

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



# ПОЛИТИЧЕСКАЯ ЛИНГВИСТИКА

---

## 2(52)'2015

**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](http://journals.uspu.ru)
- Материалы журнала размещаются на платформе Российского индекса научного цитирования (РИНЦ) Российской национальной научной электронной библиотеки
- Включен в каталог Роспечать. Индекс 81955
- Включен в Европейский индекс цитирования по гуманитарным наукам European Reference Index for the Humanities (ERIH)
- Включен в международный каталог периодических изданий Ulrich's Periodicals Directory
- 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 2015

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:**

PhD, профессор Р. АНДЕРСОН (Лос-Анджелес, США)

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

доктор филол. наук, профессор В. М. БРИЦЫН (Киев, Украина)

PhD, профессор АНДЖЕЙ ДЕ ЛАЗАРИ (Лодзь, Польша)

PhD, профессор Д. ВАЙС (Цюрих, Швейцария)

доктор филол. наук, профессор, чл.-кор. РАН В. А. ВИНОГРАДОВ (Москва, Россия)

доктор филол. наук, профессор Е. А. НАХИМОВА (Екатеринбург, Россия)

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

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

PhD, профессор П. СЕРИО (Лозанна, Швейцария)

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

доктор филологических наук, профессор У АЙХУА (Пекин, Китай)

PhD, профессор Л. ЦОНЕВА (Велико-Тырново, Болгария)

доктор филол. наук, профессор Е. В. ШУСТРОВА (Екатеринбург, Россия)

PhD, профессор ЯН КЭ (Гуанчжоу, Китай)

**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, 2015. – Вып. 2 (52). – 273 с.  
ISSN 1999-2629

Журнал призван способствовать обмену новейшей информацией в области политической лингвистики, а также в сфере взаимоотношений языка, культуры и общества. Включает пять основных разделов – «Теория политической лингвистики», «Политическая коммуникация», «Язык – политика – культура», «Лингвистическая экспертиза: язык и право» и «Из истории политической лингвистики». Предназначен для филологов, политологов, социологов и всех тех, кто интересуется проблемами политической коммуникации.

УДК 409.34

ББК Ш107

**Благодарим РГНФ за материальную поддержку проекта в рамках гранта № 14-04-0268 «Политическая лингвистика: проблематика, методология, аспекты исследования и перспективы развития научного направления».**

ISSN 1999-2629

© ФГБОУ ВПО «Уральский государственный педагогический университет», 2015

© Политическая лингвистика, 2015

Ural State Pedagogical University



# POLITICAL LINGUISTICS

---

**2(52)'2015**

**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)  
Britsyn V. M., Ph. D. (Kiev, Ukraine)  
Vasiliy V. Khimik, Ph.D., Prof. (Saint-Petersburg, Russia)  
Eleonora Lassan, Ph.D., Prof. (Kaunas, Lithuania)  
Andrzej de Lazari, Ph.D., Prof. (Lodz, Poland)  
Elena A. Nakhimova, Ph.D., Prof. (Ekaterinburg)  
Natalia B. Ruzhentseva, Ph.D., Prof. (Ekaterinburg, Russia)  
Elizaveta V. Shustrova, 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)  
Yang Ke, Ph.D., Prof. (Guangzhou, China)  
Wu Aihua, Ph.D., Prof. (Beijing, China)

Ekaterinburg 2015

## СОДЕРЖАНИЕ

Редакционные принципы журнала «Политическая лингвистика» .....	10
--	----

### РАЗДЕЛ 1. ТЕОРИЯ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ЛИНГВИСТИКИ

<b>Будаев Э. В.</b> Нижний Тагил, Россия	Концептуальная метафора на службе у разведки США .....	12
<b>Васильев А. Д.</b> Красноярск, Россия	Лексико-фразеологические представления своего и чужого в посланиях В. В. Путина Федеральному собранию (2012—2014 гг.) .....	17
<b>Земцов В. Н.</b> Екатеринбург, Россия	Армия Наполеона: структуры межкультурных коммуникаций (по письмам солдат Великой армии 1812 года) .....	25
<b>Купина Н. А.</b> Екатеринбург, Россия	Русская идея в контексте современности: «Бесы» Достоевского и аксиологические суждения Бердяева .....	31
<b>Романова Т. В.</b> Нижний Новгород, Россия	Толерантность и политкорректность: аналитический обзор современного состояния проблемы (лингвистический аспект) .....	39
<b>Сковородников А. П.</b> Красноярск, Россия	О смысловой амбивалентности ключевых слов современного российского политического дискурса (на материале газетных текстов) .....	50

### РАЗДЕЛ 2. ПОЛИТИЧЕСКАЯ КОММУНИКАЦИЯ

<b>Алферов А. В.</b> <b>Кустова Е. Ю.</b> Пятигорск, Россия	Релевантность в концептуализации России во французском парламентском дискурсе .....	57
<b>Попова Г. В.</b> Астрахань, Россия		
<b>Амиров В. М.</b> Екатеринбург, Россия	Антигерой: некоторые особенности конструирования отрицательных образов в журналистике военных конфликтов .....	63
<b>Амкуаб Г. А.</b> Сухум, Абхазия	Механизмы «бегства от реальности» в осуществлении медиаполитики России .....	67
<b>Блох М. Я.</b> Москва, Россия	Дискурсивное выражение стратегии устрашения в политическом тексте конфликтной ситуации (на материале английского языка) .....	75
<b>Алёшина Е. Ю.</b> Пенза, Россия		
<b>Вершинина Т. С.</b> <b>Илюшкина М. Ю.</b> Екатеринбург, Россия	Влияние медийного дискурса на формирование коллективной модели патриотического настроения .....	80
<b>Данилова Ю. Ю.</b> <b>Нурмиев А. М.</b> <b>Учиров П. С.</b> Елабуга, Россия	«Die Russen kommen» как стереотипный маркер немецкого лингвосоциума: военная пропаганда и маркетинг .....	86

<b>Денисов М. А.</b> <b>Хорошева Н. В.</b> Пермь, Россия	Проблема определения термина «манипулирование» в работах российских исследователей ..... 94
<b>Качмазова А. У.</b> <b>Тамерьян Т. Ю.</b> Владикавказ, Россия	Метафорическое поле социоэтнического типажа «кударец» ..... 102
<b>Слободенюк Е. А.</b> Петропавловск-Камчатский, Россия	Особенности сочетания визуального и вербального в создании образа современного немецкого политика в британском медиадискурсе (на примере Ангелы Меркель)..... 113

### РАЗДЕЛ 3. ЯЗЫК — ПОЛИТИКА — КУЛЬТУРА

<b>Белова В. Ф.</b> Пятигорск, Россия	Сопоставительное исследование метафор в парламентском и публицистическом дискурсах на немецком языке..... 122
<b>Богоявленская Ю. В.</b> Екатеринбург, Россия	Парцеллированные конструкции как синтаксический экспликатор субъективно-модальных значений (на материале газетных текстов)..... 130
<b>Богоявленская Ю. В.</b> <b>Буженинов А. Э.</b> Екатеринбург, Россия	Прецедентное имя «Наполеон» в исторической памяти Франции: опыт корпусного исследования ..... 137
<b>Каменева В. А.</b> <b>Горбачева О. Н.</b> Кемерово, Россия	Глобальная социальная интернет-реклама. Воздействующий потенциал визуального олицетворения и овеществления в социальной интернет-рекламе ..... 144
<b>Горина Е. В.</b> Екатеринбург, Россия	Дискурс Интернета в аспекте воздействия на пользователя ..... 150
<b>Горшунов Ю. В.</b> Бирск, Россия <b>Горшунова Е. Ю.</b> Москва, Россия	Этнические ярлыки в речи детей и подростков англоязычного мира..... 156
<b>Дзюба Е. В.</b> Екатеринбург, Россия	О влиянии идеологии на формирование категории «ИНТЕЛЛЕКТ» в русском языковом сознании ..... 162
<b>Зарипов Р. И.</b> Москва, Россия	Метафорические образы России во французском политическом дискурсе в контексте гражданской войны на Украине..... 172
<b>Киселева С. В.</b> <b>Росянова Т. С.</b> Санкт-Петербург, Россия	Специфика вербализации концепта « <i>Political Marketing</i> » в современном английском языке ..... 181
<b>Коняева Е. В.</b> Екатеринбург, Россия	Содержание и вариативность идеологического концепта «Дружба народов» ..... 190
<b>Терских М. В.</b> <b>Малёнова Е. Д.</b> Омск, Россия	Имидж региона: теоретический аспект (российский и зарубежный опыт)..... 199

<b>Новиков Н. В.</b> Москва, Россия	Политизация франкоязычных спортивных СМИ. Власть политического дискурса ..... 206
<b>Петров В. Б.</b> Магнитогорск, Россия	Нравственные ценности в политической трагикомедии М. Булгакова «Адам и Ева» ..... 214
<b>Постникова А. А.</b> Екатеринбург, Россия	Наполеоновская эпоха в искусстве и мультимедийном пространстве Франции..... 221
<b>Романов А. С.</b> <b>Корниевская Т. К.</b> Москва, Россия	Вербовочный слоган как самобытный феномен армейской субкультуры США ..... 228
<b>Юркина А. Н.</b> Екатеринбург, Россия	Дискурсивный портрет Москвы в восприятии «новых» эмигрантов ..... 234

#### РАЗДЕЛ 4. ЛИНГВИСТИЧЕСКАЯ ЭКСПЕРТИЗА: ЯЗЫК И ПРАВО

<b>Голубовский В. Ю.</b> <b>Синюкова Т. Н.</b> Москва, Россия	Формы и виды проявления коррупции в современном российском обществе..... 240
<b>Злоказов К. В.</b> <b>Софронова А. Ю.</b> Екатеринбург, Россия	Образы коммуникаторов и стратегии воздействия при пропаганде идей террористической организации «Исламское государство»..... 247

#### РАЗДЕЛ 5. ИЗ ИСТОРИИ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ЛИНГВИСТИКИ

<b>Серио П.</b> Лозанна, Швейцария <i>Перевод с фр. Е. В. Ерофеевой</i>	Волошинов, философия языка и марксизм ..... 254
---	---

#### РАЗДЕЛ 6. РЕЦЕНЗИИ. ХРОНИКА

<b>Шистеров М. В.</b> Екатеринбург, Россия	«Рим больше не в Риме, он весь в Париже» ..... 264 <i>Рец. на кн.: Д. Роузэлл «Париж: „Новый Рим“ Наполеона I» (London : Bloomsbury, 2012. — 237 p.)</i>
Правила представления авторами рукописей в журнал «Политическая лингвистика»..... 270	

## CONTENTS

<b>Editorial principles of the journal “Political Linguistics”</b> .....	10
--	----

## PART 1. THEORY OF POLITICAL LINGUISTICS

<b>Budayev E. V.</b> Nizhny Tagil, Russia	Conceptual metaphor at the service of the US intelligence.....	12
<b>Vasilyev A. D.</b> Krasnoyarsk, Russia	Lexico-phraseological representation of <i>Own</i> and <i>Alien</i> in V. Putin’s presidential addresses to the Federal Assembly (2012—2014) .....	17
<b>Zemtsov V. N.</b> Ekaterinburg, Russia	Napoleon’s army: structures of cross-cultural communication (on the letters of the soldiers of the Grande Armée of 1812) .....	25
<b>Kupina N. A.</b> Ekaterinburg, Russia	Russian idea in the context of modernity: Dostoevsky’s «Demons» and Berdyaev’s axiological assertions .....	31
<b>Romanova T. V.</b> Nyzhny Novgorod, Russia	Tolerance and political correctness: analytical review of the current state of the problem (linguistic aspect) .....	39
<b>Skovorodnikov A. P.</b> Krasnoyarsk, Russia	On semantic ambivalence of key words of modern political discourse (on the material of newspaper texts).....	50

## PART 2. POLITICAL COMMUNICATION

<b>Alferov A. V.</b> <b>Kustova E. Y.</b> Pyatigorsk, Russia	On the relevance of conceptualization of Russia in French parliamentary discourse .....	57
<b>Popova G. E.</b> Astrakhan, Russia		
<b>Amirov V. M.</b> Ekaterinburg, Russia	Anti-hero: some features of creating negative images in journalism of military conflicts .....	63
<b>Amkuab G. A.</b> Sukhum, Abkhazia	“Escape from reality” mechanism in the media policy of Russia.....	67
<b>Blokh M. Y.</b> Moscow, Russia	Discursive expression of the strategy of intimidation in a political text of a conflict situation (based on the English language) .....	75
<b>Aleshina E. Y.</b> Penza, Russia		
<b>Vershinina T. S.</b> <b>Ilyushkina M. Y.</b> Ekaterinburg, Russia	Influence of media discourse upon the formation of the collective model of patriotic mood .....	80
<b>Danilova Y. Y.</b> <b>Nurmiev A. M.</b> <b>Uchirov P. S.</b> Yelabuga, Russia	«Die Russen kommen» as a stereotypical marker of the German lingual society: military propaganda and marketing.....	86

<b>Denisov M. A.</b> <b>Khorosheva N. V.</b> Perm, Russia	The problem of definition of the term «Manipulation» in the works of Russian scholars .....94
<b>Kachmazova A. U.</b> <b>Tameryan T. Y.</b> Vladikavkaz, Russia	Metaphorical field of the socio-ethnic type “Kudar”..... 102
<b>Slobodenyuk E. A.</b> Petropavlovsk-Kamchatsky, Russia	Peculiarities of combination of visual and verbal elements in creating the image of a modern German politician in British media discourse (by the example of Angela Merkel) ..... 113

### PART 3. LANGUAGE — POLITICS — CULTURE

<b>Belova V. F.</b> Pyatigorsk, Russia	Comparative research of metaphors in parliamentary and journalistic discourses in the German language..... 122
<b>Bogoyavlenskaya Y. V.</b> Ekaterinburg, Russia	Parcellated constructions as syntactic explicators of subjective modality meanings (based on newspaper texts) ..... 130
<b>Bogoyavlenskaya Y. V.</b> <b>Buzheninov A. E.</b> Ekaterinburg, Russia	Precedent name «Napoleon» in the historical memory of France: experience of corpus-based research..... 137
<b>Kameneva V. A.</b> <b>Gorbacheva O. N.</b> Kemerovo, Russia	Global social internet advertising: manipulative effect of visual personification and objectification ..... 144
<b>Gorina Y. V.</b> Ekaterinburg, Russia	Internet discourse: impact upon users ..... 150
<b>Gorshunov Y. V.</b> Birsk, Russia	Ethnic labels in children’s and teenage speech of the English-speaking community ..... 156
<b>Gorshunova E. Y.</b> Moscow, Russia	
<b>Dziuba E. V.</b> Ekaterinburg, Russia	On the influence of ideology upon the formation of the category “Intellect” in Russian lingual mentality..... 162
<b>Zaripov R. I.</b> Moscow, Russia	Metaphorical images of Russia in French political discourse in the context of civil war in Ukraine..... 172
<b>Kiseljeva S. V.</b> <b>Rosyanova T. S.</b> Saint-Petersburg, Russia	Specific features of verbalization of the concept “Political marketing” in Modern English ..... 181
<b>Konyaeva E. V.</b> Ekaterinburg, Russia	Content and variability of the ideological concept “Friendship among peoples” ..... 190
<b>Terskikh M. V.</b> <b>Malenova E. D.</b> Omsk, Russia	Image of a region: theoretical aspect (Russian and foreign experience)..... 199

<b>Novikov N. V.</b> Moscow, Russia	Politicization of French sports media: the power of political discourse .....206
<b>Petrov V. B.</b> Magnitogorsk, Russia	Moral values in the political tragicomedy by Mikhail Bulgakov “Adam and Eve” .....214
<b>Postnikova A. A.</b> Ekaterinburg, Russia	Napoleonic era in art and multimedia space of France .....221
<b>Romanov A. S.</b> <b>Kornievskaya T. K.</b> Moscow, Russia	The recruiting slogan as an original phenomenon of the US army subculture.....228
<b>Yurkina A. N.</b> Ekaterinburg, Russia	Discursive portrait of Moscow in the eyes of “new” emigrants .....234

**PART 4. LINGUISTIC EXPERTISE: LANGUAGE AND LAW**

<b>Golubovsky V. Y.</b> <b>Siniukova T. N.</b> Moscow, Russia	Forms and kinds of manifestation of corruption in Russian society.....240
<b>Zlokazov K. V.</b> <b>Sofronova A. Y.</b> Ekaterinburg, Russia	Communicators’ images and influence strategies in propagating the ideas of the terrorist organization ”Islamic state” .....247

**PART 5. FROM THE HISTORY OF POLITICAL LINGUISTICS**

<b>Seriot P.</b> Lausanne, Switzerland <i>Transl. from French</i> <i>by E. V. Erofejeva</i>	Voloshinov, philosophy of language and marxism.....254
--	--

**PART 6. REVIEWS. CHRONICLE**

<b>Shisterov M. V.</b> Ekaterinburg, Russia	«Rome is no longer in Rome, it is all in Paris» .....264 <i>A review of the book “Paris: The ‘New Rome’ of Napoleon I” by D. Rowell</i> <i>(London : Bloomsbury, 2012. — 237 p., I—X)</i>
--	---

Manuscripts requirements .....	270
--------------------------------	-----

## РЕДАКЦИОННЫЕ ПРИНЦИПЫ ЖУРНАЛА «ПОЛИТИЧЕСКАЯ ЛИНГВИСТИКА»

Уважаемые авторы и коллеги, в истории развития нашего журнала наступил некий период «зрелой оценки». Мы перестали быть специализированным журналом для узкого круга любителей «политической лингвистики». По результатам 2012 года мы прочно закрепились в числе 10 самых цитируемых лингвистических журналов в России. А значит, расширился круг наших авторов и читателей.

Именно сейчас мы решили сформулировать основные редакционные принципы нашего журнала, что позволит легче вливаться в наш коллектив новым авторам, позволит наладить конструктивное сотрудничество.

Опираясь на наш многолетний опыт, на уже сформировавшиеся традиции нашего журнала, а также на принятые в мировой практике основы редакционной этики (см., например: *Кодекс этики научных публикаций* (<http://publicet.org/code/>), *Code of Conduct and Best Practice Guidelines for Journal Editors* (<http://publicationethics.org/resources/code-conduct>) и др.), мы представляем общие редакционные принципы нашего журнала.

Мы надеемся, что данные принципы будут приняты всеми, кто тем или иным образом участвует в жизни нашего журнала — авторами, рецензентами, редакторами, издателями, распространителями и читателями.

### **Общие принципы журнала «Политическая лингвистика»**

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

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.

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.

Мы стремимся к общедоступности, поэтому наш журнал представлен в свободном доступе на сайте научных журналов Уральского государственного педагогического университета *journals.uspu.ru*, в Научной электронной библиотеке *E-library*, а также на сайте *cognitiv.narod.ru*, где размещены и иные публикации по проблемам политической лингвистики, преимущественно подготовленные в рамках Уральской школы политической лингвистики.

Мы стремимся к сохранению научных традиций, чему в нашем журнале призван служить раздел «Из истории политической лингвистики», предназначенный для публикации впервые переведенных на русский язык работ, которые, хотя и написаны много десятилетий назад, сохраняют свою значимость для теории и истории науки.

Мы приглашаем к активному сотрудничеству всех, интересующихся проблемами политической лингвистики. В частности, мы будем благодарны за помощь в поиске материалов для раздела «Из истории политической лингвистики»: к сожалению, нам все труднее находить переводчиков-волонтеров, и 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. Также редакционная коллегия будет благодарна за присланные рецензии на новые интересные работы, соответствующие тематике нашего журнала.

### **Принципы редактора журнала «Политическая лингвистика»**

При принятии решения о публикации наши редакторы руководствуются в первую очередь научной значимостью рассматриваемой работы и новизной представленного материала.

Наши редакторы стремятся оценивать интеллектуальное содержание рукописей вне зависимости от расы, пола, сексуальной ориентации, религиозных взглядов, происхождения, гражданства, социального положения или политических предпочтений авторов. Учитывая специфику журнала, особенно важно последнее: как уже неоднократно сообщалось, мы против политической цензуры, с уважением относимся к политическим

взглядам авторов наших публикаций, хотя не всегда и не во всем с ними согласны.

Редактор не должен допускать к публикации информацию, если имеется достаточно оснований полагать, что она является плагиатом. Напоминаем, что с мая 2012 г. все поступающие в редакцию статьи тестируются в системе «Антиплагиат».

Мы настроены на тесный контакт с нашими авторами, поэтому наши редакторы не оставляют без ответа любые вопросы, касающиеся рассмотренных рукописей или опубликованных материалов, а при выявлении спорной ситуации мы стремимся сохранить научное равновесие и дать возможность авторам научно и корректно высказать свою точку зрения.

#### **Принципы автора журнала «Политическая лингвистика»**

Авторы статьи должны представлять достоверные результаты проведенных исследований. Заведомо ошибочные или сфальсифицированные утверждения неприемлемы.

Авторы должны гарантировать, что результаты исследования, изложенные в представленной рукописи, полностью оригинальны. Чрезмерные заимствования, а также плагиат в любых формах, включая неформальные цитаты, перефразирование или присвоение прав на результаты чужих исследований, неэтичны и неприемлемы.

Необходимо признавать вклад всех лиц, так или иначе повлиявших на ход исследования, в частности, в статье должны быть представлены ссылки на работы, которые имели значение при проведении исследования.

Авторы не должны представлять в журнал рукопись, которая была отправлена в другой журнал и находится на рассмотрении, а также статью, уже опубликованную в другом журнале. Подобные «исследова-

ния» мы возвращаем создателям с указанием места первоначальной публикации и добрыми пожеланиями.

В качестве соавторов статьи следует указывать всех лиц, внесших существенный вклад в проведение исследования. Среди соавторов недопустимо указывать лиц, не участвовавших в исследовании.

Если автор обнаружит существенные ошибки или неточности в статье на этапе ее рассмотрения или после опубликования, он должен как можно скорее уведомить об этом редакцию журнала. В таком случае мы публикуем уточняющую информацию в ближайшем номере.

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

#### **Контакты.**

Почтовый адрес: 620017, Екатеринбург, пр-т. 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 811.111'42:355.40(73)  
ББК ШП43.21-51+Ц23-2(7Сое)

ГСНТИ 16.21.27

Код ВАК 10.02.19; 10.02.20

Э. В. Будаев  
Нижний Тагил, Россия

### КОНЦЕПТУАЛЬНАЯ МЕТАФОРА НА СЛУЖБЕ У РАЗВЕДКИ США

**АННОТАЦИЯ.** В статье рассматриваются основные параметры исследовательского проекта «The Metaphor Program», разрабатываемого Агентством по перспективным исследованиям разведывательного ведомства (IARPA), которое находится в ведении директора Национальной разведки США, подчиняющегося непосредственно президенту Соединенных Штатов. Конститутивные характеристики проекта свидетельствуют о том, что аналитики IARPA рассматривают концептуальную метафору в качестве источника информации о национальных структурах сознания и ценного инструмента моделирования картины мира в современном политическом дискурсе.

Проект основывается на постулате о том, что культурная специфика концептуальных метафор является неотъемлемым фактором эффективного процесса принятия решений в области международной массовой коммуникации и глобальной политики. Выявление культурной специфики метафор конкретного языка подразумевает сопоставительный характер исследования. Вместе с тем подбор языков для исследования в проекте «The Metaphor Program» связан с геополитическими факторами. Цель проекта — автоматизация анализа метафоры на английском языке, что облегчает спецслужбам работу по контролю внутриамериканского дискурса, а также на фарси, испанском и русском языках — государственных языках тех стран, политические лидеры которых оспаривают роль США как мирового гегемона.

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:** концептуальная метафора; политический дискурс; разведка США.

**СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ:** Будаев Эдуард Владимирович, доктор филологических наук, профессор кафедры иностранных языков, Российский государственный профессионально-педагогический университет; адрес: 622031, г. Нижний Тагил, ул. Красногвардейская, д. 57; e-mail: aedw@rambler.ru.

Поводом для настоящей публикации послужил запуск научного проекта «Metaphor», разрабатываемого агентством IARPA (The Intelligence Advanced Research Projects Activity). Данное агентство занимается исследовательскими проектами, представляющими интерес для разведывательной деятельности и национальной безопасности США. IARPA находится в ведении директора Национальной разведки США, который подчиняется непосредственно президенту Соединенных Штатов и является руководителем так называемого Разведывательного сообщества США (US Intelligence Community), охватывающего 17 разведывательных служб (ЦРУ, АНБ, ФБР, РУМО и др.).

Согласно информации, представленной на официальной интернет-странице IARPA, проект «Metaphor» охватывает такие направления исследований, как обработка естественного языка, когнитивная наука, когнитивная лингвистика, концептуальные метафоры, культура, автоматическое извлечение культурных данных из анализа метафор.

Этот список, помимо эксплицитной ориентации проекта на когнитивную методологию, указывает на то, что особое внимание исследователей направлено на лингвокультурологическую тематику и проблему автоматической обработки данных. После разоблачений ряда разведывательных проектов

экс-сотрудником АНБ Э. Сноуденом последний вопрос воспринимается не только как проблема научная (хотя факт автоматизированного сбора информации спецслужбами с помощью радиоэлектронных средств является «секретом Полишинеля»).

Помимо названия проекта и исследовательской области, на официальном сайте была представлена фамилия руководителя проекта: Dr. Heather McCallum-Bayliss (Х. Маккаллум-Бейлис). Дополнительные изыскания позволили установить, что Х. Маккаллум-Бейлис получила несколько патентов в области автоматической обработки антропонимов в базах данных во время работы в компаниях «Локхид Мартин» (Lockheed Martin) и Ай-би-эм (IBM). Позже место руководителя заняла К. Котелл (Dr. Catherine Cotell), которая прежде работала в знаменитых лабораториях Белла (AT&T Bell Laboratories), а затем возглавила отдел критического анализа IARPA (Incisive Analysis Office). В современной метафорологии Х. Маккаллум-Бейлис и К. Котелл никак себя не проявили, но если учесть, что основное направление работы IARPA — анализ знаний в базах данных, то становится понятно, почему аспект автоматизации обработки информации вышел на первый план.

