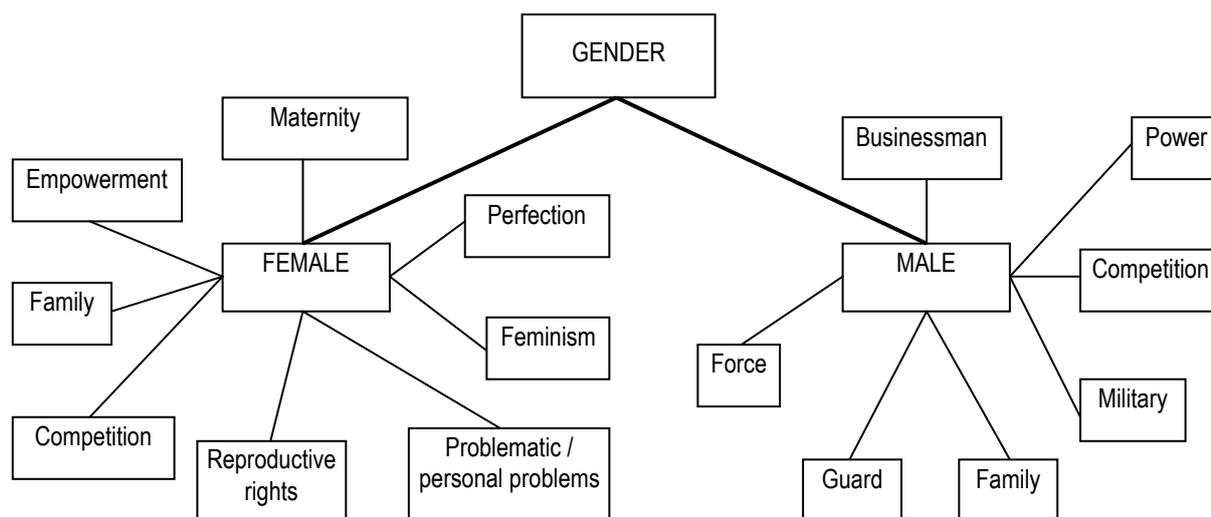


Схема 1. Гендерный фрейм в политическом дискурсе

Также популярны в англоязычном политическом дискурсе гендерные фреймы, которые фокусируются на домашней и частной жизни женщин. В СМИ используется информация о семейном статусе политиков, о том, что женщина-политик имеет детей, а также об их внешности. Часто эксплуатируются гендерные стереотипы, такие как незамужняя старая дева, разлучница, суперженщина, «свой пацан», ведьма, Золушка или Барби [European Federation of Journalists 2006].

В отличие от женщин, мужчин СМИ могут описывать как сильных и влиятельных политических кандидатов, способных занять «твердую» позицию, мужественных и целеустремленных [Gidengil, Everitt 1999]. Мужские гендерные фреймы могут также включать информацию о внешности и семейной жизни, но акцентируется эти сведения не так часто, как это случается с женщинами, и если это происходит, информация несет менее негативную коннотацию (70 против 30 % соответственно в нашей выборке). Рассмотрим следующие примеры:

1. *You miss Sarah Palin just a little: the wink, the red shoes, the pointing finger, the heck-with-ya attitude and, given the performance of some of her Republican colleagues, her Taser-like intelligence* [Parker 2011].

Здесь автор статьи осуждает Рика Перри (члена Республиканской партии), который баллотируется в президенты США, за то, что на одном из обсуждений в палате он подмигивает другому члену партии, Саре Пейлин. Описывая Сару Пейлин, автор вербализует цепочку эксплицитных характеристик от подмигивания, красных туфель и упертого характера до умственных способностей, которые сравниваются с автоматом Тазер (внешне напоминает электрический фонарик; с расстояния в 5 м в тело преследуемо-

го выпускаются две небольшие стрелки с зарядом в 15 тыс. вольт, которые временно парализуют преступника, не вызывая серьезных последствий). К. Паркер называет Р. Перри идиотом за такое поведение и приводит далее некоторые унижающие его достоинство отрывки из интервью и телепередач, сделавшие кандидата посмешищем:

2. *Alas, Perry wasn't as amusing as he was comical when he appeared on the «Late Show with David Letterman». It was rather sad seeing the Texas governor centered in a carnivalesque spotlight reciting the 10 reasons he forgot what he so ardently believes, as though they were merely forgotten lines in a memorized poem.*

Letterman's writers had some swell lines for ol' Rick, but ultimately, the act was as cringe-inducing as the flub itself. Perry seemed like a child being brought out to amuse the adults. The line between laughing with and laughing at was a tightrope between mirth and pity.

It is one thing to be self-effacing and to have a sense of humor about one's self. We love that. It is another to be a clown. The thrice-elected governor of the nation's second largest state has earned better [Parker 2011].

Очевидно, что для мужской половины политиков-республиканцев образ женщины-политика не совсем приемлем, чем и вызвано такое несерьезное флиртующее поведение. В то же время именно это приводит в ярость женщину — автора статьи, которая противопоставляет подмигиванию всю ценность С. Пейлин как женщины-политика и вербализует свое негативное отношение к такому положению дел с помощью следующих лексических единиц: *he's an idiot, the iconic wink that enraged or beguiled the nation, to be a clown, he's not cute or flirty, Palin was an attractive woman*. В данном случае вербализуется подфрейм «Competi-

tion» со слотами «Beguile», «Flirty», «Negative evaluation».

Р. Трейстер, автор Salon.com, анализирует то, как американский политический плацдарм трансформировался во время кампаний, проводимых женщинами — Хилари Клинтон, Сарой Пейлин, Мишель Обама и Элизабет Эдвардс. Она исследует глубокие культурные последствия таких трансформаций: от сексизма в средствах массовой информации до комедийных телешоу. Обратимся к следующим ее высказываниям:

3. *I'm very negative about her. I do believe that, in many ways, she reflects a new generation of female politician: one who is young, who balances work and family in ways that were only made possible by the advancements of the second wave. So I have an enormous amount of respect and appreciation for the changes that she represents and for how we perceive women in politics* [Kurtzleben 2010].

В этом примере также актуализируется подфрейм «Problematic» когнитивной структуры, характеризующей женщину-политика, со слотами «Youth», «Balance», «Family & job».

Проанализируем следующий пример:

4. *We love competition and unrelenting ambition and stick-to-itiveness in football stars and military greats, but we don't like it in pain-in-the-ass women. We love when those pain-in-the-ass women have lost and are now cooperating and playing well with others in the State Department, for instance, or the Senate* [Kurtzleben 2010].

Так Р. Трейстер прокомментировала вопрос журналистки о месте Х. Клинтон в политике во время предвыборной кампании. Как видно из лексических единиц *don't like it in pain-in-the-ass women, pain-in-the-ass women have lost*, акцентируется тот факт, что соперничество между женщинами и мужчинами в политике не поощряется последними; наоборот, от женщин требуется покорность и послушание. Для мужчин раздражителями являются соперничество (competition), неослабевающие амбиции (unrelenting ambition), настойчивость (stick-to-itiveness) и военные достижения (military greats).

Рассмотрим ответ автора книги на вопрос журналистки «Are American women waiting for a „perfect“ female candidate?»

5. *...have we set the bar for perfection for a hypothetical female candidate too high? Yes. That's one of the big problems we have to get over. Then, there's the identification part, which is the personalization of whoever this mystical woman is going to be — that we're going to be able to cheer her and have a full-hearted connection to her and see ourselves in her. ...if we are ever to imagine getting equal*

participation, we're going to not just be imagining these perfect figures. And some of them are going to be smart, and some of them aren't going to be; and some are going to be pure, and some are going to be corrupt. We're going to get used to the fact that women are no more perfect at this than the men who have been doing this for the past couple centuries [Kurtzleben 2010].

Журналистка пытается обрисовать в вопросе Р. Трейстер подфрейм «Perfection» представления о женщине-политике. Мы видим, какие характеристики, по мнению говорящего, могут проявляться в структуре личности современной женщины-политика для того, чтобы она проявилась как полноценный субъект политических процессов. Ментальные репрезентации данных характеристик составляют в нашей модели подфрейм «Imperfect». Данный подфрейм состоит из слотов «Not smart», «Corrupt» и др. В очередной раз отмечаем типичное для англоязычного политического дискурса противопоставление женщин мужчинам; при этом для мужчин в качестве релевантной гендерной характеристики отмечается роль прототипических субъектов политического процесса в силу многовекового опыта: *women are no more perfect at this than the men who have been doing this for the past couple centuries*.

На вопрос о том, идентичен ли феминизм в Республиканской и Демократической партиях, Р. Тейстер отвечает следующее:

6. *They're talking about the empowerment of women, but they seem to be talking about the empowerment of themselves. They are not pushing policies that are going to further empower other women to move forward. It's not just reproductive rights; it's about a whole range of labor, healthcare, and economic issues. They're just not on the side that supports things that are good for women* [Kurtzleben 2010].

На основе данного примера можно выделить следующие терминалы в подфрейме «Competition» для женщины-политика: *empowerment, labor, healthcare, economic issues*. Приведенное высказывание демонстрирует, что основная роль женщины и основные семантические категориальные признаки феминности, выявленные нами ранее и вербализуемые в англоязычном дискурсе [Ибрагимов 2009], — *maternity, beauty, reproductive ability* — экстраполируются и в политическую сферу. Происходит это не только из-за того, что женщины все более активно интересуются политическими вопросами и принимают участие в их решении, но и потому, что общество само требует от женщины соблюдения приписанных ей гендерных ролей, вследствие чего указанные семантические

признаки закрепляются за ней в дискурсе. Вербализаторами этого являются следующие фразы: *they are not pushing policies that are going to further empower other women, it's not just reproductive rights; it's about a whole range of labor, healthcare, economic issues.*

Подфрейм «Family» в политическом дискурсе также различается применительно к мужчинам и женщинам.

Например, главный прокурор штата Иллинойс Лиза Мадиган, восходящая звезда Демократической партии, отказалась от претензий на пост члена сената или губернатора из-за того, что это станет тяжелой ношей для ее молодой семьи:

7. *We have two wonderful little daughters, and I want to be around to see them* [Bellandi 2009].

В аналогичной ситуации, когда С. Пейлин вошла в команду претендента на пост президента США Дж. Маккейна, все озадачились вопросом:

8. *Oh my God, she has five children, how is she going to combine running a campaign and having five kids?* [Bellandi 2009].

Пейлин позднее ушла с поста губернатора не только из-за экономических проблем, но в первую очередь из-за нежелания видеть свою семью объектом насмешек в вечерних комедийных передачах.

Спикер Палаты представителей, избранная от штата Калифорния Н. Пелоси дождалась того, чтобы младшая из ее пяти дочерей перешла в старшие классы, прежде чем баллотироваться в конгресс в 1987 г. [Bellandi 2009].

Прокурор города Чикаго М. Папа справляется с работой, несмотря на обязанности жены и матери 18-летнего сына:

9. *As a working mom myself, I often struggle between the time commitment to be a parent, and a good parent* [Bellandi 2009].

Как видно из этих и других проанализированных нами примеров, в американском обществе семья представляет проблему для женщин-политиков, т. е. подчеркивается, что семьи политиков женского пола страдают от их амбиций. В связи с этим мы выделяем следующий подфрейм нашей фреймовой структуры — «Personal problems».

Ситуация с семьями мужчин-политиков обстоит несколько иначе. Хотя семьи видят их реже, эта ноша представляется героической, и карьерные устремления политика мужского пола поддерживаются обществом.

В качестве примера приведем заголовок статьи с сайта BuffaloNews.com:

10. *Chris Collins profile: Businessman, family man, politician ... and more* [www.buffalonews.com/city/politics/article58330.ece].

Есть и другие примеры:

11. *Can a Progressive Atheist Defeat the Democrats „Family“ Man in NC?* [Jaffe 2001].

12. *A political candidate's family is his greatest source of support, inspiration and constructive criticism on the campaign trail. Making them feel like contributing members of your campaign team — and not just observers on the sidelines — will make your effort more inspired and successful. Just remember: a man's family is far more important than his political career. Make sure you keep your priorities straight* [Treuren 2010].

Данные примеры показывают, что семья для политика-мужчины — это опора, источник вдохновения и показатель успеха. На основе сказанного в нашей фреймовой структуре можно выделить подфрейм «Success».

Сравним динамику гендерного фрейма, вербализуемого в политическом дискурсе, с гендерным фреймом, реконструируемым на основе анализа художественного дискурса (схема 2).

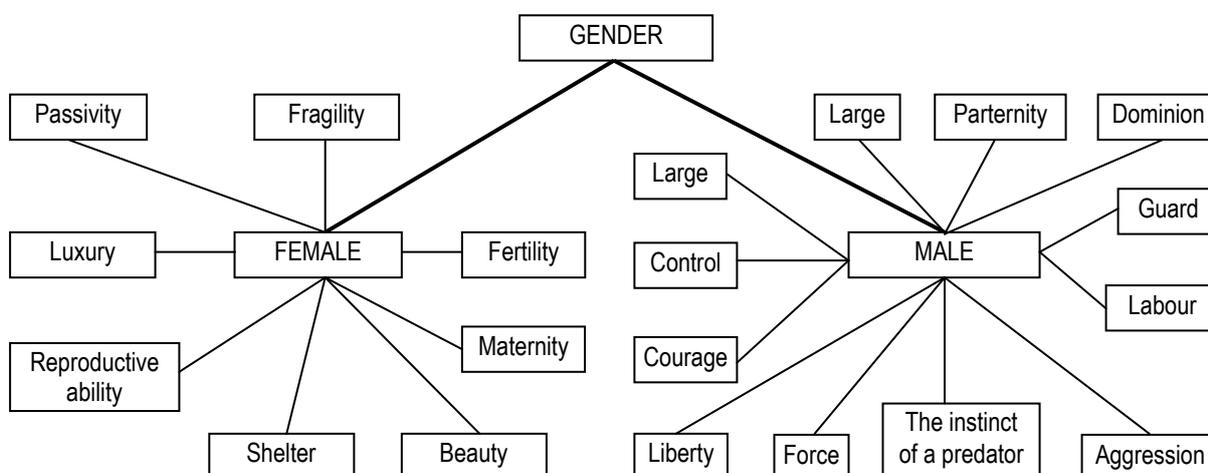


Схема 2. Гендерный фрейм в художественном дискурсе

Сравним данные схемы и покажем основные различия в проявлении категории гендера в рассматриваемых дискурсах.

Начнем с анализа фрейма «FEMALE» и покажем соотношение частотности репрезентации его подфреймов в анализируемых видах дискурса.

Художественный дискурс	Политический дискурс
Maternity (28 %)	Feminism (20 %)
Passivity (17 %)	Perfection (18 %)
Beauty (15 %)	Family (17 %)
Fertility (11 %)	Competition (10 %)
Luxury (10 %)	Problematic (10 %)
Fragility (10 %)	Empowerment (9 %)
Reproductive ability (9 %)	Maternity (8 %)
Shelter (8 %)	Reproductive rights (8 %)

Методом сплошной выборки мы проанализировали около 850 контекстов политического дискурса и обнаружили, что в рамках него для концепта «FEMALE» характерны отличные от художественного дискурса категориальные семантические признаки. Признак *beauty* уже не является обязательным для женщины-политика и, наоборот, ассоциируется преимущественно с феминизмом [См. подробнее: Гусева, 2009; Тоцкая, 2010]. В политическом дискурсе теряют свою значимость и такие категориальные семантические признаки, как *luxury*, *fragility*, *passivity*, *fertility*. Все они являются прототипическими для сущности женщины согласно художественному дискурсу, но как только женщина вступает в политику, они отходят на второй план. Можно сделать вывод о том, что политика как область, в которой доминирует мужской пол, стала характеризоваться с помощью набора качеств, свойственных именно мужчинам: *force*, *courage*, *control*, *aggression*, *liberty*, *dominion*, *the instinct of a predator*. Если женщина вступает в эту сферу, в мужском окружении уже не упоминается о ее «хрупкости» или «пассивности», без которых образ женщины непредставим в художественном дискурсе. Интересным фактом является и то, что в дискурсе женщин женщина-политик рисуется смелой, интеллектуально развитой, деловой, идеальной во всех планах, что и проявилось в процентных показателях подфрейма «Perfection».

Подфрейм «Maternity» не столь актуален для политика женского пола, что вполне ожидаемо, так как у политика очень мало свободного времени на семью.

Если подфрейм «Negative evaluation» проявляется в 10 % нашей выборки из-за негативного отношения к женщинам-политикам, которые считаются, по мнению мужчин, только проблемой в политике, то признак «Competition» негативно оценивается

и самими женщинами. Высказывания и мужчин, и женщин позволяют заключить, что к типичным именно для женщины-политика в английской языковой картине мира относится признак «Reproductive rights».

Показательно, что на первом месте по частотности в подфрейме «FEMALE» в политическом дискурсе находится слот «Feminism». На наш взгляд, феминизм — это своеобразная общественно-политическая позиция, посредством которой женский пол получает свободу и возможность находиться на одном уровне с мужчинами.

Обратимся к анализу фрейма «MALE».

Художественный дискурс	Политический дискурс
Guard (30 %)	Businessman (18 %)
Labour (18 %)	Family (15 %)
Force (16 %)	Guard (18 %)
Courage (12 %)	Power (16 %)
The instinct of a predator (11 %)	Military (13 %)
Control (6 %)	Competition (10 %)
Large (8 %)	Force (10 %)
Liberty (5 %)	
Aggression (5 %)	

В структурах данного фрейма, актуализируемых в художественном и политическом дискурсе, также имеются определенные различия, но не настолько значительные, как у фрейма «FEMALE». Остановимся более подробно на каждом из подфреймов, коррелирующих с категориальными семантическими признаками маскулинности, позволяющими выделить ее в качестве члена маркированной родовой оппозиции в современном английском языке. В политическом дискурсе теряют свою выраженность и сливаются с другими категориальными признаками такие семантические характеристики, как *control*, *courage*, *liberty*, *aggression* и *labour*. Можно сделать вывод о том, что все эти качества для мужчины-политика являются уже не столь обязательными, так как в политике, согласно нашей выборке, преобладают иные прототипические категориальные признаки (*competition*, *businessman*, *family*, *military*, *power*). Мужчина-политик, в отличие от художественного образа мужчины, менее агрессивен, более рассудителен и искусен в финансовых вопросах.

Примечательно и то, что признак *family* довольно частотен для мужчины в политическом дискурсе и характеризует его только с положительной стороны. При этом не принимается во внимание то, что у него может не хватить времени на жену и детей, которые должны служить ему опорой и полностью поддерживать в карьере. Другая важная категория в политическом дискурсе — *military*. Она совмещает в себе такие отме-

чавшиеся в художественном воплощении прототипические черты, как агрессивность, сила и мужество. Данный признак является одним из самых популярных для мужчины-политика как кандидата в президенты, так как показывает его способность принимать ответственные решения и защищать свою страну от врагов.

Сравнительный анализ политического и художественного дискурсов показал, что гендерные фреймы в них имеют следующие характеристики:

а) разветвленную структуру (причем у фрейма «MALE» она включает больше слотов и подслотов);

б) в художественном и политическом дискурсах во фреймах «MALE» и «FEMALE» актуализируются некоторые сходные подфреймы: «Guard» и «Maternity»;

в) в политическом дискурсе во фрейме «MALE» реализуется несвойственный для мужчин в художественном дискурсе подфрейм «Family»;

г) между указанными фреймами имеются различия в количестве подфреймов, слотов и частотности реализации данных когнитивных структур. Приведем данные по количеству слотов:

– в художественном дискурсе:

- фрейм «FEMALE» — 7;
- фрейм «MALE» — 11;

– в политическом дискурсе:

- фрейм «FEMALE» — 8;
- фрейм «MALE» — 7.

Дискурс является исторической правдивой социальной конструкцией для организации и распределения знаний [Правикова 2012]. Поэтому, изучив художественный и политически ориентированный дискурс СМИ, мы можем констатировать, что оппозиционная структура категории рода в современной английской языковой картине мира базируется на динамических знаниях конкретного народа, реализуемых каждый раз в уникальном контексте речевого общения. Репрезентантами оппозиционной структуры категории рода служат рекуррентно реализуемые в дискурсе гендерные стереотипы, свойственные англоязычной ментальности.

В результате исследования выявлены следующие особенности:

– некоторые контексты представлены в обоих видах дискурса (например, возраст, внешность, личные отношения), но в разной степени;

– обязательно реализуются в определенных контекстах следующие характеристики:

- у «FEMALE» — *family, religion, physical attractiveness, danger, feminism, women's liberation*;

- у «MALE» — *power, the military, non-physical attractiveness, family, activities, physical force*;

– характерные оценочные признаки, сопровождающие реализацию гендерных стереотипов в современном англоязычном дискурсе:

- для «FEMALE» — (a) *more often negative* or (b) *focused on notion of beauty*;
- для «MALE» — (a) *balance between positive and negative qualities* or (b) *focus on men's social roles and intellectual qualities*.

Таким образом, считаем, что предложенные гендерные фреймы художественного и политического дискурса демонстрируют гендерные представления носителей американской лингвокультуры. Существование подобных гендерных представлений говорит об оппозиционной структуре и подтверждает то, что категория рода в английском языке имеет семантическую природу.

ЛИТЕРАТУРА

1. Алимуратов О. А. К вопросу о структуре концепта и принципах вербализации его областей // Вестн. Пятигорск. гос. лингвист. ун-та. 2006. № 3. С. 5—16.
2. Алимуратов О. А. Характерные особенности динамики концептосферы индивида // Вестн. Пятигорск. гос. лингвист. ун-та. 2004. № 4. С. 105.
3. Алимуратов О. А., Блинова Д. Е., Раздубев А. В. Фреймовое моделирование языковой картины мира, репрезентируемой в англоязычном детском дискурсе // Вестн. Иркутск. гос. лингвист. ун-та. 2010. № 4. С. 6—13.
4. Алимуратов О. А., Раздубев А. В. Термины-эпонимы в русском и английском подъязыках нанотехнологий: структурно-семантический и гендерный аспекты // Вестн. Пятигорск. гос. лингвист. ун-та. 2011. № 2. С. 157—161.
5. Алимуратов О. А., Чурсин О. В. Когнитивно-фреймовый подход к функционально-семантической характеристике современной английской музыкальной лексики // В мире научных открытий. 2009. № 3-1. С. 21—28.
6. Алимуратов О. А., Чурсин О. В. Фреймовое моделирование специализированного знания и его репрезентация в речи (на материале терминологической музыкальной лексики современного английского языка) // Теоретические и прикладные аспекты изучения речевой деятельности. 2011. № 6. С. 6—27.
7. Гусева М. А. Структура концепта BEAUTY (КРАСОТА), проявляющаяся в ходе его репрезентации средствами современного английского языка: гендерный аспект // Вестн. Пятигорск. гос. лингвист. ун-та. 2009. № 1. С. 102—107.
8. Ибрагимов М. А. Маркированная семантическая родовая оппозиция в современном английском языке // Вестн. Пятигорск. гос. лингвист. ун-та. 2009. № 2. С. 87—92.

9. *Правикова Л. В.* Концепция дискурса и перспективы дискурсного анализа // Вестн. Пятигорск. гос. лингвист. ун-та. 2012. № 1. С. 100—105.