Отдел критического анализа IARPA уже не в первый раз берется за проекты подобного рода. Среди схожих проектов этого от-

Исследование подготовлено при поддержке РГНФ (№ 14-04-00268а, Политическая лингвистика: проблематика, методология, аспекты исследования и перспективы развития научного направления).

© Будаев Э. В., 2015

дела — программа «Вавилон» (The Babel Program), призванная автоматически распознавать речь на любом языке мира; программа «Аладдин» (ALADDIN), цель которой заключается в автоматическом мониторинге больших массивов визуальной информации; программа ФУСЕ (аббревиатура от Foresight and Understanding from Scientific Exposition), направленная на автоматизированный анализ научной, технической и патентной информации.

Попробуем подробнее взглянуть на проект «Metaphor», насколько это позволяет общедоступная информация, чтобы разобраться, чем метафора может быть полезна американским спецслужбам.

Важно подчеркнуть, что в данном проекте речь идет именно о концептуальной метафоре, т. е. о метафоре как когнитивном механизме, ментальной операции по осмыслению политической действительности. Прагматическая сила концептуальной метафоры заключается в способности образовывать посредством метафорической проекции смысловые связи между концептами сферы-мишени, сферы-источника и базисными когнитивными структурами. К наиболее распространенным базисным структурам относятся концепты СВОИ/ЧУЖИЕ, МЫ/ОНИ, ХОРОШИЕ/ПЛОХИЕ. Таким образом, метафора способна не только подмечать, но и создавать аналогию или даже навязывать ее, что создает широкие возможности для манипуляции массовым сознанием. К примеру, метафора «Политик X — это Гитлер» не служит маркером наличия реальной аналогии между определенным политиком и данным концептом, но в условиях монополии на массмедийные каналы информации подобная метафора может эту аналогию создать в сознании реципиента. От создания аналогии остается один шаг до феномена, названного Э. Лассан отождествлением сферы-мишени и сферы-источника. При таком отождествлении «называние оппонентов *врагами* или *предателями* ведет к таким же последствиям, как если бы это было в прифронтовой полосе» [Лассан 2011: 230]. В этом ракурсе концептуальная метафора — ценнейший инструмент геополитической борьбы, закономерно вызывающий все больший интерес во внеученных кругах.

Роль метафорических и метонимических проекций в процессе мышления давно учитывается представителями отечественных и зарубежных спецслужб. К примеру, один из методов сбора фактической информации, так называемое выведывание, подразумевает целенаправленную беседу, в ходе которой, используя ассоциации по аналогии и

по смежности, агент подводит собеседника к непринужденному сообщению скрываемых сведений. Вместе с тем названные мыслительные механизмы традиционно рассматривались в рамках психологической науки и формально не связывались с лингвистическими понятиями «метафора» и «метонимия». В настоящее время в науке утвердилась когнитивная парадигма, сформировавшая взгляд на метафору как на важнейший механизм мышления. Как следствие, когнитивная метафорология используется в качестве нового теоретического фундамента для решения старых прикладных задач, стоящих перед разведывательными службами.

Журналисту издания «The Atlantic» А. Мадригалу [Madrigal 2011] удалось выяснить, что проект «Metaphor», подразумевающий ежегодное финансирование в сотни тысяч долларов США, ориентируется на создание компьютерной программы (The Metaphor Program), обрабатывающей данные четырех языков: английского, русского, фарси и испанского. Журналист приводит слова Дж. Лакоффа о том, что программа «Metaphor» может быть использована для слежки за гражданами США, что требует анализа концептуальных метафор, объективированных в английском языке, но чем объясняется подбор прочих языков? Формально проект призван содействовать борьбе с террористами, но почему спецслужбы собираются бороться именно с русскоязычными или испаноязычными террористами, если терроризм прочно ассоциируется Госдепом с исламскими радикалами, преимущественно носителями арабского языка, на котором написан главный священный текст ислама? Никаких разъяснений по этому поводу в открытых источниках нет. Попробуем разобраться.

Фарси — официальный язык Ирана, страны, в которой отношение к внешнеполитическому курсу США традиционно негативное, начиная со времен Исламской революции «великого аятоллы» Хомейни. В последние годы словосочетания «политика США по отношению к Ирану» и «угроза военного вторжения» звучали почти как синонимы, что связано с целым спектром факторов, в том числе «ядерной программой», стремлением иранского государства продавать нефть за любую валюту кроме доллара США и т. д. Если еще учесть, что попытки дестабилизировать ситуацию с помощью наработанных алгоритмов индуцирования протестных движений до сих пор не увенчались успехом, причины интереса к фарсиязычному дискурсу становятся очевидны.

Не менее очевидна актуальность испаноязычного политического дискурса для

американских разведслужб. История показала, что многочисленные попытки подчинить страны Латинской Америки интересам США, многократно сопровождаемые широким спектром мер (начиная от экономического давления и заканчивая физическим устранением политических лидеров и прямым военным вмешательством), не всегда приводили к желаемому результату в долгосрочной перспективе. Метафоры многих латиноамериканских лидеров традиционно находят у местного населения большее понимание, чем образы, эксплуатируемые в проамериканских дискурсах [Мохова 2010; Verho 2000; Moreno Lara 2004; Rohrer 1991]. Очевидно, что популярность президента Венесуэлы Уго Чавеса и его преемника Николаса Мадуро, «команданте» Фиделя Кастро и его младшего брата Рауля Кастро, лидера Никарагуа Даниэля Ортеги и первого индейского президента Боливии Эво Моралеса тесно связана с перлокутивными особенностями их дискурсов.

Отечественному читателю нет смысла пространно объяснять причины попадания русского языка в этот список. Текущая политическая ситуация высветила несостоятельность мнения о полном прекращении холодной войны после распада СССР. Среди политических элит США доминирует точка зрения, согласно которой современная политика России является попыткой реанимации Советского Союза, представляющей в первую очередь идеологическую опасность для западного глобального проекта.

Критерий подбора языков лежит на поверхности: на этих языках говорят в странах, политические лидеры которых противостоят геополитическим притязаниям США на мировое господство. Известные недостатки политики «кнута» традиционно компенсируются поиском и апробацией альтернативных методов воздействия на массовое сознание. Среди когнитивных инструментов такого воздействия важное место отводится концептуальной метафоре.

Вместе с тем обращает на себя внимание тот факт, что в фокусе проекта «Metaphor» только индоевропейские языки, хотя с геополитической точки зрения логично было бы увидеть в проекте арабский (Сирия), китайский (КНР) и корейский (КНДР) языки.

Ориентация на автоматическую обработку данных выставляет определенные ограничения на семантическую обработку таких генетически далеких от индоевропейской семьи языков. Дополнительные трудности могут быть связаны с автоматизацией обработки китайских иероглифов и письменности

хангыль, но основная причина, на наш взгляд, не техническая, а прагматическая. Научно-разведывательные проекты изначально практико-ориентированы. Это означает, что перспективное внедрение разработок IARPA в национальные СМИ должно соответствовать принципу реализуемости. Массмедиа — эффективный механизм манипуляции общественным сознанием во всех странах мира, но не во всех странах существует реальная возможность апробации широкого спектра манипулятивных технологий, реализуемых в интересах зарубежных государств. Очевидно, что в КНР или КНДР, где государство осуществляет жесткую цензуру СМИ, реализовать подобные технологии гораздо сложнее, чем в России. Это обстоятельство нельзя было не учитывать при постановке вопроса о соотношении прикладных перспектив проекта с отбором языков для формирования корпуса. Вместе с тем ближайшая задача проекта — автоматическая обработка информации, насколько широко будут перспективы ее дальнейшего применения — вопрос открытый.

Показательно, что при обозначении сфер исследований, связанных с проектом «Metaphor», указаны «культура» и «извлечение культурных данных из анализа метафор». Этот факт контрастирует с широко распространенными среди американских лингвистов теоретическими размышлениями об универсальности национальных метафорических картин мира. Теория концептуальной метафоры разрабатывалась на примере английского языка [Lakoff, Johnson 1980], поэтому ее постулаты нередко экстраполировались на все остальные языки мира. Размышляя о лингвистических исследованиях эмоций, А. Вежбицкая сетует на то, что англоязычные исследователи склонны рассуждать об универсалиях, опираясь исключительно на английский язык [Wierzbicka 2009]. Это замечание в полной мере справедливо и для метафорологических исследований, что подтверждает специальный наукометрический анализ [Будаев, Чудинов 2008].

Прикладная проблема, с которой сталкиваются исследователи концептуальной метафоры, связана с определении той роли, которую играет культурная специфика в национальных картинах мира. На практике этнокультурное сопоставление метафор опирается на один из двух имплицитных теоретических подходов: лингвокультурологический и универсалистский, противопоставление которых основывается не столько на методах анализа, сколько на различиях в теоретическом видении целей дискурсивного анализа метафор.

Лингвокультурологический подход основывается на постулате о том, что национальная метафорика в одних своих аспектах отражает национальную культуру, в других — имеет общечеловеческий характер. Такой подход «способствует лучшему взаимопониманию между народами и межкультурной толерантности» [Чудинов 2003: 33]. Вполне закономерно, что лингвокультурологический подход доминирует в российской и европейской лингвистике.

Усилия сторонников универсалистского подхода направлены не на разграничение общего и специфичного в метафорах национальных дискурсов, а на последовательный поиск универсальных оснований политической метафорики и нивелирование межкультурных различий. Анализ современного состояния этнокультурных метафорологических исследований [Будаев, Чудинов 2008] показывает, что многие исследователи планомерно переоценивают универсальность метафорических структур и игнорируют случаи культурной вариативности метафорики.

Универсальность в языке и мышлении — явление очень распространенное, но не тотальное, и уж точно между универсальными метафорическими константами и английскими концептуальными метафорами не стоит знак равенства. Повышенное внимание к лингвокультурологической тематике в рамках проекта «Metaphor» свидетельствует о том, что аналитики IARPA хорошо понимают прикладные последствия пренебрежения этой проблемой.

Слова о прагматическом потенциале концептуальной метафоры и способности метафоры служить зеркалом национального менталитета переместились из разделов об актуальности лингвистических исследований в аналитические проекты разведслужб. Примечательно, что основатель теории концептуальной метафоры Дж. Лакофф, начинавший с методологических и философских монографий [Lakoff 1987; Lakoff, Johnson 1980, 1999], в последние годы активно пишет книги, содержащие конкретные рекомендации по использованию достижений когнитивной лингвистики для американских политических деятелей и их избирателей [Lakoff 2004, 2006, 2009; Lakoff, Wehling 2012].

История науки знает немало примеров того, как модное научное направление, исчерпав эвристический потенциал, теряет динамику и уступает место новым теоретико-методологическим подходам. Тот факт,

что концептуальная метафора рассматривается не только как объект исследования в кругу лингвистов, но и как инструмент разведывательной деятельности, внутривнутриполитической и геополитической борьбы, свидетельствует о том, что теория концептуальной метафоры еще не раскрыла в полной мере свой прикладной потенциал, несмотря на довольно продолжительный рост интереса к когнитивным исследованиям со стороны широкого круга ученых.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Будаев Э. В., Чудинов А. П. Метафора в политической коммуникации. — М. : Флинта : Наука, 2008.
2. Лассан Э. Лингвистика ставит диагноз... Очерк «духа эпохи» в свете данных лингвистического анализа. — Вильнюс : Изд-во Вильнюс. ун-та, 2011.
3. Мохова Е. К. Метафорический образ Америки в политическом дискурсе У. Чавеса // Политическая лингвистика. 2010. № 1 (31). С. 106—108.
4. Чудинов А. П. Метафорическая мозаика в современной политической коммуникации / Урал. гос. пед. ун-т. — Екатеринбург, 2003.
5. Berho D. L. Working Politics: Juan Domingo Perón's Creation of Positive Social Identity // Rocky Mountain Review of Language and Literature. 2000. Vol. 54(2). P. 65—76.
6. Lakoff G. Don't Think Of An Elephant! Know Your Values and Frame the Debate: The Essential Guide for Progressives. — White River Junction : Chelsea Green Publ., 2004.
7. Lakoff G. Whose Freedom?: the battle over America's most important idea. — New York : Farrar, Straus and Girou, 2006.
8. Lakoff G. The Political Mind: A Cognitive Scientist's Guide to Your Brain and Its Politics. — New York : Penguin books, 2009.
9. Lakoff G., Wehling E. The Little Blue Book: The Essential Guide to Thinking and Talking Democratic. — New York : Free Press, 2012.
10. Lakoff G., Johnson M. Philosophy in the Flesh: The Embodied Mind and Its Challenge to Western Thought. — New York : Basic Books, 1999.
11. Lakoff G., Johnson M. Metaphors We Live by. — Chicago: Univ. of Chicago Pr., 1980.
12. Lakoff G. Women, Fire, and Dangerous Things: What Categories Reveal About the Mind. — Chicago : Univ. of Chicago Pr., 1987.
13. Madrigal A. C. Why Are Spy Researchers Building a 'Metaphor Program'? // The Atlantic. 2011. 25 May.
14. Moreno Lara M. A. La metáfora conceptual y el lengua político periodístico: configuración, interacciones y niveles de descripción. — Logrono : Univers. de la Rioja, 2004.
15. Rohrer T. To Plow the Sea: Metaphors for Regional Place in Latin America // Metaphor and Symbol. 1991. Vol. 6 (3). P. 163—181.
16. Wierzbicka A. Overcoming Anglocentrism in Emotion Research // Emotion Review. 2009. Vol. 1, No. 1. P. 21—23.

E. V. Budayev  
Nizhny Tagil, Russia

### CONCEPTUAL METAPHOR AT THE SERVICE OF THE US INTELLIGENCE

**ABSTRACT.** *The paper deals with the main characteristics of the research project “The Metaphor Program” elaborated by Intelligence Advanced Research Projects Activity (IARPA), a United States research agency under the Director of National Intelligence's responsibility who is subject to the authority, and control of the US President. The basic parameters of the project indicate that conceptual metaphors are considered a valuable data source of culture's relationship with concepts in mind and the influential tool of modeling the picture of the world in contemporary political discourse.*

*The central postulate of the project is that decision makers must understand the shared concepts and worldviews of members of other cultures in order to be effective in the field of mass communication and global interaction. Recognizing cultural norms hidden in metaphors of a language implies contrast with cultural norms of other cultures and languages. However, the selection of languages for investigation has a geopolitical aspect. One of the goals of the project is to evaluate automatically how speakers of Farsi, Russian, English, and Spanish use metaphors. English metaphoric analysis facilitates the Intelligence agencies' control over domestic discourses. Farsi, Russian, and Spanish metaphors are characteristic of political discourses in the states tending to oppose American hegemony.*

**KEYWORDS:** *conceptual metaphor; political discourse; US intelligence.*

**ABOUT THE AUTHOR:** *Budayev Eduard Vladimirovich, Doctor of Philology, Professor of Department of Foreign Languages, Russian State Vocational Pedagogical University, Nizhny Tagil, Russia.*

### LITERATURE

1. Budaev E. V., Chudinov A. P. *Metafora v politicheskoy kommunikatsii.* — M. : Flinta : Nauka, 2008.
2. Lassan E. *Lingvistika stavit diagnoz... Ocherk «dukha epokhi» v svete dannykh lingvisticheskogo analiza.* — Vil'nyus : Izd-vo Vil'nyus. un-ta, 2011.
3. Mokhova E. K. *Metaforicheskiy obraz Ameriki v politicheskom diskurse U. Chavesa // Politicheskaya lingvistika.* 2010. № 1 (31). S. 106—108.
4. Chudinov A. P. *Metaforicheskaya mozaika v sovremennoy politicheskoy kommunikatsii / Ural. gos. ped. un-t.* — Ekaterinburg, 2003.
5. Berho D. L. *Working Politics: Juan Domingo Perón's Creation of Positive Social Identity // Rocky Mountain Review of Language and Literature.* 2000. Vol. 54(2). P. 65—76.
6. Lakoff G. *Don't Think Of An Elephant! Know Your Values and Frame the Debate: The Essential Guide for Progressives.* — White River Junction : Chelsea Green Publ., 2004.
7. Lakoff G. *Whose Freedom?: the battle over America's most important idea.* — New York : Farrar, Straus and Girou, 2006.
8. Lakoff G. *The Political Mind: A Cognitive Scientist's Guide to Your Brain and Its Politics.* — New York : Penguin books, 2009.
9. Lakoff G., Wehling E. *The Little Blue Book: The Essential Guide to Thinking and Talking Democratic.* — New York : Free Press, 2012.
10. Lakoff G., Johnson M. *Philosophy in the Flesh: The Embodied Mind and Its Challenge to Western Thought.* — New York : Basic Books, 1999.
11. Lakoff G., Johnson M. *Metaphors We Live by.* — Chicago: Univ. of Chicago Pr., 1980.
12. Lakoff G. *Women, Fire, and Dangerous Things: What Categories Reveal About the Mind.* — Chicago : Univ. of Chicago Pr., 1987.
13. Madrigal A. C. *Why Are Spy Researchers Building a 'Metaphor Program'?* // *The Atlantic.* 2011. 25 May.
14. Moreno Lara M. A. *La metáfora conceptual y el lengua político periodístico: configuración, interacciones y niveles de descripción.* — Logrono : Univers. de la Rioja, 2004.
15. Rohrer T. *To Plow the Sea: Metaphors for Regional Place in Latin America // Metaphor and Symbol.* 1991. Vol. 6 (3). P. 163—181.
16. Wierzbicka A. *Overcoming Anglocentrism in Emotion Research // Emotion Review.* 2009. Vol. 1, No. 1. P. 21—23.

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

А. Д. Васильев  
Красноярск, Россия

### ЛЕКСИКО-ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЯ СВОЕГО И ЧУЖОГО В ПОСЛАНИЯХ В. В. ПУТИНА ФЕДЕРАЛЬНОМУ СОБРАНИЮ (2012—2014 ГГ.)

**АННОТАЦИЯ.** Предметом данной статьи является рассмотрение некоторых особенностей современного российского политического дискурса. В качестве фактического материала привлекаются тексты посланий Президента РФ В. В. Путина Федеральному собранию (2012, 2013, 2014 гг.). Автор исходит из известных теоретических положений об исконной манипулятивной природе языка и о различных способах лексического выражения универсальной семиотической оппозиции «свой/чужой». И то, и другое положения являются неизменно актуальными при анализе политической риторики, которая обладает к тому же широким общественным резонансом. Удалось установить, что противопоставление своего чужому постоянно присутствует в текстах каждого послания, однако в каждом конкретном случае вербализуется вариативно. Так, в Послании-2012 в роли кардинально важных для российского социума («своих») предлагаются национальная и духовная идентичность, гражданская ответственность и патриотизм; милосердие, сочувствие, сострадание, поддержка и взаимопомощь. В Послании-2013 «чужим» аксиологическим ориентиром противопоставляются некие «свои» традиционные ценности, впрочем, недостаточно детализируемые. В Послании-2014 антитеза «своего» и «чужого» представлена весьма четко, очевидно вследствие обострения международной ситуации, поэтому словесные характеристики некоторых зарубежных государств и их действий по отношению к России почти предельно жестки. Здесь же неоднократно фигурируют постулаты о внутреннем единстве социума и о традиционных ценностях. Материалы и выводы статьи могут быть использованы в дальнейших разработках подобной проблематики, а также в преподавании ряда вузовских курсов.

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:** политический дискурс; семиотическая оппозиция; манипулятивный эффект.

**СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ:** Васильев Александр Дмитриевич, доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры общего языкознания, Красноярский государственный педагогический университет им. В. П. Астафьева; адрес: 660060, г. Красноярск, ул. А. Лебедевой, 89; e-mail: vasileva@kspu.ru; rlc\_siberia@kspu.ru.

Среди специалистов сегодня довольно распространена точка зрения, согласно которой одной из главнейших функций языка (а может быть, и исторически первичной) является функция манипулятивная, или функция воздействия — в иных терминологических вербализациях также волонтерная, волеизъявительная и проч. (см. об этом, например: [Голев 2007: 11; Бринёв 2005: 158; Кара-Мурза 2002: 84; Осипов 2007: 217; Секретарёва 2005: 266] и др.). Не вдаваясь в дискуссии по этому поводу, когда относительно глубинных истоков языка — в силу совершенно понятных причин — сопоставляются и противопоставляются различные версии и гипотезы, скажем лишь, что предположение об исконной манипулятивной природе языка, по крайней мере, не менее логично, чем прочие.

Если обратиться хотя бы к некоторым суждениям, характеризующим слово как языковую единицу, обладающую лексическим значением и поэтому способную использоваться для номинации реалий, то можно увидеть в них нечто общее, а именно — указание на некие аккумулирующие потенции лексем. Ср.: «Слова суть символы <...>. Слова суть вспыхивающие в сознании монограммы бытия» [Булгаков 1953: 26, 30]. — «Слова <...> как аббревиатуры или представители высказывания, мировоззрения, точки зрения и т. п.» [Бахтин 1986б: 316]. —

«В каждом слове, кроме понятия, заключены еще образ и символ» [Колесов 1999: 222]. — «За словом и его смыслом всегда стоит нечто большее — коллективный опыт народа, его дух, его подлинное величие...» [Трубачёв 2004: 154] и т. п.

В том числе и в силу приведенных свойств слова понятна его роль как катализатора (импульса, или, может быть, даже детонатора) не только на уровне межличностных отношений, но и в массовых социально-политических процессах: «Слово — полководец человеческой силы» [Маяковский 1973: 15]. И, хотя «слова языка ничьи», но «всегда есть какие-то словесно выраженные ведущие идеи «властителей дум» данной эпохи» [Бахтин 1986а: 282—283]. Отсюда — и высокая значимость текстов выступлений политических деятелей и руководителей, и, соответственно, привлекательность таких речекommunikативных актов (вне зависимости от жанра, т. е. монологического либо диалогического их характера) для лингвистического анализа. Конечно, при этом необходимо учитывать и фактор коллективного авторства (участие «спичрайтеров» — штатных речеписцев), однако номинально подобные тексты принадлежат прононсозвучающим («озвучивающим») их адресантам, вследствие чего в сознании аудитории прочно связываются с их именами. Добавим, что, согласно известному мнению, смысл текста —

«это то в нем, что имеет отношение к истине, правде, добру, красоте, истории» [Бахтин 1986: 299]. Впрочем, такая тематика является в политических выступлениях далеко не самой частотной и во всяком случае не доминирующей: обычно она привлекается для дополнительной аргументации каких-то действий, уже совершенных или предполагающихся, для эмоционализации жанрово однообразной риторики; может быть, и для демонстрации эрудиции оратора и проч. Тем не менее (или тем более), фрагменты морально-этического толка весьма значимы и в отношении вероятно прогнозируемого общественного резонанса, и в качестве предмета многоаспектного изучения.

Рассмотрим такие феномены на материале некоторых публичных выступлений В. В. Путина; это послания президента Федеральному собранию РФ 2012, 2013 и 2014 годов (источники — соответственно [Послание Президента... 2012; Послание Президента... 2013; Послание Президента... 2014]).

Предварительно необходимо учесть следующие обстоятельства.

По-видимому, любому государству необходим некий набор фундаментальных ценностей, способный выполнять одновременно несколько функций, весьма значимых для социума и его членов. Это регулирование межличностных отношений — и отношений между общественными макро- и микрогруппами; установление ориентиров, которых необходимо придерживаться хотя бы для выживания социума, и целей, достойных достижения не только индивидуумом, но и всем обществом: в конечном счете — это четкая, проверенная историческим опытом система ограничений и самоограничений, насуточно важных для человека, желающего ощущать себя собственно человеком (и, конечно, воспитываемого соответствующим образом). При этом, несомненно, устанавливается и водораздел между «своим» («хорошим») и «чужим» («плохим»), то есть граница, которая радикально указывает приемлемое и одобряемое, с одной стороны, а с другой — препятствует проникновению враждебного и пагубного для данной социокультурной модели не только в материальной, но прежде всего в духовной сфере бытия.

Вполне закономерно, что такие аксиологические системы строятся в первую очередь на наиболее авторитетной базе, то есть религии (например, ветхозаветные заповеди [Исход, 20] или постулаты Нагорной проповеди [Матфей, 5] и под.), либо же на подчеркнута атеистических основаниях (как моральный кодекс строителя коммунизма —

хотя и в этом случае можно говорить о фактически чуть ли не аналогичном государственной традиционной религии статусе коммунистической идеологии, единой и единственной в Стране Советов).

Однако в качестве одного из фрагментов послеперестроечного процесса — логичного предшества российских реформ — естественно была введена (правда, как гораздо позже признавали творцы и споспешники, не вполне каноническими методами и приемами) новая конституция. Она провозглашает, в частности, что в России «никакая идеология не может устанавливаться в качестве государственной или обязательной» (см. преамбулу и ч.2 ст. 13 Конституции РФ). Понятно, что этот постулат в немалой степени оказался результатом борьбы перестройщиков-реформаторов со столь ненавистной им коммунистической идеологией (посредством использования которой многие из них уже успели к тому времени получить материальные дивиденды и высокий социальный статус). Выяснилось, однако, что такой подход не только непродуктивен для общества в целом, но и лишает правящую элиту рычагов морального воздействия на подданных. По этим причинам время от времени иницируются то поиски мифических «общечеловеческих ценностей», то изобретения очередной модификации «национальной идеи», то активная популяризация (зачастую выходящая за конституционные рамки светского государства) традиционной религии, вроде бы освящающей своим благословением любые действия власть и капитал имущих (см. об этом, например: [Васильев 2013: 133—201, 354-355 и др.]).

Поэтому небезынтересно обратиться к возможным манифестациям предлагаемой обществу аксиологической шкалы в выступлениях высшего государственного руководителя.