10. *Тоцкая О. В.* Опыт анализа вербализации концепта FEMALE FASHION в современном английском языке // Вестн. Пятигорск. гос. лингвист. ун-та. 2010. № 4. С. 80—84.

11. *Bellandi D.* Moms and politics: For women politicians, struggle between work, family plays out in public // Associated Press. 15.07.2009. URL: http://www.startribune.com/templates/Print_This_Story?sid=50836247 (дата обращения: 11.12.2012).

12. *Gidengil E., Everitt J.* Metaphors and Misrepresentation: Gendered Mediation in News Coverage of the 1993 Canadian Leaders' Debates // Harvard International Journal of Press / Politics. 1999. № 4. P. 48—65.

13. *Ignatius D. A.* Free-trade agreement with Europe? // The Washington Post. 2012. 5 Dec.

14. *Jaffe S.* Can a Progressive Atheist Defeat the Democrats' "Family" Man in NC? // Religion Dispatches. 06.06.2011. URL: http://www.religiondispatches.org/archive/politics/4815/can_a_progressive_atheist_defeat_the_democrats/'_%22family%22_man_in_nc (дата обращения: 25.11.2012).

15. *Kurtzleben D.* Sarah Palin, Hillary Clinton, Michelle Obama, and Women in Politics. URL: <http://www.usnews.com/opinion/articles/2010/09/30/sarah-palin-hillary-clinton-michelle-obama-and-women-in-politics> (дата обращения: 10.12.2012).

16. *Parker K.* Perry, Cain and a parade of painful moments // The Washington Post. 15.11.2011. URL: http://articles.washingtonpost.com/2011-11-15/opinions/35283971_1_rick-perry-debates-gop-candidates (дата обращения: 10.12.2012).

17. URL: www.buffalonews.com/city/politics/article/58330.ece (дата обращения: 12.12.2012).

Статью рекомендует к публикации д-р филол. наук, проф. О. А. Алимуратов

УДК 7.097+70
ББК Ч603

ГСНТИ 16.21.33

Код ВАК 10.02.19

М. Г. Мартыненко М. G. Martynenkova
Москва, Россия Moscow, Russia

**СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ
ТЕЛЕВИЗИОННЫХ
НОВОСТНЫХ ВЫПУСКОВ**

(русская, английская, французская версии
телеканала «Euronews»)

**COMPARATIVE ANALYSIS OF TV NEWS
(Russian, English and French versions of TV
channel «Euronews»)**

Аннотация. Политика и политическая деятельность многообразно отражаются в языке средств массовой информации. В статье рассмотрены понятия «политический дискурс» и «телевизионный дискурс» и проанализировано новостное преподнесение событий на разных языках. Анализ политических новостей канала Euronews позволил проследить тенденции в преподнесении новостного материала в нескольких странах.

Ключевые слова: политический дискурс; телевизионный дискурс; поликодовый текст; нелинейный текст; коды.

Сведения об авторе: Мартыненко Марианна Геннадьевна, аспирант кафедры теоретической и прикладной лингвистики, Институт иностранных языков, Московский городской педагогический университет.

Место работы: Центр развития карьеры, Московский городской педагогический университет.

Контактная информация: 129226, г. Москва, ул. Краснодонская, д. 55, к. 304.
e-mail: mageza@mail.ru.

Abstract. Politics and political activity are reflected in the language of mass media. Such notions as “political discourse”, “TV discourse” are discussed in the article; presentation of news in different languages is analysed. Analysis of political news of the channel “Euronews” made it possible to reveal the tendencies in news presentation in several countries.

Key words: political discourse; TV discourse; polycode discourse; non-linear text; codes.

About the author: Martynenkova Marianna Genadievna, Post-graduate Student of the Chair of Theoretical and Applied Linguistics, Institute of Foreign Languages, Moscow City Pedagogical University.

Place of employment: Center of Career Development, Moscow City Pedagogical University.

Политика, политическая деятельность многообразно отражается в языке средств массовой информации: «Политика в основном есть та сфера жизни, в которую „погружены“ тексты массмедиа» [Луман 2012]. В самом общем виде можно сказать, что именно политика обуславливает социально-оценочный характер языка СМИ, что определяет как общий его стилистический облик, так и его природу, направленность, выбор слова. Это язык, предназначенный для информирования и оценки общественно-политических реалий. В этом плане при обширном, тематически неисчерпаемом диапазоне он един — объединяется в первую очередь своей общей функцией. Однако применительно к сферам его распространения, если иметь в виду политический аспект (внутренняя политика, внешняя и т. д.), общая его функция дифференцируется, конкретизируется, приобретает дополнительные стилистические качества.

Язык политики представляет собой систему коммуникативных средств кодирования политической информации, провоцирования политических действий и управления ими. Язык не только репрезентирует политику, он сам есть политика. А. Н. Баранов определя-

ет политический дискурс как «особую знаковую систему, предназначенную именно для политической коммуникации: для выработки общественного консенсуса, принятия и обоснования политических и социально-политических решений» [Баранов 1991].

Современный мир диктует свои условия для существования и развития политического дискурса. Развитие интернет-технологий, влияющее на скорость информации и происходящие в мире процессы глобализации, отразилось, например, в вещании международного телеканала «Евроьюс» (этот ежедневный круглосуточный информационный телеканал совмещает видеохронику мировых событий и аудиокomentarий на одиннадцати языках).

Для анализа взята одна из новостей телеканала, представленная в русской, английской и французской версиях: «ЕС жмет на Сирию вне СБ ООН после вето России и КНР», «EU tightens sanctions on Assad's Syria» (ЕС ужесточает санкции в отношении Сирии Асада), «Syrie: les Européens s'engagent à mieux veiller à l'embargo sur les armes» (Сирия: европейцы вводят более эффективное эмбарго на поставки оружия). Из заголовков видно, что в русскоязычной новости упор

делается на попытку стран ЕС обойти вето, наложенное Россией и КНР, в то время как англоязычная и франкоязычная версии уделяют внимание усилению мер безопасности.

Общая структура новости включает в себя вступительную часть, комментарии экспертов — министра иностранных дел Великобритании Уильяма Хейга и верховного представителя по иностранным делам Кэтрин Эштон и непосредственно новости о замораживании активов 26 сирийских граждан.

Проанализируем новостной контент с семиотической точки зрения. В семиотическом отношении телевизионный дискурс является полиструктурным, использующим знаковые коды иных систем: театра, кино, живописи, фольклора, массовой культуры, разговорной речи. Различные структуры, применяемые в новостных программах, являются тесно взаимосвязанными, дополняют и усиливают воздействие друг друга. Так, телевизионный дискурс представляет собой совокупность взаимодействующих компонентов [Русакова 2008], в которую входят:

- текстовые коды: подписи, бегущая строка, текстовые комментарии (в рассмотренном случае эти элементы отсутствуют);
- звуковые коды: звуковое оформление новостей, сопровождающие видеосюжетом звуки (в рассмотренном новостном примере заметна разница между англоязычным вариантом, представляющим непосредственное воспроизведение прямой речи, и косвенными переводами русского и французского вариантов);
- визуальные коды: оформление студии, заставка, «картинка» сюжетов.

Видеоматериалы рассмотренной новости в сравнении с текстовой информацией представляют события более позитивно. Так, на экране во время описания ужесточения сирийского режима показан двор, в который заезжают автомобили министров иностранных дел Евросоюза, и следование представителей Евросоюза по «красной дорожке» в зал заседания. Отсутствие «картинки» военных действий позволяет избежать драматизации, делает сюжет нейтрально-информативным.

В рассмотренном случае видеосопровождение новости (визуальные коды) одинаково для трех стран, но тексты подводки различаются;

- вербальные коды: речь ведущего, журналистов, комментаторов, героев сюжетов, интонации.

В англоязычной версии представлена прямая речь Кэтрин Эштон и Уильяма Хейга, в русско- и франкоязычных версиях на картинку наложена косвенная речь, являющаяся

нейтральным вариантом цитат. Например, в английском варианте присутствуют достаточно агрессивные по отношению к России высказывания министра иностранных дел Уильяма Хейга, которые в русском варианте даются в более нейтральном формате: *British Foreign Secretary William Hague said he was „disappointed and appalled“ by Russia and China vetoing a tough new UN resolution against the Syrian government at the Security Council.* / Министр иностранных дел Великобритании Уильям Хейг сказал, что он был „разочарован и потрясен“ наложенным Россией и Китаем вето на новую резолюцию ООН против сирийского правительства в Совете Безопасности (буквальный перевод). В русском варианте новости звучит другой текст: *Но мы также усиливаем санкции, больше поддерживаем оппозицию, министр иностранных дел Великобритании дал понять, что Евросоюзу, возможно, придется действовать в обход ООН после того, как Россия и Китай наложили вето на жесткую резолюцию.* Здесь очевидна попытка нивелировать с помощью слова «возможно» резкие высказывания У. Хейга, кроме того, «разочарован и потрясен» заменено на коннотационно нейтральное «дал понять».

Только в англоязычном варианте новости процитировано высказывание У. Хейга, оспаривающее позиции России и Китая: *“I think that events over the weekend including the escalating death toll and the spreading of violence to other parts of Syria show how necessary that resolution was”.* he told reporters. / „Я думаю, что события в минувшие выходные, побуждающие к распространению насилия в Сирии, показали, как необходимо введение этой резолюции“, — заявил он журналистам.

Французский вариант также не содержит экспрессивной оценки позиции России и Китая. Во франкоязычном варианте представлен вариант без цитаты У. Хейга: *Après trois vétos de la Russie et de la Chine au Conseil de sécurité, la plupart des capitales européennes envisagent d'autres voies pour pousser le régime vers la sortie.* / После трех вето, наложенных Россией и Китаем в Совете Безопасности, большинство европейских столиц рассматривают другие способы, чтобы ввести резолюцию.

Заметим, что во всех трех вариантах текста отражено нейтральное отношение к достаточно необычной с точки зрения дипломатии ситуации «обхода резолюции ООН».

Он добавил, что пока лучше всего защитите жизни миллионов мирных сирийцев

служит план Кофи Аннана. „Он должен оставаться на столе, — сказал Уильям Хейг о плане спецпосланника ООН. — Доставляем гуманитарную помощь. И нам придется активизировать нашу работу вне Совета Безопасности ООН“.

Le plan Annan doit rester sur la table et nous devons continuer à soutenir le travail de Kofi Annan, mais de plus en plus, nous agissons aussi parallèlement, en intensifiant les sanctions, en soutenant davantage l'opposition, en fournissant plus d'aide humanitaire et nous devons intensifier notre travail en dehors du cadre du Conseil de sécurité », a pour sa part expliqué le ministre britannique des Affaires étrangères William Hague. / „План Аннана должен оставаться на столе, и мы должны продолжать поддерживать его работу. Однако также мы должны действовать параллельно, вводя новые санкции, поддерживая оппозицию, предоставляя гуманитарную помощь. Поэтому мы активизируем нашу работу вне рамок Совета Безопасности“, — со своей стороны заявил министр иностранных дел Великобритании Уильям Хейг.

Варианты выступления Кэтрин Эштон в английской, французской и русской версиях практически идентичны. Это может говорить о нейтральности ее высказывания, которое не ущемляет дипломатических интересов ни одной из представленных стран:

„Мы будем продолжать применение нашего режима санкций, — сказала Кэтрин Эштон. — Мы получаем возможность останавливать и проверять любой груз, направленный в Сирию. Надеюсь, что эта мера будет эффективной. Важно продолжать санкции, и очень важно продолжать политический процесс“.

“It is important to carry on the sanctions and it is very important to carry on with the political process”, said Catherine Ashton, the EU’s High Representative for Foreign Affairs. It is the 17th time that the EU has slapped sanctions on Syria since the uprising against the Assad family’s four decade rule began last year. / „Важно продолжать исполнение санкций, и очень важно продолжать политический процесс“, — сказала Кэтрин Эштон, верховный представитель ЕС по иностранным делам. Введение санкций ЕС в отношении Сирии происходит семнадцатый раз. Восстания против четырех декад правления семьи Асада начались в прошлом году.

„Nous allons poursuivre notre régime de sanctions. Nous avons introduit une nouvelle capacité qui est de pouvoir arrêter et contrôler ce qui est envoyé en Syrie, d’inspecter les cargaisons. J’espère que ce sera efficace. Il est

important de maintenir les sanctions et il est très important de poursuivre le processus politique“, a déclaré la chef de la diplomatie européenne Catherine Ashton. / „Мы будем продолжать проводить режим санкций. Сейчас мы имеем возможность контролировать грузы, отправляемые в Сирию. Я надеюсь, что это будет эффективно. Поддержание санкций важно для продолжения политического процесса“, — сказала глава европейской дипломатии Кэтрин Эштон.

Проанализируем вступительную часть новостей:

Министры иностранных дел Евросоюза обсуждают на встрече в Брюсселе дальнейшее ужесточение мер против Сирии. ЕС намерен не допускать поставок оружия правительству Башара Асада через свое пространство. Для этого, как сообщила верховный представитель по иностранным делам, согласуется процедура досмотра воздушных и морских судов.

EU foreign ministers agreed on Monday to tighten sanctions on Syria, further upping the pressure on President Bashar Assad’s regime. The 27-member bloc’s existing arms embargo will be enforced with new requirements to search airplanes and ships suspected of carrying weapons into Syria. / Министры иностранных дел ЕС в понедельник решили ужесточить санкции в отношении Сирии, усилив давление на режим президента Башара Асада. 27 членов блока вводят новые меры по досмотру самолетов и кораблей, подозреваемых в перевозке оружия в Сирию.

Nouveau tour de vis de l’Union européenne contre le régime syrien. Cette fois, il s’agit de veiller à l’application de l’embargo sur les armes. Les 27 devront inspecter les bateaux dans leurs ports et leurs eaux territoriales lorsqu’ils auront des soupçons. La mesure vaut aussi dans les aéroports. / Новый поворот в деле Европейского союза против сирийского режима. На этот раз — для обеспечения эмбарго на поставку оружия. В случае подозрений будет проводиться досмотр судов в портах и территориальных водах. Эта мера также относится к аэропортам.

В русскоязычном варианте говорится об усилении мер против Сирии, в то время как в англоязычном — о давлении на президента Сирии Башара Асада. При этом наиболее эмоционально выраженным представляется франкоязычный вариант: «новый поворот в деле...», «на этот раз...». Тексты российского и английского телеканала представляют информацию нейтрально.

Основное содержание новости в русскоязычном, англоязычном и франкоязыч-

ном вариантах также разнятся:

В очередном, 17-м пакете санкций еще 26-ти сирийским лицам и трем ведомствам запрещен въезд в ЕС, их активы в Европе замораживаются. До сих пор в „черный список“ входили 129 представителей руководства Сирии, включая самого Асада и членов его семьи. Кроме того, могут быть заморожены счета сирийских силовых ведомств в европейских банках.

The 27 countries also imposed asset freezes and travel bans on a further 26 people, and banned EU companies from doing business with three more Syrian firms. / 27 стран также заморозили активы и ввели запрет на поездки еще 26 человек. Также получен запрет на ведение дел с тремя сирийскими компаниями.

La liste noire européenne des personnes interdites de visa et des avoirs gelés a aussi été rallongée. Elle compte désormais 26 noms et trois sociétés supplémentaires. Les Européens en sont convaincus, le temps est compté pour Bachar el-Assad. / Черный список ЕС представляет собой расширенный запрет на выдачу виз и замораживание активов. В настоящее время в списке 26 имен и три дополнительные компании. Европейцы убеждены, что время Башара аль-Асада на исходе.

Наиболее эмоциональным является фрагмент новости на французском языке, включающий возможное отношение европейцев к президенту Сирии. При этом в новости нет ссылок на подобные заявления французских граждан.

Краткая информационная справка о предыдущем вводе санкций представлена только в русскоязычной новости: «Предыдущий, 16-й по счету пакет санкций против Сирии был одобрен главами МИД ЕС 25 июня на встрече в Люксембурге».

Из анализа текстов видно, что французский новостной блок обладает большей экспрессивностью и ярко выраженной оценоч-

ностью: *Nouveau tour de vis de l'Union européenne contre le régime syrien. Cette fois...; Les Européens en sont convaincus, le temps est compté pour Bachar el-Assad*, русскоязычный вариант представлен в наиболее нейтральном виде. Это объясняется тем, что в статье непосредственно затрагиваются интересы России.

В рассмотренных примерах просматривается сложносоставность телевизионного политического дискурса, которая позволяет управлять восприятием аудитории, что является особенно важным при освещении политических событий. Сложносоставность должна учитываться при анализе воздействия дискурса новостей на аудиторию.

ЛИТЕРАТУРА

1. Анисимова Е. Е. Паралингвистика и текст (к проблеме креолизованных и гибридных текстов) // Вопросы языкознания. 1992. № 1. С. 71—78.
2. Баранов А. Н., Караулов Ю. Н. Русская политическая метафора (материалы к словарю). — М., 1991.
3. Лотман М. Ю. Текст в тексте // Труды по знаковым системам. XIV. — Тарту, 1981. С. 3—18. (Ученые записки Тартуского гос. ун-та; вып. 567).
4. Луман Н. Реальность массмедиа. — Канон+РООИ «Реабилитация», 2012.
5. Русакова О. Ф., Русаков В. М. PR-Дискурс: теоретико-методологический анализ / Ин-т философии и права УрО РАН, Ин-т междунар. связей. — Екатеринбург, 2008.

ИСТОЧНИКИ

6. ЕС жмет на Сирию вне СБ ООН после вето России и КНР. URL: <http://ru.euronews.com/2012/07/23/eu-tightens-sanctions-on-assad-s-syria/>.
7. EU tightens sanctions on Assad's Syria. URL: <http://euronews.com/2012/07/23/eu-tightens-sanctions-on-assad-s-syria/>.
8. Syrie : les Européens s'engagent à mieux veiller à l'embargo sur les armes // URL: <http://fr.euronews.com/2012/07/23/eu-tightens-sanctions-on-assad-s-syria/>.

Статью рекомендует к публикации д-р филол. наук, проф. Е. Г. Борисова

УДК 321+7.032+81'0
ББК Ч112.232

ГСНТИ 16.21.27; 16.21.49

Код ВАК 10.02.19

К. Д. Наумов K. D. Naumov
Саратов, Россия Saratov, Russia

**АНТИЧНАЯ ТРАДИЦИЯ
КАК ИСТОЧНИК ФОРМИРОВАНИЯ
РУССКИХ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ
И ИХ РОЛЬ В СОВРЕМЕННОМ
ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ**

Аннотация. Рассматривается специфика функционирования в политическом дискурсе фразеологизмов, восходящих к античной культурной традиции. Сделан вывод о том, что главным фактором продуктивности конкретных фразеологизмов в газетных текстах политической тематики является их внутренняя форма, семантика; античная культурная традиция может обыгрываться журналистами в идеологических и экспрессивно-оценочных целях.

Ключевые слова: фразеологизм; картина мира; внутренняя форма; политический дискурс.

Сведения об авторе: Наумов Клим Дмитриевич, аспирант кафедры теории, истории языка и прикладной лингвистики.

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

Контактная информация: 410012, г. Саратов, ул. Астраханская, 83, 11 корп. СГУ, ауд. 207.
e-mail: klimenty@inbox.ru.

**ANCIENT TRADITION
AS A SOURCE OF FORMATION
OF RUSSIAN PHRASEOLOGICAL UNITS
AND THEIR ROLE IN MODERN
POLITICAL DISCOURSE**

Abstract. The article considers specific features of functioning of phraseological units of ancient culture in political discours. The conclusion is made, that the main factors of productivity of the particular phraseological units in newspaper political texts is their internal form, semantics; ancient cultural tradition can be played up by the journalists with the ideological and expressive evaluation purposes.

Key words: phraseological unit; the picture of the world; the internal form; political discourse.

About the author: Naumov Klim Dmitrievich, Post-graduate Student of the Chair of Language Theory, History and Applied Linguistics.

Place of employment: Saratov State University named after N. G. Chernyshevsky.

В последние годы в рамках фразеологии получило развитие новое направление — антропологическая, или интерпретирующая фразеология [Акинжелова 2008; Бабушкин 1996; Баранов, Добровольский 2008; Воркачев 2010; Золотых 2006; Телия 1996], сосредоточенная на дискурсивно-когнитивной интерпретации формирования семантики фразеологических единиц (далее ФЕ) и их функционирования в речи [Алефиренко 2008: 23]. Данное направление включается в общую проблемную область исследования языковой картины мира.

Однако функционирование любого типа знаков, в том числе фразеологических, во многом зависит от типа дискурса. Политический дискурс (в частности, в газетных СМИ) относится к наиболее продуктивным в современной российской языковой ситуации [Будаев 2011; Красильникова, Чудинов 2007; Шейгал 2004; Чудинов 2006; 2011]. Фразеологизмы активно используются в газетных СМИ политической направленности [Алипулатов 1998; Гусейнова 1997; Зеленов 2009; Макушева 2009]. В свете этого нам показалось теоретически значимым проследить особенности функционирования в данной разновидности политического дискурса одного из традиционных видов ФЕ, а именно идиом, внутренняя форма которых ориентирована на античную мифологию.

Как показал анализ лексикографических материалов [Алефиренко, Золотых 2008; Бирих 2005; Молотков 1978; Словарь-тезаурус 2007; Телия 2006; Тихонов 2004; Яранцева 2001], античная мифология как источник формирования фразеологизмов занимает важное место в русской идиоматике (164 ФЕ). Данные единицы имеют определенную специфику, поскольку их формирование, хотя и основано на сакральных представлениях, обусловлено не этнической традицией, не господствующей религией, а культурным влиянием античного наследия (через посредство античной и европейской литературы и искусства) на русский язык и культуру в целом.

По тематическому принципу внутри исследуемого класса ФЕ можно выделить несколько взаимосвязанных и пересекающихся тематических групп.

Так, наиболее активно при формировании ФЕ используются члены тематической группы «**Античные боги**» (64 ФЕ, или 39,02 % всех единиц), в частности имена богов (*Зевс-громовержец; танталовы мук*), косвенная отсылка к богам — через синекдоху (например, через описание типичного атрибута-артефакта), метонимию, перифразу (например, через номинацию отдельного действия, признака, связываемого в мифе с действующим лицом — богом), че-

рез указание на конкретное мифологическое событие (*под эгидой*: в древнегреческой мифологии эгида — щит верховного божества Зевса. Его владельцем была и Афина, богиня мудрости и войны. Затем эгидой стали называть щит вообще; *золотой дождь*: выражение связано с древнегреческим мифом о Зевсе. Пленившись красотой Данаи, дочери аргосского царя, Зевс проник к ней в виде золотого дождя). Показательно, что наиболее востребованными как источник идиоматизации оказываются не верховные боги Олимпа, а, с одной стороны, боги любви, семьи, веселья и вина, с другой — правосудия, судьбы и удачи (*жрица Венеры; венерин пояс; стрела Купидона; узы Гименя; быть под Бахусом; поклоняться Бахусу/Вакху; поклонник Бахуса/Вакха; возлияния Вакху; слепой рок; храм Фемиды; Фортуна улыбнулась; бросить на чашу весов*).

Второй по продуктивности оказывается тематическая группа **«Античные мифологические герои»** (45 ФЕ, или 27,44 % единиц). Во внутренней форме идиом содержится отсылка к наиболее известным героям и событиям, например к подвигам Геракла, или Геркулеса (*Геркулесов труд; авгиевы конюшни*), подвигам Тезея (*нить Ариадны; путеводная нить*), Троянской войне и приключениям Одиссея (*ахиллесова пята; уязвимое место; троянский конь; дары данайцев; труд Пенелопы*); походу аргонавтов за золотым руном (*золотое руно*). Регулярно при формировании ФЕ используют мифы, в которых содержится указание на бесконечный и безрезультатный труд (*бочка данаид; сизифов труд*), сложные и опасные ситуации.

В ряде случаев один миф порождают цепь ФЕ, в которых ситуация обыгрывается с разных сторон. Например, древнегреческий миф о дамокловом мече (царь Сиракуз, Дионисий Старший, во время пира посадил Дамокла, позавидовавшего его царскому сану, на свой трон. Тогда Дамокл и увидел над головой меч, висящий на конском волосе, и понял, что счастливая жизнь царя всегда сопряжена со смертельной опасностью) становится источником многих идиом (ср.: *дамоклов меч; висеть как дамоклов меч (дамкловым мечом); под дамокловым мечом быть (работать); висеть / повиснуть (держаться) на волоске; <быть, находиться> на волоске (на волосок) от войны, ссоры, опасности*).

Третьей по продуктивности оказывается тематическая группа **«Античные мифологические зооморфные и зоантропоморфные существа»** (24 ФЕ, или 14,63 %). Эти образы, как правило, фигурируют не самостоятельно, а как элемент ситуаций, свя-

занных с мифами о богах, героях, историко-мифологических событиях. Чаще других используются образы мифических существ, с которыми встречаются Геракл, Тезей, Ясон, Одиссей, Эдип, Кадем. Целая группа ФЕ имеет своим источником мифического крылатого коня бога Аполлона — Пегаса (ср.: *ездить на Пегасе; оседлать Пегаса / своего любимого конька; сесть на любимого конька; любимый конёк*). Аналогичная картина наблюдается с мифической козой Амалфеей, вскормившей своим молоком Зевса (ср.: *Амалтеин (Амалфеин) рог; рог изобилия; как из рога изобилия*). Популярны в русской идиоматике также сирена, фурия, Аргус, птица Феникс. В целом востребованными оказываются либо образы страшных и опасных чудовищ, либо животных, наделенных особыми свойствами и способных к преобразению (ср.: *Лернейская гидра; душисть гидру; взгляд Медузы; загадка сфинкса; драконово семя*).

Тематическая группа **«Античное мифологическое мироздание»** менее регулярно отражено в русских ФЕ (21 ФЕ, или 12,8 %). В основном это мифологические топонимы и антропонимы, связанные с определенными мифологическими событиями (ср.: *Геркулесовы столпы* — Геракл (Геркулес) в одном из 12 подвигов, достигнув Тартесса, поставил на берегах две каменные стелы — Геркулесовы столпы (по другому варианту — раздвинул закрывавшие выход в океан горы, создав Гибралтарский пролив)). Часть таких географических номинаций остается внутри мифологической системы, другие закрепляются в качестве европейских географических названий (ср.: *Кастальские воды* — ручей у горы Парнас, в который бросилась нимфа Касталия, отвергнув любовь Аполлона; был наделен богом вдохновляющей силой: кто пил из него, приобретал поэтический дар; *Млечный Путь* — Млечный Путь произошел из струи молока, брызнувшей на небо из груди Геры).

Фиксируется и обратное явление: реальные географические объекты Древней Греции в мифологической системе (и ФЕ) связываются с определенными мифологическими образами, например гора Олимп — с олимпийскими богами, гора Парнас — с Аполлоном, гора Геликон — с музами (ср.: *олимпийское спокойствие; взлетать на Геликон; взойти на Парнас*).

В целом мифологическое представление о мироздании, складывающееся из следующих элементов: плоская земля как место обитание живых людей; купол неба с эмпиреями — верхней частью, где обитают боги, — Елисейскими полями, где обитают души пра-

ведников; подземный мир — царство теней (умерших душ), в которое попадают через реку Лета; бездонная пропасть Тартар, куда Зевс сбросил восставших титанов и куда попадают другие ослушники, — достаточно последовательно отражено в русской идиоматике, ср.: *царство теней; елисейские поля; как с неба свалился; кануть в Лету; витать в эмпиреях; Всё летит в тартарары; проваливаться в тартарары*. Это же относится к древнему египетскому представлению, закрепившемуся в античности, о целостности жизни человека и космоса: *родиться под счастливой звездой; верить в свою звезду; его звезда закатилась*.

ФЕ с членами тематической группы «**Античные культы**» весьма немногочисленны (10 ФЕ, или 6,1 %). Эти единицы, например, отражают культ Изиды, древнеегипетской богини, особо почитаемой и в Древнем Риме: ее статуя в храме прикрывалась тканью, и никто не смел прикоснуться к покрывалу, пока богиня сама не совлечет его (ср.: *приоткрыть завесу над чем-л.; опустить завесу над чем-л.; покрывало Изиды*). Некоторые ФЕ содержат указания на жрецов, оракулов, храмы, культовые песнопения (ср.: *Дельфийский оракул; петь дифирамбы; улыбка авгуров; афинские вечера*).

Итак, античные сакральные представления отражены во внутренней форме достаточно большого числа ФЕ; их тематика, как и семантика ФЕ, весьма разнообразна. Многие из фразеологизмов относятся к числу книжных и/или устаревших, поэтому их функционирование в любом современном дискурсе будет ограничено.

Как показал анализ газетного подкорпуса «Национального корпуса русского языка» за 2003—2012 гг., в СМИ не фиксируются многие из устаревших ФЕ, в том числе и те, семантика которых связана с социально-экономической и политической тематикой (ср.: **Жезл Меркурия**. *Книжн. Устар.* Торговля, умение торговать).

Практически не используются в газетном политическом дискурсе книжные ФЕ, во внутреннюю форму которых включены мифологические топонимы, антропонимы и специфические реалии, неизвестные или малоизвестные среднему носителю языка (ср.: **Ормузд и Ариман**. *Устар. Книжн.* Доброе и злое начала, добродетель и порок. Ормузд — древнегреческое божество добра, света, источник жизни; Ариман — бог тьмы, смерти, олицетворение зла; **лары и пенаты**. *Книжн. Одобр.* Родной дом, кров; родной очаг; от имен римских богов, которые были покровителями семьи и домашнего очага). Если же такого рода единицы и фиксируются, то их

употребление обычно ограничено ведущими центральными СМИ, текстами культурно-исторической тематики (с соответствующими комментариями), речью журналистов старшего поколения (ср.: *В эпоху Александра I в философии масонства особое звучание получает и идея космополитизма, понимаемая как „гражданство Астреи“ — будущего царства добра и справедливости* [Масонство вчера и сегодня... 2006]; Астрея — богиня справедливости; время ее пребывания на Земле было счастливым, золотым веком, но она покинула землю в железном веке и теперь под именем Девы сияет в созвездии Зодиака; *Хотя головой понимаю, что льгота — это не нектар и амброзия, которой питались олимпийские боги* [Бакушинская 2005]. В древнегреческой мифологии — питье и пища бессмертных).

Безусловно, на функционирование исследуемых ФЕ оказывает большое влияние их семантика. Так, реже всего в политическом газетном дискурсе используются ФЕ, характеризующие предметные реалии, физиологию человека и его эмоциональную сферу: *стрела Купидона; яблоко гесперид*. Если же такого рода единицы и фиксируются, то, как правило, в ироничном контексте в связи со скандальными событиями из личной жизни политических деятелей или с социально-экономическим, политическим осмыслением ситуаций, в которых присутствуют предметные реалии, ср.: *Стрела Амура поразила его сердце пять лет назад, когда Клинтон (тогда еще президент) посетил Кению вместе с дочерью* [Сиснёв. 2005]; *Запретные „плоды Бахуса“ везут на Украину, там разливают в бутылки и уже под видом украинских вин отправляют в Россию* [Бутаев 2006]; *В храме Мельпомены сокращен весь технический персонал. С 1 февраля в Театре Северного флота нет ни дворников, ни уборщиц, ни сотрудников пошивочных цехов — никого, кроме артистов и администрации* [Соловьева 2010].

Самыми востребованными в газетном политическом дискурсе, естественно, оказываются ФЕ (в том числе книжные), семантика которых связана с социально-экономической, политической сферой, а внутренняя форма достаточно прозрачна и не требует специальных познаний в античной мифологии. При этом идиоматика используется преимущественно в иронических контекстах.

Например, «**золотой дождь**» (*Книжн.* О богатстве, больших денежных суммах (обычно — добытых без труда), изобилии, выгоде) фиксируется почти в 150 контекстах, характеризующих социально-экономическое развитие современной России, ее регионов,

а также всего мирового сообщества — при указании либо на несбыточность надежд на успешное социально-экономическое развитие, либо на коррупционную составляющую в таком развитии (ср.: *Зато вполне реально под рассказы о привлечении инвесторов и золотом дожде устроить масштабный распил бюджетных средств* [Неживой 2011]; *Идея премьера включить режим экономии при восстановлении сгоревших деревень и поселков, несомненно, должна охладить пыл некоторых чиновников, строителей и самих пострадавших, решивших, что этот золотой дождь будет бесконтрольным и у них появится шанс на получение необоснованных доходов* [Радько 2010]).

Аналогичная тенденция наблюдается при функционировании в газетных СМИ ФЕ из политической, культурно-исторической, идеологической тематической сферы. Например, «**золотой век**» (Книжн. 1. О времени наивысшего расцвета науки и культуры в жизни какого-л. народа. 2. О самом лучшем периоде жизни человека) фиксируется более чем в 300 контекстах, но только при указании либо на безвозвратно ушедшее прошлое и недостижимое будущее, либо на сомнительную ценность анализируемого социально-политического, культурно-исторического явления (ср.: *Золотой век нефтянки на исходе. Эксперты дают отрасли еще лет 10—15, после чего запасы углеводородов потеряют свою стратегическую ценность* [Кондратьев. 2011]; *Цель — переделать весь мир, установить „золотой век“!* [Черных. 2011]; *Экономика обещает женщинам — золотой век, а „сильному полу“ — роль нянечек и домохозяек, страдающих от депрессии* [Усов 2011]; *Мог бы выступить бывший мэр Г. Х. Попов, присоединившийся к дискуссиям по докладу ИНСОР о золотом веке в России с конца 1991-го по октябрь 1993 г.* [Соколов 2010]).

В ряде случаев семантика исследуемых ФЕ в политическом дискурсе подвергается изменениям, ситуативным ограничениям, отражающим систему современных идеологических, политических установок.

Так, идиома «**железный век**» (Книжн. Об очень жестком и суровом времени) фиксируется только по отношению к советской эпохе как времени тоталитаризма и террора (ср.: *К завершению подходит Железный век, век войн и революций* [Писанов 2000]; *Спустя восемь десятилетий, в середине 90-х, здесь, в одном из редакционных кабинетов, часто „зажигали“ поэты „железного века“* [Митрофанов 2006]).

Большинство идиом, характеризующих систему российского или международного

права, используется преимущественно в иронических контекстах, при указании на слабость законодательной базы, несправедливость правосудия, его коррупционность, зависимость от властных структур и идеологических приоритетов (ср.: *Если молодые живут семейной жизнью по обоюдному согласию, то заносить над ними меч правосудия бессмысленно* [Ведерникова 2008]; *О принадлежности к Фемиде говорят лишь висящие перед входом в здание гигантские весы с карающим мечом правосудия посередине* [Чижиков 2004]).

Экспрессивность текста может усиливаться контаминацией нескольких ФЕ из данной сферы, но с разной (часто антонимической или несоотносимой) семантикой, ср.: *Однако, несмотря на все попытки Дамаска сотрудничать со следствием по этому делу, по словам посла, США продолжают обвинять Сирию в совершении этого убийства и „угрожать ей дамокловым мечом международного правосудия“* [Захаров 2008].

Весьма востребованными оказываются исследуемые идиомы при характеристике сложной экономической, политической ситуации в современной России и мире в целом. В этом случае сопоставляется масштаб деятельности античных богов, героев и современных государственных, политических структур и их лидеров — с экспрессивной как положительной, так и отрицательной оценкой (ср.: *Вот и получается, что, поручив С. Иванову расчислить авгиевы конюшни „оборонки“, президент не только забыл дать ему вилы, но и оставил ключи от конюшен в руках человека, похоже, не заинтересованного в том, чтобы кто-то со стороны увидел, что находится внутри* [Шлыков 2005]; *Тогда подробного расследования не проводили, и Авгиевы конюшни чистить так и не собрались* [Хазин 2007]; *Но у Кремля в этой неблагодарной работе (расчислить российские авгиевы конюшни, как известно, еще не удавалось никому) есть вполне разумные приоритеты* [Ворсобин 2007]. Интересно, что отсутствие иронии наиболее типично для самохарактеристики (ср.: *Он напомнил, что ему дважды уже приходилось разгрести „авгиевы конюшни“, которые оставляла после себя госпожа Тимошенко в сфере ТЭК (в 2002 как главе „Нафтогаза“ и в 2006 г.)* [Миссис «газовая война»... 2008]; *И моя задача — расчислить эти Авгиевы конюшни, чтобы тот, кто придет после меня, увидел не проблемы, а четкую систему их решения* [Мэр Черкасс Сергей Одарич... 2008]).

При этом концептуально значимым оказывается тот факт, что самой многочисленной и продуктивной является группа ФЕ, передающих катастрофичность социально-экономической и политической ситуации в России и мире. Аналогия с античной традицией подчеркивает вселенский масштаб и экспрессивную оценку описываемых событий (ср.: *Но сейчас, когда мир катится в тартарары, ему пора действовать по принципу: „иногда лучше думать, чем жевать“* [The New York Times: Буш превратил саммит... 2006]; *Так что все программы борьбы с пьянством — это бездонная бочка* [Кобылкина 2003]; *И за этим вопросом неизбежно встанут тени далекого прошлого, которые когда-то панически, и в целом обосновано боялись „данайцев дары приносящих“* [Рассуждения о будущем Приднестровья... 2006]; *Почему позволяет загонять свои вооруженные силы в прокрустово ложе вчерашней, социалистической принудительной, многолюдной и крайне неэффективной сегодня армии?* [Военно-бюрократический реванш 2006]; *Особенно возмутила куратора нацпроектов коррупция, превращающая работу в сизифов труд* [Полунин 2006]; *Ахиллесовой пятой подобного их плачевного состояния, конечно, остается финансирование, точнее, отсутствие такового* [Полежаева 2000]).

Интересно, что в современных газетных СМИ не менее активно употребляются ФЕ, семантика которых связана с античным восприятием рока — трагической неизбежностью и непреодолимостью судьбы. Такой фатализм часто отражает пессимистический взгляд на развитие страны и мирового сообщества (ср.: *Но колесо Фортуны повернулось в другую сторону: Татарстан не стал претендовать на то, чтобы стать одной из зон, где разрешены азартные игры* [Шлыков 2011]; *Фортуна и здесь была благосклонна к республиканцам — им удалось добавить себе в актив шесть мест* [Воропаев 2010]; *Волатильность на кредитных рынках „будет продолжать висеть над нами как дамоклов меч“, отметил Bloomberg Дитер Винет, один из управляющих фондом размером 50 млрд долл.* [Глазкова 2007]; *ОПЕК неизбежно утратит роль картеля, регулирующего цены на нефть, почетная миссия перейдет к США, они будут раздавать мандаты на царствование союзникам и карать непокорных. Нам какая планида уготована? — С Россией все может решиться автоматически* [Ванденко 2003]; — *Начать реально обрабатывать эту информацию — зна-*

чит открыть ящик Пандоры, поскольку в России почти все иностранные компании работают так же [Петров 2011]; *Ювелирное мастерство требуется от ЦБ, чтобы маневрировать между Сциллой и Харибдой* [Головачев 2004]; *Его звезда закатилась спустя ровно три года, когда в результате „бархатного“ переворота он перестал занимать пост первого лица государства* [Пережившие коммунизм 2006]).

Таким образом, можно констатировать, что в современном газетном политическом дискурсе ФЕ, формирование которых связано с античной сакральной традицией, активно используются для описания современной социально-экономической и политической ситуации в России и мире, а также для ее экспрессивной идеологической оценки.

ЛИТЕРАТУРА

1. Акинжелова О. В. Концепт «Мера» как фрагмент русской языковой картины мира (на материале пословиц, поговорок, фразеологизмов) : автореф. дис. ... канд. филол. наук. — Елец, 2008.
2. Алефиренко Н. Ф. Фразеология в свете современных лингвистических парадигм : моногр. — М. : Элпис, 2008.
3. Алефиренко Н. Ф., Золотых Л. Г. Фразеологический словарь. Культурно-познавательное пространство русской идиоматики. — М. : Элпис, 2008.
4. Алипулатов И. С. Оказиональное использование фразеологических единиц в средствах массовой информации: на материале теле- и газетных текстов 90-х гг. XX в. : дис. ... канд. филол. наук. — Махачкала, 1998.
5. Бабушкин А. П. Типы концептов в лексико-фразеологической семантике языка. — Воронеж : Изд-во Воронеж. гос. ун-та, 1996.
6. Баранов А. Н., Добровольский Д. О. Аспекты теории фразеологии. — М. : Знак, 2008.
7. Бирих А. К. Русская фразеология. Историко-этимологический словарь. — М. : Астрель : АСТ : Люкс, 2005.
8. Будаев Э. В. Гносеологический потенциал метода комбинированной фрагментации политического дискурса // Политическая лингвистика. 2011. Вып. 3 (37). С. 11—17.
9. Воркачев С. Г. Идея справедливости в русских паремиях: сила не в силе, а в правде // Язык и ментальность. — СПб. : Изд-во СПбГУ, 2010. С. 20—28.
10. Гусейнова Т. С. Трансформация фразеологических единиц как способ реализации газетной экспрессии: на материале центральных газет 1990—1996 гг. : дис. ... канд. филол. наук. — Махачкала, 1997.
11. Зеленов А. Н. Фразеологизм в роли газетного заголовка : автореф. дис. ... канд. филол. наук. — Великий Новгород, 2009.
12. Золотых Л. Г. Когнитивно-дискурсивные истоки фразеологических единиц (на материале народных обычаев и обрядов) // Новое в когнитивной лингвистике. — Кемерово : Изд-во Кемер. гос. ун-та, 2006. Вып. 8. С. 194—200.

13. Красильникова Н. А., Чудинов А. П. Десятилетие «Политического дискурса в России» // Политическая лингвистика. 2007. Вып. 3 (23). С. 185—186.

14. Макушева Ж. Н. Национально-культурная специфика образной фразеологической номинации в английском языке (на материале нарратива «Президентские выборы 2004 г.» в американских СМИ) : автореф. дис. ... канд. филол. наук. — Иркутск, 2009.

15. Молотков А. И. [ред.]. Фразеологический словарь русского языка / под ред. А. И. Молоткова. — М. : Русский язык, 1978.

16. Национальный корпус русского языка. URL: <http://www.ruscorgpora.ru/index.html>.

17. Словарь-тезаурус современной русской идиоматики / под ред. А. Н. Баранова, Д. О. Добровольского. — М. : Мир энциклопедий : Аванта+, 2007.

18. Телия В. Н. [ред.]. Большой фразеологический словарь русского языка. Значение. Употребление. Культурологический комментарий / отв. ред. д-р филол. наук В. Н. Телия. — М. : АСТ-ПРЕСС КНИГА, 2006.

19. Телия В. Н. Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты. — М. : Школа «Языки русской культуры», 1996.

20. Тихонов А. Н. [ред.]. Фразеологический словарь современного русского литературного языка : в 2 т. / под ред. А. Н. Тихонова. — М. : Флинта : Наука, 2004.

21. Чудинов А. П. Политическая лингвистика. — М. : Флинта, 2006.

22. Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса. — М. : Гнозис, 2004.

23. Яранцев Р. И. Русская фразеология: словарь-справочник. — М. : Русский язык, 2001.

ИСТОЧНИКИ

24. Бакушинская О. Тихое решение // Комсомольская правда. 2005. 23 янв.

25. Бутаев В. Запрет на некачественное вино результатов не принес // Комсомольская правда. 2006. 13 нояб.

26. Ванденко А. Историк-международник Наталья Нарочницкая: Америка приберегает Россию на десерт // Комсомольская правда. 2003. 14 апр.

27. Ведерникова О. Восьмиклассница из Барнаула готовится стать мамой // Комсомольская правда. 2008. 31 окт.

28. Военно-бюрократический реванш // РИА Новости. 2006. 27 апр.

29. Воробаев В. Америка покраснела // Известия. 2010. 8 нояб.

30. Ворсобин В. За что Путин снимает губернаторов // Комсомольская правда. 2007. 7 авг.

31. Глазкова Т. [пер.]. Credit Suisse легко отделался // РБК Daily. 2007. 2 нояб. URL: <http://www.rbcdaily.ru/world/562949979046294>.

32. Головачев В. Унижение доллара // Труд-7. 2004. 12 окт.

33. Захаров Н. Сирия настаивает на своей непричастности к убийству Рафика Харири // Новый регион 2. 2008. 16 апр.

34. Кобылкина И. Каких мужиков сгубили! // Труд-7. 2003. 4 дек.

35. Кондратьев А. РБК-ТВ. Аналитики: Век нефтянки на исходе, и надо выжать из него по максимуму // РБК Daily. 2011.04.06.

36. Массонство вчера и сегодня: след «вольных камеников» в истории России // РИА «Новости» : сайт. 2006. 23 июня. URL: <http://ria.ru/society/20060623/49943758.html>.

37. Миссис «газовая война» ведет Украину к экономическому кризису // Новый регион 2. 2008. 14 марта.

38. Митрофанов А. 255 метров поэзии и анархии // Труд-7. 2006. 18 февр.

39. Мэр Черкас Сергей Одарич: Верховная Рада может посадить всех градоначальников «на крючок» // Новый регион 2. 2008. 13 февр.

40. Неживой А. Сказки «макеевских менеджеров» // Новый регион 2. 2011. 15 апр.

41. Пережившие коммунизм // РИА Новости. 2006. 28 июля.

42. Петров И. Среди подозреваемых по «делу Daimler» не оказалось чиновников // РБК Daily. 2011. 4 марта.

43. Писанов В. Золотой век начнется уже в сентябре // Труд-7. 2000. 15 июня.

44. Полежаева В. Реконструкция аэропорта «Домодедово»: вымыслы и реальность // Труд-7. 2000. 1 сент.

45. Полунин А. Проекты или прожекты? // Труд-7. 2006. 7 апр.

46. Радько О. В России ограничат помощь погорельцам // Новый регион 2. 2010. 13 авг.

47. Рассуждения о будущем Приднестровья // Новый регион 2. 2006. 2 июня.

48. Сиснёв В. 20 коров за мисс Челси // Труд-7. 2005.08.04.

49. Соколов М. Высокая степень посвящения // Известия. 2010. 2 дек.

50. Соловьева А. Актерам мурманского Театра СФ придется самим мыть пол и продавать билеты? // Комсомольская правда. 2010. 3 февр.