1.Послание-2012. По-видимому, наиболее сконцентрированно важность наличия у социума «своих» установок выражена в следующем пассаже оратора: «<...> В начале XXI века мы [Россия] столкнулись с настоящей демографической и ценностной катастрофой, с настоящим демографическим и ценностным кризисом. А если нация не способна себя сберечь и воспроизводить, если она утрачивает жизненные ориентиры и идеалы, ей и внешний враг не нужен, всё и так развалится само по себе». Тематически сюда примыкают такие тезисы: «Мы должны не просто уверенно развиваться, но и сохранить свою национальную и духовную идентичность, не растерять себя как нация» (о смысле, вкладываемом сегодня в слово

нация в российском официозе, см. [Васильев 2013: 321-358]). — «<...> Работа каждого на себя имеет и свои пределы <...>. Нельзя достичь благополучия, если за порогом твоего дома разруха <...>. Нельзя прожить особняком, не помогая слабым <...>». — «В Конституции общенародная ответственность за Родину перед нынешними и будущими поколениями провозглашается как фундаментальный принцип российской государственности [точнее, преамбула конституции гласит: «Мы, многонациональный народ Российской Федерации <...>, исходя из ответственности за свою Родину перед нынешним и будущими поколениями...» — А. В.]. Именно в гражданской ответственности, в патриотизме вижу консолидирующую базу нашей политики». — «Быть патриотом значит не только с уважением и любовью относиться к своей истории <...>, а прежде всего служить обществу и стране». — «Власть не должна быть изолированной кастой. Только в этом случае создается прочная моральная основа для создания, для утверждения порядка и свободы, нравственности и гражданской солидарности, правды и справедливости, для национально ориентированного сознания». — «<...> В предыдущие 15-20 лет <...> были отброшены все идеологические штампы прежней эпохи. Но <...> тогда же были утрачены и многие нравственные ориентиры» [без последнего достижения вряд ли можно было проводить реформы, присваивать госсобственность, вскармливать олигархат, атомизировать общество и проч. — А. В.]. — «Сегодня российское общество испытывает явный дефицит духовных скреп: милосердия, сочувствия, сострадания друг другу, поддержки и взаимопомощи <...>». — «Мы должны <...> укреплять прочную [зачем «укреплять прочную»? — А. В.] духовно-нравственную основу общества». — «Государству <...> обеспечить гарантии гражданских прав и справедливость, снизить уровень <...> социального неравенства...». — «<...> Моральный авторитет государства — это базовое условие развития России».

В приведенных цитатах можно выделить следующие микроконтексты: констатация утраты жизненно важных ценностных ориентиров в последние два десятилетия российской истории (хотя и не сказано, кем и в чьих интересах инициировались и стимулировались эти процессы) и необходимость для социума нравственных установок, согласно которым «сильные» (видимо, люди денег и власти) будут помогать «слабым» (то есть обездоленным «сильными»); призыв к поддержке идентичности России (без де-

шифровки понятийного наполнения термина *идентичность*) и консолидации социума (радикально разобщенного по статусно-материальному критерию). «Общенародная» же ответственность, на наш взгляд, должна быть четко дифференцирована в зависимости от властных потенциалов конкретных лиц и их групп. Примечательно, что в данном тексте дважды фигурирует слово *справедливость*, казалось бы, прочно исключенное из реформаторской пропаганды и официоза.

Однако небезынтересно, в каких именно контекстах оно выступает. Во-первых, оказывается, что наличие справедливости всецело зависит от образа (точнее — имиджа) власти (см. об этом: [Васильев 2007], [Васильев 2013: 447-459]) и декларируемого модуса ее поведения, ср.: «Власть не должна быть изолированной кастой. Только в этом случае создается прочная моральная основа для <...> утверждения порядка и свободы, нравственности и гражданской солидарности, правды и справедливости <...>» — и: «<...> Именно государству сегодня адресованы основные общественные запросы: обеспечить гарантии гражданских прав и справедливость <...>». Во-вторых, обнаруживается высокий манипулятивный потенциал слова *справедливость*: «<...> Нам нельзя пока отказываться от так называемой плоской ставки [подходного налога]. Прогрессивка, как бы она внешне ни смотрелась социально справедливой, но она этой *справедливости* не обеспечит <...>. Будет уход от налогов [который благополучно имеет место и сегодня. — А. В.] <...>. А значит, у нас возникнут дефициты по поводу финансирования армии, пенсий, бюджетной сферы. Вот вам и *социальная справедливость*».

В связи с последним высказыванием надо заметить, что в цитируемом тексте довольно много того, что следовало бы квалифицировать как проявление некогерентности либо как весьма относительного представления о реальной действительности. В частности, это лозунг о создании и модернизации к 2020 году 25 миллионов рабочих мест (действительно «амбициозный» в исконном смысле этого слова [Васильев 2010]), причем с обеспечением «хорошей и интересной работой»; это поддержка идеи внеполитических ассоциаций студенческих спортивных клубов как «социального лифта для талантливой, целеустремленной и активной молодежи» (видимо, других «социальных лифтов» для плебса не предвидится); это воодушевляющая информация о росте числа талантливых абитуриентов педвузов — при отсутствии упоминания об уже

произошедшей или готовящейся ликвидации вузов данного профиля; это не основанное ни на какой широко известной статистике утверждение, что «подавляющее большинство людей, которые работают в различных структурах [т. е. чиновники], это люди порядочные и ответственные»; это обещание очередного этапа приватизации «на честной, открытой продаже госсобственности по справедливой, реальной цене» и она «не должна иметь ничего общего <...> с практикой 90-х годов» (однако если залоговые аукционы не были честными, то почему их результаты до сих пор не пересмотрены — из-за «социальной справедливости»?) и т. п. Напомним, что, согласно действующей конституции, «Российская Федерация — социальное государство» (ст. 7).

В общем, если «базовое условие развития России» — это «моральный авторитет государства», то за счет лишь подобных деклараций он вряд ли скоро достигим (равно как и за счет преподавания религии в государственных школах).

2. Послание-2013. В данном тексте, изначально тематически приуроченном к двадцатилетию действующей конституции и, соответственно, Федерального собрания, морально-этическая проблематика занимает относительно незначительное место.

Сюда принадлежит, например, фрагмент, посвященный «межэтническому напряжению»\*, которое, оказывается, «провоцируют не представители каких-то народов, а люди, лишённые культуры, уважения к традициям, как своим, так и чужим. Это своего рода аморальный интернационал, в который входят и распоясавшиеся, обнаглевшие выходцы из некоторых южных регионов России, и продажные сотрудники правоохранительных органов, которые «крышуют» этническую мафию, и так называемые «русские националисты», разного рода сепаратисты, готовые любую бытовую трагедию сделать поводом для вандализма и кровавой бузы».

Гораздо более объемён и значим, на наш взгляд, эпизод выступления, выражающий позицию государства по поводу импортируемых этических установок и определяемых ими моделей поведения (т. е. «чужих»). Здесь весьма четко выражено и их оправданное неприятие, и совершенно логичное объяснение «консервативной позиции» России, которая, «с ее великой историей и культурой, с многовековым опытом не так называемой толерантности, бесполой и бесплодной, а именно совместной, органичной жизни разных народов в рамках одного единого государства. Сегодня во многих странах пе-

ресматриваются нормы морали и нравственности, стираются национальные традиции и различия наций и культур. От общества теперь требуют <...> обязательного признания равноценности <...> добра и зла, противоположных по смыслу понятий. Подобное разрушение традиционных ценностей «сверху» <...> в корне антидемократично, поскольку проводится <...> вопреки воле народного большинства, которое не принимает происходящей перемены и предлагаемой ревизии».

Далее следует четкое противопоставление навязываемому извне «чужому» исторически испытанного «своего»: «<...> В мире всё больше людей, поддерживающих нашу позицию по защите *традиционных ценностей*, которые тысячелетиями составляли духовную, нравственную основу цивилизации, каждого народа: ценностей традиционной семьи, подлинной человеческой жизни, в том числе и жизни религиозной, жизни не только материальной, но и духовной, ценностей гуманизма и разнообразия мира».

3. Послание-2014. Сферы, которые затрагиваются здесь в морально-этическом аспекте, могут быть условно дифференцированы на две группы: а) международная деятельность российского государства; б) внутривнутриполитическая ситуация в стране.

а) В этой группе присутствуют прежде всего именованные (иногда — ироничные и перифрастические) руководители стран Запада: «А как изначально складывался наш диалог с американскими и европейскими партнёрами по этой теме [Украине]? Не случайно упомянул наших американских друзей, так как они напрямую или из-за кулис всегда влияют на наши отношения с соседями. Иногда даже не знаешь, с кем лучше разговаривать: с правительствами некоторых государств или напрямую с их американскими покровителями и спонсорами». — «<...> Что-то не вижу, что наши западные коллеги горят желанием это делать [т. е. оказать помощь экономике Украины]». — «<...> Чем больше мы отступаем и оправдываемся, тем больше наши оппоненты наглот и ведут себя всё более цинично и агрессивнее». — «<...> Мы рассматривали <...> наших вчерашних противников как близких друзей и почти союзников [в 1990-х и в начале 2000-х годов]». — «Мы хорошо помним, кто и как в тот период практически в открытую поддерживал у нас сепаратизм и даже прямой террор». — «<...> Нас [Россию] с удовольствием пустили бы по югославскому сценарию распада и расчленения <...>. Не вышло. Мы не позволили. Так же, как не вышло у Гитлера <...>. Надо бы всем помнить, чем это заканчива-

ется». Для многих (а пока, может быть, — и очень многих) граждан России содержащееся в последней цитате упоминание Гитлера и сравнение попыток сегодняшних западных руководителей с деяниями этого персонажа несомненно предельно инвективны и должны были вызвать у аудитории (или большей ее части — с учетом взглядов нынешней российской оппозиции) совершенно точно прогнозируемый резонанс. Иначе говоря, западные политики представлены как безусловно «чужие».

Следует заметить, что номинации представителей Запада исторически недавно действительно вербализовались словами *друг* и *друзья* — достаточно вспомнить, как прочувствованно об этом высказывался Ельцин: «мой друг Билл...»; «мой друг Гельмут...» и проч., подразумевая, по-видимому, что факт личной дружбы между государственными руководителями (или же того, что первый президент России принимал за дружбу — что, впрочем, вероятно, распространено среди индивидуумов в определенном психофизиологическом состоянии) автоматически означает и дружбу между государствами. Ср. также интересный комментарий современного писателя: «<...> Все новейшие разработки <...> очень скоро становились известны *нашим геополитическим партнерам* (так теперь называют, чтобы не сглазить, *вероятного противника*)» [Поляков 2010: 379].

Совершенно обоснованно следующее суждение оратора: «Политика сдерживания придумана не вчера. Она проводится в отношении нашей страны многие-многие годы — всегда, можно сказать, десятилетиями, если не столетиями. Словом, всякий раз, когда кто-то считает, что Россия стала слишком сильной, самостоятельной, это инструменты включаются немедленно» — см. [Молчанов 1984: 162, 224-225 и др.].

Гораздо менее частотны в рассматриваемом тексте упоминания о тех, кого условно можно отнести к группе «свои»: «Наша цель — приобрести как можно больше *равноправных партнеров* — как на Западе, так и на Востоке <...>. Хорошо известны и лидеры, локомотивы глобального экономического развития. Среди них немало *наших искренних друзей и стратегических партнеров*».

В качестве первостепенно важных аксиологических ориентиров, способствующих грядущему процветанию страны («своих») приводятся следующие: «<...> Здоровая семья и здоровая нация, переданные нам предками традиционные ценности в сочетании с устремленностью в будущее, стабильность как условие развития и прогресса,

уважение к другим народам и государствам при гарантированном обеспечении безопасности России и отстаивание ее законных интересов — вот наши приоритеты». Можно отметить, что залог счастливого завтра (или очередного «светлого будущего»?) страны обуславливается здесь аксиоматичным переплетением сугубо личностного — и общегосударственного планов. Кроме того, словосочетание *традиционные ценности*, кажется, уже ставшее привычным в устах цитируемого оратора, очевидно нуждается в дешифровке, которая здесь была бы чрезвычайно уместна.

В свете этого весьма интересна неоднократно затрагиваемая оратором актуальная тема внутреннего единства российского социума, что также можно трактовать как призыв к консолидации «своих» на основе общих для них (либо их подавляющего большинства) фундаментальных принципов — *традиционных ценностей*.

Напомним: цитируемое послание было оглашено непосредственно аудитории, в которую входили члены Совета Федерации, депутаты Государственной Думы, члены Правительства, руководители Конституционного и Верховного судов, губернаторский корпус, председатели законодательных собраний субъектов Федерации, главы традиционных конфессий, общественные деятели, в том числе главы общественных палат регионов, руководители крупнейших средств массовой информации — в общем, достойные представители российской «элиты».

Итак: «<...> Хочу поблагодарить всех вас за поддержку, за единение и солидарность в судьбоносные моменты <...>. Мы вместе прошли через испытания, которые по плечу только зрелой, сплоченной нации». — «<...> Здесь [в Крыму] <...> находится духовный исток формирования многоликой, но *монолитной* русской нации...» — «<...> Христианство явилось мощной духовной *объединяющей* силой, которая позволила включить в формирование *единой* русской нации <...> самые разные по крови племена <...>. Именно на этой духовной почве наши предки впервые и навсегда осознали себя *единым* народом». — «Убежден, наше общество б у д е т по-настоящему *единым*, если мы обеспечим равные возможности для всех [т. е. включая людей с ограниченными возможностями]». — «<...> Хотел бы обратиться к представителям всех политических партий, общественных сил. Рассчитываю на нашу совместную консолидированную работу. Интересы России требуют от нас именно такого единства <...>».

Предпоследняя из цитированных фраз несколько диссонирует в смысловом отношении предыдущим высказываниям о единстве и сплоченности: они, оказывается, пока еще не настоящие. В последней же фразе слово *единство* можно семантизировать лишь весьма ограниченно: как «единство элиты», но вовсе не народа в целом.

Отметим также, что единожды употребленное в этом тексте слово *справедливость* допустимо понимать лишь применительно к обстоятельствам воссоединения Крыма с Россией: «Россия на деле доказала, что способна защитить соотечественников, с честью отстаивать правду и *справедливость*». Но это — так сказать, справедливость «на экспорт», то есть во внешнеполитической сфере деятельности государства.

\*\*\*

В рассмотренных нами текстах посланий В. В. Путина Федеральному собранию постоянно присутствуют вербальные выражения семиотической оппозиции «свое» / «чужое», что, конечно, вполне естественно для политического дискурса, тем более — выступлений главы государства, знаменующих определенные этапы эволюции жизнедеятельности страны в целом и одновременно предлагающих некоторые перспективы ее дальнейшего развития. При этом в хронологически различных текстах компоненты неизменно актуального противопоставления манифестируются по-разному.

В Послании-2012, где подчеркивается кардинальная важность для социума «своих» жизненных идеалов и ориентиров, в качестве таковых предлагаются национальная и духовная идентичность; забота об общественном благе, гражданская ответственность и патриотизм, выражающиеся в служении обществу и стране; милосердие, сочувствие, сострадание, поддержка и взаимопомощь, в общем — «духовные скрепы». Несколькo обособленно выступает тезис об открытости власти (понятно, что он адресован не обществу в целом, а лишь его наиболее достойным представителям). Весьма симптоматичным для текста такого жанра можно было бы считать употребление слова *справедливость*, за годы реформ, казалось бы, решительно удаленное из российского официоза (см. об этом, например [Поляков 2005: 184]). Однако оно используется в обоих случаях с явно манипулятивными целями: в первом — когда предписывается, что справедливость должна утверждаться именно властью (которая, надо полагать, сама и будет оценивать свои успехи в этом процессе); во втором — когда стремлением к справедливости

объясняется решительный отказ от введения прогрессивной ставки подоходного налога (почему-то без постоянных ранее ссылок на опыт «цивилизованных государств», где такой подход к налогообложению существует давно).

Следовательно, само слово *справедливость* можно интерпретировать по-разному — и вовсе не обязательно как вербальный символ обеспечения интересов социума в целом.

В Послании-2013 набор аксиологических ориентиров предлагается в основном, скорее, «от противного»: навязываемым извне (и, кстати, не через какие-нибудь «вражеские голоса», а именно российскими средствами массовой информации и их штатными либо факультативными речедейателями) толерантным и мультикультурным установкам различных извращенцев; «чужим» противопоставлены некие «свои» *традиционные ценности*, однако недостаточно внятно и подробно детализируемые, а потому интерпретация их может быть довольно вариативной.

В Послании-2014 антитеза «своего» и «чужого» представлена весьма четко, очевидно вследствие острой международной ситуации, поэтому словесные характеристики некоторых зарубежных государств и их действий по отношению к России почти предельно жестки и совершенно нелицеприятны. Неудивительно, что на этом фоне многократно повторен постулат о внутреннем *единстве* (или не завершеном пока *единении*?) социума — либо, может быть, только его «элиты». И здесь также фигурирует мало конкретизированное словосочетание *традиционные ценности*, по существу, уже превратившееся (превращенное) в устойчивый пропагандистско-риторический штамп, привычно воспринимаемый в качестве некоего вербального символа, якобы не нуждающегося в глубоком осмыслении.

Между тем, поиски «традиционных ценностей» и «духовных скреп» могли бы оказаться гораздо более продуктивными, если учитывать то непреложное обстоятельство, что «русская идея <...> есть самое общее, наиболее масштабное, качественно идеальное представление о счастье и жизни <...>. Выражение-понятие *русская идея* оставил писатель Федор Достоевский: «Чтобы всем хорошо было!» <...> А *справедливость* — основная идея русской ментальности» [Колесов 2004: 77]. Впрочем, применительно к современному состоянию российского социума это очевидно сугубо идеально, то есть совершенно не связано с реалиями повседневного бытия.

Заметим также, что, хотя в советском прошлом довольно затруднительно отыскать

абсолютно полные аналоги сегодняшним президентским посланиям (лишь очень приблизительно здесь можно назвать отчетные доклады генсека КПСС, впрочем, обращенные к аудитории совершенно иной по составу, нежели современная), но некоторые особенности, вроде определяемой самим жанром политического выступления его структуры или употребления вербальных символов, манифестирующих компоненты оппозиции «свое»/ «чужое», очевидно устойчивы.

#### ПРИМЕЧАНИЯ

1. Ср.: «В недрах кабинета министров РФ разрабатывается законопроект, предполагающий использование слова *национальный* только в масштабах всего российского государства. В отношении народов, проживающих в Российской Федерации, планируется ввести термин *этнический*. Таким образом, в России скоро не станет межнациональных конфликтов, так как они все перейдут в разряд межэтнических» [MariUver].

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Бахтин М. М. Проблема речевых жанров // Эстетика словесного творчества / М. М. Бахтин. — М., 1986а. С. 250—296.
2. Бахтин М. М. Проблема текста в лингвистике, филологии и других гуманитарных науках // Эстетика словесного творчества / М. М. Бахтин. — М., 1986б. С. 297—325.
3. Бринёв К. И. Манипулятивное функционирование языка в юрислингвистическом и собственно лингвистическом аспектах // Юрислингвистика-6: инвективное и манипулятивное функционирование языка. — Барнаул : АлтГУ, 2005. С. 156-167.
4. Булгаков С. Н. Философия имени. — Париж, 1953.

5. Васильев А. Д. Манипулятивная эвфемизация как атрибут дискурса СМИ // Вестн. Краснояр. гос. пед. ун-та им. В. П. Астафьева. 2010. № 1. С. 150—161.
6. Васильев А. Д. Игры в слова. Манипулятивные операции в текстах СМИ. — СПб. : Златоуст, 2013.
7. Голев Н. Д. Самоопределение юридической лингвистики в России // Юрислингвистика-8: русский язык и современное российское право. — Кемерово ; Барнаул : АлтГУ, 2007. С. 7—13.
8. Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием. — М., 2002.
9. Колесов В. В. «Жизнь происходит от слова...». — СПб., 1999.
10. Колесов В. В. Язык и ментальность. — СПб., 2004.
11. Маяковский В. В. Сергею Есенину // Собр. соч. В 6 т. Т. 3 / В. В. Маяковский. — М., 1973. С. 11—16.
12. Молчанов Н. Н. Дипломатия Петра Первого. — М., 1984.
13. Осипов Б. И. Речевая манипуляция и речевое мощничество: сходство и различие // Юрислингвистика-8: русский язык и современное российское право. — Кемерово ; Барнаул, 2007. С. 216—221.
14. Поляков Ю. М. Порнократия. — М., 2005.
15. Поляков Ю. М. Гипсовый трубоч: дубль два. — М., 2010.
16. Послание Президента Федеральному собранию. 2012. 12 дек. URL: <http://www.kremlin.ru/transcripts/17118>.
17. Послание Президента Федеральному собранию. 2013. 12 дек. URL: <http://www.kremlin.ru/transcripts/19825>.
18. Послание Президента Федеральному собранию. 2014. 4 дек. URL: <http://www.kremlin.ru/news/47173>.
19. Секретарёва Е. В. Суггестивное воздействие в текстах массовой коммуникации // Юрислингвистика-8: русский язык и современное российское право. — Кемерово; Барнаул, 2007. — С. 267-276.
20. Трубочёв О. Н. Заветное слово. М., 2004.
21. MariUver. URL: <http://mariuver.wordpress.ru> (дата обращения: 27.08.2011).

A. D. Vasilyev  
Krasnoyarsk, Russia

#### LEXICO-PHRASEOLOGICAL REPRESENTATION OF *OWN* AND *ALIEN* IN V. PUTIN'S PRESIDENTIAL ADDRESSES TO THE FEDERAL ASSEMBLY (2012—2014)

**ABSTRACT.** *The aim of this article is to review some of the features of the contemporary Russian political discourse. The article studies presidential addresses of Vladimir Putin to the Federal Assembly (2012, 2013, 2014). The author proceeds from the known theoretical assumptions about the immanent manipulative nature of language and about different ways of lexical expression of universal semiotic opposition own / alien. Both assumptions are relevant for the analysis of political rhetoric, which has a wide public resonance. The author finds out that the opposition of own people to strangers is constantly present in the text of each message, but in each case it is verbalized in a different way. Thus, in the Address of 2012 national and spiritual identity, civil responsibility and patriotism; compassion, empathy, support and mutual assistance are presented as fundamentally important for the Russian society ("own"). In the Address of 2013 "alien" axiological orientations are opposed to certain "own" traditional values, which are, however, defined not clearly enough. In the 2014 Address the antithesis of "own" and "alien" is presented rather clearly, obviously due to the deterioration of the international situation, that is why verbal characteristics of certain foreign states and their actions toward Russia are close to being extremely tough. Postulates of internal unity of the Russian society and about traditional values repeatedly appear in the text of the Address. The materials and conclusions of the article may be used for further development of similar problems, as well as in teaching a number of university courses.*

**KEYWORDS:** *political discourse; semiotic opposition; manipulative effect.*

**ABOUT THE AUTHOR:** *Vasilyev Aleksandr Dmitriyevich, Doctor of Philology, Professor of Department of General Linguistics, Krasnoyarsk State Pedagogical University named after V. P. Astafyev, Krasnoyarsk, Russia.*

LITERATURE

1. Bakhtin M. M. Problema rechevykh zhanrov // Estetika slovesnogo tvorchestva / M. M. Bakhtin. — M., 1986a. S. 250—296.
2. Bakhtin M. M. Problema teksta v lingvistike, filologii i drugih gumanitarnykh naukakh // Estetika slovesnogo tvorchestva / M. M. Bakhtin. — M., 1986b. S. 297—325.
3. Brinev K. I. Manipulyativnoe funktsionirovanie yazyka v yurilingvisticheskom i sobstvenno lingvisticheskom aspektakh // Yurilingvistika-6: invektivnoe i manipulyativnoe funktsionirovanie yazyka. — Barnaul : AltGU, 2005. S. 156 -167.
4. Bulgakov S. N. Filosofiya imeni. — Parizh, 1953.
5. Vasil'ev A. D. Manipulyativnaya evfemizatsiya kak atribut diskursa SMI // Vestn. Krasnoyar. gos. ped. un-ta im. V. P. Astaf'eva. 2010. № 1. S. 150—161.
6. Vasil'ev A. D. Igry v slova. Manipulyativnyye operatsii v tekstakh SMI. — SPb. : Zlatoust, 2013.
7. Golev N. D. Samoopredelenie yuridicheskoy lingvistiki v Rossii // Yurilingvistika-8: russkiy yazyk i sovremennoe rossiyskoe pravo. — Kemerovo ; Barnaul : AltGU, 2007. S. 7—13.
8. Kara-Murza S. G. Manipulyatsiya soznaniem. — M., 2002.
9. Kolesov V. V. «Zhizn' proiskhodit ot slova...». — SPb., 1999.
10. Kolesov V. V. Yazyk i mental'nost'. — SPb., 2004.
11. Mayakovskiy V. V. Sergeyu Eseninu // Sobr.soch. V 6 t. T. 3 / V. V. Mayakovskiy. — M., 1973. S. 11—16.
12. Molchanov N. N. Diplomatiya Petra Pervogo. — M., 1984.
13. Osipov B. I. Rechevaya manipulyatsiya i rechevoe moshennichestvo: skhodstvo i razlichie // Yurilingvistika-8: russkiy yazyk i sovremennoe rossiyskoe pravo. — Kemerovo ; Barnaul, 2007. S. 216—221.
14. Polyakov Yu. M. Pornokratiya. — M., 2005.
15. Polyakov Yu. M. Gipsovyi trubach: dubl' dva. — M., 2010.
16. Poslanie Prezidenta Federal'nomu sobraniyu. 2012. 12 dek. URL: <http://www.kremlin.ru/transcripts/17118>.
17. Poslanie Prezidenta Federal'nomu sobraniyu. 2013. 12 dek. URL: <http://www.kremlin.ru/transcripts/19825>.
18. Poslanie Prezidenta Federal'nomu sobraniyu. 2014. 4 dek. URL: <http://www.kremlin.ru/news/47173>.
19. Sekretareva E. V. Suggestivnoe vozdeystvie v tekstakh massovoy kommunikatsii // Yurilingvistika-8: russkiy yazyk i sovremennoe rossiyskoe pravo. — Kemerovo; Barnaul, 2007. — S. 267-276.
20. Trubachev O. N. Zavetnoe slovo. M., 2004.
21. MariUver. URL: <http://mariuver.wordpress.ru> (data obrashcheniya: 27.08.2011).