51. Усов А. Ученые США: экономика XXI века не оставит места мужчинам // Новый регион 2. 2011. 3 марта.

52. Хазин М. Паника на рынках // РБК Daily. 2007. 13 авг. URL: <http://www.rbcdaily.ru/politics/562949979049577>.

53. Черных Е. Праздник Первомай нам подкинули темные силы? // Комсомольская правда. 2011. 28 апр.

54. Чижиков М. Катарский суд оставил россиян в живых. За решеткой // Комсомольская правда. 2004. 30 июня.

55. Шлыков В., член Совета по внешней и оборонной политике. Авгиевы конюшни для Сергея Иванова // Известия. 2005. 27 дек.

56. Шлыков К. Моногорода Татарстана превратят в бизнес-инкубаторы // Комсомольская правда. 2011. 22 марта.

57. The New York Times: Буш превратил саммит G8 в кабак // Новый регион 2. 2006. 24 июля.

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

УДК 811.161.1+811.112.2+339.3
ББК У291.3

ГСНТИ 16.21.27; 16.21.33

Код ВАК 10.02.20

Т. А. Печенкина Т. A. Pechenkina
Челябинск, Россия Chelyabinsk, Russia

**ОСОБЕННОСТИ
ЛЕКСИЧЕСКИХ СПОСОБОВ
ОБОЗНАЧЕНИЯ КОЛИЧЕСТВА
В РУССКИХ И НЕМЕЦКИХ
РЕКЛАМНЫХ ТЕКСТАХ**

Аннотация. Рассматриваются центрально-лексический и периферийно-лексический способы презентации количества в российском и немецком рекламном дискурсах как средства создания прагматического эффекта.

Ключевые слова: прагматический эффект; лексический способ; рекламный дискурс; культурологические особенности.

Сведения об авторе: Печенкина Татьяна Александровна, аспирант кафедры общей лингвистики.

Место работы: Южно-Уральский государственный университет (Челябинск).

Контактная информация: 454080, г. Челябинск, пр-т Ленина, 76, к. 223.
e-mail: Erdman20061@yandex.ru.

**PECULIARITIES
OF LEXICAL WAYS
OF DEFINING QUANTITY
IN RUSSIAN AND GERMAN
ADVERTISING TEXTS**

Abstract. Central-lexical and peripheral-lexical ways of presentation of quantity in Russian and German advertising texts are viewed as means of creation of pragmatic effect.

Key words: pragmatic effect; lexical way; advertising discourse; cultural peculiarities.

About the author: Pechenkina Tatiana Aleksandrovna, Post-graduate Student of the Chair of General Linguistics.

Place of employment: South-Ural State University (Chelyabinsk).

pr-t Lenina, 76, k. 223.

Изучая особенности рекламы, Е. В. Медведева отмечает, что «современная реклама преследует цель внушить потребителю желание приобрести товар/услугу, делая основной акцент на каком-либо одном признаке товара и приписывая этому признаку особую ценность» [Медведева 2004: 47]. И в русском, и в немецком рекламных дискурсах акцентирование того или иного свойства товара часто реализуется при помощи включения количественных обозначений. Такие обозначения используются в качестве сильных торговых аргументов, поскольку обладают большой убедительностью. Помимо цифирного способа выражения количественных показателей, существует лексический, который в русских и немецких рекламных текстах включает центрально-лексический и периферийно-лексический варианты. В первом случае используются имена числительные, а во втором — слова иных частей речи. Рассмотрим конкретные разряды числительных, употребляемых в российских и немецких рекламных текстах.

КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ЧИСЛИТЕЛЬНЫЕ

В русском языке именно цифра «1» встречается чаще, чем в немецком, что обусловлено лингвистической разницей между исследуемыми языками. В немецком языке «1» используется чаще в рекламных текстах, построенных на лексическом способе обозначения количества. Это объясняется омонимичностью неопределенного артикля

в немецком языке, который по форме совпадает с числительным: *один* — *ein*, *одна* — *eine*, *одно* — *ein*. Наличие в немецком языке артикля, одной из функций которого является демонстрация определенности/неопределенности, вносит некоторую диффузность в интерпретацию слова «*ein(e)*» перед существительным единственного числа именительного падежа (в некоторых случаях и других падежей), поскольку данное слово можно перевести как «один», «одна», «одно» в случае, если оно употребляется со значением числительного, а можно не переводить, рассматривая его как неопределенный артикль мужского, женского или среднего рода. Таким образом, использование лексической единицы *ein(e)* обуславливает повышение частотности употребления числительного «один» в немецком языке, например: *Ihr Anschluss an die Zukunft! Ein Netz für alles. Mit IP von T-Systems* (Der Spiegel. 2006. № 4); *Mit 15 war ich zum ersten Mal verliebt. In eine Tasche von Prada* (Vogue. 2007. № 8).

В русском языке количественное числительное «один» также встречается в рекламных текстах, но значительно реже: *Одна стирка — и белье просто сияет! Ariel с уникальным пятновыводящим комплексом M-Zim 5.*

Именно семантика слов «один» и «*ein(e)*» обуславливает большую разницу (38 русских и 72 немецких текста) в количественных показателях. Результаты нашего исследования демонстрируют, что все количество упот-

реблений остальных числительных в российском и немецком дискурсах одинаково: *Природная красота двух уникальных стран! Избрав Сингапур и Малайзию целью своего путешествия, Вы объедините две уникальные страны Азии в одно неповторимое целое* (Вокруг света. 2007. № 1 (2796)); *Пять вершин на пути к успеху. Паевые фонды семейства „Лукойл Фонд“* (Я покупаю. 2007. № 04 (05)); *Шесть фантастических миров — и бесконечное количество невероятных изобретений Microsoft game studios* (Домашний очаг. 2009. № 02); *Если эти часы остановятся, вызывайте врача: Вы не двигались семь дней. IWS* (Я покупаю. 2007, март); *Brauchen wir in den nächsten zwei Wochen eigentlich mehr als Shorts und T-Shirts? Nö. Wie erholsam!* (Coolibri. 2006, Aug.); *Accord by Honda Gutes Aussehen zahlt sich aus. Vor allem, wenn es drei Jahre nichts kostet* (Der Spiegel. 2009. № 41); *Fünf Monate Testschlafen (Nein, Du träumst nicht!). Viel mehr als du erwartest. Schlafzimmer von IKEA* (Der Spiegel. 2008. № 7); *Für Familien, wie Sie wirklich sind. Multivan — mit enorm variablem Innenraum. Der Multivan Starline — ist ganz auf Familien eingestellt: bis zu sieben Personen und Gepäck finden auf Wunsch in ihm Platz* (Der Spiegel. 2007. № 5).

ПОРЯДКОВЫЕ ЧИСЛИТЕЛЬНЫЕ

Приведение порядковых числительных в русском и в немецком языках значительно различается. В немецком языке превалирует буквенно-цифровой способ, состоящий в добавлении определенного артикля с последующей цифрой и точкой. Например: *Der 1. Klass, der 5. Monat*. В русском языке копирайтеры отдают предпочтение буквенному обозначению, которое относится к центрально-лексическому способу: *Любовь с „первого“ вклад! Вклад „первый“! Уральский банк Реконструкции и развития* (Телесемь. 2008, 15—21 сент.); *Первый в мире роботизированный пылесос! Electrolux* (Самая. 2008. № 06).

Основными функциями рекламы являются информативная, психологическая и стимулирующая. Рассматривая способы обозначения количества в русских и немецких рекламных текстах, мы пришли к выводу, что данные функции реализуются в презентации двух типов информации: фактуальной и эмотивно-оценочной.

По определению И. Р. Гальперина, содержательно-фактуальная информация текста «содержит сообщения о фактах, событиях, процессах, происходящих, происходивших, которые будут происходить в окружающем нас мире, действительном или вообра-

жаемом» [Гальперин 1981: 35]. Применительно к рекламному тексту мы определяем **фактуальную информацию** количественных обозначений как систему оповещения потенциального потребителя о качествах и свойствах предлагаемых товаров и услуг. **Эмотивно-оценочная информация** — способности эмоционально-психологического воздействия на восприятие рекламного текста. Анализ русских и немецких рекламных текстов, включающих порядковые и количественные числительные, продемонстрировал, что количественные числительные как в русских, так и в немецких рекламных текстах используются для предоставления фактуальной информации, порядковые — эмотивно-оценочной.

В рекламных текстах в большинстве случаев порядковое числительное «первый» не предоставляет фактуальной информации, т. е. не информирует потенциального потребителя о качествах и свойствах самого товара или услуги. Как правило, порядковое числительное «первый» включается в текст для усиления экспрессивности, для придания ему красочности и привлечения внимания потребителя именно к этому рекламному сообщению. Например, реклама автомобиля (*LEXUS: Первый в мире внедорожник с гибридным приводом* (Men's Health. 2007. № 05)) не несет никакой содержательной информации об автомобиле, которая могла бы быть значимой для знатоков машин. Из подобной рекламы автолюбители или потенциальные покупатели не могут сделать вывод, чем именно рекламируемый автомобиль выгодно отличается от других. Лексема «первый» отнюдь не всегда означает «лучший», однако эмоционально данное порядковое числительное может интерпретироваться как прилагательное, позиционирующее данную марку как самую лучшую: *Ford mondeo: Создан быть первым!* (однако такое заявление не означает, что он действительно первый.)

Немецкая реклама крема (*BioRepair: Die erste Biorepair-Zahncreme, die den fortschreitenden Abbau unserer Zähne stoppen kann* (Der Spiegel. 2009. Nr. 25)) не позволяет потребителю узнать что-то конкретное об этой зубной пасте: ни ее цену, ни ингредиенты.

Следует отметить, что в вышеприведенных примерах эксплуатируется многозначность порядкового числительного «первый», одно из значений которого — «первый по порядку» (порядковое значение), а другое — «лучший» (оценочное значение). Эти значения демоснтрируют два разных параметра сравнения — порядок следования и качество. Очевидно, что именно в рекламном тек-

сте более вероятно появление оценочного значения, его ждут потенциальные покупатели. Однако рекламодателям нелегко обосновать правомерность утверждения превосходства, поэтому слово «первый» употребляется в порядковом значении. Однако используют его в таком контексте, который провоцирует и другую, оценочную интерпретацию (типичная манипуляция с параметром сравнения), например: *Die erste Biorepair-Zahncreme, die den fortschreitenden Abbau unserer Zähne stoppen kann* (самая хорошая зубная паста или первая по появлению?).

И русская, и немецкая реклама включает порядковое числительное «первый» / *die erste*, используя коннотативный компонент его семантики «первый — значит лучший» как оценочный компонент с элементом психологического воздействия и подталкивания к покупке. Коннотативный компонент «первый — значит лучший» обладает интенсивной эмоционально-экспрессивной окраской.

Помимо порядкового числительного *первый/erste*, в русских рекламных текстах выделены примеры с другими порядковыми числительными: *Третья вещь в подарок! Sunieli* (Hello. 2008. № 6); *Найди второй суши-ресторан и получи дисконтную карту. SAO TAO* (Выбирай. 2009, июнь); *Пятый вкус: невозможно описать, нельзя забыть ... Планета суши* (Караван. 2009. № 4).

В немецком языке рекламные тексты с порядковыми числительными, представленными центрально-лексическим способом, обнаружены не были.

СЛОВА ИНЫХ ЧАСТЕЙ РЕЧИ, ОБРАЗОВАННЫЕ ОТ ЧИСЛИТЕЛЬНЫХ

Специфика рекламных текстов с количественными наречиями заключается в том, что они, как правило, несут основную смысловую нагрузку. В этом случае для рекламы характерно появление предельного значения.

И в российской, и в немецкой рекламе встречаются наречия *впервые / einmal, mal, zum ersten Mal* и *дважды/zweimal*, образованные от соответствующих числительных (14 русскоязычных и 19 немецкоязычных текстов), например: *Инновация: Впервые волосы восстановлены на клеточном уровне. Schwarzkopf* (Домашний очаг. 2008, февр.); *„Einmal schneller sein als andere.“ Jeder Mensch hat das ihn antreibt. Wir machen den Weg frei. Raiffeisenbanken* (Der Spiegel. 2009. № 15); *Schon mal CIVIC gefahren?* (Der Spiegel. 2006. № 44); *Mit 15 war ich zum ersten Mal verliebt. In eine Tasche von Prada* (Vogue. 2007. № 8); *Дважды соблазнительны ароматы для нее и для него. Тотту Хил-*

figer (Men's Health. 2006. № 06).

Наречие *dreimal* в немецком рекламном тексте встречается только единожды: *Wir destillieren unseren Whiskey nicht einmal, nicht zweimal, sondern DREIMAL. Denn nur so entsteht der besonders weiche und runde Charakter von Tullamore Dew* (Der Spiegel. 2007. № 5).

И в русской, и в немецкой рекламе встречается прилагательное *двойной/doppelt*: *Двойной результат без лишних усилий. Бытовая техника. Безупречно. Bosch* (Men's Health. 2006. № 06); *Волюм Шокине: Двойная тушь конструктор объёма* (Cosmopolitan. 2006, нояб.); *Keine Angst, Sie sehen nicht doppelt. Volkswagen feiert den ersten Gesamtsieg bei der Rallye Dakar 2009. Und dass dieser Doppelsieg erstmals mit zwei Turbodieseln eingefahren wurde, freut uns umso mehr* (Der Spiegel. 2009. № 5).

Наличие наречий, образованных от соответствующих числительных, является чертой рекламы, характерной для обоих дискурсов. Однако в русском языке периферийно-лексической способ представлен большим количеством примеров. Это различие мы объясняем тем, что в немецком языке не были обнаружены рекламные тексты, включающие в качестве обозначения количества существительные или прилагательные, образованные от числительных. В русском языке такие случаи встречаются: *Выглядеть моложе, чем на фотографии пятилетней давности? THERMAGE* (Я покупаю. 2008, окт.); *Десятка важных! Узнай на страницах автомобильного интернет-проекта AVEDI.RU* (Я покупаю. 2008, окт.); *Чай со столетней историей! АКВАР* (Вокруг света. 2007. № 1 (2796)).

НАРЕЧИЯ И ИХ ПРОИЗВОДНЫЕ

Понятия неопределенного множества — **много, несколько** — и их производные встречаются в 33-х русских рекламных текстах. Специальные количественные слова (много, мало, несколько, немного и др.) используются для обозначения неопределенного множества. Эти слова обычно квалифицируются как неопределенно-количественные числительные, омонимичные соответствующим количественным наречиям [Виноградов 1986]. Приведем примеры: *„Больше коллагена — больше молодости!“ Линда Евангелиста, 43 года. L'oreal* (Самая. 2008. № 12); *ХАЙНАНЬ: больше чем просто отдых. Если вы привыкли получать от отпуска всегда немного больше, чем все отдыхающие, то вам стоит посетить Хайнань. Туристическая фирма „Виктория“ 16 лет в туризме* (Выбирай. 2007,

май); *Разбить лед. Еще несколько сердец. ROLEX* (Glamour. 2007. № 05).

Понятия неопределенного множества (*viel, viele, ein paar, ein bisschen, mehrere*) встречаются в 29 немецких рекламных текстах. Чаще всего используются следующие сравнительные формы: *mehr, weniger* — и такие сочетания слов, как *mehr als, (über) weniger, ein bisschen, (über) mehr, (noch) mehr, unendlich viel*. Приведем примеры: *Jeder braucht ein bisschen Freiheit* (Stern. 2008. № 12); *Mehr Lebensfreude mit Finnamic Der Fitness-Schuh von FinnComfort* (Der Spiegel. 2008, № 18); *Hybrid: mehr Leistung bei weniger Emissionen. Viele forschen. Wir fahren. LEXUS HYBRID DRIVE IM RX 400h* (Der Spiegel. 2009. № 21); *Nichts fasziniert mehr als eine grosse Idee in perfekter Form. Die Primea Cappuccino von Saeco* (Myself. 2007. 05); *Unendlich viel telefonieren. Die Vodafone SuperFlat* (Der Spiegel. 2009. № 15).

Роль гиперонимов для конститuentов центра в целом здесь играют в немецком языке *viel(e)*, в русском — *много, многие*.

Немецкое *wenig* и русское *мало* с их производными играют роль гиперонимов поля неопределенно малого количества. Приведем примеры их использования: *Финальные скидки! Времени осталось мало! Ресторан „Золотой дракон“* (Я покупаю. 2008, июль); *Возможно, у вас станет меньше подруг. Медицинский центр „Частная врачебная практика“* (Выбирай. 2008, апр.); *Innovation von Bosch? Ja. Benzin-Direkteinspritzung. Weniger Verbrauch, mehr Kraft. BOSCH Technik fürs Leben* (Der Spiegel. 2007. № 38); *Weniger Gewicht, Zylinder, PS, Verbrauch. Dafür haben wir ihn einen Hauch schneller gemacht. AUDI* (Der Spiegel. 2009. № 14).

Как показал анализ корпуса русских и немецких рекламных текстов, в обоих языках встречаются наречия *много, мало / viel, wenig* и их производные. Специфика поля неопределенно большого количества заключается в том, что его центр образует не грамматическая категория, а лексика. В ядро центра входят слова и словосочетания, наиболее ярко репрезентирующие всё поле, концентрирующие его смысловые признаки и несущие наибольшую функциональную нагрузку. Противопоставление определенно-го и неопределенного множества обусловлено разным характером охвата сознанием отражаемого содержания, т. е. разным характером осмысления объективных фактов, что и создает разные семантические формы мысли [Чеснокова 1983]. Идея неопределенного множества есть результат либо процесса обобщения (сознанием схватывается лишь общее впечатление о каком-то количе-

стве), либо непознанности данного количества. Могут быть случаи, когда человек не в состоянии в силу тех или иных причин обнаружить истинное количество.

Еще одной характерной чертой является полное отсутствие в немецком языке текстов, обозначающих неопределенную плюральность через наречия *даром, бесплатно* и соответствующие прилагательные, в то время как в русскоязычном материале мы обнаружили восемь подобных реклам, например: *Спешите овладеть и надевать! Небывалая распродажа MISS SIXTY и ENERGY со скидкой до 60 %. Все почти даром!* (Живите Богато. 2008. № 1, февр.-март); *Три года гарантии на комплексный план лечения до 31 августа. При первом посещении клиники расходы на консультацию специалиста и диагностический панорамный снимок бесплатно* (Выбирай. 2008, авг.).

СУЩЕСТВИТЕЛЬНЫЕ (УЙМА, ПРОПАСТЬ, МОРЕ, МАКСИМУМ, МИНИМУМ / BERG, GEBIRGE, DAS MAXIMUM, DAS MINIMUM И ДР.)

Компаративный анализ русских и немецких рекламных текстов на предмет включения в них лексического обозначения количества посредством абстрактных существительных продемонстрировал одно из радикальных отличий не только русской рекламы от немецкой, но и русского менталитета от немецкого, что является яркой демонстрацией лингвокультурологической значимости рекламы: *Израиль — окупитесь в море впечатлений!* (Добрые советы. 2012. № 4); *Макси-польза для мини-носиков. Спрей Отривин Бэби* (Счастливые родители. 2012. № 4); *DURACELL: Один аккумулятор и целый мир впечатлений!*; *Открытие через неделю! Море морепродуктов! Океан вкуса!* (Счастливые родители. 2012. № 4).

Отмеченное отличие заключается в том, что среди 1080 немецких рекламных текстов нами не было обнаружено ни одного с подобными существительными. В корпусе русских рекламных текстов мы выделили 24 примера с обозначением количества такими существительными. Мы объясняем данное отличие разницей в менталитетах и психологии восприятия рекламного текста. Как мы отмечали ранее, любой рекламный текст включает не только фактуальную информацию, но и эмоционально-оценочную и экспрессивную. Абстрактные существительные *море, океан, куча* являются, с одной стороны, явной гиперболизацией, с другой — проявлением стремления привлечь внимание потенциального потребителя эмоционально окрашенными словами, усиливающими экспрес-

сивность текста. Отсутствие подобных рекламных текстов в немецком языке обусловлено более конкретным и рассудительным характером представителей немецкой нации, кроме того, данные лексические единицы демонстрируют «широкую» и более эмоциональную русскую душу.

Как сказал известный философ, «в русской культуре приветствуется свободное проявление эмоций, особенно положительных. Такие черты, как романтизм, чувствительность и импульсивность, оцениваются позитивно» [Лосский 1991: 54]. В. И. Карасик отмечает, что «выставляя напоказ проявление интимных чувств могут лишь те люди, которые привыкли жить в тесном коллективе» [Карасик 2002: 112]. На наш взгляд, это касается не только интимных чувств. Данное утверждение можно представить в более обобщенном виде: чем меньше дистанция между собеседниками, тем более свободны они в выражении эмоций, чем больше дистанция — тем больше существует ограничений в эмоциональном (и не только) поведении людей. Таким образом, степень эмоциональной открытости напрямую связана с типом культуры, и здесь мы опять наблюдаем роль дистанции в поведении людей: в большей степени эмоциональная открытость характерна для культур с меньшей дистанцией, в меньшей степени — для культур с большей дистанцией. Помимо дистанции, здесь также уместно вспомнить о таком параметре культур, как отношение (допустимость/недопустимость или терпимость/нетерпимость) к неопределенности, который Г. Хофштеде (Geert Hofstede) назвал среди важнейших параметров измерения культур. Свободное проявление эмоций является одной из характеристик культур, не любящих неопределенность и избегающих ее, эмоциональная сдержанность характерна для культур, терпимых к неопределенности [McSweeney 2002: 112].

Различия в проявлении эмоций находят отражение на всех уровнях языка — в лексике, грамматике, фразеологии, в речевых формулах, в особенностях построения дискурса, в интонации, в использовании сквернословия и даже в знаках препинания (в немецком языке, например, восклицательный знак употребляется гораздо реже, чем в русском).

«...Но если на французов больше воздействуют идеи, эмоции и громкие фразы, то на немцев — факты, цифровые расчеты и другие практические ценности. Централизация страны, жесткий режим правления и строгая регламентация всех сторон жизни в государстве, мелочный надзор и придирчивое вмешательство во все области политической, хозяйственной и частной жизни Германии породили в немецком национальном характере педантизм и приверженность к системе. В этом и сила и недостаток немцев, т. к. приверженность к системе порождает любовь к шаблону» [Крысько 1999]. Слова *море*, *океан*, *куча* и другие достаточно абстрактные существительные ни в коей мере нельзя воспринимать как шаблонное обозначение количества. Мы считаем, что именно названные выше особенности немецкого характера являются и причиной, и следствием отсутствия в рекламных текстах подобных слов, которые не несут никакой конкретной информации, требуют развитой фантазии при восприятии и предполагают отсутствие порядка, что также противоречит немецкому характеру.

Тамким образом, наличие или отсутствие того или иного способа обозначения количества в русских и немецких рекламных текстах носит ярко выраженную культурологическую ценность, поскольку позволяет описать, объяснить и понять разницу между культурами, представленную средствами языка.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Виноградов В. В.* Русский язык (Грамматическое учение о слове) : учеб. пособие для вузов / отв. ред. Г. А. Золотова. 3-е изд., испр. — М. : Высш. шк., 1986.
2. *Карасик В. И.* Язык социального статуса. — М. : Гнозис, 2002.
3. *Крысько В. Г.* Этнопсихологический словарь. — М. : МПСИ, 1999.
4. *Лосский Н. О.* Условия абсолютного добра. Основы этики. Характер русского народа. — М. : Политиздат, 1991.
5. *Медведева Е. В.* Рекламная коммуникация. — М. : Едиториал УРСС, 2004.
6. *Чеснокова Л. Д.* Выражение категории количества глагольными формами современного русского языка // Вопросы языкознания. 1983. № 6. С. 82—90.
7. *McSweeney B.* Hofstede's model of national cultural differences and their consequences: A triumph of faith — a failure of analysis // Human Relations. 2002. Vol. 55, № 1 (Jan.). P. 89—118.

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

РАЗДЕЛ 4. ЛИНГВИСТИЧЕСКАЯ ЭКСПЕРТИЗА: ЯЗЫК И ПРАВО

УДК 316.48
ББК С563.01

ГСНТИ 16.21.27; 16.21.33

Код ВАК 10.02.19

Ю. А. Антонова Yu. A. Antonova

Екатеринбург, Россия Ekaterinburg, Russia

КОММУНИКАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ В ТЕКСТАХ, РЕПРЕЗЕНТИРУЮЩИХ ИДЕОЛОГИЮ CHILDFREE: НА ГРАНИ ЭКСТРЕМИЗМА

Аннотация. Рассмотрены коммуникативные стратегии и тактики членов виртуальных сообществ социальной сети «ВКонтакте», направленные на формирование ненависти к детям, материнству как ценности.

Ключевые слова: экстремизм; речевая агрессия; социальная сеть; интернет-коммуникация; коммуникативная стратегия; коммуникативная тактика; чайлдфри.

Сведения об авторе: Антонова Юлия Анатольевна, кандидат филологических наук, доцент кафедры риторики и межкультурной коммуникации.

Место работы: Уральский государственный педагогический университет (Екатеринбург).

Контактная информация: 620017, г. Екатеринбург, п-т Космонавтов, 26, к. 285.
e-mail: jonktau@gmail.com.

COMMUNICATIVE STRATEGY FOR TEXTS, REPRESENTING THE CHILDFREE IDEOLOGY: ON THE EDGE OF EXTREMISM

Abstract. The article discusses communicative strategies and tactics of the members of virtual communities in the social network "Vkontakte", aimed at arousing hatred to the child, motherhood as a value.

Key words: extremism; verbal aggression; social network; Internet communication; communicative strategy; communicative tactic; childfree.

About the author: Antonova Yuliya Anatolievna, Candidate of Philology, Associate Professor of the Chair of Rhetoric and Intercultural Communication.

Place of employment: Ural State Pedagogical University, Ekaterinburg.

В феврале 2013 года прокуратура Санкт-Петербурга потребовала от социальной сети «ВКонтакте» закрытия виртуального сообщества приверженцев чайлдфри («добровольной бездетности») — людей, отрицающих материнство и отцовство. Их приравнивали к экстремистам, пропагандирующим ненависть к семейным ценностям. Эксперты пришли к выводам, что группы чайлдфри нарушают права несовершеннолетних, размещая информацию, отрицающую семейные ценности и формирующую неуважение к родителям (такие сообщения являются «видом информации, причиняющей вред здоровью и (или) развитию детей» в соответствии с ч. 2 ст. 5 федерального закона «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию»).

Для начала определимся с тем, кого можно и принято относить к чайлдфри: «Основная идея чайлдфри — отказ от детей во имя личной свободы и пропаганда бездетного образа жизни. Термин родился в США в противовес слову „Childless“ (бездетный). На волне эмансипации „защитники прав человека“ усмотрели в английском языке ущемление прав бездетных и придумали термин childfree (детосвободный), утверждая, таким

образом, что отсутствие детей — это привилегия „развитого“ социума» [Сериков 2010].

Актуальность нашего исследования обусловлена следующим: в СМИ и Рунете разгорелась дискуссия о том, действительно ли идеология childfree и тексты, продуцируемые ее приверженцами, имеют экстремистский характер или это проявление свободы выбора граждан, свободы слова.

Объектом исследования являются виртуальные сообщества представителей идеологии childfree в социальной сети «ВКонтакте».

Предмет исследования — коммуникативные стратегии и тактики, репрезентирующие идеологию движения в текстах, размещенных в социальной сети.

Цель — изучить и описать речевые стратегии и приемы, используемые членами виртуальных сообществ childfree, на предмет содержания экстремистских высказываний.

Задачи исследования: выявить в социальной сети «ВКонтакте» группы childfree, открытые для общего доступа; выявить и систематизировать коммуникативные стратегии, реализованные в текстах сообществ, выявить в текстах эмоционально маркированную лексику, имеющую характер агрес-

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

© Антонова Ю. А., 2013

сии; описать модели мировосприятия приверженцев *childfree* и традиционного отношения к материнству (по принципу «свой — чужие»); высказать личное мнение по вопросу о том, имеют ли тексты данных виртуальных сообществ экстремистскую направленность.

Для начала напомним, что в перечне действий, определяемых федеральным законом как экстремистские, выделяются такие, которые осуществляются именно в процессе коммуникации: «...публичное оправдание терроризма; *возбуждение социальной, национальной или религиозной розни; пропаганда исключительности, превосходства либо неполноценности человека* в зависимости от его принадлежности к определенному этносу, расе, от его вероисповедания, от его родного языка; публичные призывы, провоцирующие рознь и ненависть, призывы к насилию» [Федеральный закон].

На сегодняшний день в социальной сети «ВКонтакте» существует чуть более десяти открытых для публичного просмотра групп о движении *чайлдфри* и примерно столько же закрытых. Многие из них стали закрытыми для публичного просмотра после привлечения внимания к ним со стороны СМИ. Данные сообщества насчитывают тысячи активных участников — сторонников идеологии.

Виртуальное сообщество является «новой формой социальной группы, отличающейся, во-первых, интерактивным характером взаимодействия своих членов, которые могут взаимовыгодно обмениваться интересной и полезной информацией; во-вторых, отсутствием географических и психологических барьеров в общении, что обусловлено анонимностью коммуникации в Интернете; в-третьих, возможностью самопрезентации и самовыражения с учетом имеющихся у индивида способностей; в-четвертых, добровольным членством и неформальной структурой коммуникации в режиме реального времени; в-пятых, возможностью создавать собственный круг общения, состоящий только из друзей и единомышленников» [Чураева 2009].

Виртуальные сообщества сторонников идеологии *чайлдфри* в социальной сети «ВКонтакте» создаются, как и любые другие, с целью общения и нахождения единомышленников. Читать тексты открытых виртуальных сообществ *чайлдфри* может любой пользователь самой популярной российской социальной сети, в чем можно усмотреть опасность: как известно, под воздействием СМИ (а некоторые ресурсы Интернета называют сегодня «социальными медиа») меняется мнение реципиента. Восприятие объекта (в нашем случае — детей, материнства)

под воздействием убеждающей коммуникации становится другим, наблюдаются изменения в сфере эмоций и поведении. Опасности, связанные с распространением информации экстремистского толка в социальных сетях, можно сформулировать так: «Экстремистские тексты, функционирующие в сети „ВКонтакте“, имеют публичный коммуникативный характер, так как рассчитаны не на конкретную аудиторию, способность к восприятию которой не может быть фактически проверена. В данной коммуникации созданы все условия для доведения информации до сведения неопределенного числа лиц, разделяющих, исповедующих определенные политические и общественные взгляды, т. е. существует гипотетическая возможность ознобления с содержанием материалов других лиц (независимо от их числа), в том числе, и в будущем. Данные характерологические черты определяют условия для успешного функционирования экстремистского текста» [Баранов 2007: 419].

Обратившись к анализу текстов виртуальных сообществ *чайлдфри*, мы увидели, что в сообщениях пользователей реализовано несколько коммуникативных стратегий, ключевыми из которых являются **стратегия дискредитации «чужого» и императивная стратегия, направленная на возвышение «своего»**.

Контрастивность текстов, продуцируемых в группах *чайлдфри*, заключается в противопоставлении на уровне идентификации («свой — чужой») и реакции («хороший — плохой»). Данные содержательные уровни в языке сливаются, образуя единый оценочный образ, вписывающийся в оппозицию «идеал — враг». Напомним, что, по замечанию Л. В. Баевой, «важнейшей причиной экстремистского, интолерантного, агрессивного отношения выступает именно психологический барьер „свой — чужой“, страх перед непохожим на себя. Формирование установок на агрессию по отношению к Другому происходит в том случае, если человек привык не критично относиться к своим взглядам и поступкам и считает себя несравнимо выше других» [Баева].

Мы попытались обобщить различные точки зрения на природу явления *чайлдфри*.

По мнению социального психолога М. Сандомирского, *чайлдфри* — «это следствие инфантилизации общества — процесс глобальный, наиболее ярко проявляется в развитых странах, в последние годы стал заметен и на постсоветском пространстве, когда возмужали „дети 90-х“ (поколение „жесть“). Социологи и маркетологи именуют подобных

„взрослых детей“ кидалтами (kid + adult). В социальном аспекте это не только child-free, но и family-free (или синглтоны)» [Должно ли общество... 2013].

По словам психотерапевта Л. Щеглова, «нежелание иметь детей входит в понятие личного пространства человека, это его личный выбор, и это совершенно нормально. Если бы человек бегал с транспарантом и призывал весь мир отказаться от рождения детей, тогда да, проблема есть» [Цит. по: Першина 2013].

Чайлдфри для России достаточно новое явление. Однако в нашей стране сегодня, по данным Федеральной службы госстатистики, из 42 млн российских семей 48 % не имеют детей, причем лишь 5 млн — по медицинским показателям.

В Америке чайлдфри уже устоявшееся явление: «Сознательно бездетные как социально-демографическая категория имели место задолго до распространения чайлдфри. Лишь с недавнего времени они начали развивать социальные сети, чтобы противостоять давлению общества, которое не готово понять и принять их образ жизни. В 2004 году в России создано интернет-сообщество сознательно бездетных на портале Livejournal.com, насчитывающее около четырех тысяч участников. На Западе феномен childfree появился значительно раньше, чем в нашей стране. Журналист „Русского Newsweek“ Елена Черненко сообщает, что термин childfree ввела в 70-х годах прошлого столетия Национальная организация для неродителей США. Только в Калифорнии более пяти тысяч членов этой организации. В США в целом уже более 40 организаций, объединяющих чайлдфри, каждая из них насчитывает несколько тысяч участников» [Цит. по: Селивинова 2010]; «Согласно исследованиям американского Национального Центра Статистики Здравоохранения, ежегодно увеличивается процент женщин, сознательно не желающих иметь детей: на сегодняшний день до 25 %. Среди белых женщин с высшим образованием процент чайлдфри гораздо выше, чем среди прочих. Доктор Дэвид Фут из Университета Торонто пришел к выводу, что образование женщины в наибольшей мере предопределяет фертильность: чем оно выше, тем меньше вероятность иметь детей» [Трубиновская 2010].

Социолог Е. Селивинова по результатам проведенного эксперимента утверждает: «Приверженцы childfree более образованны, более востребованы как профессионалы и руководители, имеют доход выше среднего, склонны жить в городах, менее религиозны, менее склонны к соблюдению традици-

онных обычаев. Они ориентированы на жизнь в комфорте, наличие свободного времени, хобби, друзей, на собственное саморазвитие, эмоциональную и физическую близость с партнером. Для них важен карьерный рост. Они не желают тратить время, финансы и силы на дитя, которое „однажды вырастет и окажется неблагодарным“. Женщины могут переживать по поводу фигуры, бояться родов, вспоминать травмирующее или бедное детство, оскорбляющих, угнетающих или отсутствующих родителей. Некоторых чайлдфри можно назвать идейными или убежденными» [Селивинова 2010].

Среди причин **«добровольной бездетности»**, озвучиваемых в текстах виртуальных сообществ, можно выделить следующие (примеры позаимствованы у сообщества «Чайлдфри» (<http://vk.com/club43946>); в примерах сохранена авторская орфография и пунктуация):

- человек без ребенка имеет гораздо больше времени для своего творческого, интеллектуального, физического развития, для развлечений, путешествий, встреч с друзьями и т. д.: *«вижу в жизни более интересные дела, чем выращивание детей. Ребенок занимает слишком много времени»; «ну вот нафиг тратить время на это орущее существо когда можно свободно заняться своими делами»; «на мой взгляд, жизнь слишком прекрасна и коротка, чтобы тратить ее на что-то среднестатистическое. Хочется попробовать как можно больше, насытить себя ощущениями и впечатлениями; правда, беременность, роды, бессонные ночи и т. п. в список моих желаний не входят. Я очень люблю искусство, занимаюсь творчеством, так что вполне возможно, я замещаю желанием творить желание быть матерью»;*

- воспитание ребенка требует большого количества денег, и чайлдфри не хотят брать на себя лишние финансовые расходы: *«Известно, что для полноценного содержания детей нужно немало денег. Возникает вопрос: зачем эти деньги тратить на ребенка или (тем более) на нескольких детей, если их можно потратить, скажем, на апгрейд компа, если можно купить более новый автомобиль, новую мебель, можно сделать супер современный ремонт у себя дома, или — отправиться в отпуск в какое-нибудь увлекательное путешествие?»;*

- некоторые открыто противостоят обществу и шаблонам: *«Это общество российских потребителей, стереотипов и шаблонов. Люди которые пытаются нас направить на правильный путь как им кажется, на самом деле ущербны в своем воспри-*

ятии личного счастья и пространства. Для них важно что подумают окружающие. Они считают своим *Ё*АНЫМ* долгом посадить дерево, построить дом на окраине в заднице и настругать пару спиногрызов»; «нам всю сознательную жизнь навязывают этот мерзкий шаблон..отношения свадебка..беременность и деточка ну и конец((((»;

- некоторые из чайлдфри боятся, что если они родят ребенка и это им не понравится, то изменить что-то уже будет нельзя: «А все талдычут , как бараны, одно и то же: «Продолжение рода!» ?? Да кому оно надо потом, когда нас никого не станет! Полный бред! Все мои знакомые, у кого есть дети, только и жалуются на то, как они устали и хотят прежней жизни, да еще и обвиняют своих родителей в том, что те отказываются сидеть с их детьми»; «невкусно,больше не ем. А ребенок? Куда его деть,если не "вкусно"? Надо быть слепоглухонемым,дабы не слышать про пугающее количество убитых и замученных детей. Их папы и мамы,родили и поняли,чо));»; «подружки стали замуж выходить и размножаться (видимо, возраст)... И из умных интеллигентных образованных женщин превращаться в сюсюкающих свиноматок. И тут я поняла, что держать на руках мелкое обкаканное создание, которому блевануть на тебя ваще ни разу не стремно — это не для меня»;

- для некоторых первостепенно желание сохранить максимальную эмоциональную и физическую близость со своим мужем (женой), уже невозможную после появления в семье детей: «просто потому что я и так достаточно счастлива...мы с мужем достаточно давно вместе и солидарны в этом вопросе на данный момент»;

- некоторые объясняют свой выбор истощаемостью природных ресурсов и перенаселенностью планеты: «По своим политическим убеждениям я технократ. И как любой технократ я считаю что количество людей на планете не должно выходить за рамки Несущей Способности Земли, то есть необходимого количества ресурсов для удовлетворения потребностей мирового населения. К сожалению пока несущая способность планеты не просчитана учеными и мы не знаем сколько Земля еще может прокормить людей. Однако для меня лучше перебдеть чем недобдеть. Поэтому я ЧФ»; «Не хочется вносить еще одного человека в это нелюбимое общество, нас и так слишком много и слишком много говна в мире»;

- некоторые женщины испытывают страх и отвращение к беременности, родам и по-

слеродовому периоду: «просто неприятно смотреть на беременных, не охота переносить нестерпимую боль, не охота, чтобы тошнило, а муж после родов изменял, ибо ты не привлекательно выглядишь уже. не охота мучиться рожать, а потом восстанавливаться, запускать карьеру»;

- некоторые апеллируют к собственному тяжелому детству и не желают, чтобы их дети пережили нечто подобное: «я не хочу,потому что когда мне было 7 лет, родители родили сестру, через год-вторую, и еще через 2 года-третью.родители были постоянно на работе.а я нянчилась. и мне они перепали больше, чем родителям. теперь терпеть не могу младенцев»;

- некоторые считают, что мир несовершен и поэтому незачем рожать детей: «Такого скотства как в россии я еще не встречал. Ни каких гарантий и уверенности что ты будешь защищен в этой стране нет и не было и не будет никогда. Твари я считаю тех,кто плодить детей ради пособий на которые можно как-то жить.Те кто рожают ради улучшений жилищных условий. Материнские капиталы в России,это выгребная яма нищеты и скотоводства. Родить для галочки или потому что в старости захочется попить,это вверх идиотизма».

С точки зрения социологов, причины появления чайлдфри заключаются в том, что «за последние 10 лет в России произошли серьезные изменения в модели формирования семьи. Поколение XXI века, молодые люди детородного возраста 20—30 лет в своем демографическом поведении сильно отличаются от своих родителей, что позволяет оценить произошедшие изменения как революционные. Суть трансформации модели формирования семьи, по мнению демографов, заключается, в первую очередь, в нарушении прежнего единства сексуального, репродуктивного и брачного поведения, присущего современной эпохе. Нельзя забывать о низкой институциональной поддержке со стороны государства, о закате значимости института бабушек, об узкой нише гувернерства на рынке услуг, дороговизне и малом количестве муниципальных и частных дошкольных образовательных учреждений, о возросших требованиях к качеству жизни, о современных репродуктивных технологиях, позволяющих раздвигать рамки фертильности, и пр.» [Селивинова 2010].

Таким образом, в высказываниях чайлдфри есть рациональное зерно, подтвержденное социологами. Обратимся к лексике и прагматике высказываний участников виртуальных сообществ. Нас интересуют рече-

вые стратегии и тактики коммуникантов, лексические средства для выражения оценки «чужих», их эмоциональная окраска (проявление речевой агрессии) и, самое главное, можно ли считать, что тексты имеют экстремистский характер.

Для того, чтобы понять, лежит ли в основе рассматриваемых текстов экстремистская идеология, разберемся в сущности понятия идеологии. В. А. Бурковская дает следующее определение экстремистской идеологии: «Идеология становится экстремизмом, если ее характеризуют следующие признаки: 1) „однозначное“ объяснение проблем существующего мира и предложение таких же „простых и обязательно помогающих“ способов решения проблем; 2) разделение бытия на „абсолютное добро“ и „абсолютное зло“, причем злом признается фактически все, что не вписывается в данную систему; 3) гиперболоизация одной проблемы, придание ей доминирующего положения, несоответствующего принятой в обществе иерархии ценностей; 4) игнорирование, нивелирование других ценностей и норм» [Бурковская 2005].

По замечанию Л. М. Голикова, «экстремистский текст может преследовать две коммуникативные цели общего характера: 1) принудить адресата выполнить определенные действия (в структуре текста функционируют речевые акты призыва); 2) сформировать определенное внутреннее убеждение адресата (в данном случае реализуются различные убеждающие жанры: характеристика, обоснование, подтверждение, размышление, порицание, — также возможна и угроза). Обе эти цели сопровождаются инвективностью. Оскорбительный характер как на уровне формы, так и на уровне содержания экстремистского текста является необходимым условием для реализации пропозиционального условия его коммуникативной успешности» [Голиков 2012].

Специалисты связывают экстремизм с интеллектуальной ограниченностью личности: «Причина и источник экстремизма как общей идеологии крайней непримиримости к инакомыслящим во многом кроется в интеллектуальной и нравственной ограниченности личности, отстаивающей подобные взгляды. Интеллектуальная ограниченность рождает ощущение того, что только Я и мое сообщество являются обладателями абсолютной истины, которая видится закрытой и окончательной („Есть два мнения: мое и неправильное“ — типичный девиз низко развитого интеллектуально человека). Чем выше человек поднимается в познании, тем более явно он осознает неисчерпаемость

мира и форм знаний о нем, тем терпимей он относится к „истинам“ и теориям оппозиционных сообществ. Моральная ограниченность способствует утверждению в человеке гордыни и самооправдания за любые действия. Низко развитый нравственно человек, как правило, всегда доволен собой и видит недостатки исключительно в других» [Баева].

В каждой из групп в описании сообщества подчеркивается, что участники не испытывают ненависти к детям, просто их этот вопрос на данном этапе жизни не волнует: «Наша жизнь шире и разнообразнее, чем у „детолюбов“, хотя они нас считают неполноценными, смысл группы: общение на разные темы». Среди обсуждений — альтернативное времяпровождение без детей, семья без детей, интересы и хобби, альтернативные тем, что есть у имеющих детей, творчество, карьера. Однако если обратиться непосредственно к сообщениям, размещаемым на «стене» группы или в рамках обсуждений, то мы увидим лексику, которая имеет явно агрессивный характер и направлена на дискредитацию рожающих женщин и детей.

Фактически у виртуальных сообществ чайлдфри два адресата: «свои» и «чужие». Полемика на стене группы и в обсуждениях (темах) возникает именно между «своими» и «чужими», причем в основном используются императивная и дискредитирующая коммуникативные стратегии. В связи с этим представляется целесообразным описать картины мира участников сообществ — приверженцев идеологии чайлдфри и их противников — людей с традиционным взглядом на семью с опорой на лексику тех и других, т. е. в их категориях.

КАРТИНА МИРА С ПОЗИЦИИ ЧАЙЛДФРИ

СВОИ: ученые, путешественники, успешные люди, счастливые пары, не обремененные детьми, люди, которые не боятся продемонстрировать свою свободу выбора.

ЧУЖИЕ: «пролайфовцы» (люди, выступающие за запрет аборт и контрацепции), в том числе представители Русской православной церкви, общество, которое навязывает традиционные стереотипы семейного счастья (подруги, родители, родственники, коллеги), невоспитанные дети, безответственные родители, многодетные матери («свиноматки», «овуляхи», «детоматки», «размноженцы», «детные», «инкубатор», «подтирушка»), с недавнего времени — политики (депутат Милонов).

В текстах, продуцируемых чайлдфри, можно усмотреть «утопизм»: сторонники идеологии создают свой мир «без детей», оценивая существующий миропорядок как

ущербный, неправильный. М. Ахьяев считает, что «основным мотивом поведения экстремиста являются социальная агрессивность, активное стремление к разрушению существующего общества, к нанесению ему наибольшего ущерба. Этот мотив подсознательно или сознательно маскируется конструктивным мотивом созидания „правильного общества“. Но прежде чем строить правильное общество, нужно разрушить существующее, поэтому конструктивная мотивация не играет никакой роли в реальном поведении экстремиста» [Ахьяев 2008].

В своих высказываниях сторонники чайлдфри часто используют эмоционально окрашенную лексику агрессивного характера: *плодячка; свиноматка; стада беременных женщин; коровы, рожающие, чтобы их доили; крысомамки; плодиться и штамповать новое человеческое мясо; дети — огрызки; опарыши.*

По замечанию В. Н. Базылева, «основным средством номинации врага в экстремистских текстах является инвективная лексика, то есть слова и выражения, заключающие в своей семантике, экспрессивной окраске и оценочном компоненте содержания интенцию (намерение) говорящего или пишущего унижить, оскорбить, обесчестить, опозорить адресата речи или третье лицо, обычно сопровождаемое намерением сделать это в как можно более резкой и циничной форме» [Базылев 1998].