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

**В. Н. Земцов**  
Екатеринбург, Россия

### АРМИЯ НАПОЛЕОНА: СТРУКТУРЫ МЕЖКУЛЬТУРНЫХ КОММУНИКАЦИЙ (ПО ПИСЬМАМ СОЛДАТ ВЕЛИКОЙ АРМИИ 1812 ГОДА)

**АННОТАЦИЯ.** На основе анализа значительного объема писем солдат армии Наполеона автор приходит к выводам о формировании в рамках многонациональной наполеоновской военной машины своеобразного арго, основой которого был французский язык. Характеризуются изменения, которые в конце XVIII в. под влиянием революционных социальных процессов испытал французский язык: широкое распространение просторечий, жаргонизмов, патетической фразеологии, «тыканье» в армии. Характерная для той эпохи демократизация языка была связана и со смешением огромных масс населения. Наполеоновская армия ко времени Русского похода более чем наполовину состояла не из французов. Это приводило в том числе к распространению двуязычия и даже многоязычия: письма писались по-итальянски с вкраплением французских слов, по-французски с итальянскими выражениями; немецкий офицер мог написать письмо по-французски с приписками по-итальянски. Однако, несмотря на заметные успехи в развитии межкультурных контактов, механизм их формирования оказался далеким от идеального, напрямую отражая «имперскую» сущность наполеоновского проекта единой Европы. С углублением тягот Русского похода межнациональные взаимоотношения в рамках Великой армии заметно осложнились. Важную роль в этом процессе играли слухи и настроения, доходившие до солдат национальных контингентов из их родных стран. К 1813 г. распад многонациональной Великой армии Наполеона оказался предрешен.

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:** межкультурная и кросс-культурная коммуникация; армия Наполеона; слухи в коммуникативной практике.

**СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ:** Земцов Владимир Николаевич, доктор исторических наук, заведующий кафедрой всеобщей истории, Уральский государственный педагогический университет; адрес: 620017, г. Екатеринбург, пр-т Космонавтов, 26; e-mail: vladimirzemtsov@yandex.ru.

В любом человеческом сообществе язык, связанный с глубинными психологическими и социальными процессами, является важнейшим компонентом его духовного развития. В этом отношении армия Наполеона не составляла исключения. Язык, песни, музыка и фольклор Великой армии не только отразили разные стороны ее бытия, но и сами существенно воздействовали на ее формирование как целостного организма.

Языковым стержнем Великой армии был, конечно, французский язык, испытавший в конце XVIII в. существенное воздействие бурных революционных процессов. Это воздействие проявилось в появлении крайней патетической фразеологии и образности, в широком распространении просторечий, жаргонизмов, в «тыканье», наконец, в возникновении множества новых слов и выражений. Стали широко употребляться такие слова, как *volcaniser* (воодушевлять), *électriser* (экзальтировать, наэлектризовать), *fusillade*, *mitraille* (расстрел), *expropriation* (экспроприация), *ordre du jour* (порядок дня, приказ на день), *masse* (в значении «народная масса»), *travailler* («обрабатывать» в значении «обрабатывать человека, человеческую массу», войска) и т. д. [Freu 1925; Селищев 1928]. А «тыканье» в армии получило столь широкое распространение, отразив возникшее чувство братства, подлинное или мнимое, что «vous» смогло полностью возвратиться во французскую армию только после

Второй мировой войны [Brown, Gilman 1985: 265—266]. С одной стороны, это свидетельствовало о мощных переменах, произошедших в конце XVIII в. во французском обществе и французской армии, но с другой — сами люди старательно прибегали к табуистическим заменам в своей речи, веря во взаимосвязь, существующую между именем и вещью. Наконец, следует отметить, что демократизация языка той эпохи была связана и с процессами смешения огромных масс населения в территориальном и социальном пространстве: носители разных территориальных и социальных диалектов, попадая в новые языковые среды, испытывали влияние чужой речи [Мечковская 1994: 151; Постникова 2014]. К 1812 г. все эти процессы, с той или иной степенью интенсивности, продолжали развиваться на территории континентальной Европы. Особенно интересно они проходили в рамках Великой армии, ядром которой были французские части, носители уже достаточно устоявшегося языкового мира. Этот мир отразил в себе не только мощные социальные перемены рубежа веков, но и своеобразие быта наполеоновского солдата [Lucas-Dubreton 1977; Pigéard 1994].

Великая армия Наполеона состояла в 1812 г. более чем на половину не из французов, являя собой своеобразную модель проектируемой императором единой Европы. Важную информацию о процессах кросс-культурного взаимодействия в рамках напо-

леоновской армии несут письма ее чинов. Большая часть писем 1812 г. оказалась в отечественных архивохранилищах (Российском государственном архиве древних актов, Архиве внешней политики Российской империи, Российском военно-историческом архиве и Отделе рукописей Российской национальной библиотеки) как трофейные.

Для начала отметим, что, во-первых, французская армия традиционно была многонациональной. В собственно французских частях служило большое количество неприродных французов. Их количество особенно увеличилось после присоединения к «старой» Франции территорий левого берега Рейна, Савойи, Иллирии и т. д. Так, среди писем с родины в Великую армию, хранящихся в 30-м фонде РГАДА [РГАДА], имеется несколько посланий, отправленных в «чисто» французский 57-й линейный полк, написанных по-итальянски. Одно такое письмо на итальянском языке шло в 30-й линейный.

Во-вторых, большое число частей французской армии представляло собой «национальные» формирования, появившиеся в результате «округления» империи (из числа голландцев, тосканцев, ганноверцев и т. д.), или созданные на основе особых договоров с другими странами (как, например, со Швейцарией, «поставившей» четыре полка линейной пехоты), или же возникшие в связи с иными обстоятельствами (как, например, польские, испанские и португальские формирования).

Язык Великой армии хорошо отразил ее многонациональный состав. Представители каждой нации имели свое прозвище: голландец — «le Godfredoms», поляк — «француз Севера», итальянец, из-за того, что начинал свою французскую речь словами «Disdone» — «le Didons».

Вообще в нефранцузские части все больше проникало двуязычие. Но иногда и французы пользовались языковыми заимствованиями. Ротного весельчака французские солдаты называли не иначе как «loustic», заимствовав немецкое «lustig» (весельчак). И все же нам бы не хотелось делать окончательные выводы о степени языковой интеграции Великой армии: на этот счет до сих пор не появилось специальных исследований.

Конскрипты, оказавшиеся в армии, сразу попадали в сложный и разветвленный механизм их обработки и «абсорбции». О том, как удивительно менялись люди разных наций, попадавшие в состав Великой армии, говорит их переписка. Основная масса писем, отправленных из главных сил армии и хра-

нящихся в российских архивах, относится к периоду сентября — ноября 1812 г. [РГАДА, РГВИА, АВПРИ] и поэтому уже несет на себе отпечаток распада многонационального военного организма, который создавал Наполеон. Но письма с родины или письма, отправленные из других воинских частей, находящихся вне России, позволяют составить представление о тех внутренних процессах, которые действовали до сентября 1812 г. и которые, по замыслу императора, сплачивали воинов (вместе с опубликованными письмами нами привлечено 207 посланий, отправленных в Великую армию. Почти все они имеют личный характер или несут информацию личного свойства). Сразу бросается в глаза обширнейшая география личных связей солдат Великой армии — от Испании и Северной Италии до глухих мест французской провинции и небольших германских местечек. Письма, как правило, находили своих адресатов (исключая, конечно, ситуацию с большинством тех писем, к которым мы обратились, так как они были перехвачены русскими). Так, много посланий, отправленных из Испанской армии от бывших сослуживцев, прибывало вначале в те места, где перед походом в Россию части располагались (в Германию или в Италию). Не найдя адресата, они немедленно, помеченные штемпелем, пересылались дальше, вслед за армией. Адреса не обязательно писались по-французски. Отправитель писал по-итальянски, по-голландски, по-немецки, причем нередко свободным почерком и не всегда предельно точно указывая адрес. Он был уверен, что письмо все равно придет по назначению — ведь в адресе было указано: «Великая армия»! Особенно забавно указывали адрес итальянцы, предпочитая вместо слова «солдат» писать «Militare» или «Carriere militare». И французы, и итальянцы в любом случае неизменно перед чином, в том числе солдатским или сержантским, обязательно указывали «Monsier» или «Signier». Множество писем было написано по-итальянски с французскими словами, на французском — с итальянскими выражениями; немецкий высокопоставленный офицер мог написать письмо по-французски с приписками по-итальянски. Воины разных наций, постоянно соприкасаясь друг с другом, меняя места своей службы, «завязывая» многочисленные «узелки» между собой, неизбежно учились понимать друг друга.

И все же позитивный вектор во взаимоотношениях солдат многочисленной армии не мог заслонить того напряжения, которое возрастало по мере подготовки к войне с Россией и с началом военных действий.

Принятый в наполеоновской армии механизм адаптации иностранцев был нередко груб и прямолинеен. Скажем, маршал Л. Н. Даву, беспокоившийся о духе молодых солдат, «разговаривающих по-немецки», смог порекомендовать генералу Л. Фриану только одно средство: приказать офицерам и унтер-офицерам объяснить, что ждет солдат в случае их дезертирства [Отечественная война 1812 г. 1903: 87—90]. Во-вторых, все народы, представленные в Великой армии, имели свои неискоренимые национальные особенности, нередко сопротивлявшиеся «перевариванию» в чреве военного организма. Эти особенности были многообразны — от языка до религиозных воззрений и темперамента. Первое, что бросалось в глаза, были языковые барьеры. Несмотря на широкое распространение французского языка, он не мог быть быстро освоен многотысячными массами рядового и даже офицерского состава армий многих европейских стран. Там же, где французские военачальники стремились заигрывать с иностранцами, используя их язык, выходило не всегда убедительно. Многие вспоминали, как во время Бородинского боя командующий резервной кавалерией И. Мюрат кричал вюртембержцам по-немецки, чтобы они стреляли. У него получалось то ли «Scheuss», то ли «Schuß», и это вызывало смех. Но когда он, коверкая слова, начал хвалить немецких стрелков, говоря «мерзкий егерь», это уже воспринималось только с раздражением [Suckow 1901: 184—185; Smith 1998: 79]. В-третьих, не могла не проявиться глубокая предубежденность одних народов по отношению к другим. Так, французы, убежденные в своем политическом и культурном превосходстве, с явным пренебрежением относились к бельгийцам, голландцам, немцам, итальянцам, испанцам, которых почитали людьми отсталыми и суеверными. Даже поляки, наиболее верные союзники, воспринимались большинством французских солдат как люди убогие. Этому во многом способствовала память о кампании 1806—1807 гг., проходившей на территориях с польским населением. Генерал-адъютант Ж. Рапп вспоминал, что для французского солдата «весь польский язык сводился к четырем словам: — Хлеба? — Нема. — Воды? — Зараз... В этих словах для них заключалась вся Польша» [Rapp 1823: 106—107].

Среди самих иностранных солдат существовала сильная предубежденность друг к другу. Невольно обращаешь внимание на то, как иностранные солдаты наполеоновской армии 1812 г. подчеркивали в своих дневниках, письмах и мемуарах национальную при-

надлежность тех, кто совершил неблаговидный поступок. Скажем, баварской службы обер-лейтенант Ф. Фюртенбах с большим удовольствием рассказывал, как в Докшицах, недалеко от местечка Глубокое (между Вильно и Витебском) семь итальянцев воровали с полковой пекарни муку и ею торговали. Честный баварец Фюртенбах прогнал их и поручил хлебопечение местным евреям [Фюртенбах 1913: 184]. Постоянно возникавшие напряженные ситуации, нервозность обстановки способствовали тому, что даже глубоко спрятанное чувство национальной предубежденности выплескивалось наружу. 23 июля 1812 г. вице-король Италии Э. Богарне, которого итальянские солдаты искренне любили и уважали, во время «разноса» офицеров неожиданно бросил оскорбительные слова в адрес итальянцев как народа. Лейтенант Ц. Ложье немедленно отметил, какое ошеломляющее воздействие это оказало на психологическое состояние итальянцев 4-го армейского корпуса [Ложье 1912: 36—37].

Дух иностранных солдат начал заметно падать при столкновении с тяготами военных действий в России. Огромные физические нагрузки во время маршей по бескрайним пространствам, развал системы снабжения, все более частые проявления национального эгоизма со стороны французского командования и рядовых французских солдат угнетающе воздействовали на душевное состояние иностранцев. Усиливался и еще один канал негативного воздействия на моральное состояние иностранных солдат — через письма с родины. До поры до времени мощные механизмы Великой армии демонстрировали удивительную способность нейтрализации среди иностранных солдат тех антифранцузских настроений, которые были широко распространены в вассальных и союзных государствах. Но с началом военных действий в России эти механизмы стали ослабевать.

Интереснейшую картину взаимодействия настроений и слухов в Вестфальском королевстве с реальными событиями, происходившими летом и осенью 1812 г. в России, можно увидеть, обратившись к публикациям К. И. Раткевича и С. Н. Исколя, работавших с документами знаменитого «Вестфальского архива», хранящегося в Отделе рукописей РНБ. Донесения различных чинов вестфальской полиции в 1812 г. свидетельствовали о том, что многие антифранцузски настроенные подданные Вестфальского королевства стали выражать надежду на провал русского похода. Если еще в 1811 г. они могли рассчитывать, что поднимется Пруссия, то по-

сле заключения ею союзного договора с Францией все надежды оказались связанными с поражением Наполеона в России. Генеральный комиссар тайной полиции департамента Верра Вольф доносил, что население злорадно предрекало гибель Великой армии, «после чего все рухнет» [Раткевич 1938: 125]. Население упорно стало повторять баснословные цифры размеров войска, которое Россия будто бы готова выставить против Наполеона. Кое-где народная молва говорила о том, что руководители восстаний 1809 г. поступили на русскую службу и что среди них есть даже майор Шилль, о смерти которого стало известно 3 года тому назад! Еще не начались военные действия, а в мае 1812 г., согласно слухам, прусский генерал-лейтенант Г. Л. Блюхер уже перешел к русским с целым кавалерийским корпусом [Раткевич 1938: 126], а чуть позже, в начале июня, пополз слух, что русские намерены завлечь Великую армию вглубь страны и уже опустошили местность, по которой пойдет Наполеон. Самое поразительное, что слухи о генеральном сражении родились еще в феврале 1812 г.! В департаменте Верра тогда стали упорно говорить о крупных сражениях, будто бы имевших место где-то на севере или на востоке и проигранных французами [Раткевич 1938: 127]. Накануне и после начала военных действий в вестфальские города, местечки и деревни начали приходиться многочисленные письма солдат, чаще всего недавно мобилизованных. Они вполне откровенно, нередко даже сгущая краски, надеясь на присылку из дома нескольких крейцеров или белья, описывали тяготы похода. Каждое такое письмо ходило по рукам. Его читали в харчевнях, на постоянных дворах, в гостиницах. «Теперь, милые родители, — писал домой гренадер 3-го вестфальского линейного полка Фигнер, — расскажу как плохо справил я пасху и троицу, наверное они были лучшими для самого бедного человека на земле, чем для меня и остальных: на троицу нам дали так мало еды, что хлеба мы получили едва 1 фунт на 3 дня. <...> Так как мы не получали ни мяса ни овощей, то мы с голода 30 человек убили собаку и потом собирали крапиву и сварили щи и потом натопили собачьего сала, а мясо этой большой собаки ели» [Искуль 1978: 104—105]. «Мне сейчас очень тяжело, я так давно ничего не получал (жалованья. — В. З.). Угощения тоже нет, еды мало, так что приходится пропадать», — писал солдат Рункель 14 июля, уже на русской территории [Искуль 1978: 106]. «Теперь мы должны учиться терпеть голод и жажду. Наши лица совершенно изменились, стали коричневыми

как каштаны, а усы меня совершенно изменили», — написал он же через два дня [Искуль 1978: 106—107].

Как ни странно, но несмотря на всю изощренность контроля над настроениями, военная цензура Великой армии оказалась не в состоянии перехватывать множество таких посланий. Наша собственная продолжительная работа с письмами 1812 г., отправленными как в армию, так и из нее, подтверждает, что в личных письмах, посланных даже по армейской почте, очень часто содержалась такая информация, передавать которую таким образом в XX в. не рискнул бы даже самый наивный человек. Кроме того, помимо почты, существовали и иные способы переправлять весточки на родину или получать письма из дома, скажем с оказией, что постоянно и практиковалось.

Письма солдат как бы подтверждали те фантастические слухи, которые уже давно циркулировали на родине. В свою очередь, письма, получаемые из дома и наполненные сетованиями родных по поводу того, что происходит в России, еще больше угнетали солдат и заражали их теми настроениями, которые уже давно были распространены на родине.

В первых числах сентября, когда сообщения о Бородинском сражении, происшедшем с 5 по 7 сентября, еще просто не могли дойти до Вестфалии, в одной харчевне в Роттенбурге заезжий адвокат рассказывал о том, что «недавно происходил трехдневный бой, и армия Наполеона потерпела решительное поражение» [Раткевич 1938: 128]. К середине сентября уже стали говорить о том, что Наполеон тяжело ранен, а Мюрат убит. Когда, наконец, пришло официальное сообщение о Бородинском сражении как о решающей победе Великой армии, оно встретило бойкот и полное непонимание жителей Вестфалии [Раткевич 1938: 129]. Многие этому просто не верили!

В этой удивительной механике слухов, когда человек слышал то, что хотел услышать, и кроется объяснение своеобразия воздействия событий 1812 г. в России на умонастроения в вассальных и союзных Наполеону государствах. Косвенное и долговременное воздействие этих событий оказалось более важным, чем их непосредственные результаты. То же было характерно и в плане морального их воздействия на нефранцузских солдат Великой армии. Общая атмосфера на родине, все более сочувственная к русским и все менее благоприятная для французов, спустя некоторое время после Бородина и московского пожара начинала сказываться и на солдатах, нейтрализуя

факторы межнационального единства Великой армии и вызывая внутренний распад ее интернационального организма. Уже упоминавшийся генеральный комиссар департамента Верра в своем отчете от 5 ноября 1812 г. в Кассель нарисовал любопытную картину, которую застал в одном из клубов. В зале вокруг стола столпились завсегдатаи клуба и с жадным вниманием слушали, как комендант города читал, смакуя каждое слово, письмо из армии от какого-то вестфальского генерала. В письме генерал рассказывал о больших потерях французов под Бородино и восхищался мужеством русских. Участники сцены были представителями влиятельных кругов [Раткевич 1938: 131].

В первой половине октября 1812 г., еще во время «московского сидения», тематика писем из Великой армии заметно меняется. Адресанты все чаще говорят о наступлении холодов (в 11,97 % писем в период с 1 октября по 18/19 октября 1812 г.), строки о ранах и болезнях (в 11,34 % писем того же периода) также стали занимать большое место. С началом отступления тема усталости в письмах заметно усиливается (в 24,65 % писем с 20 октября по 30 ноября 1812 г.). Наконец, все чаще стали писать о холодах. «Этот климат более опасен, чем русские», — восклицал генерал Л. Бараге д'Илье 4 ноября [Lettres interceptées 1913: 344—345]. Чины многонациональной Великой армии все реже находили между собой общий язык. В 1813 г., как следствие поражения в России, проект единой Европы, задуманный Наполеоном по «имперскому образцу», окончательно рухнул.

Представленный материал позволяет сделать следующие выводы:

1. Великая армия, созданная Наполеоном в 1812 г., претендовала на универсальный общеевропейский характер; она являлась своеобразным прообразом той единой Европы, контуры которой к 1812 г. стали явно проступать.
2. Наполеоновская военная машина была высокоэффективным социальным организмом, в рамках которого был создан своеобразный арг, язык межнационального общения, основой которого стал французский.
3. Несмотря на заметные успехи в плане кросс-культурных контактов, механизм их формирования был далек от идеального, напрямую отражая «имперскую» сущность наполеоновского проекта единой Европы.

4. С углублением тягот Русского похода межнациональные взаимоотношения в рамках Великой армии заметно осложнились. Важную роль в этом процессе играли слухи и настроения, доходившие до солдат национальных контингентов с их родины. К 1813 г. распад многонациональной Великой армии Наполеона оказался предreshен.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Архив внешней политики Российской империи (АВПРИ). Ф. 133. Канцелярия МИД. 1812—1813. Оп. 468. Д. 140, 142.
2. Исколь С. Н. Письма вестфальских солдат из России на родину в 1812 г. // Освободительное движение в России : межвуз. науч. сб. — Саратов, 1978. Вып. 7.
3. Ложье Ц. Дневник офицера Великой армии в 1812 году. — М., 1912.
4. Мечковская Н. Б. Социальная лингвистика. — М., 1994.
5. Отечественная война 1812 г. Материалы Военно-ученого архива Главного штаба. Отд. 2. Бумаги, отбитые у противника. СПб., 1903. Т. 1. № 156.
6. Постникова А. А. Прецеденты Наполеоновской эпохи в коммуникативной памяти современной Франции // Политическая лингвистика. 2014. № 3 (49). С. 207—215.
7. Раткевич К. Война 1812 года и общественное мнение в Вестфальском королевстве // Уч. зап. ЛГУ. 1938. № 19, т. 4.
8. Российский государственный архив древних актов (РГАДА). Ф. 30. Д. 239—243, 245—254, 260—264, 266—268, 269. Ч. 1—2; 284. Ч. 1—2.
9. Российский государственный военно-исторический архив (РГВИА). Ф. 151. Оп. 1. Д. 92.
10. Селищев А. М. Язык революционной эпохи. Из наблюдений над русским языком последних лет (1917—1926). — М., 1928.
11. Фюртенбах Ф. фон. Из воспоминаний баварской службы обер-лейтенанта Фюртенбаха о походе в Россию в 1812 г. // Военно-исторический сборник. 1913. № 1.
12. Brown R., Gilman A. The Pronouns of Power and Solidarity // Language and Social context. — London, 1985.
13. Choury M. Les grognards et Napoléon. — Paris, 1968.
14. Frey M. Les transformations du vocabulaire français à l'époque de la révolution. 1789—1800. — Paris, 1925.
15. Lettres interceptées par les Russes durant la campagne de 1812 / publ. par S. E. M. Goriainow. — Paris, 1913.
16. Lucas-Dubreton L. Soldats de Napoléon. — Paris, 1977.
17. Pigard A. L'armée napoléonienne. — Paris, 1994.
18. Rapp J. Mémoires. — Paris, 1823.
19. Smith D. Borodino. — Morton-in-Marsh, Gloucestershire, 1998.
20. Suckow K., von. D'Iéna à Moscou. — Paris, 1901.

V. N. Zemtsov  
Ekaterinburg, Russia

**NAPOLEON'S ARMY: STRUCTURES OF CROSS-CULTURAL COMMUNICATION  
(ON THE LETTERS OF THE SOLDIERS OF THE GRANDE ARMÉE OF 1812)**

**ABSTRACT.** *On the basis of analysis of a considerable number of letters of the soldiers of Napoleon's army the author of the article comes to the conclusion about the formation of a certain argot based on French in the framework of the multinational Napoleon's military machine. The article characterizes the changes that took place in the French language in the late 18th century under the influence of revolutionary social processes: a wide use of common language, jargon words, pathetic phraseology and treating interlocutors with unwanted familiarity in the army. The democratization of language characteristic of that epoch was connected with a dramatic mix of broad popular masses. By the time of the Russian campaign the Napoleon's army for the most part consisted of non French warriors. This fact led to the spread of bilingual and even multi lingual communication: letters were written in Italian with French inclusions and in French with notes in Italian; a German officer could write a letter in French with Italian explanations. Nevertheless, in spite of considerable success in developing cross-cultural contacts the mechanism of their formation turned out to be far from ideal, directly reflecting the imperial essence of Napoleon's project of united Europe. The growing hardships of the Russian campaign evidently worsened the cross-cultural relations in Napoleon's army. An important role in this process was played by rumors and moods that reached the soldiers from their native lands. By 1813 the fall of the multinational Grande Armée was inevitable.*

**KEYWORDS:** *multicultural and cross-cultural communication; army of Napoleon; rumors in communicative practice.*

**ABOUT THE AUTHOR:** *Zemtsov Vladimir Nikolayevich, Doctor of History, Head of Department of General History, Ural State Pedagogical University, Ekaterinburg, Russia.*

**LITERATURE**

1. Arkhiv vneshney politiki Rossiyskoy imperii (AVPRI). F. 133. Kantselyariya MID. 1812—1813. Op. 468. D. 140, 142.
2. Iskyul' S. N. Pis'ma vestfal'skikh soldat iz Rossii na rodinu v 1812 g. // Osvoboditel'noe dvizhenie v Rossii : mezhvuz. nauch. sb. — Saratov, 1978. Vyp.7.
3. Lozh'e Ts. Dnevnik ofitsera Velikoy armii v 1812 godu. — M., 1912.
4. Mechkovskaya N. B. Sotsial'naya lingvistika. — M., 1994.
5. Otechestvennaya voyna 1812 g. Materialy Voenno-uchenogo arkhiva Glavnogo shtaba. Otd. 2. Bumagi, otbitye u protivnika. SPb., 1903. T. 1. № 156.
6. Postnikova A. A. Pretsedeny Napoleonovskoy epokhi v kommunikativnoy pamyati sovremennoy Frantsii // Politicheskaya lingvistika. 2014. № 3 (49). S. 207—215.
7. Ratkevich K. Voyna 1812 goda i obshchestvennoe mnenie v Vestfal'skom korolevstve // Uch. zap. LGU. 1938. № 19, t. 4.
8. Rossiyskiy gosudarstvennyy arkhiv drevnikh aktov (RGADA). F. 30. D. 239—243, 245—254, 260—264, 266—268, 269. Ch. 1—2; 284. Ch. 1—2.
9. Rossiyskiy gosudarstvennyy voenno-istoricheskiy arkhiv (RGVIA). F. 151. Op. 1. D. 92.
10. Selishchev A. M. Yazyk revolyutsionnoy epokhi. Iz nablyudeniya nad russkim yazykom poslednikh let (1917—1926). — M., 1928.
11. Fyurtenbakh F. fon. Iz vospominaniy bavarskoy sluzhby ober-leytenanta Fyurtenbakha o pokhode v Rossiyu v 1812 g. // Voенно-istoricheskiy sbornik. 1913. № 1.
12. Brown R., Gilman A. The Pronouns of Power and Solidarity // Language and Social context. — London, 1985.
13. Choury M. Les grognards et Napoléon. — Paris, 1968.
14. Frey M. Les transformations du vocabulaire français à l'époque de la révolution. 1789—1800. — Paris, 1925.
15. Lettres interceptées par les Russes durant la campagne de 1812 / publ. par S. E. M. Goriainow. — Paris, 1913.
16. Lucas-Dubreton L. Soldats de Napoléon. — Paris, 1977.
17. Pigéard A. L'armée napoléonienne. — Paris, 1994.
18. Rapp J. Mémoires. — Paris, 1823.
19. Smith D. Borodino. — Morton-in-Marsh, Gloucestershire, 1998.
20. Suckow K., von. D'Iéna à Moscou. — Paris, 1901.