Некоторые из высказываний участников содержат интенцию насилия: «*Я бы всем орущим детям рты серебряным скотчем заклеивала*».

Для доказательства собственной правоты чайлдфри апеллируют к классикам, используя прецедентные высказывания из литературы, Библии и кинематографа. Например:

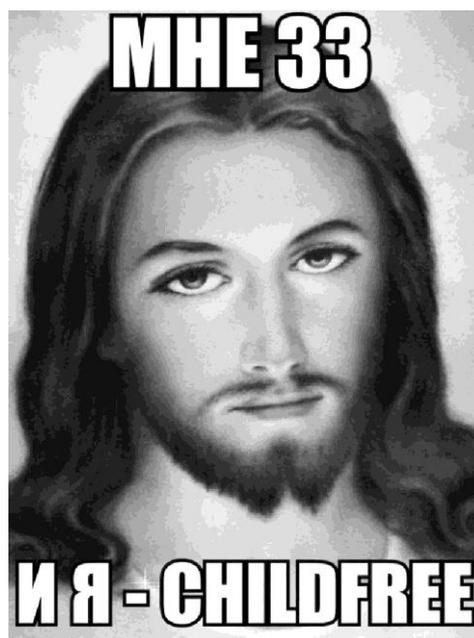
— *Отшлепай детей, пока они снова не попытались тебя убить. А лучше, давай уьем их сами!*

— *Они, безусловно, просто безобразники, но если мы их уьем, они о себе сильно возомнят...* (Питер Пэн, фильм 2003 г.).

«*И все-таки, если вам интересно мое мнение, большинство заводит детей, когда спадает их собственный энтузиазм по отношению к жизни. Ребенок позволяет нам снова пережить радостное возбуждение, которое мы когда-то чувствовали из-за... да из-за всего. А через поколение наш энтузиазм подпитывают внуки. Производство — такая инъекция омоложения, которая не дает людям утратить любовь к жизни*» (Чак Паланик, «Проклятые»).

Виртуальные сообщества в Сети — это не только тексты, но и возможность обмени-

ваться и выкладывать видео- и фотофайлы. В одном из сообществ чайлдфри есть два фотоальбома, которые состоят из подборки фотографий публичных людей — бездетных мужчин и женщин. Среди них — знаменитые и успешные политики, актеры, художники, музыканты, бизнесмены (http://vk.com/club43946?z=album-43946_122966631). По мнению создателей альбома, это еще один аргумент в пользу выбора идеологии чайлдфри. Также в доказательство собственной правоты участники используют мемы, например бездетного Христа (см. рис.).



Рисунок

Теперь обратимся к противникам идеологии чайлдфри, которые также имеют право высказаться в рамках виртуальных сообществ «свободных от детей».

КАРТИНА МИРА С ПОЗИЦИИ СТОРОННИКОВ ТРАДИЦИОННЫХ ВЗГЛЯДОВ НА СЕМЬЮ

СВОИ: хранительницы очага, счастливые матери, семьи, защитники общественной морали.

ЧУЖИЕ: эгоисты, люди с психологической травмой, детоненавистники, бездетные (защищающие собственную неполноценность), геи, лесбиянки, лица, подкупаемые США в целях самоуничтожения русской нации.

Стоит отметить, что приверженцы традиционного уклада жизни тоже бывают резки в своих высказываниях и оценках людей, выбравших «добровольную бездетность». Однако предметом нашего исследования являются тексты, продуцируемые чайлдфри.

После запрета прокуратурой Санкт-Петербурга нескольких групп чайлдфри «ВКонтакте» интерес общества к явлению чайлд-

фри в России значительно вырос — во многом благодаря СМИ.

Значимым нам кажется замечание Е. Селивировой: «Массмедиа скудно, но ярко освещают существования childfree, не стремясь понять истинных мотивов жизненного выбора и вступления в сообщество. Для нашего государства это неприемлемо ввиду пронаталистских целей и задач в отношении молодых женщин в возрасте 20—30 лет. Хотя международный феномен childfree в большей степени является ответом миноритарной части населения на отсутствие перспективы реализации индивидуального решения баланса жизни и труда, государства отдельных европейских стран (скандинавские страны, Бельгия) предпринимают тем не менее меры по оптимизации баланса жизни и труда, переходя от диахронии к синхронии этого принципа. В основании мер такой политики — наличие в группе сознательно бездетных тех, которым еще можно предложить превратить отказ от рождения ребенка в откладывание, оптимизацию его появления. Но этой группе требуется сильная институциональная поддержка, поэтому необходимо привлечь дискурсивное внимание политиков к этому феномену» [Селивирова 2010].

Существует точка зрения, согласно которой ополчение против сообщества чайлдфри в Сети — это своего рода «заказ»: «Учитывая призывы президента России Владимира Путина активно рожать детей и тем самым улучшать демографическую ситуацию, взгляды людей, добровольно отказавшихся от идеи иметь ребенка, подрывают ситуацию в стране» [Першина 2013].

Любопытно, что прокуратура, закрывая группы чайлдфри "ВКонтакте", имела намерение препятствовать распространению идеологии, а эффект получился скорее обратным (открылся «ящик Пандоры»), потому как количество участников незакрытых виртуальных сообществ чайлдфри из-за повышенного к ним внимания со стороны СМИ и непроизвольной популяризации явления резко возросло.

И все-таки, на наш взгляд, если следовать теории Л. В. Баевой, некоторые тексты виртуальных сообществ вполне можно отнести к моральному экстремизму, под которым понимается «крайняя нетерпимость к определенному типу нравственным нормам и правилам поведения, допущение насилия для утверждения пропагандируемого набора моральных требований, добродетелей, заповедей» [Баева], так как часть высказываний прямо сообщает о превосходстве чайлдфри (императивная стратегия) и унижает честь и достоинство женщин-матерей (дис-

кредитирующая стратегия), а некоторые высказывания содержат рассуждения о необходимом насилии над детьми («заклеить рот скотчем», «кинуть окурки в коляску»).

Возможно, радикальная мера — закрытие виртуальных сообществ чайлдфри в социальной сети «ВКонтакте» — это не выход из сложившейся ситуации, так как многие политологи и эксперты заговорили о нарушении прав свободы слова граждан. На наш взгляд, следует обязать модераторов подобных групп отслеживать контент своих сообществ на предмет содержания лексики и высказываний, имеющих явный оттенок морального экстремизма, и своевременно удалять такие высказывания.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ахьяев М. Особенности экстремистского поведения. 2008. URL: <http://www.dagpravda.ru/?com=materials&task=view&page=material&id=821> (дата обращения: 20.04.2013).
2. Баева Л. В. Экстремизм и формы проявления. URL: http://www.aspu.ru/images/File/ilil/Bayeva_extremizm.pdf (дата обращения: 20.04.2013).
3. Базылев В. Н., Бельчиков Ю. А., Леонтьев А. А., Сорокин Ю. А. Как наше слово отзовется? // Российская юстиция. 1998. № 4—7.
4. Баранов А. Н. Лингвистическая экспертиза текста: теория и практика. — М., 2007.
5. Батхен Н. Иметь или не иметь? — идеология чайлдфри движения. 2009. URL: <http://www.mainplace.ru/lifestyle/notbored/lifestyle/imet-ili-ne-imet/> (дата обращения: 20.04.2013).
6. Бобровский С. Эволюция и искусственная жизнь // РС WEEK/RE. 2005. № 4. С. 32—33.
7. Бурковская В. А. Криминальный экстремизм в современной России. — М., 2005.
8. Голиков Л. М. Семиотика экстремистского текста // Юрислингвистика: судебная лингвистическая экспертиза, лингвоконфликтология, юридико-лингвистическая герменевтика. 2012. URL: http://konference.siberia-expert.com/publ/konferencija_2012/doklad_s_obsuzhdeniem_na_sajte/golikov_l_m_semiotika_ekstremistskogo_teksta/5-1-0-137 (дата обращения: 02.03.2013).
9. Должно ли общество что-то противопоставить философии движения «Чайлд фри»: мнения // Rex : информационное агентство : сайт. 2012. 23 нояб. URL: <http://www.iarex.ru/interviews/31440.html>.
10. Логический анализ языка. Язык речевых действий. — М., 1994.
11. Першина О. Чайлдфри приравняли к экстремистам // Neva24 : сайт. 2013. 15 февр. URL: http://www.neva24.ru/a/2013/02/15/CHajldfri_privavnjali_k_jeks/.
12. Селивирова Е. Чайлдфри: без паники. Социологический взгляд. 2010. URL: http://www.chaskor.ru/article/chajldfri_bez_paniki_-_sotsiologicheskij_vzglyad_17446 (дата обращения: 20.04.2013).
13. Сериков А. Пятиминутка ненависти к «рожающему быдлу». 2010. URL: <http://old.win.ru/topic/3686.phtml> (дата обращения: 20.04.2013).

14. Трубиновская Н. Чайлфри — свобода от детей. 2010. URL: <http://www.chronoton.ru/present/life/chaildfri-svoboda-ot-detey> (дата обращения: 21.04.2013).

15. *Федеральный закон* от 25 июля № 114-ФЗ «О противодействии экстремистской деятельности» // Российская газета. 2002. 30 июля № 138-139.

16. *Федеральный закон* от 25 июля 2002 года № 114-ФЗ «О противодействии экстремистской деятельности» // КонсультантПлюс : сайт. URL: <http://www.consultant.ru/>.

17. Чураева Н. С. Социально-психологические механизмы формирования виртуальных сообществ : автореферат дис. ... канд. психол. наук. — М., 2009.

Статью рекомендует к публикации канд. филол. наук, доц. М. Б. Ворошилова

Н. Д. Голев, А. В. Шанина
Кемерово, Россия

N. D. Golev, A. V. Shanina
Kemerovo, Russia

**ОБЫДЕННЫЙ ПОЛИТИЧЕСКИЙ ДИСКУРС
НА САЙТАХ РУНЕТА
С ФАШИСТСКИМ
И АНТИФАШИСТСКИМ СОДЕРЖАНИЕМ
(сопоставительное
лингвистическое исследование)**

**THE ORDINARY
POLITICAL DISCOURSE
ON THE RUNET SITES
WITH THE FASCIST
AND ANTIFASCIST CONTENT
(comparative linguistic study)**

Аннотация. Представлен концептологический анализ текстов, созданных участниками фашистских и антифашистских групп в социальной сети «ВКонтакте». Исследование проведено на основе концептно-семасиологической, прагматилистической и фреймовой методик с использованием количественных подсчетов и сопоставительного анализа. Выявлены базовые концепты и фреймы, определяющие функционирование концепта «фашизм» в фашистском и антифашистском дискурсах, и обоснована гипотеза принципиального различия этих дискурсов в концептно-фреймовом аспекте.

Abstract. The article deals with the concept analysis of texts created by the participants of fascist and antifascist groups in the social network «In Contact». The research is done on the basis of concept-semasiological, pragmatylistic and frame methods, quantitative calculations and comparative analysis being used. As a result of this research basic concepts and frames, which determine the functioning of the concept “fascism” in fascist and antifascist discourses are revealed and the hypothesis of the fundamental difference between these discourses in the concept-frame aspect is proved.

Ключевые слова: обыденная лингвополитология; концепт; концептный анализ; полевая организация концепта; фреймовый анализ; фашистский дискурс; антифашистский дискурс; сайт; Интернет.

Key words: ordinary linguopolitology; concept; concept analysis; field organization of concept; frame analysis; fascist discourse; antifascist discourse; site; Internet.

Сведения об авторе: Голев Николай Данилович, доктор филологических наук, профессор кафедры русского языка, факультет филологии и журналистики.

About the author: Golev Nikolay Danilovich, Doctor of Philology, Professor of the Chair of the Russian Language, Faculty of Philology and Journalism.

Место работы: Кемеровский государственный университет.

Place of employment: Kemerovo State University.

Контактная информация: 650043, г. Кемерово, ул. Красная, 6.
e-mail: ngolevd@mail.ru.

Сведения об авторе: Шанина Анастасия Владимировна, соискатель.

About the author: Shanina Anastasia Vladimirovna, Competitor for a Degree.

Место работы: Кемеровский государственный университет.

Place of employment: Kemerovo State University.

Контактная информация: 650043, г. Кемерово, ул. Красная, 6.
e-mail: dekanat-filol@kemsu.ru.

1

Данная статья посвящена анализу **дискурсов** антифашистских (сокр. антифа) и неофашистских (сокр. фа) групп, представленных в социальной сети «ВКонтакте». Предметом исследования является концепт «фашизм» и смежные с ним проявления обыденного политического сознания, фиксируемые в речевой деятельности. Проблема заключается в том, что интерпретация содержания лексемы «фашизм» в современном обществе неоднозначна. Задача исследования — вскрыть содержание концепта в разных социальных группах российского коммуникативного сообщества, выявить причины и пути смысловой вариативности концепта и дискурсов, в которых он реализуется.

Исследование относится к направлению, обозначенному нами термином **«обыденная лингвополитология»**^[1]. Основными источниками для лингвистического моделирования обыденного политического сознания являются, во-первых, «естественные» тексты на политические темы, продуцированные рядовыми носителями языка в различных коммуникативных ситуациях (разговоры на кухне, дискуссии в Интернете, письма в редакции, дневники, материалы блогов и т. п.), во-вторых, естественная семантика слов с политическим содержанием, отражающая коллективные акценты и модусы, связанные с тем или иным словом, и, в-третьих, специальные исследования, направленные на выявление политических диктумов и модусов стихийного политического дискурса (опросы, ассоциативный эксперимент, эссе на политические темы и т. п.).

В настоящей статье исследованию подвергаются интернет-тексты групп социальной сети «ВКонтакте» с фашистской и антифашистской направленностью, а также результаты опроса людей, давших ответы на вопрос о том, что значат слова «фашизм» и «фашист». Выбор интернет-сайтов как источника материала связан с высоким уровнем доступа к информации в социальной сети. Одной из самых популярных социальных сетей среди прочих является «ВКонтакте»; по данным на январь 2013 г., ежедневная аудитория «ВКонтакте» составляет около 27,3 млн человек [Васильев 2013]. Компьютеризация общества порождает развитие нового коммуникативного пространства, отражающего современное состояние общества, в том числе его ментальность. Особенно активно в социальных сетях транслируется политические взгляды, намерения, деятельность рядовых граждан.

Интернет-материалом для исследования концепта «фашизм» в обыденном сознании послужили наиболее посещаемые страницы групп социальной сети «ВКонтакте» фашистского и антифашистского толка. Из числа первых исследованию подверглись следующие:

1. «Третий Рейх [DasDritteReich]» [http://vk.com/das_3_reich] (численность участников — 3946 человек);

2. «Я — Русский! Только для национал-социалистов!» [http://vk.com/ns_rus] (численность подписчиков — 8326 человек);

3. «Поэзия Руси» [<http://vk.com/russpoetry>] (численность — 315 человек),

из числа вторых — данные:

1. «AntifaHooligans|☆☆☆_(АНТИФА)_No NAZI» [http://vk.com/club_antifa] (численность участников — 384 человека);

2. «АНТИФА» [http://vk.com/club__antifa] (численность участников — 22207 человек);

3. «Антифашистское движение» (Антифа.ру, Antifa.ru) [<http://vk.com/club3938668>], численностью 5877 человек (для наиболее широкого исследования мы воспользовались ссылкой на официальный сайт, но в статистических вычислениях учитывали только группу «ВКонтакте»).

В нашем исследовании из речевого материала указанных разновидностей извлекалась семантика концептного типа. Под **концептом** мы, вслед за Ю. С. Степановым, понимаем «сгусток культуры» в сознании человека; то, в виде чего культура входит в ментальный мир человека, посредством чего он (человек) сам входит в культуру, а в некоторых случаях влияет на нее [Степанов 1997: 40]. Методологической основой исследования выступает **концептологиче-**

ский анализ, заключающийся в выделении слов на базе реконструкции картины мира и речевого поведения авторов текста. Концептологический подход при изучении феномена «фашизм» в пределах интернет-коммуникации представляется нам эффективным способом его квалификации как явления современного обыденного политического сознания. Такой подход имеет право на место в научной парадигме, включающей политологию, социологию, социальную психологию повседневности, которые объединяет лингвистика.

Гипотеза исследования состоит в том, что в пределах интернет-коммуникации участники дискурса, представленного на сайтах фашистского направления, избегают употребления лексемы «фашизм», поскольку бессознательно учитывают то обстоятельство, что данное слово имеет в общественном сознании в определенном смысле табуированный характер ^[2]. Коммуниканты сайтов фашистского толка заменяют лексему «фашизм» эвфемизмами и синонимическими выражениями, тогда как в антифашистском дискурсе частотность употребления лексемы «фашизм» возрастает, при этом ее смыслы трансформируются в сторону отличия от общенародных смыслов, которые имеют в виду их оппоненты.

2

Содержание лексемы «фашизм» в настоящее время демонстрирует многозначность, неустойчивость, размытость, оно имеет разные векторы нормативности и существенно дифференцировано употребляется в разных слоях общества ^[3].

С целью выявления содержания концепта авторы статьи обращаются к лексикографическим данным и результатам социолингвистического опроса, понимаемым как языковая репрезентация обыденного понятия.

Фашизм, по определению многих политологов, — это идеология и практика, утверждающие превосходство и исключительность определенной нации или расы. Обыденное понятие «фашизм» является фрагментом **обыденного сознания**, определяемого нами как эмпирический уровень освоения человеком действительности разных сфер — политической, правовой, экономической и подобных. Обыденное понятие составляет содержание лексемы «фашизм», входящей в литературный русский язык.

При изучении обыденного сознания исследователи обращаются не только к психологическим и социологическим методам, но и к лингвистическим, так как лингвистическая семантика отражает оценку и многообразие

когнитивных образований, сложившихся в общественном сознании. Обыденное понятие «фашизм» демонстрирует первичный, житейский уровень понимания, толкование лексемы «фашизм» — интерпретацию данного понятия рядовыми носителями языка, метаязыковой статус ментального бытия содержания лексемы. Для его выявления и описания был проведен социолингвистический опрос. Информанты в количестве 50 человек (возрастная категория от 15 до 50 лет) выполнили задание, состоящее в том, чтобы дать определения понятиям «фашист» и «фашизм».

Среди интерпретаций выделились три варианта трактовки понятия «фашизм» рядовыми носителями языка, не входящими в фашистские и антифашистские группировки и, таким образом, составляющими базовую часть российского общества:

1. 28 человек из 50 определяют фашизм как некую радикальную политическую идеологию, не допускающую оппозиции, основанную на расовой и национальной дискриминации, фанатично преданную собственным целям. Нацизм в этом варианте понимается как синоним слову «фашизм». Фашиста информанты характеризуют как агрессивную, жестокую, бескомпромиссную личность.

2. 11 человек из 50 представляют себе фашизм как идеологию, основным свойством которой является стремление разрешать конфликты военным путем, при этом фашизм ограничивается рамками Великой Отечественной войны, а фашиста определяют как врага русского народа (немца). Среди представителей этой точки зрения все информанты старше 40 лет.

3. 17 человек из 50 определяют фашизм как современное течение, отмечая при этом, что был фашизм немецкий, но теперь фашистской может быть не только Германия XX в. Идеология отличается особой жесткостью и общественной опасностью. Фашиста информанты характеризуют так же — как агрессивную, жестокую личность.

Полевая организация концепта «фашизм» в сознании современного россиянина возрастом от 18 до 50 лет (общее число информантов — 50, некоторые из них давали несколько ответов) может быть представлена следующим образом (рядом с лексемой в скобках указано количество языковых репрезентаций признака):

ЯДРО:

националистическая или нацистская идеология (20);

БЛИЖНЯЯ ПЕРИФЕРИЯ:

расовая дискриминация (17), *жестокость* (12), *приоритет государства* (14),

война (11), *превосходство одних над другими* (11);

ДАЛЬНЯЯ ПЕРИФЕРИЯ:

диктатура (7), *насилие* (7), *ВОВ, Германия, немцы* (6), *агрессия* (5), *ненависть* (5), *убийство* (4), *негатив* (4), *подавление, угнетение личности* (4), *тоталитарный* (3), *нетерпимость* (3), *враг* (3);

КРАЙНЯЯ ПЕРИФЕРИЯ:

захват территорий (2), *фанатизм* (1), *национал-социализм* (1), *террор* (1).

Для установления объема оценочного слоя концепта «фашизм» было подсчитано количество фреймов положительной и отрицательной семантики. Из 50 ответов 17 обладают нейтральной оценочностью, в ответах 33 человек выявлены признаки отрицательной оценки фашизма. Негативные акценты заметно преобладают над позитивными.

3

Далее рассмотрим дискурсивные проявления концепта «фашизм» на сайтах обоих направлений. Несколько предварительных замечаний. Вслед за В. Е. Чернявской мы определяем **дискурс** как интегративную совокупность текстов, связанных содержательно-тематическими отношениями и объединенных в коммуникативном и функционально стилевом отношении [Чернявская 2004: 21]. **Фреймы** в пределах дискурса представляют собой ряд схем, или сценариев развертки дискурса, фиксируемых лексемами с закрепленным семантическим шлейфом, присущим тому или иному дискурсу. Как отмечает Н. Н. Болдырев, **фрейм** используется для «обозначения структурированных концептов; он входит в состав концепта, который, в свою очередь, используется для представления любых единиц знания, в том числе неструктурированных» [Болдырев 2004: 29]. Концепт «фашизм» отражает объект, который является своеобразным носителем ряда ситуаций, сцен (фреймов) в представлении антифашистских и фашистских субъектов коммуникации. В соответствии с данными определениями рассмотрим структуру антифашистского и неофашистского дискурса.

Концепт «фашизм» в пределах неофашистского дискурса реализуется в ряде фреймов, представляющих собой следующие аспектуальные реализации.

В центре внимания групп фашистского толка находится личность Адольфа Гитлера (участники групп называют его «дедушкой») как объект преклонения и почитания (*вождь Адольф Гитлер, все национал-социалисты присягнули Вам на верность, ибо их сердца бьются в унисон с Идеей, созданной Вами,*

ибо в них течёт та же кровь, что и в Вас, ибо Вы являетесь олицетворением всего светлого, что ещё осталось в этом мире [http://vk.com/topic-31808240_25488433].

Сторонники данной идеологии опровергают существующую информацию о русофобии и жестокости фюрера (*пресловутые зверства осуществлялись не просто по прихоти эсэсовцев, а как ответ на действия партизан* [http://vk.com/topic-30762674_25567932]), обвиняя большевистскую пропаганду в лжесвидетельстве, утверждая, что славяне были для немцев «арийскими братьями» (*мы протягиваем Вам свои руки и просим Вас всегда быть для нас тем, кем Вы являетесь сегодня: Нашим Гитлером!* [Там же]); по мнению неонацистов, холокоста не было (*Третий Рейх не был государством ненависти (о которой говорят из СМИ), все эти холокосты, „ужасы“ концлагерей — сказки, порождённые самими евреями со времён Нюрнбергского судилища*), а национал-социалистическая партия боролась за выживание белой расы.

Тема Великой Отечественной войны и победы в войне русских — предмет частых обсуждений в группах, участники которых считают, что это братоубийственная война (с точки зрения пары «немец — русский»), крушение последней попытки возродить белую расу, результат заговора евреев.