**Статью рекомендует к публикации канд. филол. наук, доц. М. Б. Ворошилова.**

**Н. А. Купина**  
Екатеринбург, Россия

**РУССКАЯ ИДЕЯ В КОНТЕКСТЕ СОВРЕМЕННОСТИ:  
«БЕСЫ» ДОСТОЕВСКОГО И АКСИОЛОГИЧЕСКИЕ СУЖДЕНИЯ БЕРДЯЕВА**

**АННОТАЦИЯ.** Актуальность статьи обусловлена идеологической лакунарностью, возникшей в постсоветское время, проявляющейся в коллективном идеологическом цинизме, скептицизме и эклектизме: процессы деидеологизации охватывают и концепты, составляющие «исконную национальную русскую основу» (слова Н. А. Бердяева), и концепты, составляющие партийно-идеологическую основу советского мировоззрения. Это приводит к поиску интегралов, которые позволят объединить все социальные слои современного российского общества. Закономерным в этой связи является обращение ученых к текстам классической русской литературы, особенно к творчеству Ф. М. Достоевского, который глубоко понимал психоментальность русского народа, его ценностные ориентации. Идейная платформа Достоевского, наиболее отчетливо выраженная в романе «Бесы», в советское время была признана реакционной. Объективной интерпретации замысла художественного шедевра в советское время препятствовала подмена философского и филологического анализа идеологическими штампами. Предлагается индуктивный подход к интерпретации русской идеи в романе Достоевского: смысловые и эстетические приращения выявляются на основе ключевых слов, их сочетаемости в речевой ткани текста. Лингвоидеологический анализ в статье подкрепляется аксиологическими суждениями Бердяева, подтверждающими наблюдения и прогнозы Достоевского. Как показано в статье, литературно-художественные и философские тексты — надежные источники для поиска актуальных ключевых слов-интегралов. Подобная систематизация языкового материала будет способствовать созданию актуального для современных политических практик словаря ключевых слов русского менталитета.

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:** аксиологическое суждение; идеология; идея; интеграл; ключевое слово менталитета.

**СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ:** Купина Наталья Александровна, доктор филологических наук, профессор кафедры риторики и стилистики русского языка, Уральский федеральный университет имени Первого Президента России Бориса Николаевича Ельцина; адрес: 620000, Екатеринбург, пр-т Ленина, 51, к. 312; e-mail: natalia\_kupina@mail.ru.

Современное социально-политическое и собственно языковое существование характеризуется поисками идей, которые могли бы функционировать в роли интегралов — духовных скреп, объединяющих все социальные слои российского общества. В этой связи закономерны поиски основ идеологического консерватизма — традиционных ментально-ценностных ориентаций и отталкиваний, аксиологических обобщений и установок.

Тенденциозность и политизированность оценок, диктат советской идеологической ортологии, основанной на жестко структурированной системе идеологем и мифологем, а затем крушение государственной идеологии, разнонаправленные поиски векторов идеологического строительства — все это привело к мировоззренческим сдвигам. По наблюдениям социологов, для современного общественного сознания характерны «размытость, неопределенность, фрагментарность и переменчивость ценностных ориентаций, установок...» [Тощенко 2015: 14]. И концепты, составляющие «исконную национальную русскую основу» [Бердяев 1997: 251], и концепты, составляющие партийно-идеологическую основу советского мировоззрения, попали в «мясорубку» деидеологизации, которая связана с революционным

переустройством русского мира идей после 1917 г. и переустройством советского мира идей после 1991 г. Возникшие в постсоветское время идеологическая лакунарность, коллективный идеологический цинизм, скептицизм и эклектизм создали дефицит «правдивого» слова. Слово перестало быть «полководцем» (Вл. Маяковский) и «путеводителем» в тех «исканиях правды» и справедливости, которые всегда были свойственны русскому народу [Бердяев 1997: 368].

Для отечественной гуманитарной науки и гуманитарного мышления в целом драматическим оказалось исключение из интеллектуального пространства трудов русских философов, переживших Октябрьскую революцию, а также тех художественных произведений, которые были признаны «реакционными», «вредоносными», «клеветническими». Так, ярлык «чуждости» сопровождал официальную характеристику произведений Н. А. Бердяева вплоть до конца 80-х. Он оценивался как «буржуазный философ-мистик», критическое отношение которого к марксизму «перерастает в контрреволюционность» [Философский словарь 1987: 41]. Мыслитель, анализируя собственную духовно-нравственную позицию, писал: «...я вел борьбу за свободу, свободу духа, свободу совести, свободу мысли, не пропускал ни

Работа выполнена при финансовой поддержке РГНФ, грант 15-04-00239 а «Национальные базовые ценности и их отражение в коммуникативном пространстве провинциального города: традиции и динамика».

© Купина Н. А., 2015

одного случая, чтобы протестовать против гонителей духа, насильников над мыслью и совестью» [Бердяев 1990: 239].

Концепция Бердяева сконструирована в контексте реального исторического времени. Скрупулезно исследуя воззрения философов, лидеров общественных движений, публицистов, писателей, он приходит к выводу о том, что «русский XIX век создает... напряженную, своеобразную, очень свободную мысль», которая достоверно выражена «великой русской литературой» — «самой пророческой в мире» [Бердяев 1997: 309]. «Невозможность по политическим условиям непосредственного социального дела, — пишет Бердяев, — привела к тому, что вся активность перешла в литературу и мысль, где все вопросы ставились и решались очень рационально» [Там же: 262]. «Духовный сын Достоевского» [См.: Благова, Емельянов 2003: 328—330], философ говорит об «особом консерватизме» писателя, подчеркивает, что Достоевский «провидит русскую революцию и раскрывает ее идеи» [Там же: 318].

Идейная платформа Достоевского, наиболее отчетливо выраженная в романе «Бесы», в советское время была признана реакционной. Опубликованный в десятитомном собрании сочинений [Достоевский 1957, т. 7] «самый литературный роман Достоевского» [Сараксина 1990: 115] в примечаниях к тексту [Достоевский 1957, т. 7: 707—757] назван «тенденциозным» «публицистическим памфлетом» [Там же: 718]. Центральные образы «Бесов» односторонне трактуются как «карикатуры на деятелей освободительного движения: злоба, ненависть, застилавшие поле зрения писателя, приводили к... порочному, тенденциозному методу типизации» [Там же: 719]. Подмена философского и филологического анализа политическими ярлыками затормозила объективную интерпретацию замысла художественного шедевра. Между тем сбывшиеся и сбывающиеся пророчества Достоевского обнаруживают недооценку его открытий (не только художественных, но и политических), основанных на глубоком понимании психоментальности русского народа, его ценностных ориентаций. Все это мотивирует необходимость нового прочтения текста романа [См.: Карякин 1989] в проекции на современную политическую ситуацию.

Ю. Н. Караулов, отталкиваясь от выделенных в одном из докладов Н. Д. Арутюновой специфических параметров русского языка (Пространство; Стихия; Аномалия; Чужое; Неопределенность), предлагает дедуктивный подход к интерпретации русской

идеи, нашедшей отражение в текстах Достоевского, сквозь призму названных параметров [Караулов 1996: 237—249]. Мы полагаем, что «философские конструкции Достоевского» [Благова, Емельянов 2003: 12] могут быть также изучены индуктивно: исследование ключевых слов, их сочетаемости в речевой ткани текста будет способствовать выявлению смысловых и эстетических приращений, отражающих точку зрения автора — прежде всего на политические события. В процессе лингвоидеологического анализа, результаты которого изложены в статье, используются аксиологические суждения Бердяева, подтверждающие наблюдения и прогнозы Достоевского.

В функции ключевого в романе «Бесы» употребляется слово *идея*, семантика которого вбирает в себя «специфические особенности национального самосознания и мироощущения», следовательно, сама лексема относится к «ключевым словам менталитета» [Сковородников 2003: 156]. Актуальные для времени создания романа (журнальный вариант относится к 1871 г.; отдельное издание — к 1873 г.) смыслы систематизированы во втором издании (1881 г.) Словаря В. И. Даля: *идея* — «умопонятие, воображение предмета, умственное изображение»; «Мысль, выдумка, изображение, вымысел; намеренье, замысел» [Даль 1978, т. 2: 8].

«Произведения Достоевского, — как заметил М. М. Бахтин, — прежде всего поражают необычным разнообразием типов и разновидностей слова, причем эти типы и разновидности даны в своем наиболее резком выражении» [Бахтин 1979: 236]. Резкость (общая примета творческой манеры писателя) проявляется в атрибутивной сочетаемости существительного *идея* (далее также *и.*). «Сила демонических внушений» [Померанц 1990: 318], максимализм акцентируются гиперболическими эпитетами: *большая и.*, *великая и.*, *окончательная и* *чрезвычайная и.* Идея интегрирует или разделяет сообщества: *наша и.*, *именно наша и.* — *чужая и.* Идея оказывается *новой*, а *прежняя и.* отмечается или деформируется. Высшую степень поглощенности идеей выражают сочетания *безумная и.*, *отчаянная и.*

Характерно почти полное отсутствие атрибутивных сочетаний с относительными прилагательными (например, *социальная и.*), вскрывающее дефицит конкретных «умопонятий». Единичны также именные конкретизаторы. В составе сочетаний они могут указывать на пропаганду и провокационные действия (*и. о прокламациях*; *и. о*

подговоре к социальному бунту), на «выдумку» или «намеренье» (В. И. Даль), но не на сложное логическое построение, сложившееся на основе анализа и обобщений. Степан Трофимович Верховенский метко замечает: «...рубить головы всего легче, а иметь идею всего труднее!» В то же время, находясь под давлением титанической власти идеи, Степан Трофимович не может вникнуть в ее суть, *объяснить идею* (идеи). Нельзя не согласиться с выводом литературоведа: «Идеи, собственно, и не было. Идеологический миф, обнаруживая нищету и беспомощность мысли, запутывался в трех соснах логических лесов» [Сараскина 1990: 286]. Образ идеологической неразберихи поддерживается в тексте романа тропами *каша, как в лесу, беспорядок умов* и др. Например: *Как бы по ветру было пущено несколько чрезвычайно развязных понятий <...> В моде был некоторый беспорядок умов.*

Неопределенностью и неупорядоченностью, по наблюдениям Достоевского, отличается и состояние индивидуального мировоззрения: *И что за каша выходила тут под видом самостоятельности! Ей* (Юлии Михайловне) *нравились и крупное землевладение, и аристократический элемент, и усиление губернаторской власти, и демократический элемент, и новые учреждения, и порядок, и вольнодумство, и социальные идеи* <...> Разнородные идеологические категории складываются в мозаичные представления о *русском либерализме*, для обсуждения которого были открыты двери губернаторского дома. Жаркие споры обнаруживали скорее соревнование амбиций, а не *новых идей*, которых не было, но о которых *все кричат*.

Глагольные сочетания с ключевым словом *идея* указывают на способность и готовность субъекта быть глашатаем идеи (*выкрикивать и.*), носителем идеи (*представитель и.*), ее распространителем (*дать и. кому-л., пустить и.*), вскрывают идеологическое упрямство (*укрепиться на ...и., упореться на и.*). Идея предстает как кажущийся результат напряженной работы ума. Например: *Он* (Степан Трофимович) *укрепился на какой-то окончательной и чрезвычайной идее, придававшей ему спокойствие, это было видно. Он нашел эту идею, сидел и чего-то ждал.* Найденная путем невероятных усилий идея оказывается, однако, фантомом, ведет в никуда, испепеляет, лишает жизненных сил: — *Друг мой, я это для великой идеи, — говорил он* (Степан Трофимович) <...> *Я двинулся с двадцатилетнего места и вдруг поехал, куда — не знаю, но я поехал...*

Ближайший синоним ключевого слова *идея* — лексема *мысль* — также сопровождается гиперболическими эпитетами. Соответствующие высказывания отличаются «предельностью в оценках и характеристиках» [Караулов 1996: 249] при отсутствии предметной конкретизации:

Степан Трофимович. *Друзья мои, все, все: да здравствует Великая Мысль! Вечная, безмерная Мысль! Всякому человеку, кто бы он ни был, необходимо преклониться пред тем, что есть Великая Мысль. Даже самому глупому человеку необходимо хотя бы нечто великое.*

Степан Трофимович *подымает знамя великой идеи и идет умереть за него на большой дороге.* Глагольное управление способствует развенчанию бытующего и в наши дни представления о жизни ради идеи (фактически — ради *знамени*). Смысл идеи не найден, а знамя поднято. Аномальные сочетания воображаемого и реального, неопределенности содержания и символичности жеста, ложное ощущение собственного предназначения — все это способствует снижению пафоса, трансформации высокой тональности в фарсово-ироническую. *Знамя идеи* — символ беспочвенности идеализма.

Стремление снять неопределенность проявляется в готовности подчиниться *человеку идеи / человеку с идеями*, который знает, что делать. Беззаветная преданность идее «замещается» личной преданностью и самоуничижением: *Фанатически, младенчески преданный „общему делу“, а в сущности Петру Верховенскому, он* (Эркель) *действовал по его инструкции <...> маленькие фанатики, подобные Эркелю, никак не могут понять служения идее, иначе как слив ее с самим лицом, по их понятию, выражающим эту идею.* Ср.: — *Петр Степанович, <...> ведь я <...> пойму, что вам нужно сберечь свою личность, потому что вы всё, а мы — ничего.* Подобное «замещение» далеко не всегда является наивным. В границах политических практик оно откровенно прагматизируется, не оставляя сомнений в корыстных помыслах манипулятора. Вот лишь отдельные циничные реплики «карьериста от революции» Петра Верховенского, адресованные Ставрогину: — *Аристократ, когда идет в демократию, обаятелен! <...> Вы предводитель, вы солнце, а я ваш червяк; Без вас я муха, идея в склянке...; Я ведь мошенник, а не социалист.* Закономерна реакция Ставрогина: — *...вы, стало быть, и впрямь не социалист, а какой-нибудь политический... честолюбец?*

«Свойство русской души» — «ее искания социальной правды» [Бердяев 1997: 368] —

политические авантюристы используют для формирования идеи абсолютного равенства, подчиненного одной кумирной деспотической воле:

Петр Верховенский — Ставрогину. *Шигалев гениальный человек! Он выдумал „равенство“! <...> У него каждый член общества смотрит один за другим и обязан доносом. Каждый принадлежит всем, а все каждому... Все рабы и в рабстве равны <...> Главное — равенство <...> без деспотизма еще не бывало ни свободы, ни равенства, но в стаде должно быть равенство и вот шигалевщина! Ха-ха-ха <...>. Я за шигалевщину!*

Носители деспотической воли бесстыдно играют низменными инстинктами: <...> откровенным правом на бесчестье всего легче русского человека увлечь можно. Революционный ветер свободы в итоге сметает свободу: «Достоевский <...> предвидел отрицание свободы духа, как предельный результат идейной диалектики революции...» [Бердяев 1997: 319].

Жажда верховной власти (коллективной и личной) приводит к бесовской идее деспотического тоталитарного социального переустройства:

Шигалёв. *Я пришел к заключению, что все создатели социальных систем были мечтатели, сказочники <...> мое заключение в прямом противоречии с первоначальной идеей, из которой я выхожу. Выходя из безграничной свободы, я заключаю безграничным деспотизмом ; Одна десятая доля получает свободу личности и безграничное право над остальными девятью десятыми. Те же должны потерять личность и обратиться вроде как в стадо <...> Прошу вас заметить, что я не Фурье. Смешивая меня с этой сладкою, отвлеченною мямлей, вы (о Петре Верховенском) только доказываете, что рукопись мою не читали, <...> а рано или поздно все-таки придете к моей системе.*

Обращает на себя внимание повтор слова система. Писатель предвидел возможность формирования диктаторской идеологической системы, основанной на переработке «первоисточника». Давая в 1849 г. следственной комиссии объяснения по делу петрашевцев, он сформулировал свое отношение к фурьеризму: «Фурьеризм — система мирная, но, без сомнения, эта система вредна, во-первых, потому, уже по одному тому, что она система; во-вторых, как ни изящна она, она всё же утопия самая несбыточная» [Достоевский 1958, т. 10: 555]. Базирующаяся на триаде «унизительное прошлое — жесткая действительность в настоящем — светлое

будущее» [Жолковский 2014: 311] система Шигалева предпочитает свободу для горстки властителей ценой крайней степени беззакония и подавления воли народа. Искаженные и радикализированные западнические идеи, предупреждает писатель, в России могут подготовить почву для формирования казарменного деспотического режима, поддерживаемого идеологической системой как новой религией.

Петр Верховенский, который «присваивает» шигалёвщину, перекраивая ее на свой лад [Сараскина 1990: 299], ибо «бесы всегда хотят, чтобы события развивались по их сценарию» [Тощенко 2015: 93] — предчувствует небывалый результат действия системы: — *Тут, батюшка, — новая религия грядет взамен старой!* Писатель предупредил Россию о возможности трансформации религиозной энергии народа в идеологическую; философ, наблюдавший управляемое «перерождение» русского менталитета в XX в., напишет: «Коммунистическая революция в России совершилась во имя тоталитарного марксизма как религии пролетариата» [Бердяев 1997: 338]. Мировоззренческие последствия этой субституции наблюдаются и сегодня.

Опираясь на шигалёвщину, Верховенский для скорого решения вопроса внедряет изоэтрную политическую технологию. Внутритекстовая парадигма номинаций, извлеченных из речевой партии персонажа, объединена общими смыслами «дестабилизация», «разрушение»: *революция, сотрясение основ, раскачка, бунт, смута, топор, кровушка, разрушения пожар*. Вот лишь один пример:

Верховенский. *Мы пустим пожар... Мы пустим легенды. Тут каждая шелудивая „кучка“ пригодится. <...> Ну-с и начнется смута! Раскачка такая пойдет, какой еще мир не видал... Затуманится Русь, заплачет по старым богам... Ну-с, тут-то мы и пустим <...> Ивана-царевича <...>.*

Ставрогин. *Самозванца? <...>*

Верховенский. *Мы скажем, что он „скрывается“ <...> Мы пустим легенду получше, чем у скопцов. <...> О, какую легенду можно пустить! <...> вы красавец, гордый, как бог, ничего для себя не ищущий, с ореолом жертвы, „скрывающийся“. Главное, легенду!*

Безбожная власть, как следует из концепции Достоевского, с неизбежностью будет эксплуатировать «русские иррациональные мотивы», «склонность к максимализму», «бунтарскую способность в народе», психоментальную «способность к жертвам», «мистическую чувствительность» (Бердяев). В романе обозначены векторы грядущего мифотворчества. Один из них — обожеств-

ление революционера — человека идеи — бескорыстного, обладающего железной волей, указывающего народу единственно верный путь [См.: Благова, Емельянов 2003: 281—282]. Советская политическая практика использовала технологию создания имиджевой маски вождя и учителя, вдохновенно воспринимаемого народными массами как «богочеловек».

Оставляя за пределами анализа навязчивую идею Кириллова (*лишить себя жизни и стать богом*), приведем формульную метафорическую оценку идеологического фанатизма: — *Не вы съели идею, а вас съела идея*. Отметим, что богоборчеству и богоотступничеству Достоевский противопоставляет идею богоискания, прямо выраженную в речевой партии Шатова: — *Цель всего движения народного, во всяком народе и во всякий период его бытия, искание Бога ; Единый народ-,богоносец“ — это русский народ. Искание Бога* заложено «религиозным, духовным призыванием русского народа» (Бердяев); призывание это, как показала история, можно использовать для решения политических задач.

Автор «Бесов» не приемлет политической идеи насильственного переустройства социальной жизни общества. Он вскрывает антигуманную сущность революции, деромантизирует устойчивое представление о тайных обществах и подпольной деятельности революционеров: <...> *становилось ясно, что есть, действительно есть тайное общество убийц, поджигателей-революционеров, бунтовщиков*. Однородный ряд включает фигуру тождества: революционер — это убийца.

Идею убийства прагматизирует Ставрогин. Он дает Верховенскому простой совет: *...подговорите четырех членов кружка ужокошить пятого под видом того, что тот донесет, и тотчас же вы их всех пролитую кровью, как одним узлом, свяжете. Рабами вашими станут, не посмеют бунтовать и отчетов спрашивать*. Общее дело, под которым «струится кровь», превращает заговорщиков в рабов своего вождя. Свобода личная становится «актом, совершенным не индивидуальным, а социальным человеком, после того, как выбор сделан» [Бердяев 1997: 378] за него предводителем, вождем, богочеловеком. В то же время в тексте романа заговорщики поставлены в один ряд с каторжником Федькой, у которого нож всегда наготове.

Петр Верховенский не ограничивается очевидной выгодой убийства, дающей ему власть над соратниками. Он жаждет власти над народом, над страной. Развивая план

убийства Шатова, он насыщает свою речь нравственными категориями (в их числе долг, свобода, гордость, достоинство), не совместимыми с умышленным преступлением против личности.

Петр Степанович. Господа, <...> *Без сомнения, вы должны ощущать ту свободную гордость, которая сопряжена с исполнением свободного долга ; Вы призваны обновить дряхлое и завонявшееся от застоя дело <...> Весь ваш шаг пока в том, чтобы все рушилось: и государство и его нравственность. Останемся только мы, заранее предназначившие себя для приема власти: умных приобщим к себе, а на глупцах поедем верхом <...> Надо перевоспитать поколение, чтобы сделать достойным свободы. Еще много тысяч предстоит Шатовых*.

Конечная цель ясна — захватить и удержать власть. Политические убийства — лишь одно из средств на пути к неограниченной власти:

Верховенский — Шатову. *Вас бы... при первом успехе революции повесили*.

Шатов. *Это когда вы захватите власть и покорите Россию?*

Убийство (убийства) открывает путь к разрушению норм морали. Верховная власть может быть захвачена революционным путем — с помощью управляемой смуты. Ставка делается на «бунтарскую стихию в русском народе»: «Народ всегда готов к революции, потому что он лишь материал, которым пользуется революционное меньшинство» [Бердяев 1997: 305]. В итоге «материал» поступает в полное распоряжение власти. Кучка заговорщиков, тайных убийц оказывается на вершине власти. Политическое убийство, по Достоевскому, — это провокация, подталкивающая к анархическому сокрушению основ. Символический образ пожара в тексте романа предрекает невозможные утраты, которые влечет за собой революция. Одна из этих утрат — внутреннее перерождение молодого человека: *Чувствительный, ласковый и добрый Эркель, быть может, был самым бесчувственным из убийц, собравшихся на Шатова <...>*

Оправдание убийства идеей служения общему делу противоречит традиции «русского протеста против насилия» [Бердяев 1997: 268]. Идеиная анархия убивает чувство сострадательности к ближнему. Революция, оправдывающая убийства, революционные преобразования направлены на «духовное перевоспитание человека» [Бердяев 1997: 410].

Обратимся к текущей действительности. Длительная практика политических убийств

сформировала у наших современников идеологическую подозрительность. Последнее подтверждается реакцией на совершенное 27 февраля 2015 г. убийство Б. Е. Немцова. Несмотря на возможность нескольких версий, в первые дни после совершения преступления преобладала версия политического убийства. Только с 28 февраля по 8 марта в текстах СМИ базой данных «Интегрум» зафиксировано 160 употреблений словосочетания *политическое убийство*. Например: *Я на сто процентов уверен, что это политическое убийство: машина, человек с пистолетом, скорее всего, профессиональный киллер, значит, Немцова выслеживали* (Новая газета. 02.03.2015). *Это однозначно политическое убийство, заказное, дерзкое и, я бы даже сказал, показательное* (Российская газета. 03.03.2015) и т. п.

Атрибутивные сопроводители сочетания *политическое убийство* (далее также *ПУ*) указывают на предполагаемую сверхзадачу заказчиков: *резонансное, провокационное, демонстративное, громкое ПУ*. Частотны высказывания, содержащие интерпретацию цели: *с какой целью / для чего*. Наиболее распространенными являются смыслы, воплощенные Достоевским в художественной форме и Бердяевым — в форме философских обобщений. Например: *ПУ Немцова совершено с целью дестабилизации обстановки в стране* (Эхо Москвы. 1.03.2015); *Это ПУ — явная провокация. Организована и осуществлена она теми, кто хочет накаливать и дестабилизировать обстановку в России* (Российская газета. 2.03.2015); *Это наглая политическая провокация с целью расколоть российское общество* (Там же); *ПУ — провокация для дестабилизации политической обстановки в стране, и фигура Немцова могла стать своеобразной „сакральной жертвой“ для тех, кто не гнушается никакими методами для достижения своих политических целей* (Известия. 03.03.2015); *Провокацией это ПУ считает и Ирина Хакамада, экс-сопредседатель партии „Союз правых сил“: „Но это точно провокация, она точно не выгодна Путину и она направлена на то, чтобы все просто расшатать в клочки“, — приводит ее слова РИА Новости* (Российская газета. 2.03.2015). Ср. у Достоевского: *раскачка, смута, сотрясение основ, чтобы все рушилось*.

В текстах СМИ развивается мотив власти. Например: *КПРФ связывает ПУ Немцова с началом предстоящей выборной кампании* (Эхо Москвы. 06.03.2015); *Это классическое ПУ в критический момент исто-*

*рии, для того чтобы заставить руководителя России — а других движущих сил сейчас нет — действовать так, как им нужно* (Московский Комсомолец. 02.03.2015). Ср. у Достоевского: *Останемся только мы, заранее предназначившие себя для власти*.

Менее частотен мотив продолжения насилия: *Это безусловно не криминальное и не бытовое, а чисто ПУ. И пока в России не будет честных выборов, периодической смены власти, реальной борьбы с коррупцией, оппозицию будут расстреливать и будут происходить ПУ* (Золотое кольцо. Ярославль. 28.02.2015); *КПРФ опасается, что в период федеральных выборов в стране развернется массовый террор* (Эхо Москвы. 6.03.2015). Ср. у Достоевского: *Еще много тысяч предстоит Шатовых*.

Общие места в рассуждениях: совершившие *ПУ* делали ставку на эмоциональность русского психотипа; планировали использовать «анархические инстинкты», которые причудливо сочетаются с «состраданием и человеколюбием» (Бердяев); стремились разжечь сильные эмоции, организовать массовый протест против насилия: *Громкие ПУ всегда вызывают бурю эмоций* (Комсомольская правда. 03.03.2015); *Такое чудовищное преступление вызывает яркую эмоциональную реакцию. И к митингующим уже готовы присоединиться не только сторонники Бориса Немцова, но и просто граждане, которые желают немедленного восстановления справедливости. Которые возмущены тем, что в центре Москвы можно демонстративно — ритуально — убить человека* (К. Костин).

Как показывает языковой материал, носители национальной культуры осознают свойственную им повышенную эмоциональность, которую политики используют в своих целях: политическое убийство рассчитано на возбуждение массовой эмоции негодования. Аналогия с раскрытыми автором «Бесов» психоэмоциональными мотивами русского протестного движения, которое может быть следствием политического убийства, возникает в связи с реакцией россиян на информацию о запланированном оппозицией на середину апреля 2015 г. марше протеста «Гнев и достоинство». Вот отдельные реплики слушателей радио «Эхо Москвы» (7 марта 2015): *В центре столицы, у стен Кремля убивают лидера оппозиции. Нужно немедленно поднимать народ, а не ждать до середины апреля. Говорящий обращает внимание на возможность затухания эмоции гнева, ее одномоментность: лишь вспышка гнева способна мгновенно разжечь пожар. Ср.: Гнев — что-то в этом есть, но нет*

**конкретики** (акцентируется неопределенность идеи, отсутствие «умопонятия»); **Гнев — это деструктивно; Гнев — снова весь пар уйдет в свисток.** Номинация **гнев** не воспринимается как интегрема. Акцентируется непозволительность манипулятивной подмены идеи эмоциями. Интуитивно ощущается потребность в идее, наполненной концептуальным содержанием. В коллективной идеологической памяти активизируются устойчивые ассоциативные связи: политическое убийство → провокация, дестабилизация, раскол, выгода, власть, возмущение.

Срезовой анализ речевых реакций, связанных с политическим убийством Б. Е. Немцова, подтверждает глубину философских конструкций, точность политической диагностики, сбывшихся и сбывающихся пророчеств Достоевского, всё еще не до конца осмысленных наукой.

Поиски актуальных слов-интегрэм, номинирующих базовые ценности, должны быть основаны на изучении семантики ключевых лексических единиц менталитета по данным литературно-художественных и философских текстов. Систематизация языкового материала будет способствовать созданию актуального для современных политических практик словаря ключевых слов русского менталитета.

**N. A. Kupina**  
Ekaterinburg, Russia

#### **RUSSIAN IDEA IN THE CONTEXT OF MODERNITY: DOSTOEVSKY'S «DEMONS» AND BERDYAEV'S AXIOLOGICAL ASSERTIONS**

**ABSTRACT.** *The choice of the topic of the article could be explained by the ideological lacuna which appeared in the post-soviet period and revealed itself through collective ideological cynicism, skepticism and eclecticism: deideologization is spread both upon concepts constituting the “original Russian national foundation” (a quotation from N.A. Berdyaev), and upon concepts making up the communist party’s ideological basis of soviet world-outlook. This leads to the search for integremes which would help to unite all social layers and explains the turn to the Russian classical literature, and, in particular, to the creative works of F.M. Dostoyevsky, who deeply understood the psychological mentality and value orientations of the Russian people. The ideological platform of Dostoyevsky, which is most vividly expressed in the novel “Demons”, in soviet times was considered to be reactionary. Objective interpretation of the message of a literary masterpiece in soviet times was influenced by the substitute of philosophical and philological analysis by political labeling. The article suggests an inductive approach to the interpretation of the Russian idea in the novel by Dostoyevsky: semantic and esthetic augmentations are revealed by means of key words and their combinability in the texture of the novel. Linguo-ideological analysis is reinforced in the article by axiological assertions of Berdyaev which corroborate the observations and predictions of Dostoyevsky. Works of fiction and philosophical texts present rich material for identification of key words-integremes nominating the basic values. Such systematization of linguistic material would stimulate the creation of a dictionary of key words of the Russian mentality which is an urgent task of modern political practices.*

**KEYWORDS:** *axiological assertion; ideology; idea; integreme; mentality key word.*

#### **ЛИТЕРАТУРА**

1. Бахтин М. Проблемы поэтики Достоевского. — М. : Советская Россия, 1979.
2. Бердяев Н. А. Самопознание // Опыт философской автобиографии. — М. : Междунар. отношения, 1990.
3. Бердяев Н. А. Истоки и смысл русского коммунизма // Философия свободы. Истоки и смысл русского коммунизма / Н. А. Бердяев. — М. : Сварог и К, 1997. С. 245—412.
4. Благова Т. И., Емельянов Б. В. Философемы Достоевского: три интерпретации (Л Шестов, Н. Бердяев, Б. Вышеславцев). — Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2003.
5. Даль В. И. Толковый словарь живого великорусского языка. В 4 т. Т. 2. Стер. изд. — М. : Русский язык, 1978—1979.
6. Достоевский Ф. М. Собр. соч. В 10 т. Т. 7. Бесы. Примечания. М. : Гослитиздат, 1957. С. 707—757; Т. 10. Примечания: Арест и крепость. М. : Гослитиздат, 1958. С. 549—558.
7. Жолковский А. Поэтика за чайным столом и другие разборы. — М. : Новое литературное обозрение, 2014.
8. Караулов Ю. Н. Русская идея, русская речь и идиостиль Достоевского // Язык как творчество : сб. статей к 70-летию В. П. Григорьева. — М. : ИРЯ РАН, 1996. С. 237—249.
9. Карякин Ю. Достоевский в канун XXI века. — М. : Советский писатель, 1989.
10. Померанц Г. Открытость бездне. Встречи с Достоевским. — М. : Советский писатель, 1990.
11. Сараскина Л. «Бѣсы»: роман-предупреждение. — М. : Советский писатель, 1990.
12. Сковородников А. П. Ключевые слова // Стилистический энциклопедический словарь русского языка / под ред. М. Н. Кожинной. — М. : Флинта : Наука, 2003. С. 153—157.
13. Тощенко Ж. Т. Фантомы российского общества. — М. : Центр социального прогнозирования и маркетинга, 2015.
14. Философский словарь / под ред. И. Т. Фролова. — М. : Политиздат, 1987.

*ABOUT THE AUTHOR: Kupina Natalia Aleksandrovna, Doctor of Philology, Professor of Department of Rhetoric and Stylistics of the Russian Language, Ural Federal University named after the First President of Russia B.N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia.*

**LITERATURE**

1. Bakhtin M. Problemy poetiki Dostoevskogo. — M. : Sovetskaya Rossiya, 1979.
2. Berdyaev N. A. Samopoznanie // Opyt filosofskoy avtobiografii. — M. : Mezhdunar. otnosheniya, 1990.
3. Berdyaev N. A. Istoki i smysly russkogo kommunizma // Filosofiya svobody. Istoki i smysl russkogo kommunizma / N. A. Berdyaev. — M. : Svarog i K, 1997. S. 245—412.
4. Blagova T. I., Emel'yanov B. V. Filosofemy Dostoevskogo: tri interpretatsii (L. Shestov, N. Berdyaev, B. Vysheslavtsev). — Ekaterinburg : Izd-vo Ural. un-ta, 2003.
5. Dal' V. I. Tolkovyy slovar' zhivogo velikorusskogo yazyka. V 4 t. T. 2. Ster. izd. — M. : Russkiy yazyk, 1978—1979.
6. Dostoevskiy F. M. Sobr. soch. V 10 t. T. 7. Besy. Primechaniya. M. : Goslitizdat, 1957. S. 707—757; T. 10. Primechaniya: Arest i krepost'. M. : Goslitizdat, 1958. S. 549—558.
7. Zholkovskiy A. Poetika za chaynym stolom i drugie razbory. — M. : Novoe literaturnoe obozrenie, 2014.
8. Karaulov Yu. N. Russkaya ideya, russkaya rech' i idiositil' Dostoevskogo // Yazyk kak tvorchestvo : sb. statey k 70-letiyu V. P. Grigor'eva. — M. : IRYa RAN, 1996. S. 237—249.
9. Karyakin Yu. Dostoevskiy v kanun XXI veka. — M. : Sovetskiy pisatel', 1989.
10. Pomerants G. Otkrytost' bezdne. Vstrechi s Dostoevskim. — M. : Sovetskiy pisatel', 1990.
11. Saraskina L. «Вѣсы»: roman-preduprezhdenie. — M. : Sovetskiy pisatel', 1990.
12. Skovorodnikov A. P. Klyuchevye slova // Stilisticheskiy entsiklopedicheskiy slovar' russkogo yazyka / pod red. M. N. Kozhinoy. — M. : Flinta : Nauka, 2003. S. 153—157.
13. Toshchenko Zh. T. Fantomy rossiyskogo obshchestva. — M. : Tsentr sotsial'nogo prognozirovaniya i marketinga, 2015.
14. Filosofskiy slovar' / pod red. I. T. Frolova. — M. : Politizdat, 1987.

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

**Т. В. Романова**  
Нижний Новгород, Россия

**ТОЛЕРАНТНОСТЬ И ПОЛИТКОРРЕКТНОСТЬ:  
АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОБЗОР СОВРЕМЕННОГО СОСТОЯНИЯ ПРОБЛЕМЫ  
(ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ)**

**АННОТАЦИЯ.** В статье рассматриваются *толерантность* и *политкорректность* как лингвокультурные феномены и как социальные регулятивы. Устанавливается соотношение содержания этих понятий с лексико-семантической, лингвокультурной, когнитивной точек зрения. Определяется манипулятивный потенциал данных социальных регулятивов.

При рассмотрении содержания указанных междисциплинарных терминов проводится их лексико-семантический анализ, по Национальному корпусу русского языка выявляется наиболее частотная сочетаемость и контексты употребления. Анализируемые категории рассматриваются в оппозиции *толерантность* — *интолерантность*; *политкорректность* — *неполиткорректность*.

Феномен *толерантности* квалифицируется и с когнитивной точки зрения: 1) как сложный (матричный) формат междисциплинарного знания, имеющий социокультурную основу; 2) как концепт культуры (основа формирования коммуникативных/модусных категорий), который имеет речевую и языковую репрезентацию. Кроме того, *толерантность* рассматривается как коммуникативная категория и как тип речевого поведения.

Устанавливая соотношение содержания рассматриваемых категорий, автор приходит к выводу, что *толерантность* — содержание, принцип, основа социального регулятива, а *политкорректность* — речевая форма его проявления. Принцип *толерантности* — идеологическая основа *политкорректности* и *политкорректного* языка.

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:** *толерантность*; *интолерантность*; *политкорректность*; язык *политкорректности*.

**СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ:** Романова Татьяна Владимировна, доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры прикладной лингвистики и межкультурной коммуникации, факультет гуманитарных наук Нижегородского филиала ФГАОУ ВПО «Национальный исследовательский университет „Высшая школа экономики“»; адрес: 603155, г. Нижний Новгород, ул. Большая Печерская, д.25/12; e-mail: tvromanova@mail.ru.

В результате всемирной интеграции складывается полиэтничное и мультикультурное общество, нуждающееся в регуляции отношений между его представителями. Однако этими же процессами вызвана обратная тенденция антиглобализма, характеризующаяся повышением интереса к собственной культуре, самоопределению и этнической идентификации. При этом неизбежно столкновение между большими и малыми культурами. В результате наблюдаются прямо противоположные тенденции: полное отрицание и уничтожение социального, культурного, этнического, политического многообразия в одних странах и его признание и пропаганда в других, когда, с одной стороны, *интолерантность* выливается в ее крайнюю форму — экстремизм, а с другой — провозглашаемая свобода и права человека граничат с абсурдностью. В таких условиях человек и общество нуждаются в выработке жизненных ценностей и расстановке приоритетов. Такими регуляторами межличностных и социальных отношений являются понятия *толерантность* и *политкорректность*, закрепившиеся в человеческом сознании в первую очередь как маркеры свободы, демократии и гражданского общества. Понятия *толерантность* и *политкорректность*, вошедшие в русский язык относительно не-

давно, используются в тезаурусе разных наук и сфер жизни. При этом не всегда контекст употребления соответствует содержанию упоминаемого понятия. Несмотря на большое количество философских, культурологических, лингвистических и социолингвистических исследований *толерантности* и *политкорректности* как понятий, концептов и идеологем, в отечественной лингвистике наблюдается недостаток исследований, в которых понятия *толерантность* и *политкорректность* сопоставляются с лексико-семантической, лингвокультурологической, когнитивной точек зрения. Это необходимо для более точного понимания смысла употребляемых слов, умения видеть за формой содержание<sup>[1]</sup>. Этому посвящена данная статья.

Начнем с лексико-семантического анализа. Как языковой феномен слово *толерантность* существует в русском языке давно, а как политический термин впервые было употреблено предположительно в 1983 г. [Большая актуальная политическая энциклопедия 2009: 242]. Этимология слова восходит к латинскому языку, где *tolerantia* означает 'терпение', а глагол *tolero* переводится как 'нести, держать, терпеть'; слово русским языком заимствовано из английского языка [Крысин 1998: 701].

О. А. Михайлова указывает на то, что лексическая единица *толерантность* не зафиксирована ни в «Толковом словаре живого великорусского языка» В. И. Даля, ни в других толковых словарях XVIII—XIX вв., т. е. слово *толерантность* в его «ментальном», а не «биологическом, медицинском» значении является недавним заимствованием [Михайлова 2005: 101]. Слово *толерантность* зафиксировано в «Словаре современного русского литературного языка» (БАС, 1950—1965) и в «Словаре иностранных слов» со значением 'терпимость, снисходительность к кому-, чему-либо' [Крысин 1998: 701]. В «Словаре синонимов русского языка» З. Е. Александровой слово зафиксировано в парадигме синонимов к слову *снисходительность* и отмечено как стилистически маркированное («книжное») [Александрова 1971: 499]. Прилагательное *толерантный* зафиксировано в «Толковом словаре русского языка» под редакцией Д. Н. Ушакова [Ушаков 1940, т. 4: 458]. Особый интерес представляет помета «устаревшее» у слов *толерантность* и *толерантный* в БАС [БАС 1960, т. 15: 925]. Это говорит о том, что в начале XX в. эти лексемы не входили в активный словарь. Объяснить этот факт можно политикой советского государства, где терпимость к другим взглядам и мнениям не соответствовали официальному курсу в идеологии и политике. Лишь в конце XX в., а точнее в конце 80-х гг., слово *толерантность* активно вошло в русский язык и получило широкое распространение. Считается, что цель этого социального регулятива — способствовать комфортному существованию людей разных национальностей, верований, статусов и убеждений в мультикультурном обществе. Ведь именно в это время (провозглашение М. Горбачевым «нового мышления» можно считать отправной точкой развития понятия и появления для него соответствующего термина) наблюдается плюрализм ценностей и размытость этических норм в культуре.

В специализированных научных словарях закреплены следующие дефиниции:

- В медицинской литературе *толерантность* — это «способность организма переносить воздействие определенного лекарственного вещества или яда без развития соответствующего терапевтического или токсического эффекта» [Энциклопедический словарь медицинских терминов 1983, т. 2: 1214].

- В экологии под *толерантностью* понимается экологическая валентность, преферendum — адаптированность видов к условиям среды [Быков 1983: 83].

- В иммунологии *толерантность* — это «отсутствие или ослабление иммунологического ответа на данный антиген при сохранении иммунореактивности организмов ко всем прочим антигенам» [Дедю 1989: 243].

- В математике *толерантностью* называется бинарное отношение на множестве, обладающее свойствами рефлексивности и симметричности одновременно [[https://ru.wikipedia.org/wiki/Отношение\\_толерантности](https://ru.wikipedia.org/wiki/Отношение_толерантности)].

- В информатике — способность системы выдерживать изменения входных данных в определенном диапазоне без отказов и без нарушения правильности обработки [Заморин, Марков 1987: 176].

Если дефиниция *толерантности* в естественных, математических, технических науках актуализирует сему 'устойчивость', то в гуманитарных науках — сему 'терпимость', что связано с этимологией слова. Например:

- В философском понимании *толерантность* — «качество, характеризующее отношение к другому человеку как к равнодостоинственной личности и выражающееся в сознательном подавлении чувства неприятия, вызванного всем тем, что знаменует в другом иное (внешность, манера речи, вкусы, образ жизни, убеждения и т. п.). *Толерантность* предполагает настроенность на понимание и диалог с другим, признание и уважение его права на отличие» [Новая философская энциклопедия 2001, т. 4: 363].

- В социологии *толерантность* — «1. Терпимость к чужому образу жизни, поведению, обычаям, чувствам, мнениям, идеям, верованиям. 2. Выносливость по отношению к неблагоприятным эмоциональным факторам. 3. Отсутствие или ослабление реагирования на к.-л. неблагоприятный фактор в результате снижения чувствительности к его воздействию» [<http://dic.academic.ru/dic.nsf/socio/4240/толерантность>].

- В политологии *толерантность* — «терпимость по отношению к другим людям, отличающихся по их убеждениям, ценностям и поведению. *Толерантность* как характеристику коммуникативности и самоидентификации следует отнести к культурному явлению. *Толерантная* политическая культура означает уважительное отношение к любым политическим проявлениям, которые не противоречат существующему законодательству. *Толерантность* в политике можно считать результатом разрешения многих социальных противоречий на всеобщей социальной основе и развития демократии в форме правового государства» [Словарь по политологии 2010: 165].

- Особого внимания заслуживает определение понятия *толерантность* в «Деклара-

ции принципов толерантности», утвержденной резолюцией 5.61 генеральной конференции ЮНЕСКО от 16 ноября 1995 г. Одна из частей декларации целиком посвящена определению понятия *толерантность*: «Это означает признание того, что люди по своей природе различаются по внешнему виду, положению, речи, поведению и ценностям и обладают правом жить в мире и сохранять свою индивидуальность. Это также означает, что взгляды одного человека не могут быть навязаны другим» [<http://www.tolerance.ru/toler-deklaraciya.php>].

Возвращаясь к лингвистическому аспекту вопроса, укажем на разнообразие парадигматических связей данной лексической единицы и на семантическую «размытость» соответствующего лексического значения.

По Национальному корпусу русского языка можно выявить наиболее частотную пассивную валентность слова *толерантность*: *принцип толерантности, фактор толерантности, максима толерантности, понятие толерантности, концепт толерантности, категория толерантности* [Михайлова 2005: 99—111]. Вершинные слова *принцип, фактор, максима* определяют толерантность как коммуникативную категорию/характеристику (толерантность понимается как основа успешной коммуникации). Вершинные слова *концепт, понятие, категория* подчеркивают когнитивный статус/аспект рассматриваемого явления. С точки зрения когнитивной лингвистики толерантность представляет собой номинацию некоего формата знания, структурный тип и форма которого квалифицируется неоднозначно.

Профессор И. А. Стернин предполагает, что соответствующее понятие до недавнего времени не существовало в русской концептосфере. «Оно только начинает формироваться в русском сознании и заполнило собой в языке мотивированную лакуну» [Стернин, Шилихина 2005: 5]. О. А. Михайлова считает, что отсутствие в русском языке слова *толерантность* еще не говорит об отсутствии понятия [Михайлова 2005]. Русскими философами толерантность не признавалась как специфическая черта национального самосознания, а идея толерантности не пользовалась в России популярностью, хотя и отождествлялась с такими христианскими заповедями, как «Возлюби ближнего твоего» (Евангелие от Марка 12:31) [Новый завет и псалтырь 1992: 54], «Не противься злему» (Евангелие от Матфея 5:39) [Новый завет и псалтырь 1992: 5]. Авторы монографии «Коммуникативные аспекты толерантности» предлагают рассматри-

вать толерантность с лингвокультурологической точки зрения как часть культурного концепта, а именно как ядро лингвокультурного поля, в которое, кроме прочего, входят слова, связанные на ассоциативном и семантическом уровне с *терпимостью, терпением и ненасилием* [Стернин, Шилихина 2000]. *Терпимость* — это ‘способность мириться с чем — кем-либо (терпимое отношение)’ [Большой... русских существительных 2005: 200]. С одной стороны, терпимость — это свойство, качество, а с другой — отношение. Говоря о терпимости как о свойстве души, авторы упомянутой выше монографии рассматривают ее как психологическую черту личности и ставят ее в один ряд с такими высокими душевными качествами, как великодушие, добро, сердечность, чуткость, отзывчивость, душевность, мягкость и готовность помочь. По мнению исследователей, перечисленные личностные качества являются составляющими «русской идеи», которая, в свою очередь, предполагает такие концептуальные признаки, как сочувствие и доброта. Терпение подразумевает благодушное перенесение всех бед, скорбей и несчастий, неизбежных в жизни почти каждого человека. Для системы культурных ценностей русской нации характерны как терпимость, так и терпение. В религиозных текстах терпение понимается как добродетель: «не противься злему» (Евангелие от Матфея 5:39) [Новый завет и псалтырь 1992: 5]. Терпимость и терпение являются признаками кротости и смирения, укрощения в себе гордыни. «Бог гордым противится, а смиренным дает благодать» (Соборное послание Святого Апостола Иакова 4:6) [Новый завет и псалтырь 1992: 171]. Понимание терпимости как терпимого отношения к слабостям и недостаткам другого двойственно. С одной стороны, терпимость к чужому мнению (положительное с точки зрения общества поведение), а с другой — терпимость к беспорядкам и нарушениям норм общественной морали (отрицательное). Синонимы *терпимости* могут быть тоже весьма неоднозначными: с одной стороны, *снисходительность, милость, доброжелательность, милосердие, либеральность* [Александрова 1971: 499], с другой — *невзыскательность, нетребовательность* [<http://slova.zkir.ru/dict/терпимость>].

Надо заметить, что терпимость предполагает пассивное восприятие субъектом реальности. Получается, что между понятиями *толерантность* и *терпимость* не стоит ставить знак равенства. Всё-таки толерантность подразумевает активное отношение к «другому». Именно поэтому определение

толерантности в «Толковом словаре иностранных слов» [Крысин 1998: 701] не является исчерпывающим. В этом определении не учитывается такой концептуальный признак, как поведенческий аспект толерантности. Толерантность предполагает умение находить согласие с людьми других мнений, убеждений, национальностей, социальных слоев, политических взглядов. По той же причине (отсутствие активного субъекта) толерантность нельзя отождествлять с «ненасилием». Ненасилие означает в первую очередь «отказ от принуждения, притеснения», т. е. не подразумевает признак 'деятельность'.

Толерантность — это «взгляд на мир без устойчивых негативных эмоций и оценок» [Стернин, Шилихина 2000: 5—6]. Толерантность руководствуется противопоставлением «свой — чужой», а не категориями терпимости «хорошо — плохо». Толерантное поведение основывается на принципе: «никто не может быть судьей в вопросах добра и зла». Она «не предполагает обязательного разделения мнения другого человека и тем более одобрения этого мнения или поступка. Толерантный человек фиксирует в своем сознании и собственное негативное отношение к идеям или поступкам других, но не высказывает этого несогласия в резкой или агрессивной форме...» [Там же: 16].

С понятием (форма концепта) *толерантность* можно соотнести по принципу гиперо-гипонимических отношений понятия *вежливость, культурность, бесконфликтность, миролюбие, сочувствие, уступчивость, веротерпимость, сдержанность*.

Рассматривая толерантность как коммуникативную категорию, укажем, что речевое поведение само по себе определяется как «совокупность конвенциональных (осуществляемых в соответствии с принятыми правилами) и неконвенциональных (осуществляемых по собственному произволу) речевых поступков, совершаемых индивидом или группой индивидов» [Клюев 2002: 15], основными характеристиками его являются осознанность и целенаправленность. Речевое поведение является индикатором эрудиции, особенностей интеллекта, мотивации и эмоционального состояния и проявляется в выборе слов и стилистическом построении высказывания [Хруненкова 2008: 382]. Если говорить о толерантности, то, согласно позиции Т. А. Воронцовой, изложенной в статье «Типология речевого поведения (коммуникативно-прагматический аспект)», толерантность наряду с агрессией и вежливостью является одним из типов речевого поведения [Воронцова 2009: 4], который харак-

теризуется подавлением речевой агрессии, сохранением неприкосновенности коммуникативного пространства говорящих, сбалансированным диалогом с последовательной сменой коммуникативных ролей. Толерантное речевое поведение направлено на паритетный диалог, познание «чужого». Толерантность может выражаться через тактику ухода от конфликтных тем или через представление предмета речи с разных позиций [Там же: 6]. Реализации толерантности способствуют также снижение категоричности высказывания, вуалирование его смысла (например, через использование эвфемизмов и перифраз), специфическая подача критики, при которой подчеркивается сочувствие и обеспокоенность говорящего ситуацией. В оценочных высказываниях показателями толерантного речевого поведения являются указания на субъективный характер мнения, апелляция к авторитету как способ объективации оценки и т. д. Интолерантное речевое поведение, приводящее к возникновению барьеров во взаимопонимании и снижению эффективности общения, напротив, реализуется через употребление инвективной, жаргонной, негативной эмоционально-оценочной лексики, нарушение конвенциональных норм речевого общения. Последнее, как правило, характеризуется выраженным речевым эгоизмом, создающим барьер между адресатом и адресантом. Интолерантное речевое поведение показывает степень непереносимости, нетерпимости «чужого», стремится доминировать, подчеркивать агрессивную настроенность говорящего, имеет целью воздействие на адресата и его подчинение.