Важное место среди интересов участников групп занимает спорт, пропаганда здорового образа жизни.

Неонацизм заимствует политическую символику, риторику и мифы фашизма.

Представители фа-групп агрессивно настроены против сексменьшинств и политики власти (*пидоры зовут на огонёк!;*) 14 мая, Чистые пруды, Москва. Братва, раскидайте по правым группам, пиарьте у себя. Ишь пидорасы, почуяли свободу...да собратья, дать этим полулюдям пиздюлей и все [http://vk.com/ns_rus], находящейся в сговоре с евреями: *Вот бяа уроды пЕдРосы, одни жидаы страной править будут. Где лежит взрывчатка и СВД?* [http://vk.com/topic-31808240_25569210]; *лучше все передохлаем от жидовского режима, только б не было войны?* [http://vk.com/ns_rus].

Фашисты фундируют современность, определяя ее как хаос и торжество вседозволенности, где частный интерес ставится выше государственного. Основным пунктом критики является обесценивание всего традиционно-национального.

Фашизм (с точки зрения фа-движения) — идеология, направленная на пробуждение расового сознания, отбрасывание лжи мультирасового интернационализма, путь обре-

тения белыми людьми идеи чести и спасения своего народа на основании реалий прошлого и возрождения идей Гитлера. Цель — освобождение арийской расы от власти евреев.

В объеме 140 листов исследуемых текстов антифашистского толка смыслообразующие для концептного поля «фашизм» лексемы употребляются следующим образом:

русский (197); *еврей, жид (как объект, носитель зла)* (130); *Гитлер* (94); *немец* (90); *война, битва, бой* (80); *народ* (81); *национал-социализм* (53); *любовь* (37); *национализм* (25); *славяне* (21); *право* (20); *фюрер* (19); *большевики* (20); *радость* (17); *правильно* (17); *фашизм* (16); *зло* (14); *истина* (12); *насилие* (10); *зиги* (9); *нацизм* (9); *патриотизм* (6); *жестокость* (6) — диалог ведется только о лжеинформации в отношении жестокости немецкого солдата; *раса* (в значении как таковом, в значении дискриминации) (4); *антисемитизм* (6); *арийская раса* (21); *свобода* (4); *боны* (1).

В пределах антифашистского течения встречаются различные интерпретации понятия «фашизм». Они зависят в первую очередь от того, к правым или левым антифашистам относится тот или иной участник коммуникации. Правые провозглашают борьбу с нацизмом, расизмом как таковым, выступают против законодательных ограничений жителей разных национальностей в правах, тогда как левые антифашисты ведут борьбу против государства, гомофобии и всего, что связано с ограничением человеческой свободы.

Фашизм квалифицируется в антифашистских группах не только как дискриминация по расовому признаку, но как дискриминация любой направленности: *Мы против любой дискриминации, за равный доступ к социальным благам, к управленческим, образовательным и экономическим возможностям для всех людей, независимо от их пола, расы, национальности, религии, принадлежности к какой-либо группе*, — прописывает администрация цель создания группы [<http://vkontakte.ru/club9592109>]. Другие же группы акцентируют внимание на том, что **ОРГАНИЗАЦИЯ НЕ ПОДДЕРЖИВАЕТ СЕКСУАЛЬНЫЕ МЕНЬШИНСТВА МЫ НЕ ПРОТИВ НИХ, НО И НЕ ЗА!** [<http://vkontakte.ru/gaofa>].

Концепт «фашизм» на антифашистских сайтах разворачивается в фреймах следующего содержания.

- Антифашисты не разводят понятий «фашизм» и «национализм»: *По большей части они предлагают ужесточить законы о пропаганде нацизма, нацистской симво-*

лике и тому подобное, — пишет один из членов сайта antifa.ru. В обсуждении на тему «Почему я антифашист» [http://www.antifa.ru/6047.html] сам автор поясняет, что использует термин „нацизм“, как собирательное обозначение, не относя к фашизму бытовую ксенофобию: *ещё не одно и не два столетия люди будут делиться на своих и не своих, — это вполне естественно.*

• В пределах интернет-коммуникации есть группы, считающие синонимичными понятия «фашизм» и «гомофобия»: *мы просто отстаиваем свои права! ты фашистка? по сути ты гомофобка, а гомофобия = фашизм!* [http://vkontakte.ru/topic-17481817_24070828].

Таким образом, семантика концепта «фашизм» расширяется, фашизм в представлении антифашистов — любая форма дискриминации, не только личности, но и проявления отклонений от норм разных типов: *Сборище дегенератов, рвущихся к власти* (актуализируется психопатологический фактор); *Фашизм — сатанизм в чистом виде!* (вероятно, высказывание представителя антифашизма христианского; дискурс выходит за пределы социального дискурса и ретранслируется на религиозный).

• Субъектами фашистского движения, по мнению антифашистов, являются скинхеды: *я их ненавижу потому что они не идут своей идеологией, они просто напросто фашисты-фанатики. Скинны ублюдки, они просто прикрываются своей вшивой идеологией.* Некоторые представители антифашистских групп в речевой деятельности учитывают то, что не все скинхеды являются нацистами, существуют скинхеды, не касающиеся политики — «трады», антирасисты — «шарпы» (sharp) и анархо-коммунисты — «раши».

• К фашистским группам антифашисты относят и футбольных фанатов, которые зачастую принимают участие в «охоте» (организованных нападениях на оппозиционные движения) и входят в организованные скинхед-группы: *группа „бульдогов“ была образованна на базе движения футбольных фанатов,* — пишет в статье один из участников антифа-дискурса.

4

Далее представим результаты сопоставительного анализа фреймов, выявленных в дискурсах групп антифашистского и фашистского направления. Цель анализа — показать глубинную содержательную сущность данных типов дискурса. Акцентируем внимание на базовых языковых единицах, которыми оперируют реципиенты в процессе общения (выборка из указанного выше материала).

Таблица.

Единицы фашистского и антифашистского дискурсов

Слова	Количество в фашистском дискурсе	Количество в антифашистском дискурсе
русский	197	124
еврей	85	95
жид	45	30
Гитлер	94	42
немец	90	3
война	80	33
народ	81	74
национал-социализм	53	6
любовь	37	7
национализм	25	195
славяне	21	13
право	20	19
фюрер	19	3
большевики	20	3
радость	17	6
правильно	17	32
свобода	6	17
фашизм	16	211
боны (означает «фашист»; в переводе с англ. — «тупой»)	1	16
зло	14	8
истина	12	6
насилие	10	21
зиги	9	9
нацизм	9	341
жестокость	6	4
раса	4	37
антисемитизм	6	3
ариец	21	7
патриотизм	6	43

Сопоставив объем употребления лексем, обозначим общие черты антифашистских и фашистских дискурсов:

• Незначительно отличающаяся частота использования лексемы «русский» свидетельствует о том, что предметом обсуждений во всех группах становится вопрос принадлежности участников к русской национальности и следующие из этого интенции (чувство долга, сопричастности, родовые связи). Фашизм — специфическое восприятие «русскости».

• Слова «еврей», «жид» одинаково часто используется в дискурсах обеих сторон, активно обсуждается холокост и теория еврейского заговора. Разумеется, эти темы наполняются разным содержанием.

• Право, определяемое как свобода действий, является предметом частых дискуссий.

Отличительные черты, образующие специфику семантики концепта (выделим эти лексемы как периферийные):

• Ожидаемое многочисленное обращение к такому слову, как патриотизм, в фашист-

ском дискурсе не оправдалось (6), в отличие от антифашистского дискурса (43), где чаще апеллируют к этому понятию. Объясним это явление тем, что антифашистское движение их оппонентами часто обвиняется в предательстве России, преклонении перед Западом, вследствие чего субъекты антифашистского дискурса имеют необходимость в обращении к данной лексеме с целью предупреждения заблуждений в отношении своего мировоззрения.

- Идея родства немцев (*арийцы, Гитлер*) и славян прослеживается на уровне частотности употребления фреймов фашистского дискурса, в отличие от антифашистского дискурса: частота употребления лексем *ариец, славяне, Гитлер, немец* более чем в два раза превышает использование тех же слов в антифа-текстах. Большинство последователей фашизма называют себя *национал-социалистами* (53/6).

- Антифашисты чаще обращаются к слову *фашизм* как к концепту — носителю отрицательных коннотаций (211/16).

- Слово *нацизм* лидирует по частотности употребления в антифа-дискурсе (341), на втором месте — *национализм* (195).

- Такая отрицательная эмоционально-оценочная характеристика, как *насилие*, применяется в антифашистском дискурсе в два раза чаще. О *жестокости* же чаще пишут фашисты, оправдывая жестокость фюрера и немцев в годы Великой Отечественной войны.

- Участники групп с фашистской направленностью чаще обращаются к таким понятиям, как *истина* (12/6), *радость* (17/6), *любовь* (37/7), рассказывая о «фактах» успехов фашистской Германии, вдохновляясь личностью Гитлера, предвкушая скорую победу белой расы.

5. Вместо заключения

Статья некоторым образом подключается к дискуссии, развернувшейся на страницах журнала «Политическая лингвистика» по поводу статьи А. В. Павловой и М. В. Безродного «Хитрушки и Единорог: из истории лингвонарциссизма» (2011. № 4), в которой участвовали А. Д. Шмелев [Шмелев 2011], М. Ю. Федосюк [Федосюк 2012] и В. В. Дементьев [Дементьев 2012]. Один из важных моментов этой дискуссии — разная оценка участниками **влияния национальной языковой картины мира на ментальность** носителей того или иного языка. Наше исследование показывает, что определенные основания говорить о таком влиянии есть. Стихийная узуальная семантика, включающая социальную аксиологию, неизбежно присутствует при употреблении того или

иного слова, становится объективным фактом ментальности на чувственно-интуитивном уровне, который осознается и на более высоких уровнях сознания. Участники сайтов фашистской направленности осознают такую объективность массовой аксиологии и вынуждены в связи с этим корректировать свое речевое поведение, которое, нужно полагать, отчасти влияет и на их социальное поведение. Стихийные оценки общественных явлений чрезвычайно устойчивы, так как включены в глубинные слои социальной психологии и **закреплены в аксиологическом ореоле соответствующих слов** (выражений). К примеру, постперестроечное время в СССР и России насчитывает уже несколько десятилетий, и в «светлом поле сознания» россиян революция 1917 г. уже далеко не однозначное явление, однако позитивный ореол концепта «революционер» и отрицательный ореол концепта «контрреволюционер» («контра») еще прочно сидит в сознании большинства россиян (в том числе молодого поколения), поэтому лексема «революционер» охотно используется идеологами протестного движения, тогда как их оппоненты ее избегают, а если употребляют, то вольно или невольно стремятся придать слову «революция» иную значимость, ставя его в ряд и отождествляя с концептами «переворот», «анархия», «разруха», «хаос». Мы полагаем, что именно такие иерархические отношения концептов формируют языковую картину мира, которая влияет на собственно картину мира, а через нее (возможно) и на социальное поведение носителей языка. Мы полагаем, что лингвистический анализ концептов, стоящих за словами (наряду с другими методиками) дает возможность моделировать обыденную политическую картину мира. В качестве примера исходного материала для такого анализа приведем данные простого опроса, направленного на выявление аксиологии политических терминов: «„Левада-Центр“ опросил граждан на предмет отношения к разным словам <...> Слово „НАТО“ не нравится 61 % граждан. Нравится — 21 %. Слово „США“ не нравится 46 %, нравится — 35 %. „Европейский Союз“ нравится 62 %, не нравится — 20 %. Слово „коммунизм“ нравится 45 %, не нравится — 34 %. Слово „капитализм“ — наоборот, не нравится 51 %, а нравится всего 28 %. Слово „национализм“ нравится 13 %, не нравится — 71 %. Слово „антисоветский“ не нравится 66 %, а нравится — всего 12 %. „Социал-демократия“ нравится 40 %, а не нравится — 26. „Иностран- ный агент“ не нравится 62 %, а нравится 12 %» [Враг государства как профессия].

ПРИМЕЧАНИЯ

[1]. Термин «лингвополитология» В. А. Маслова, Е. А. Карпухина и З. И. Комарова определяют как синоним термина «политическая лингвистика» [Маслова 2008; Комарова 2012; Карпухина 2011]. Мы склонны полагать, что названные термины предполагают разные предметы изучения: лингвополитология изучает языковленные политические феномены, исследуемые лингвистическими методами (например, политическое сознание, воплощенное в языковой семантике); политическая лингвистика изучает язык, функционирующий в политической сфере, ее основной целью является выявление и описание специфики такого функционирования языка [Голев 2011; Голев, Яковлева 2010]. Иную оппозицию видит в данных терминах А. В. Зайцев: политическая лингвистика рассматривает политическую коммуникацию как борьбу за власть, лингвополитологическая точка зрения исходит из того, что в основе современной политической коммуникации лежит диалог государства и гражданского общества [Зайцев 2012].

[2]. Именно по этой причине в семантической структуре лексемы «фашист» выделено специфическое значение за пределами политологии и истории: «...слово фашист в общенародном русском языке приобрело резко оценочное негативное значение и у него сформировался статус бранного слова, что зафиксировано в российской лексикографии: ФАШИСТ — „Бранное, разговорное. О крайне злобной, жестокой личности, садисте. Ах ты, фашист, ты за что детей бьешь, чем они виноваты?“ (Большой словарь русской разговорной экспрессивной речи. — СПб., 2004, с. 647) [Голев, Лебедева 2008: 355].

[3]. Отметим также, что научные трактовки понятия «фашизм» весьма разнообразны в общественном сознании современной России, что находит отражение и в науке, в частности, в исследованиях социологов и политологов. Так, в энциклопедии под редакцией А. А. Грицанова синонимичны понятия *национал-социализм* и *фашизм*, которые определяются как «тип общественного и государственного устройства <...>; идеология, теория и практика правозэкстремистского политического течения в Европе 1920—1990 годов <...>; интеллектуально-эстетическая традиция» [Всемирная энциклопедия 2001: 1116]. Политическая энциклопедия под редакцией Г. Ю. Семигина фашизм определяет как политическое течение, возникшее в эпоху кризиса капитализма. В статье вводится понятие неофашизма как обновленного движения, именовавшегося раньше фашизмом [Политическая энциклопедия 2000: 542]. По мнению А. М. Верховского, фашизм — часть более широкого явления, называемого экстремизмом (идеология, допускающая использование крайних мер в борьбе за достижение целей, отличающаяся нетерпимостью к оп-

позиции и неприятием самооценности личности) [Верховский 1996: 10; Верховский 2003].

ЛИТЕРАТУРА

1. *Болдырев Н. Н.* Концептуальное пространство когнитивной лингвистики // Вопросы когнитивной лингвистики. 2004. № 1. С. 18—36.
2. *Васильев А.* «ВКонтакте» обошел Mail.Ru по ежедневной посещаемости // MobileDevice.ru : новост. портал. 2013. 27 февр. URL: <http://www.mobiledevice.ru/vkontakte-socseti-mail-ru-poseshaemost.aspx>.
3. *Верховский А. М.* Гражданское общество и радикальный национализм в России // Актуальные проблемы Европы. Гражданское общество в современной Европе. — М., 2003.
4. *Верховский А. М.* Политический экстремизм в России. — М., 1996.
5. *Враг государства как профессия* // Newsland : сайт. URL: <http://www.newsland.ru/news/detail/id/1062858/>.
6. *Всемирная энциклопедия. Философия* / под ред. А. А. Грицанова. — М., 2001.
7. *Голев Н. Д., Яковлева О. Е.* Бренд «Имя Россия» как компонент манипулятивной медийной коммуникации // Вестн. Новосибир. гос. ун-та. Сер.: История, филология. 2010. Т. 9. № 6. С. 90—97.
8. *Голев Н. Д., Лебедева Н. Б.* «Оборотни в погонах» и «банда фашистских молодчиков» // Юрислингвистика-9. Истина в языке и праве : межвуз. сб. науч. трудов/ под ред. Н. Д. Голева. — Кемерово ; Барнаул: Изд-во Алт. ун-та, 2008. С. 352—362.
9. *Голев Н. Д.* Обыденная лингвополитология: проблемы и перспективы // Современная политическая лингвистика : тезисы Междунар. науч. конф. (Екатеринбург, 29.06—6.10.2011) / гл. ред. А. П. Чудинов ; ФГБОУ ВПО «Урал. гос. пед. ун-т». — Екатеринбург, 2011. С. 66—69.
10. *Дементьев В. В.* Об оценочности и абсолютизации в лингвистических исследованиях: к дискуссии А. Д. Шмелева с А. В. Павловой и М. В. Безродным о «лингвоарциссизме» // Политическая лингвистика. 2012. № 1. С. 11—16.
11. *Зайцев А. В.* Лингвополитология vs политическая лингвистика: возможен ли диалог? // Филологические исследования. 2012. № 1. С. 25—81.
12. *Карпухина Е. А.* Специфика политического дискурса // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2011. № 4. С. 91—93.
13. *Комарова З. И.* Лингвополитология как частная парадигма современной лингвистики // Политическая лингвистика. 2012. № 4. С. 23—33.
14. *Крысин Л.* Толковый словарь иноязычных слов. — М., 2010.
15. *Маслова В. А.* Политический дискурс: языковые или игры в слова // Политическая лингвистика. 2008. № 1. С. 43—48.

16. *Ожегов С. И., Шведова Н. Ю.* Толковый словарь русского языка. — М., 2005.

17. *Павлова А. В., Безродный М. В.* Хитрушки и единорог: из истории лингвонарциссизма // Политическая лингвистика. 2011. № 4. С. 11—20.

18. *Политическая энциклопедия* / под ред. Г. Ю. Семигина. — М., 2000. Т. 2.

19. *Степанов Ю. А.* Константы: словарь русской культуры. — М., 1997.

20. *Федосюк М. Ю.* Концепция В. Г. Мельникова и дискуссия о русской языковой картине мира // Политическая лингвистика. 2012. № 2. С. 11—12.

21. *Чернявская В. Е.* Интерпретация научного текста. — М., 2010.

22. *Шмелев А. Д.* Всегда ли научное изучение русского языка является проявлением «лингво-нарциссизма»? // Политическая лингвистика. 2011. № 4. С. 21—33.

Статью рекомендует к публикации канд. филол. наук, доц. М. Б. Ворошилова

РАЗДЕЛ 5. ИЗ ИСТОРИИ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ЛИНГВИСТИКИ

УДК 811.133.1 (Мазон А.)
ББК Ш5(4Фра)

ГСНТИ 16.01.09; 16.21.27

Код ВАК 10.02.19

А. Мазон A. Mazon

Страсбург, Франция Strasbourg, France

Пер. с фр. К. Л. Филатовой, Д. В. Спиридонова Translated from French by K. L. Filatova, D. V. Spiridonov

ЛЕКСИКА ВОЙНЫ И РЕВОЛЮЦИИ В РОССИИ (1914—1918). ИНОЯЗЫЧНЫЕ СЛОВА

LEXIS OF WAR AND REVOLUTION IN RUSSIA (1914—1918). LOAN WORDS

Аннотация. Перевод раздела «Иноязычные слова» знаменитой книги выдающегося французского лингвиста Андре Мазона «Лексика войны и революции в России (1914—1918)» («Lexique de la guerre et de la revolution en Russie (1914—1918)»). Оригинальный текст был опубликован в 1920 году.

Abstract. This is a translation of the part: “Foreign Words”, of the book written by the famous French linguist Andre Mazon “Lexis of War and Revolution in Russia (1914—1918)”. («Lexique de la guerre et de la revolution en Russie (1914—1918)»). The original was published in 1920.

Ключевые слова: язык революции; лексика; политическая лингвистика; история русского языка; лингвистическая советология; заимствование; французский славист Андре Мазон.

Key words: language of revolution; lexis; political linguistics; history of the Russian Language; linguistic Sovietology; loanword; French Slavist Andre Mazon.

Сведения об авторе: Андре Мазон (1881—1967), доцент филологического факультета.

About the author: Andre Mazon (1881—1967) Associate Professor of the Faculty of Philology.

Место работы: Страсбургский университет.

Place of employment: Strasbourg University.

Сведения о переводчиках:

About the translators:

Филатова Ксения Леонидовна, кандидат филологических наук, доцент кафедры лингвистики и профессиональной коммуникации на иностранных языках.

Filatova Ksenya Leonidovna, Candidate of Philology, Associate Professor of the Chair of Linguistics and Professional Communication in Foreign Languages.

Место работы: Уральский федеральный университет.

Place of employment: Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin.

Контактная информация: 620083, Екатеринбург, Тургенева, 4, к. 390.

e-mail: ksenya.filatova@gmail.com.

Spiridonov Dmitry Vladimirovich, Candidate of Philology, Associate Professor of the Chair of Romance Linguistics.

Спиридонов Дмитрий Владимирович, кандидат филологических наук, доцент кафедры романского языкознания.

Place of employment: Ural Federal University named after the first President of Russia B.N. Yeltsin.

Место работы: Уральский федеральный университет им. Первого Президента России Б. Н. Ельцина.

Контактная информация: 620000, г. Екатеринбург, пр. Ленина, д. 51, ком. 111.

e-mail: dspiridonov@mail.ru.

НОВЫЕ ОСНОВЫ

Основы новых слов, или корпус новых слов, образуются с помощью одного из трех следующих способов: а) аббревиации; б) заимствования из иностранного языка; в) придания имени собственному символического значения и использования его в повседневном общении в функции имени нарицательного.

Б. Иноязычные слова

Можно сказать, что нет такого иностранного слова, которое фантазия писателя или говорящего не смогла бы нарядить в русский кафтан, и едва ли можно с уверенностью

утверждать, что то или иное подобное слово подвергается такому переодеванию впервые. Набор фантазийных заимствований, приводимый в хорошо известной лексикографам заметке Н. Безобразова^[1] (Письмо изъ страны далекой съ утръ-томбною сенсациєю. Изд. 2-е. Спб., 1862)^[2], служит тому замечательным свидетельством. Из этого следует, что область заимствований всегда имеет в русском языке границы весьма нечеткие, определяемые словарями весьма плохо или, во всяком случае, произвольно.

Русская революция ввела в эти границы значительное число слов, без сомнения, бывших уже известными людям образован-

Продолжение. Начало раздела «Новые основы» публиковалось ранее:

Политическая лингвистика. 2013. № 1 (43). С. 205—210.

© Мазон А., 1920

© Филатова К. Л., Спиридонов Д. В., перевод на русский язык, 2013

ным, но в значительной своей части ждавших еще подтверждения, дабы войти в «обиход» или, во всяком случае, в употребление более широкое; она, говоря кратко, *популяризовала* их.