Таким образом, с когнитивной точки зрения толерантность можно квалифицировать как концепт культуры, являющийся фоном, базой, основой поведения, в том числе и коммуникативного, основой формирования коммуникативных/модусных категорий (отношения), который имеет коммуникативную/речевую/языковую репрезентацию. В то же время толерантность можно определить как сложный формат междисциплинарного знания, имеющий социокультурную основу, который можно представить в виде матричной структуры. Компоненты такой матрицы будут определяться «областями толерантности». Так, социолог М. С. Мацковский предложил классификацию толерантности, которая закрепила в научной среде [<http://www.tolerance.ru/VT-3-4-toler-kak.php?PrPage=VT>].

1. Политическая толерантность — отношение к деятельности различных партий и объединений, высказываниям их членов и т. д.

2. Межнациональная толерантность — отношение к представителям различных наций, способность не переносить недостатки и негативные действия отдельных представителей национальности на других людей.

3. Расовая толерантность — отсутствие предубеждений к представителям другой расы. В своем крайнем проявлении расовая интолерантность представляет собой расизм — дискриминацию людей по расовому принципу.

4. Религиозная толерантность — отношение к догматам различных конфессий, особенностям литургии и т. д. со стороны верующих и неверующих, представителей различных конфессиональных групп.

5. Гендерная толерантность — непредвзятое отношение к представителям другого пола, недопустимость априорного приписывания человеку недостатков другого пола, отсутствие идей о превосходстве одного пола над другим.

6. Возрастная толерантность — непредвзятость к априорным «недостаткам» человека, связанным с его возрастом (неспособность стариков понимать молодежь, отсутствие у молодежи опыта и знаний и т. д.).

7. Физиологическая толерантность — отношение к больным, инвалидам, физически неполноценным, лицам с внешними недостатками и т. д.

8. Образовательная толерантность — терпимое отношение к высказываниям и поведению людей с более низким образованием и наоборот.

9. Географическая толерантность — непредвзятость к жителям небольших или провинциальных городов, деревень и других регионов со стороны столичных жителей и наоборот.

10. Межклассовая толерантность — терпимое отношение к представителям разных имущественных слоев — богатых к бедным, бедных к богатым.

11. Сексуально-ориентационная толерантность — непредвзятость по отношению к лицам с нетрадиционной сексуальной ориентацией.

12. Маргинальная толерантность (толерантность по отношению к маргиналам) — отношение к бомжам, нищим, наркоманам, алкоголикам, заключенным и т. д.

Матричный формат толерантности предполагает бинарную структуру: толерантность vs. интолерантность. *Интолерантность* (понятие, прямо противоположное толерантности) — проявление нетерпимости по отношению к людям на основании самых разнообразных признаков. В современных социальных и гуманитарных науках выявлены

следующие проявления интолерантности, которые условно составляют компоненты фрейм-структуры *интолерантность*:

- Этноцентризм — склонность человека оценивать различные социальные и природные явления на основании норм и обычаев своей группы.
- Предубеждение — враждебное или негативное отношение к группе людей, основанное исключительно на принадлежности к иной группе.
- Предрассудок — негативная оценка людей, заведомо ложное суждение, исключительно на основании их принадлежности к иной группе.
- Дискриминация — негативное поведение или призывы к негативному поведению по отношению к людям исключительно на основании их принадлежности к иной группе.
- Ксенофобия — навязчивый страх, боязнь незнакомых людей, враждебность ко всему чужому, не своему, иностранному.
- Экстремизм — приверженность крайним, преимущественно насильственным средствам ради достижения цели.
- Национализм — идеология, политика, общественная психология и общественная практика, сущностью которой являются идеи национальной исключительности, обособленности и пренебрежения к другим нациям.
- Терроризм — агрессивные, насильственные действия экстремистки настроенных групп, целью которых является стремление вызывать состояние ужаса не только у своих жертв — заложников, но и у всех остальных людей.

Чрезвычайно важным является оценочный аспект толерантности. Это служит основанием квалифицировать концепт толерантность как модусный. В современной философии допускается критика толерантности. Ярким представителем критической мысли является словенский философ Славој Жижек. С. Жижек критикует не собственно толерантность, а ее «фальшивую либеральность и мультикультурализм» [Основные направления деятельности... 2007: 9—37]. Критике подвергается скорее не понятие и не термин толерантность, а практика реализации понятия в европейских государствах. В интерпретации Жижека толерантность превращается в свою противоположную сущность — нетолерантность — за счет отчуждения «меня» от «другого», т. е. обособления индивида и определенных групп в обществе при строгом соблюдении дистанции с другими индивидами и группами. Фи-

лософ считает, что «уважение мультикультурности к личности Другого и есть форма утверждения собственного превосходства» [Жижек 2005: 110]. Кроме того, по мнению автора, толерантность встает на пути естественного взаимодействия, не допуская возможности конфликта, который со времен античной философии признается действенным способом познания («В споре рождается истина»). Толерантность, по мнению философа, отсылает нас к идеальному представлению об обществе, где нет места исключениям. О манипулятивном потенциале понятия *толерантность* пишет член Российской академии естествознания А. В. Рязанов [Рязанов 2007], рассматривающий толерантность как «слово без корня», удобное для манипуляции в силу своей размытой универсальности. А. В. Рязанов основывается, в свою очередь, на трудах российского ученого С. Г. Кара-Мурзы [Кара-Мурза 2005].

Таким образом, толерантность — весьма сложное, неопределенное и противоречивое понятие, которое считается одновременно необходимым и невозможным. Быть толерантным означает не только отказываться от предрассудков и ненависти, но нечто гораздо более сложное: отказаться от желания устранить, уничтожить «чужое» мнение, сохраняя при этом те представления, которые и породили это желание. В этом выражается указанный британским философом Бернардом Уильямсом внутренний парадокс толерантности [Хомяков 2005: 15—16].

Рассмотрим содержание термина *политкорректность* как термина, употребляющегося в «семантической связке» с термином *толерантность*. Авторы одного из американских словарей (Merriam Webster Collegiate Dictionary Electronic Edition) [<http://www.merriam-webster.com/dictionary/political%20correctness>] относят первое употребление словосочетания *политически корректный* к 1936 г. С чем связано возникновение термина именно в этот исторический период, не поясняется. Можно высказать следующее предположение. В 1936 году в Берлине проводились летние Олимпийские игры. Как известно, к этому времени Адольф Гитлер, стоящий во главе Национал-социалистической немецкой рабочей партии, уже укрепился у власти, в Европе распространялись националистические идеи, в Испании начиналась гражданская война. Внешнеполитическая обстановка в мире была напряженной. Именно на этих Олимпийских играх, в связи с решением Германии запретить участие евреев в соревнованиях, возник конфликт, в ходе которого США пла-

нировали бойкотировать Олимпийские игры в знак протеста против дискриминации по национальному признаку. Под давлением крупных держав официальные запреты для национальных меньшинств были сняты, однако это не изменило накаленную обстановку. История помнит случай, когда Адольф Гитлер отказался приветствовать рукопожатием еврейских и чернокожих спортсменов (известно, что он не пожал руку чемпиону по легкой атлетике Джесси Оуэнсу) [[http://encyclopediya\\_3go\\_reicha.academic.ru/677/олимпийские\\_игры\\_1936](http://encyclopediya_3go_reicha.academic.ru/677/олимпийские_игры_1936)].

В других источниках возникновение этого термина (в 20-х гг. XX в.) связывается с оценкой сталинской доктрины [<https://ru.wikipedia.org/wiki/>]. Термин *политически корректный* был исключительно разговорным обозначением «корректной» политики государства, о которой писал И. В. Сталин. Существует иная (наиболее распространенная и принятая за достоверную) точка зрения, объясняющая происхождение термина. Термин *политическая корректность* был впервые предложен Карен де Кроу (Karen de Crow), президентом Американской национальной организации в защиту прав женщин (National Organization for Women), в 1983 г. [Большая актуальная политическая энциклопедия 2009: 242]. «Политическая корректность как система взглядов стала распространяться в вузах США, студенческих городах-кампусах, а затем и во всех прочих сферах американского общества. С 1989 г. свыше 200 колледжей и университетов США приняли кодексы, запрещающие расовую и половую дискриминацию меньшинств» [Большая актуальная политическая энциклопедия 2009: 242].

В российской прессе термин *политическая корректность* впервые был зафиксирован в статье А. Плахова «Итоги кинофестиваля в Монреале», опубликованной в газете «Коммерсантъ-Daily» 8 сентября 1993 г. [<http://www.kommersant.ru/doc/58831>]. Несколько позднее А. Плахов впервые применил сокращенный вариант этого выражения — «политкорректность» [Большая актуальная политическая энциклопедия 2009: 243].

Рассмотрим возможные определения содержания понятия *политкорректность*. В диссертации В. В. Майбы предлагается следующее определение политкорректности: «Политкорректность представляет собой социальное движение, целью которого является исключение из социальной жизни любых проявлений дискриминации, т. е. притеснения по любым социально значимым признакам (пол, возраст, материальное положение, расовая и национальная принад-

лежность, сексуальная ориентация и т. д.)» [Майба 2013: 3].

В «Большой актуальной политической энциклопедии» «Политкорректность — (политическая корректность, от англ. *political correctness*)» определяется как «культурно-поведенческая и языковая тенденция, нацеленная на замену устоявшихся терминов, могущих задеть чувства и достоинство того или иного индивидуума эмоционально нейтральными и/или положительными эвфемизмами» [Большая актуальная политическая энциклопедия 2009: 242]. Таким образом, в качестве инструмента политкорректности назван язык. Так, в интернет-ресурсах *политкорректность* определяется следующим образом: «(от алб. политически корректный — „идеологически правильный“) — прием в искусстве, состоящий в замене слова или выражения на эвфемизм для создания комического эффекта» [<http://absurdopedia.wikia.com/wiki>].

Термин *политкорректность* был заимствован русским языком из английского простым способом калькирования. В «Словаре иностранных слов русского языка» дано следующее определение: «Политическая корректность, политкорректность — [англ. *political correctness*, сокр. PC]» — «понятие-лозунг, демонстрирующее либеральную направленность современной политики <...> имеет дело не столько с содержанием, сколько с символическими образами и корректировкой языкового кода. Речь декорируется знаками антирасизма, экологизма, терпимого отношения к национальным и сексуальным меньшинствам» [Комлев 2000: 890].

Если говорить о «жизни» термина, то в настоящее время этот термин становится все более популярным в России, часто используется как синоним необходимой «коммуникативной сдержанности», «умения держать себя в руках», ср. определение: «...практика прямого или опосредованного запрета на высказывание определенных суждений, обнародование фактов, употребление слов и выражений, считающихся оскорбительными для определенных общественных групп, выделяемых по признаку расы, пола, возраста, вероисповедания, сексуальной ориентации и т. п.» [<http://ru.wikipedia.org/wiki/>]. Собственно *корректность* в словарных определениях трактуется как «соблюдение в словах и поступках требований вежливости, приличий, долга» [<http://slova.zkir.ru/dict/корректность>]. Русским языком слово было заимствовано в XIX в. из французского языка, где *correct* — ‘правильный, корректный’, производное от латинского *correctus* — ‘правильный’, в свою очередь

произошедшее от глагола *corrigerе* — ‘приводить в порядок, корректировать, спрямлять’ [Шанский 2004: 147]. Таким образом, несмотря на большой ряд значений и синонимов, можно полагать, что термин *правильность* лучше всего передает изначальный смысл слова *корректность*. Видимо, корректность как коммуникативную характеристику можно включить в полевую структуру другой коммуникативной характеристики, получившей наименование *тактичность*, или *такт*: «Такт... (лат. *tactus* — прикосновение) — чувство меры, подсказывающее правильное отношение, подход к кому-, чему-нибудь, создающее умение держать себя подобающим образом» [<http://www.efremova.info/word/takt.html>]. В этом смысле политкорректность соотносится и с такими регулятивами или постулатами коммуникации, как вежливость, учтивость, обязательность. Синонимами слова *корректность* являются *любезность, галантность, обходительность, уважительность, предупредительность, правильность, пристойность, вежливость, тактичность, точность, деликатность, приличность, учтивость, четкость* [<http://slova.zkir.ru/dict/корректность>].

Однако есть разные точки зрения на это явление, в том числе и на наличие отрицательной коннотации у слова *политкорректность* (см.: [Лобанова; Ионин 2010] и др.). Политкорректность как социальный регулятив часто связывают с «лицемерием, стремлением уйти от реальных общественных проблем, замалчиванием острых противоречий, с дискриминацией большинства, насильственной маргинализацией устоявшихся традиций» [Большая актуальная политическая энциклопедия 2009: 242]; «...политкорректность — специфическая форма цензуры смыслов <...> Не столько система запретов на высказывания и самовыражение, сколько метод реформирования внутреннего мира человека и самой структуры мышления путем выведения ряда слов и понятий из языка либо мутации их значений» [<http://nechtoportal.ru/mirovaya/v-chem-smyslis-politkorrektnosti.html>].

Политкорректность — «мировоззрение, формулируемое сегодня различными меньшинствами, образовавшими мягкую коалицию „потерпевших“... Их общий признак состоит в том, что они считают себя в первую очередь жертвами, поскольку подвергались дискриминации в том или ином виде» [<http://www.polemics.ru/articles>].

Л. Г. Ионин, автор многочисленных работ по различным проблемам социологии, убежден в том, что «*политкорректность* — это идеология современной массовой демо-

кратии, служащая, с одной стороны, обоснованию внутренней и внешней политики западных государств и союзов, а с другой — подавлению инакомыслия и обеспечению идейного и ценностного консенсуса» [Ионин 2010: 210].

Для нас, как и в случае с толерантностью, важной является лингвистическая составляющая рассматриваемого регулятива, а именно язык политкорректности. В. В. Майба в статье «О структуре языка политкорректности (на примере английского и русского языков)» пишет: «Под языком политкорректности естественно понимать словарь, „очищенный“, „правильный“ вариант языка, который исключает или сводит к минимуму дискриминацию социальных групп, находящихся в невыгодном положении» [Майба 2012: 102]. Исследователь рассматривает язык политкорректности как двухуровневое образование, включающее идеологемы, т. е. слова и выражения, которые непосредственно выражают ценности и установки политкорректности, и собственно политкорректные языковые единицы, представляющие собой результат применения идеологем политкорректности к языковой системе. Идеологема — слово или выражение, смысловое содержание которых «неодинаково понимается сторонниками различных политических взглядов, особенно часто эти различия связаны с эмоциональной окраской слова, на которое переносится оценка соответствующего явления» [Майба 2012: 102]. Идеологемы политкорректности выполняют функцию регулятивов, формирующих в сознании носителей языка картину мира и определяющих их действия.

Политкорректность представляет общественную жизнь полярной, выделяет в ней «хорошее» и «плохое», «правильное» и «неправильное», «добро» и «зло». С помощью таких оппозиций задаются базовые ценности политкорректности. В качестве примеров можно привести такие лексемы, как *равноправие/дискриминация, терпимость/нетерпимость, уважение/унижение, единство в разнообразии / иерархичность*. Перечисленные лексические единицы представляют собой лексико-семантическое ядро полевой структуры концепта (понятия) *политкорректность*. Стоит заметить, что лексический пласт, используемый для наименования всевозможных отрицательных явлений, которые противопоставлены политкорректности, представлен большим количеством разнообразных единиц. К ним относятся 1) заимствованные слова (преимущественно из английского языка) с суффиксом -изм, который в русском языке обозначает «идей-

ное течение, направление мысли, стиль, характер действия» и не предполагает обязательную отрицательную коннотацию: *сексизм* — дискриминация по половой принадлежности; *гетеросексизм* — система взглядов о превосходстве гетеросексуализма над другими формами сексуальности человека; *элитизм* — убежденность в том, что общество должно управляться небольшой группой способных людей; *лукизм* — дискриминация по внешности; 2) сложные слова с частью -фобия (от греч. фобос — ‘страх, враждебность, нетерпимость, боязнь’ чего-либо). Например: *ксенофобия* — неприязненное отношение к иностранцам; *исламофобия* (разновидность ксенофобии) — ненависть к мусульманам; *гомофобия* — ненависть к гомосексуалистам; *негрофобия* — неприязнь к чернокожим людям [Майба 2012: 104].

Периферию полевой структуры понятия *политкорректность* представляют «собственно политкорректные» языковые единицы, которые являются результатом применения механизмов политкорректности для создания «правильного» языка. Для создания «чистого» языка используются тропы и фигуры речи: эвфемизмы, перифразы, литота и другие. В структуре языка те или иные слова подвергаются оценке в соответствии с установками политкорректности. Неподходящим словам подбирается искусственно созданное, стилистически нейтральное слово без коннотаций. В качестве примеров можно привести пары слов, различающиеся семой ‘дискриминация’:

- расовая, национальная, территориальная принадлежность: *негр* — *афроамериканец*;
- половая принадлежность и сексуальная ориентация: *гомосексуалист* — *гомосексуал*;
- физические, умственные недостатки, заболевания: *алкоголик* — *злоупотребляющий алкоголем*, *инвалид* — *преодолевающий трудности из-за своего физического состояния*;
- возрастной параметр: *пожилой*, *старый* — *зрелый*;
- социальная принадлежность, экономическое положение: *безработный* — *не получающий зарплату*, *бедный* — *лишенный преимуществ*.

Итак, понятия *толерантность* и *политкорректность* являются для русского языка и русской концептосферы относительно новыми. Они заимствованы из иностранных языков и культур. Однако время их возникновения и распространения в языковой среде отличаются. Работы исследователей посвящены, как правило, изучению содержания одного из понятий. Наблюдается разграничение как значений рассматриваемых

терминов, так и сфер их употребления. Рассматриваемые социальные регулятивы — производное концепта «свой — чужой» и выражают эту оппозицию в определенных речевых моделях, с помощью тех или иных собственно языковых и экстралингвистических средств.

Если пытаться определить характер отношений между понятиями толерантность и политкорректность, то, как нам представляется, толерантность является содержанием, принципом, основой определенного социального регулятива (толерантность предполагает наличие идеи, взглядов, которым необходимо следовать), а политкорректность — формой, в том числе и речевой, его проявления, существования; политкорректность можно считать одной из коммуникативных характеристик неконфликтного речевого поведения, наряду с вежливостью, тактичностью. Толерантность определяет, ЧТО надо делать, но не дает инструкций, как. Политкорректность, наоборот, представляет собой в первую очередь «пособие» по тому, КАК следует достигать реализации на практике определенной идеи. Именно принцип толерантности является идеологической основой политкорректности и политкорректного языка.

Толерантность и политкорректность можно рассматривать и как лингвокультурологические феномены, и как социальные регулятивы. Интолерантные и непolitкорректные высказывания всегда являются оценочными.

#### ПРИМЕЧАНИЯ

[1]. «В последние годы всё больше ученых склоняется к мнению, что проблема глубже, первоначальной функцией слова на заре человечества было его суггестивное воздействие — внушение, подчинение не через рассудок, а через чувство» [ Кара-Мурза 2000: 19].

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Абрамов Н. Словарь русских синонимов и сходных по смыслу выражений. — М. : Русские словари, 1999. URL: <http://slova.zkir.ru/dict/терпимость> (дата обращения: 2.03.2015).
2. Александрова З. Е. Словарь синонимов русского языка : практический справочник. — М. : Рус.яз., 1971.
3. Большая актуальная политическая энциклопедия / под общ. ред. А. Белякова и О. Матвейчева. — М. : Эксмо, 2009.
4. Большой толковый словарь русских существительных: идеографическое описание. Синонимы. Антонимы / под общ. ред. проф. Л. Г. Бабенко. — М. : АСТ-ПРЕСС КНИГА, 2005. (Сер. «Лингвистика», вып. 2).
5. Быков Б. А. Экологический словарь. 2-е изд., доп. — Алма-Ата: Наука КазССР, 1988.
6. Воронцова Т. А. Типология речевого поведения (коммуникативно-прагматический аспект) // Cuadernos de Rusística Española. 2009. № 5. С. 21—31.

7. Воропаев С., Егазаров А. Энциклопедия Третьего рейха. — М. : ЛОКИД-МИФ, 1996. URL: [http://encyclopedia\\_3go\\_reicha.academic.ru/677/олимпийские\\_игры\\_1936](http://encyclopedia_3go_reicha.academic.ru/677/олимпийские_игры_1936).
8. Дедю И. И. Экологический энциклопедический словарь. — Кишинев : Главная ред. Молдавской советской энциклопедии, 1990.
9. Коммерсантъ. 1993. №171. 8 сент. 1993. URL: <http://www.kommersant.ru/doc/58831>.
10. Жижек С. Интерпассивность, или Как наслаждаться посредством Другого. — СПб. : Алетейя, 2005.
11. Заморин А. П., Марков А. С. Толковый словарь по вычислительной технике и программированию. Основные термины : ок. 3000 терминов. — М. : Русский язык, 1987.
12. Ионин Л. Г. Апдейт консерватизма / Гос. ун-т — Высшая школа экономики. — М. : Изд. дом гос. ун-та — Высшей школы экономики, 2010.
13. Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием. — М. : Эксмо, 2005.
14. Ключев Е. В. Речевая коммуникация : учеб. пособие для университетов и институтов. — М. : РИПОЛ КЛАССИК, 2002.
15. Комлев Н. Г. Словарь иностранных слов. — М. : Эксмо-Пресс, 2000.
16. Кошкарлова Н. Н. Конфликтный и кооперативный типы русскоязычного дискурса в межкультурном политическом пространстве : автореф. дис. ... д-ра филол. наук. — Екатеринбург, 2015.
17. Крысин Л. П. Толковый словарь иноязычных слов. — М. : Рус.яз, 1998.
18. Лобанова Л. П. Осторожно: политкорректность. URL: <http://www.polemics.ru/articles/?articleID=7334&hideText=0&itemPage=1> (дата обращения: 21.02.2015).
19. Майба В. В. О структуре языка политкорректности (на примере английского и русского языков) // Политическая лингвистика. 2012. № 2. С. 102—108.
20. Майба В. В. Политическая корректность как лингвоидеологическое явление и ее рецепция в русской лингвокультуре : автореф. дис. ... канд. филол. наук. — Ростов н/Д, 2013.
21. Мацковский М. Толерантность как объект социологического исследования // Век толерантности. 2003. № 4. URL: <http://www.tolerance.ru/VT-3-4-toler-kak.php?PrPage=VT> (дата обращения: 07.12.2014).
22. Михайлова О. А. Толерантность и терпимость: взгляд лингвиста // Философские и лингвокультурологические проблемы толерантности : коллектив. моногр. / отв. ред. Н. А. Купина и М. Б. Хомяков. — М. : ОЛМА-ПРЕСС, 2005. С. 99—111.
23. Новая философская энциклопедия : в 4 т. / под ред. В. С. Стёпина. — М. : Мысль, 2001.
24. Новый завет и псалтирь. — СПб. : Северо-западная библейская комиссия «Новая жизнь» — Россия, 1992.
25. Основные направления деятельности по воспитанию толерантности в молодежной среде в условиях полиэтничного и мультикультурного общества : учеб./ пособие / под ред/ А. А. Сергунина. — Н. Новгород : Центр стратегических и международных исследований Нижегород. гос. лингвист. ун-та им. Н. А. Добролюбова, 2007.
26. Рязанов А. В. Манипулятивный потенциал концепта «толерантность» // Философия и общество. — Волгоград, 2007. № 1 (45). С. 82—98.
27. Словарь по политологии / РГУ [под ред. В. Н. Ковалова]. — М. : РГУ, 2010.

28. Словарь современного русского литературного языка : в 17 т. / под ред. В. И. Чернышёва. — М. : Л. : Изд-во АН СССР, 1948—1965.

29. Стернин И. А., Шилихина К. М. Коммуникативные аспекты толерантности. — Воронеж : Воронеж. гос. ун-т, 2000.

30. Строев С. А. В чем смысл политкорректности. URL: <http://nechtoportal.ru/mirovaya/v-chem-smysl-polit-korrektnosti.html> (дата обращения: 13.01.2015).

31. Ушаков Д. Н. Толковый словарь русского языка : в 4 т. — М. : Сов. энциклопедия : ОГИЗ, 1935—1940.

32. Хомяков М. Б. Толерантность и ее границы: размышления по поводу современной англо-американской теории // Философские и лингвокультурологические проблемы толерантности : сборник статей под ред. Н. А. Купиной и М. Б. Хомякова. — М. : ОЛМА-ПРЕСС, 2005. С. 15—25.

33. Хруненко А. В. Антиэтикетные формы речевого поведения в интолерантных ситуациях общения // Изв. Рос. гос. пед. ун-та им. А. И. Герцена. 2008. № 82-1. С. 381—387.

34. Шанский Н. М., Боброва Т. А. Школьный этимологический словарь русского языка. Происхождение слов. 7-е изд., стер. — М. : Дрофа, 2004.

35. Энциклопедический словарь медицинских терминов : в 3 т. / гл. ред. В. И. Покровский. — М. : Советская энциклопедия, 1982—1984.

36. Политкорректность. URL: <http://absurdopedia.wikia.com/wiki/Политкорректность> (дата обращения: 03.03.2015).

37. URL: <http://www.efremova.info/word/takt.html> (дата обращения: 03.03.2015).

38. URL: [https://ru.wikipedia.org/wiki/Политическая\\_корректность](https://ru.wikipedia.org/wiki/Политическая_корректность) (дата обращения: 03.03.2015).

39. URL: [https://ru.wikipedia.org/wiki/Отношение\\_толерантности](https://ru.wikipedia.org/wiki/Отношение_толерантности) (дата обращения: 07.02.2015).