Так, некоторые латинизмы парламентского и административного лексикона, заимствованные русскими непосредственно из латыни или, чаще всего, через посредничество французского или немецкого языков, со времени Февральской революции утратили свой ученый, технический характер, сохранявшийся ими до тех пор, несмотря на работу Государственной и городских дум. Это произошло со словами *кворумъ* и особенно *пленумъ* и *президіумъ* (см. ниже), широко употребляемыми полуграмотными и даже безграмотными людьми по отношению к работе различных общественных собраний. Аналогичный случай демонстрирует слово *коллегія*, представляющее собой старый административный термин, не употреблявшийся с XVIII в. (ср. *камер-коллегія*), возродившийся благодаря созданию таких институтов, как Морская коллегия. Затем этот термин быстро распространился и начал обозначать самые разные союзы, вплоть до собраний ресторанных официантов и железнодорожников: «коллегия официантов», «коллегия железнодорожников» (Из., 29 декабря 1918 г.); интересно, что во французском языке полученное слово *collègue* за последние несколько лет, в особенности во время войны, также стало весьма распространенным. Наконец, такова же судьба слова *коммуна*, которое из термина, обозначавшего исторические события или иностранные институты («Палата коммунъ», «Парижская коммуна» и т. д.), превратилось под влиянием советской пропаганды в слово общеупотребительное, обозначающее либо новую российскую административную единицу: «Петроградская коммуна», «Союз коммун Северной области» (соответствующее прилагательное — *коммунальный*: «коммунальные театры, издания»), либо сельскохозяйственное поселение, реорганизованное по принципам коммунизма (см. брошюру С. А. Преображенского^[3] «О крестьянских коммунах». М., 1918), либо всякое обобществление собственности, и даже всякое согласие с обобществленной экономической действительностью: «У нас коммуна», или «Мы с ними образовали коммуноу», или «Мы живем коммуной».

В разной мере подобной же популяризации подверглись следующие существительные:

– в области внутренней политики: *директорія* («Кіевская Директорія» и «Омская

Директорія»), *комиссаръ* и *комиссариатъ*, *милиція* («городская милиція»), *монополія* («хлебная монополия»), *сэкція* («автосекція»), а также *коллективизація*, *ликвидация*, *меліорація*, *муниципализація*, *национализация*; форма *Конституанція* («Учредительное собрание»), употреблявшаяся некоторыми членами этого собрания, не получила никакого распространения;

– в области внешней политики: *аннексія* (со словами *аннексионизмъ* и *аннексионистъ*), *дезаннексія* (С. С. Кондурушкин. Толковый словарь, пособие при чтении газет, издание газеты «Земля». Спб., 1917. С. 5), *контрибуція*, *империализмъ* и *империализмъ*;

– в лексиконе нынешних политиков: *агитація* и *агитаторъ*, *варваризація*, *гарантія*, *делегація* и *делегатъ*, *дискуссия* (с его производными-прилагательными *дискуссионный* и *дискутабельный*), *коалиція*, *ориентація*, *платформа*, *привиллегія*, *репрессія*, *ратификація* и т. д.

Из слов латинского происхождения стоит напомнить о судьбе слова *коллективъ* (нем. *Kollektiv* или *Kollektivum*), обозначающего «группу людей» или «сообщество»; ср.: «Русский народъ всегда любилъ жить въ теплѣ коллектива» (Н. Бердяевъ. Судьба России. М., 1918. С. 6) — и: «Когда должны поступать в агитаторский коллектив сведения о собраниях?» (В. Войтинский. Луч света среди ночи. Петроград, 1918. С. 5). Редкие гостиницы, еще сохранившиеся в коммунистической России, управляются своими «коллективами официантов».

Менее интересна судьба слов *персональ* (нем. *Personal*), *церемониаль* (нем. *Ceremonial*; на первой странице большевистских газет от 31 августа 1918 г. крупно напечатан заголовок: «Церемониал похорон товарища Урицкого») и *феодалъ* (таково было определение, которое большевики дали Мирбаху, послу Германии в Москве: «старый феодал»).

Здесь также стоит упомянуть о всё более частом употреблении слова *инструкторъ* с новым значением «работник политпросвещения» (см. ниже, в разделе «Семантика и стилистика»).

Слово *кулинарія*, напротив, несмотря на поддержку Комиссариата народного просвещения («детская кулинария»), на сегодняшний день не пользуется существенным успехом. То же относится к слову *криминаль*, хотя оно и встречается у такого замечательного писателя, как Сологуб: «Вот и весь криминаль» (Ө. Сологубъ. Заклинательница змѣй, сборникъ «Эпоха». М., 1918).

Из французских слов революция возвратила к жизни слово *мародёръ*, которое могло быть заимствовано в русский язык в эпоху

войн революции и Империи (насколько нам известно, впервые оно встречается в книге «Новый Словотолкователь» Н. Яновского — СПб., 1803—1806, 2 часть, стр. 674): революция вбросила его в партийную борьбу, а большевики отвели ему почетное место, рядом с *буржуа́*, *буржу́й* [5], в том наборе оскорблений, каковые они использовали по отношению к своим противникам. Одновременно с этим революция, а именно Октябрьская революция, ввела в свой полемический арсенал слова *ба́нда* («чехо-словацкия банды») и *кلی́ка* («буржуазная клика»). Что касается слова *коммуна́рь*, то приход коммунизма превратил исторический термин («парижские коммунары») в совершенно живое слово, обозначающее либо «члена коммунистического сообщества», либо, в языке петроградских революционеров, «активиста Северной коммуны» [5]: *коммуни́сть* (жен. р. *коммуни́стка*) означает всего лишь «члена коммунистической партии» или даже «сторонника коммунизма» — оба существительных, путем скрещивания, дали в языке народа, в частности крестьянства, одно слово *коммуни́р* (произносится *комуні́р*).

В отношении двух французских заимствований наблюдается колебание между, так сказать, «сырой» формой, не имеющей русского окончания, и русифицированной формой с русским окончанием женского рода. Во-первых, это напрасно заимствованные русским языком и употребляющиеся наряду со словом *Со́гласіе* («l'Entente») существительные муж. р. *Антáнтъ* и жен. р. *Антáнта*. Первое из них вышло из употребления, тогда как второе стало широко использоваться. Во-вторых, наряду со словом мужского рода *аллю́рь*, заимствованным в давние времена кавалеристами и конезаводчиками в значении «походка лошади», имеется женская форма *аллю́ра* в значении французского *allure* [6], используемая теми большевистскими писателями, которые предпочитают «международную» манеру письма собственно русской.

Итальянское *studio*, перешедшее в русский язык в форме женского рода *студі́я*, стало одним из наиболее любимых слов художников и литераторов. Используется оно для обозначения либо молодежного крыла Московского художественного театра (новый небольшой театр, называемый *Студі́я*), либо артистического и литературного кабаре, либо объединения писателей или художников.

Вклад английского языка весьма незначителен. Мы не рассматриваем здесь просто затранскрибированные слова, русификация которых носит чисто графический характер, например *тредъ-юнионъ* или *синь-фейнер*:

они употребляются по отношению к иностранным учреждениям и остаются иноязычными словами. К новациям, действительно вошедшим в язык для обозначения новых реалий, можно отнести лишь следующие: *ми́тингъ*, старое заимствование, решительно популяризированное революцией; *ска́уть*, *скауті́змъ* (scout), перед которыми большевики обычно ставят буквенное сокращение *ю.к.* (юные коммунисты): *юк-ска́ут*, *юк-скауті́змъ*, — а также первый элемент в сложном слове *юзогра́мма*, вошедшем в народ во время войны в значении «телеграмма, переданная с помощью аппарата Хьюза» [7].

К немецким словам, которые, по-видимому, успели войти в арсенал повседневного языка, хотя долгое время оставались частью жаргона политических эмигрантов, относятся следующие:

— *ло́зунгъ* (*Losung*) — старое военное заимствование, использовавшееся в значении «приказ» (оно встречается уже в «Письмовнике» Курганова [8] 1769 г.), ставшее очень модным в период Февральской революции в значении «политический девиз, формула, резюмирующая программу, credo, заключенное в одной фразе» («Дайте намъ лозунгъ, мы и пойдемъ»), — говорили солдаты своим офицерам при Керенском) и окончательно закрепленное после празднования 1 мая 1918 г., когда лозунги левых социалистических фракций были крупно напечатаны на первых полосах газет, а также золотыми буквами выведены на транспарантах демонстрантов;

— *штрейкбрéхеръ* (нем. *Streikbrecher*, первый элемент которого — англ. *strike*) — слово, попавшее в язык народа из аргоса рабочих организаций;

— педантские термины, вошедшие в широкое употребление в качестве клише языка народных собраний: *аппара́тъ* (*Apparat*: «государственный аппаратъ», «аппаратъ власти») и *паритéтъ* (*Parität*: «паритетъ голосов»).

Другими любопытными свидетельствами проникновения немецкого языка в язык деятелей рабочего движения через марксизм являются использование некоторыми рабочими, более приобщенными к коммунизму, чем большинство их товарищей, слова *цуза́менбрухъ* (*Zusammenbruch* 'крушение, крах, развал': «Всѣ фабрики и заводы отобрать надобно, а этого безъ цузаменбруха не сдѣлаешь»), — читаем мы в романе Сологуба «Заклинательница змѣй» — сборникъ «Эпоха», М., 1918), постоянное использование в большевистских текстах немецких слов, спокойно склоняемых авторами (например, *Parteitag* 'партийный съезд': «Это

было на партейтагъ въ Іенѣ», — отмечает Зиновьев в своей брошюре «Второй Интернационал и проблема войны» — СПб., 1917, стр. 43), образование шуточных сложных существительных с немецким префиксом *ober* 'старший', как, например, *оберъ-знахарь* («Сам главный оберъ-знахарь Вильсон едет в Европу предложить всем правительствам применить его знаменитую систему борьбы с большевистской эпидемией» // Из., 5 декабря 1918).

К немецкоязычным заимствованиям стоит отнести и *Предпарламентъ* Керенского^[9], построенное по аналогии с франкфуртским *Vorparlament*^[10].

Шведский язык, а точнее шведская политика, оставила в языке русской революции лишь одно партийное наименование — *активисты*. В октябре 1918 г. меньшевики-оборонцы Либер и Потресов начали употреблять его по отношению к новой фракции, которую они составили: меньшевики-активисты^[11].

Что касается славянских языков, то за время войны они обогатили русский язык лишь несколькими терминами социального и политического характера, степень русификации которых крайне неравномерна. Польский, в той мере, в какой русская пресса успевала следить за польской политикой, дал разнообразные названия партий, уже хорошо известные профессиональным политикам: *народовцы* и прилагательное *народовский* (Из., 12 декабря 1918: *narodowcy* — национальная партия), *людовцы* (Из., 5 декабря 1918: *ludowcy* — популистская партия), *левѳца* (*lewica* — левые социалисты). Болгарский дал слово *тесняки* со значением «партия тесных социалистов», т. е. левых социалистов, в противоположность «широким социалистам»^[12]. Но и болгарские, и польские слова являются переходящими заимствованиями: речь идет скорее об иноязычных словах, просто приведенных в печати по-русски, чем о русифицированной лексике.

Только украинцы оставили в русском языке широко употребляемые в народе и, по всей видимости, прочно вошедшие в язык слова, например:

— в политической сфере: *Рада* 'Верховный совет', *универсал* 'декрет' и *самостійность* 'украинская независимость' с производными *самостійный* и *самостійникъ*;

— в социально-экономической области: *хлѳборобы* 'землевладельцы' и смешанная аббревиатура *проотоѳисъ* (промышленно-торгово-финансовый союз).

Другие подобные слова перешли в русский язык в качестве шуточных украинизмов, например: *державная варт* 'государствен-

ная охрана' или *голодрѳнцы* 'рабочие'. Слово *самостійность*, напротив, русифицировано, хоть и употребляется, следует признать, с ироническим оттенком даже вне сферы украинской политики: «...одной из главных причин экономической разрухи является самостійность на местах» (Из., 14 января 1919).

ПРИМЕЧАНИЯ

[1]. Безобразов Николай Александрович (1816—1867) — юрист, писатель, публицист. В брошюре «Письмо из страны далекой с утретомбною сенсациею» высмеивает пристрастие к иностранным словам. — *Прим. перев.*

[2]. Отдельный тираж, изданный журналом «Съверная пчела» в форме брошюры с пометой «П. Б.» (см. «Полное собрание библиографических трудов А. Е. Бурцева», т. VII, с. 47).

[3]. Ошибка в инициалах; имеется в виду Преображенский Евгений Алексеевич (1886—1937) — революционер, большевик, один из лидеров левой оппозиции (*прим. перев.*).

[4]. История этих двух слов или, точнее, двух форм одного слова, была тонко описана г-ном Андре Лиронделем: *Le Monde slave, tome II, n° 8—9, Paris, 1918.*

[5]. Северная коммуна — то же, что Союз коммун Северной области, объединение северных и северо-западных губерний в советской России в 1918—1919 гг., созданное по образцу советской государственной системы, со своим Советом комиссаров и агентством печати. — *Прим. перев.*

[6]. Во французском языке слово *allure*, помимо значения 'походка (лошади)', также имеет значения 'повадка, манера, выправка, способ'. — *Прим. перев.*

[7]. Дэвид Эдвард Хьюз (1831—1900) — английский и американский изобретатель, в 1853 г. создал телеграфный печатающий аппарат, который с 1860-х гг. получил широкое распространение по всей Европе. — *Прим. перев.*

[8]. Курганов Николай Гаврилович (1725—1796) — российский педагог, издатель. Упомянутая книга в первом издании называлась «Российская универсальная грамматика, или Вообще письмословие» (СПб., 1769). Второе издание озаглавлено так: «Книга-письмовник, содержащий в себе науку российского языка, со многим присовокуплением разного учебного и полезно-забавного вещесловия» (в 2 ч. СПб., 1777). — *Прим. перев.*

[9]. Предпарламент (Временный совет Российской республики) — совещательный орган при Временном правительстве, функционировавший с 20 сентября по 25 октября 1917 г. в качестве представительного органа российских партий. — *Прим. перев.*

[10]. Имеется в виду германский Предпарламент — собрание общественных деятелей не-

мецких государств, которое происходило во Франкфурте-на-Майне с 31 марта по 4 апреля 1848 г. В его задачи входило обсуждение возможных путей объединения Германии и выработка проекта конституции. — *Прим. перев.*

[11]. Либер Михаил Исаакович (1880—1937) и Потресов Александр Николаевич (1869—1934) — активисты социал-демократического движения. Меншевики-оборонцы — патриотическое направление русской социал-демократии, изначально полагавшее необходимым активное сопротивление Германии в Первой мировой войне. Однако после Октябрьской революции в стане меньшевиков произошел раскол. «Правое» течение (т. н. «меньшевики-активисты»: Либер, Потресов, Вайнштейн и др.) выступило за активную вооруженную борьбу с советской властью, в частности призывало к скорейшему поражению

России в войне, участвовало в диверсиях, мятежах, шпионаже в пользу Германии. Название «активисты» заимствовано из шведского языка: сохраняя нейтралитет в Первой мировой войне, Швеция зарабатывала на производстве оружия для воюющих сторон, особенно для Германии, поставках туда сырья и продовольствия, что вызвало к жизни «движение в поддержку Германии», или «движение активистов» (швед. *Aktiviströrelsen*). — *Прим. перев.*

[12]. Тесные социалисты (болг. *тесни социалисти*) — левое крыло Болгарской рабочей социал-демократической партии, сокр. БРСДП (т. с.), созданной в 1903 г. в результате раскола БРСДП на «тесных» и «широких» социалистов (последние выступали за широкую социальную базу революционных преобразований и союз с другими политическими силами). — *Прим. перев.*

ИНФОРМАЦИОННОЕ ПИСЬМО



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

Кафедра риторики и межкультурной коммуникации
Редакция журнала «Политическая лингвистика»

УВАЖАЕМЫЕ КОЛЛЕГИ!

С 24 по 26 сентября 2013 года Уральский государственный педагогический университет проводит уже традиционную осеннюю международную научную конференцию с элементами научной школы «Политическая коммуникация».

Приглашаем принять участие филологов и политологов, социологов и культурологов, историков и психологов, всех тех, кто интересуется проблемами политической коммуникации.

В рамках данной конференции будут обсуждены вопросы следующих тематических блоков:

1. Современные школы политической лингвистики.
2. Политическая метафорология.
3. Межкультурная коммуникация: способы адаптации.
4. Образ России: способы репрезентации.
5. Информационно-психологические войны.
6. Стратегии и тактики воздействия.
7. Экстремистский текст и деструктивная личность.

Конференцию планируется провести на базе отдыха в живописных окрестностях Екатеринбурга. Участники без дополнительной оплаты обеспечиваются проживанием в двух- или трехместных номерах. За дополнительную оплату возможно проживание в более комфортабельных номерах.

Оргвзнос (за питание) составляет 1500 рублей и принимается во время регистрации.

Для участия в конференции необходимо до 26 августа 2013 года прислать по электронному адресу (shinkari@mail.ru, ap_chudinov@mail.ru) одним файлом:

- заявку (приложение 1);
- тезисы выступления (приложение 2).

Тезисы выступлений на конференции будут опубликованы до ее начала. В материалах конференции сохраняется авторский стиль. Оргкомитет по результатам экспертизы материалов оставляет за собой право решения вопроса о публикации доклада в сборниках конференции.

Лучшие материалы также будут опубликованы в журнале «Политическая лингвистика», входящем в перечень ВАК РФ.

ПРИЛОЖЕНИЕ 1

Форма заявки на участие в конференции (оформляется на русском и английском языке)

1. Фамилия, имя, отчество (полностью).
2. Ученая степень, ученое звание.
3. Место работы и должность.
4. Почтовый адрес и электронный адрес, контактный телефон.
5. Тема выступления.
6. Форма участия: личное участие или стендовый доклад в заочной форме.

ПРИЛОЖЕНИЕ 2

Требования к оформлению тезисов

1. Объем — не более пяти (четырех) печатных страниц, 12 кегль, полуторный интервал (по 40 строк на странице), поля — по 2 см сверху, снизу, справа, слева.
2. Электронный вариант в формате «Word» (.doc, .docx) или в формате .rtf.
3. Нежелательны сложные для воспроизведения таблицы, схемы, рисунки и т. п.
4. Перед названием указывается фамилия, имя, отчество автора и (в скобках) город, в котором работает участник конференции.
5. Оформление списка литературы и сносок (если они требуются) по правилам, принятым в журнале «Политическая лингвистика» (см. сайт *cognitiv.narod.ru*).

Адреса и телефоны для справок:

620017, г. Екатеринбург, пр. Космонавтов, 26, каб. 219
тел. 8-343-3361592
e-mail: ap_chudinov@mail.ru
Чудинов Анатолий Прокопьевич

тел. 8-922-6128661
e-mail: shinkari@mail.ru
Ворошилова Мария Борисовна

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.

Дискуссии. Раздел предоставляет площадку для полемики между представителями различных или диаметрально противоположных взглядов на проблемы политической лингвистики и когнитивистики. Как правило, в разделе публикуется несколько материалов, излагающих соперничающие концепции.

1. Теория политической лингвистики. Этот раздел предоставляет трибуну ведущим специалистам по политической лингвистике.

2. Политическая коммуникация. Включает статьи, посвященные институциональной и личной 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, разумеется, связаны 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 предшествующих 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.

С 2012 г. все присылаемые материалы проверяются в системе «Антиплагиат». В случае заимствования чужих идей без указания источника цитирования в соответствии с принятыми в научном сообществе нормами статьи возвращаются авторам.

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.... Образцы оформления:

СТАТЬИ ИЗ ЖУРНАЛОВ И СБОРНИКОВ

Адорно Т. В. К логике социальных наук // *Вопр. философии*. 1992. № 10. С. 76—86.

Crawford P. J., Barrett T. P. The reference librarian and the business professor: a strategic alliance that works // *Ref. Libr.* 1997. Vol. 3. № 58. P. 75—85.

Если авторов четыре и более, то заголовок не применяют (ГОСТ 7.80-2000).

Корнилов В. И. Турбулентный пограничный слой на теле вращения при периодическом вдуве / отсосе // *Теплофизика и аэромеханика*. 2006. Т. 13. № 3. С. 369-385.

Кузнецов А. Ю. Консорциум — механизм организации подписки на электронные ресурсы // *Российский фонд фундаментальных исследований: десять лет служения российской науке*. — М.: Науч. мир, 2003. С. 340—342.

КНИГИ

Тарасова В. И. Политическая история Латинской Америки: учеб. для вузов. 2-е изд. — М.: Проспект, 2006. С. 305—412.

Допускается предписанный знак точку и тире, разделяющий области библиографического описания, заменять точкой.

Философия культуры и философия науки: проблемы и гипотезы: межвуз. сб. науч. тр. / Саратов. гос. ун-т; [под ред. С. Ф. Мартыновича]. — Саратов: Изд-во Саратов. ун-та, 1999.

Допускается не использовать квадратные скобки для сведений, заимствованных не из предписанного источника информации

Райзберг Б. А., Лозовский Л. Ш., Стародубцева Е. Б. Современный экономический словарь. 5-е изд., перераб. и доп. — М.: ИНФРА-М, 2006. 494 с.

Если авторов четыре и более, то заголовок не применяют (ГОСТ 7.80-2000)

АВТОРЕФЕРАТЫ

Глухов В. А. Исследование, разработка и построение системы электронной доставки документов в библиотеке: автореф. дис. ... канд. техн. наук. — Новосибирск, 2000.

ДИССЕРТАЦИИ

Фенухин В. И. Этнополитические конфликты в современной России: на примере Северо-Кавказского региона: дис. ... канд. полит. наук. — М., 2002. С. 54—55.

АНАЛИТИЧЕСКИЕ ОБЗОРЫ

Экономика и политика России и государств ближнего зарубежья: аналит. обзор, апр. 2007 / Рос. акад. наук, Ин-т мировой экономики и междунар. отношений. — М.: ИМЭМО, 2007.

ПАТЕНТЫ:

Патент РФ № 2000130511/28, 04.12.2000.

Еськов Д. Н., Бонштедт Б. Э., Корешев С. Н., Лебедева Г. И., Серегин А. Г. Оптико-электронный аппарат // Патент России № 2122745. 1998. Бюл. № 33.

МАТЕРИАЛЫ КОНФЕРЕНЦИЙ

Археология: история и перспективы: сб. ст. Первой межрегион. конф. — Ярославль, 2003.

Марьинских Д. М. Разработка ландшафтного плана как необходимое условие устойчивого развития города (на примере Тюмени) // Экология ландшафта и планирование землепользования: тезисы докл. Всерос. конф. (Иркутск, 11—12 сент. 2000 г.). — Новосибирск, 2000. С. 125—128.

ИНТЕРНЕТ-ДОКУМЕНТЫ

Официальные периодические издания: электронный путеводитель / Рос. нац. б-ка, Центр правовой информации. [СПб.], 2005–2007. URL: <http://www.nlr.ru/lawcenter/izd/index.html> (дата обращения: 18.01.2007).

Логинова Л. Г. Сущность результата дополнительного образования детей // Образование: исследовано в мире: междунар. науч. пед. интернет-журн. 2003.21.10. URL: <http://www.oim.ru/reader.asp?nomer=366> (дата обращения: 17.04.2007).

<http://www.nlr.ru/index.html> (дата обращения: 20.02.2007).

Рынок тренингов Новосибирска: своя игра. URL: <http://nsk.adme.ru/news/2006/07/03/2121.html> (дата обращения: 17.10.2008).

Литчфорд Е. У. С Белой Армией по Сибири // Восточный фронт Армии Генерала А. В. Колчака. URL: <http://east-front.narod.ru/memo/latchford.htm> (дата обращения: 23.08.2007).