40. URL: <http://dic.academic.ru/dic.nsf/socio/4240/толерантность> (дата обращения: 01.02.2015).

41. URL: <http://www.tolerance.ru/toler-deklaraciya.php> (дата обращения: 07.12.2014).

42. Merriam Webster Collegiate Dictionary. Electronic Edition. URL: <http://www.merriam-webster.com/dictionary/political%20correctness> (дата обращения: 18.01.2015).

**T. V. Romanova**

Nyzhny Novgorod, Russia

#### TOLERANCE AND POLITICAL CORRECTNESS: ANALYTICAL REVIEW OF THE CURRENT STATE OF THE PROBLEM (LINGUISTIC ASPECT)

**ABSTRACT.** *The article deals with tolerance and political correctness as linguo-cultural phenomena and social regulators. The article defines the correlation between the content of these concepts and lexico-semantic, linguo-cultural and cognitive points of view on them. The manipulative potential of these social regulators is also determined.*

*The study of the above mentioned terms includes their lexical and semantic analysis. The analysis of the Russian National Corpus also helps to reveal the most frequent compatibility models and typical contexts of use of these terms. The analyzed categories are considered in oppositions: tolerance — intolerance; political correctness — political incorrectness.*

*The phenomenon of tolerance is also defined from the cognitive point of view: 1) as a complex (matrix) format of interdisciplinary knowledge with socio-cultural basis; 2) as a concept of culture (the basis of formation of communicative / modal categories), which has a speech and language representation. In addition, tolerance is analyzed as a communicative category, and as a type of verbal behavior.*

*In the end, the author concludes that tolerance is the content, principle and basis of the social regulator, and political correctness — the verbal form of its manifestation. The principle of tolerance is the ideological basis of political correctness and politically correct language.*

**KEYWORDS:** *tolerance; intolerance; political correctness; language of political correctness.*

**ABOUT THE AUTHOR:** *Romanova Tatiana Vladimirovna, Doctor of Philology, Professor of Department of Applied Linguistics and Cross-cultural Communication, Faculty of Humanities, National Research University "Higher School of Economics", Nyzhny Novgorod, Russia.*

#### LITERATURE

1. Abramov N. Slovar' russkikh sinonimov i skhodnykh po smyslu vyrazheniy. — М. : Russkie slovari, 1999. URL: <http://slova.zkir.ru/dict/terpimost/> (дата обращения: 2.03.2015).

2. Aleksandrova Z. E. Slovar' sinonimov russkogo yazyka : prakticheskiy spravochnik. — М. : Rus.yaz., 1971.

3. Bol'shaya aktual'naya politicheskaya entsiklopediya / pod obshch. red. A. Belyakova i O. Matveycheva. — М. : Eksmo, 2009.

4. Bol'shoy tolkovyy slovar' russkikh sushchestvitel'nykh: ideograficheskoe opisanie. Sinonimy. Antonimy / pod obshch. red. prof. L. G. Babenko. — М. : AST-PRESS KNIGA, 2005. (Ser. «Lingvistika», vyp. 2).

5. Bykov B. A. Ekologicheskyy slovar'. 2-e izd., dop. — Alma-Ata: Hauka KazSSR, 1988.

6. Vorontsova T. A. Tipologiya rechevogo povedeniya (kommunikativno-pragmaticheskiy aspekt) // Cuadernos de Rusística Española. 2009. № 5. S. 21—31.

7. Voropaev S., Egazarov A. Entsiklopediya Tret'ego reykha. — М. : LOKID-MIF, 1996. URL: [http://encyclopedia\\_3go\\_reicha.academic.ru/677/olimpiyskie\\_igry\\_1936](http://encyclopedia_3go_reicha.academic.ru/677/olimpiyskie_igry_1936).

8. Dedyu I. I. Ekologicheskyy entsiklopedicheskiy slovar'. — Kishinev : Glavnaya red. Moldavskoy sovetskoy entsiklopedii, 1990.

9. Kommersant". 1993. №171. 8 sent. 1993. URL: <http://www.kommersant.ru/doc/58831>.

10. Zhizhek S. Interpassivnost', ili Kak naslazhdatsya posredstvom Drugogo. — SPb. : Aleteyya, 2005.

11. Zamorin A. P., Markov A. S. Tolkovyy slovar' po vychislitel'noy tekhnike i programmirovaniyu. Osnovnye terminy : ok. 3000 terminov. — М. : Russkiy yazyk, 1987.

12. Ionin L. G. Apdeyt konservatizma / Gos. un-t — Vysshaya shkola ekonomiki. — M. : Izd. dom gos. un-ta — Vysshey shkoly ekonomiki, 2010.
13. Kara-Murza S. G. Manipulyatsiya soznaniem. — M.: Eksmo, 2005.
14. Klyuev E. V. Rechevaya kommunikatsiya : ucheb. posobie dlya universitetov i institutov. — M. : RIPOL KLASSIK, 2002.
15. Komlev N. G. Slovar' inostrannykh slov. — M. : Eksmo-Press, 2000.
16. Koshkarova N. N. Konfliktnyy i kooperativnyy tipy russkoyazychnogo diskursa v mezhkul'turnom politicheskom prostranstve : avtoref. dis. ... d-ra filol. nauk. — Ekaterinburg, 2015.
17. Krysin L. P. Tolkovyy slovar' inoyazychnykh slov. — M. : Rus.yaz, 1998.
18. Lobanova L. P. Ostorozhno: politkorrektnost'. URL: <http://www.polemics.ru/articles/?articleID=7334&hideText=0&itemPage=1> (data obrashcheniya: 21.02.2015).
19. Mayba V. V. O strukture yazyka politkorrektnosti (na primere angliyskogo i russkogo yazykov) // Politicheskaya lingvistika. 2012. № 2. S. 102—108.
20. Mayba V. V. Politicheskaya korrektnost' kak lingvoideologicheskoe yavlenie i ee retseptsiya v russkoy lingvokul'ture : avtoref. dis. ... kand.filol. nauk. — Rostov n/D, 2013.
21. Matskovskiy M. Tolerantnost' kak ob"ekt sotsiologicheskogo issledovaniya // Vek tolerantnosti. 2003. № 4. URL: <http://www.tolerance.ru/VT-3-4-toler-kak.php?PrPage=VT> (data obrashcheniya: 07.12.2014).
22. Mikhaylova O. A. Tolerantnost' i terpmost': vzglyad lingvista // Filosofskie i lingvokul'turologicheskie problemy tolerantnosti : kolektiv. monogr. / otv. red. N. A. Kupina i M. B. Khomyakov. — M. : OLMA-PRESS, 2005. S. 99—111.
23. Novaya filosofskaya entsiklopediya : v 4 t. / pod red. V. S. Stepina. — M. : Mysl', 2001.
24. Novyy zavet i psaltir'. — SPb. : Severo-zapadnaya bibleyskaya komissiya «Novaya zhizn'» — Rossiya, 1992.
25. Osnovnye napravleniya deyatelnosti po vospitaniyu tolerantnosti v molodezhnoy srede v usloviyakh politnicheskogo i mul'tikul'turnogo obshchestva : ucheb./posobie / pod red/ A. A. Sergunina. — N. Novgorod : Tsentr strategicheskikh i mezhdunarodnykh issledovaniy Nizhegor. gos. lingvist. un-ta im. N. A. Dobrolyubova, 2007.
26. Ryazanov A. V. Manipulyativnyy potentsial kontsepta «tolerantnost'» // Filosofiya i obshchestvo. — Volgograd, 2007. № 1 (45). S. 82—98.
27. Slovar' po politologii / RGU [pod red. V. N. Konovalova]. — M. : RGU, 2010.
28. Slovar' sovremennogo russkogo literaturnogo yazyka : v 17 t. / pod red. V. I. Chernysheva. — M. : L. : Izd-vo AN SSSR, 1948—1965.
29. Sternin I. A., Shilikhina K. M. Kommunikativnye aspekty tolerantnosti. — Voronezh : Voronezh. gos. un-t, 2000.
30. Stroev S. A. V chem smysl politkorrektnosti. URL: <http://nechtoportal.ru/mirovaya/v-chem-smysl-politkorrektnosti.html> (data obrashcheniya: 13.01.2015).
31. Ushakov D. N. Tolkovyy slovar' russkogo yazyka : v 4 t. — M. : Sov. entsiklopediya : OGIZ, 1935—1940.
32. Khomyakov M. B. Tolerantnost' i ee granitsy: razmysleniya po povodu sovremennoy anglo-amerikanskoy teorii // Filosofskie i lingvokul'turologicheskie problemy tolerantnosti : sbornik statey pod red. N. A. Kupinoy i M. B. Khomyakova. — M. : OLMA-PRESS, 2005. S. 15—25.
33. Khrunenkov A. V. Antietiketnye formy rechevogo povedeniya v intolerantnykh situatsiyakh obshcheniya // Izv. Ros. gos. ped. un-ta im. A. I. Gertsena. 2008. № 82-1. S. 381—387.
34. Shanskiy N. M., Bobrova T. A. Shkol'nyy etimologicheskyy slovar' russkogo yazyka. Proiskhozhdenie slov. 7-e izd., ster. — M. : Drofa, 2004.
35. Entsiklopedicheskyy slovar' meditsinskikh terminov : v 3 t. / gl. red. V. I. Pokrovskiy. — M. : Sovetskaya entsiklopediya, 1982—1984.
36. Politkorrektnost'. URL: <http://absurdopedia.wikia.com/wiki/Politkorrektnost'> (data obrashcheniya: 03.03.2015).
37. URL: <http://www.efremova.info/word/takt.html> (data obrashcheniya: 03.03.2015).
38. URL: [https://ru.wikipedia.org/wiki/Politicheskaya\\_korrektnost'](https://ru.wikipedia.org/wiki/Politicheskaya_korrektnost') (data obrashcheniya: 03.03.2015).
39. URL: [https://ru.wikipedia.org/wiki/Otnoshenie\\_tolerantnosti](https://ru.wikipedia.org/wiki/Otnoshenie_tolerantnosti) (data obrashcheniya: 07.02.2015).
40. URL: <http://dic.academic.ru/dic.nsf/socio/4240/tolerantnost'> (data obrashcheniya: 01.02.2015).
41. URL: <http://www.tolerance.ru/toler-deklaraciya.php> (data obrashcheniya: 07.12.2014).
42. Merriam Webster Collegiate Dictionary. Electronic Edition. URL: <http://www.merriam-webster.com/dictionary/political%20correctness> (data obrashcheniya: 18.01.2015).

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

А. П. Сквородников  
Красноярск, Россия

**О СМЫСЛОВОЙ АМБИВАЛЕНТНОСТИ КЛЮЧЕВЫХ СЛОВ  
СОВРЕМЕННОГО РОССИЙСКОГО ПОЛИТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА  
(НА МАТЕРИАЛЕ ГАЗЕТНЫХ ТЕКСТОВ)**

**АННОТАЦИЯ.** В статье исследуется феномен формирования у некоторых ключевых слов-понятий российского политического дискурса, под которыми понимаются наиболее социально и идеологически значимые термины национальной концептосферы, двойной противоречивой оценочной коннотации: позитивной и негативной. Рассматриваются лексемы «элита», «реформа», «модернизация», «оптимизация», «демократия», «толерантность» и «политкорректность». Анализ перечисленных ключевых слов осуществляется с опорой на суждения выдающихся мыслителей XX — начала XXI в.: Эриха Фромма (идея «фетишизма» слов и их употребления помимо присущих им языковых значений), Жана Бодрийяра (аллегорическая сила воздействия слов, обозначающих ценности, на сознание реципиентов); Н. С. Трубецкого, Х. Г. Гадамера, С. Г. Кара-Мурзы (обращавших внимание на несоответствие контекстуальных смыслов некоторых ключевых слов и оборотов своим референтам; таких, как «человечество», «общечеловеческая цивилизация», «демократия», «свобода», «права человека»). На основе контекстологического и компонентного анализов устанавливаются семантические метаморфозы, затрагивающие иногда не только коннотативную часть семантики слова, но и денотативную. Раскрываются языковые механизмы возникновения у рассматриваемых ключевых слов отрицательных оценочных коннотаций и определяется статус последних как ограничительно-дискурсивный. В итоге делается вывод о том, что наличие контрастной смысловой амбивалентности ключевых слов российского политического дискурса является показателем глубокого мировоззренческого и идеологического расслоения политически активной части российского общества по линии оппозиции, которую условно можно обозначить как «консервативное / либеральное».

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:** ключевые слова; политический дискурс; смысловая амбивалентность.

**СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ:** Сквородников Александр Петрович, доктор филологических наук, профессор, профессор-консультант кафедры русского языка, литературы и речевой коммуникации, Сибирский федеральный университет; адрес: 660041, г. Красноярск, пр-т Свободный, 82а; e-mail: skapnat@mail.ru.

... И, как пчѣлы в улье опустелом,  
Дурно пахнут мѣртвые слова.

Николай Гумилѣв

... Утверждение, суждение, высказывание  
или мнение истинно, если, и только если,  
оно соответствует фактам.

Карл Поппер

Эрих Фромм заметил, что «слова можно использовать помимо значений, стоящих за ними. <...> Одна из самых больших опасностей, которую необходимо избегать, это путать слова с фактами; фетишизм слов мешает пониманию действительности» [Фромм 2005: 317]. Фетишизм слов, о котором говорит Э. Фромм, нашел широкое распространение в российском публичном политическом (и — шире — идеологическом) дискурсе. А идеология той или иной группы, класса, как заметил Жан Бодрийяр, «это всегда какие-то массивные сюжеты, содержания, ценности (например, народ, мораль, семья, гуманизм, счастье, потребление), аллегорическая (курсив Бодрийяра. — А. С.) сила которых начинается каким-то неведомым образом сказываться на сознании, дабы интегрировать его в общую систему. Таким образом, на реальные ситуации воздействуют содержания мысли...» [Бодрийяр 2007: 199].

Цель настоящей статьи — рассмотреть метаморфозы «содержаний мысли», обна-

руживаемые в политическом дискурсе российских СМИ, что с наибольшей очевидностью проявляется в сфере ключевых, т. е. социально и идеологически наиболее значимых, терминов, или «актуалем», под которыми понимаются вербальные корреляты «ключевых ментальных единиц, формирующих национальную концептосферу на определенном историческом этапе жизнедеятельности этноса» [Черникова 2007: 72].

На несоответствие контекстуальных смыслов некоторых таких слов своим референтам в разное время обращали внимание крупные мыслители, например, такие, как Н. С. Трубецкой и Х. Г. Гадамер. Первый отмечал неадекватность смыслового употребления таких слов, как *человечество*, *общечеловеческая цивилизация* [Трубецкой 2003: 670]; второй — слов *демократия*, *свобода* [Гадамер 1991: 43—44]. А известный современный российский политолог С. Г. Кара-Мурза, имея в виду такие слова и обороты, как *демократия*, *священная собствен-*

ность, права человека, замечает: «Наш ум заполнили ложными именами, словами, смысл которых менялся и искажался до неузнаваемости» [Кара-Мурза 2008: 17].

Отмеченное явление весьма характерно для современного политического дискурса России. Выражаются эти перверсии прежде всего в различном, часто противоположном коннотативном содержании одних и тех же слов, употребляемых в контекстах разных политических страт российского общества. Причем в отдельных случаях семантические трансформации затрагивают не только коннотативную, но и денотативную часть значения терминов. В качестве примера приведем контексты употребления термина *оптимизация* и его производных.

В словарях современного русского языка существительное *оптимизация* объясняется через раскрытие значений слов «оптимальный» («наиболее благоприятный») и «оптимизировать» — «придать(-авать) чему-л. оптимальные свойства, показатели; выбрать(-бирать) наилучший из возможных вариантов. *О. систему управления*» [Толковый... 2011: 571]. Однако анализ текстов СМИ показал, что на 100 случаев употребления этой лексемы приходится 50 употреблений в нормативном значении (с разной степенью выраженности семы позитивности), а 50 % (т. е. половина!) — это контексты, в которых слово *оптимизация* и его производные наделяются отрицательной оценочной коннотацией, например: *Как известно, у нас объявлена очередная реформа образования, только теперь ее несколько глуповато именуют „оптимизацией“.* *И вот, когда учебный год уже закончился, директор „двойки“ получил приказ областного министра образования Виктора Гутмана о ликвидации в целях оптимизации* (здесь и далее выделено мной. — А. С.). *Последняя, как выяснилось, состоит в уничтожении лучшего ради отъема одного из лучших строений центра города в пользу муниципального ЛОНО* (Новая газета. 2005. № 56); *Уничтожают же не сами медучреждения, не это страшно! Гибнет научная школа, формировавшаяся десятилетиями. Мы жертвуем лечением наших потомков, это и есть рационализация и оптимизация?* (Новая газета. 2014. № 18).

В подобного рода контекстах у слова *оптимизация* и его производных не только формируются негативно-оценочные коннотации, но происходит изменение и денотативной части значений слов. Так сказать, их «пересемантизация», на что, по сути дела, указывают некоторые публицисты, например: *Я бы ничего не реорганизовывал — я бы укреп-*

*плел то, что есть. Потому что реорганизация в нашем варианте — это оптимизация, то есть сокращение* (Аргументы и факты. 2014. № 9); *По задумке чиновников от МОН, „карта“ — это некая электронная таблица всех отечественных учреждений, которая объективно покажет, какие институты и университеты, какие конкретно ученые эффективны, а какие можно „оптимизировать“, то есть уничтожить* (Аргументы недели. 2013. № 47).

Причем эта «пересемантизация» влечет за собой и «перифункционализацию» слов и оборотов, которые начинают использоваться в роли эвфемизмов, на что не без иронии намекают некоторые журналисты: *Можно предположить, что стратегическое мышление руководителей КамАЗа одобряет 90 процентов работников. Но 10 процентов не одобрит ни за что. Эти 10 процентов от 52 тысяч здешнего персонала, как уже стало известно, подлежат сокращению. Постепенному и бережному сокращению, утягивают кадровики. И еще они употребляют ласковое слово „оптимизация“* (Новая газета. 2008. № 27); *Нынешнее руководство завода на той же стороне баррикад, что и Правительство РФ: нет-нет, это не ликвидация завода, а всего лишь „оптимизация“. И вовсе не массовые увольнения, а добровольный уход на пенсию двух тысяч сотрудников* (Новая газета. 2009. № 42).

Трансформация семантики указанной лексемы, появление у нее отрицательной коннотации (семы «плохо») происходит при такой организации контекста, когда а) эта лексема ассоциируется со словами, несущими значение прекращения чего-либо, скажем, с такими, как (даем их в глагольной форме) *уничтожить, сократить, уволить, закрыть, урезать, заморозить* и т. п., а также б) в клишированных оборотах, в которых использованы такие управляющие этим словом глаголы, как *попасть и подвергнуться* (см. соответствующие значения этих глаголов в [Толковый... 2011: 696, 663]). Например: а) *Оптимизация по-марийски заключалась в укрупнении перинатального центра в Йошкар-Оле и закрытии родильных отделений в районах республики* (Новая газета. 2008. № 25); *Отделения дневного стационара — это другое направление реформы, именуемое „оптимизацией коек“.* *В чем суть оптимизации? Для простоты хочется назвать этот процесс сокращением, но чувашские врачи боятся этого слова как огня* (Новая газета. 2007. № 11); б) *„Новая газета“ обращается к мэру Москвы Сергею Собянину с просьбой о*

встрече с учителями столичных школ, которые попали под „оптимизацию“ (Новая газета. 2014. № 115); Собянин же двадцать пятого ноября того же, 14, года, выступая на телевизионном канале ТВЦ, сказал: „Мы должны помочь людям, которые подвергаются оптимизации“ (Канал «ТВЦ». 25.11.2014). И хотя последний оборот не соответствует норме, он красноречиво говорит о «семантическом сдвиге» в рассматриваемом слове.

Иногда отрицательная коннотация возникает у этой лексики под влиянием ее связи с описываемым негативным процессом: *Была подготовлена бумага, в которой говорилось: „В целях оптимизации производства со следующего месяца вы будете получать 4 000 рублей вместо 5 100, которые были раньше“* (Новая газета. 2006. № 84); *Коммерческий директор был одержим идеей оптимизации творческого процесса и минимизации расходов. Экономить предпочитал на*

*зарплатах: провинившихся работников выгонял, не заплатив за последний месяц* (Новая газета. 2009. № 16).

Такие же негативные оценочные коннотации возникают и у ряда других ключевых слов российского политического дискурса. Покажем это на примере пяти лексем: *элита, демократия, реформа, модернизация, толерантность* (последнюю рассмотрим вкратце с лексемой-синонимом *политкорректность*).

Читая тексты таких центральных газет разной политической ориентации, как «Новая газета», «Аргументы и факты», «Аргументы недели», «Литературная газета», «Культура», «Завтра», «Русский вестник», мы собрали по 100 случаев употребления вышеупомянутых лексем и на основе контекстного и компонентного анализа зафиксировали возникающую в контексте оценочную коннотацию этих слов (или ее отсутствие). Результаты этого анализа представлены в следующей таблице.

Таблица. Коннотации ключевых слов политического дискурса, %

Лексема \ Коннотация	Нулевая оценочная коннотация	Позитивная оценочная коннотация	Негативная оценочная коннотация
Элита	9	11	80
Демократия	16	13	71
Реформа	15	8	77
Модернизация	24	30	46
Толерантность (политкорректность)	6	31	63

Разумеется, малый объем выборки, а также разная частотность указанных лексем в текстах газет не дают оснований для точных выводов, однако, как нам представляется, позволяют заметить тенденцию. И тенденция эта такова.

В семантике четырех лексем — *элита, демократия, реформа, толерантность* (и синонимичного слова *политкорректность*) — заметно преобладает отрицательная оценочная коннотация над положительной и нейтральной вместе взятыми. У лексемы *модернизация* отрицательная оценочная коннотация преобладает над положительной, но уравнивается довольно часто частотным нейтральным употреблением. Подчеркнем, что речь идет о коннотации контекстной, так как в словарях современного русского языка при данных словах нет помет эмоционально-оценочного типа (см.: [Толковый... 2011; Большой толковый... 1998]; правда, во втором словаре при значении слова *элита* «лучшие представители общества или какой-л. его части» есть помета «обычно ирон.» [Большой толковый... 1998: 1521]).

Покажем на репрезентативных примерах употребление отмеченных лексем с негативной оценочной коннотацией.

**1. Элита.** *Откуда возьмется в обществе согласие, если часть элиты имеет счета и недвижимость за границей, там же обитают их семьи и учатся дети, а большинство граждан живет от зарплаты до зарплаты — если есть работа! — с трудом сводя концы с концами?* (Литературная газета. 2013. № 45); *Да, и наше время трудно назвать простым. Но вряд ли были годы в истории страны подлее по отношению к своему народу, чем 90-е годы XX века, когда накупить превратилась в богачей и назвала себя элитой* (Комсомольская правда. 20—27 февраля 2014 г.); *Элиты, служащие не своим народам, а личному потреблению, неминуемо вырождаются в тусовки, объединяющие предателей. Они включаются в масштабный проект превращения самой государственности в простой инструмент „распила“ наследия прошлых поколений и легализации украденного в качестве собственных богатств* (Завтра. 2013. № 42); *Сегодня чиновники (а не интеллигенция, не ученые, не инженеры, не учителя) считают себя элитой. Это для себя они принимают новые законы, устраивают помпезные праздники и открывают элитные кладбища. Это они пилят бюджет и*

повышают себе зарплаты. Это они на фоне российской бедности обустроивают себе красивую жизнь: заказывают дорогие автомашины, мебель с позолотой, импортные унитазы. И это они тормозят развитие гражданского общества (Аргументы и факты. 2013. № 42).

Анализ приведенных и подобных им контекстов позволяет сделать вывод о том, что, во-первых, поскольку «элита» рассматривается частью общества как самоназвание господствующего класса, значению этого слова свойственна факультативная сема нескромности; во-вторых, легко заметить, что интенсивность отрицательной оценочной коннотации меняется в зависимости от организации контекста. Так, если в первом примере эта оценка вытекает из контрастного описания образа жизни элитариев и «простых людей», то во втором и третьем примерах экспрессия непосредственно выражается в лексике («подлее», «накипь», «предателей», «распила», «украденного»), а в четвертом примере на описание нескромной и нечестной жизни элиты накладываются такие стилистические приемы интенсификации, как экспрессивное перечисление («не интеллигенция, не ученые, не инженеры, не учителя») и параллелизм синтаксических конструкций, в частности, анафора («Это для себя... Это они... Это они... И это они...»).

Заметим также, что во многих контекстах, по существу, содержится перечень социально-политических и психологических факторов, являющихся причиной формирования у слова *элита* (в рассматриваемом значении) отрицательной оценочной коннотации.

**2. Демократия.** В контекстах употребления лексемы *демократия*, как и в контекстах употребления лексемы *элита*, часто указываются факторы формирования отрицательной оценочной коннотации, например: *Живой труп президента Ельцина представлял в Кремле, а возле него разговаривали остатки Советской империи либеральные демократы — Гайдар и его команда...* (Русский Вестник. 2014. № 5); *Запад всегда развивался экстенсивно и сейчас создал условия такие, что живет только за счет третьего мира, хаоса войн. Эта страшная проблема демократического режима, который живет не за счет порядка, но хаоса* (Литературная газета. 2013. № 50); *Модель демократии, которая навязывается Западом, в частности, направлена на то, чтобы глубоко расколоть общество данного государства* (Завтра. 2013. № 34); *Демократия — это возможность самим выбирать себе работодателей* (Телевизор. 2003. № 53).

Многие контексты употребления этой лексемы с большей или меньшей степенью аргументированности указывают а) на фиктивность демократии западного типа и б) на манипулятивное использование этого термина. Например: а) *Сейчас много говорят об „управляемой демократии“, не совсем понимая, что это такое. „Как можно управлять демократией?“ — спросит не искушенный в политике человек и будет прав. Демократия „управляется“ своими внутренними механизмами: реальным (а не фиктивным) разделением независимых властей, реальными (а не декоративными) гражданскими свободами, верховенством закона, свободными (а не управляемыми) выборами, свободными и независимыми средствами массовой информации, разделением власти и собственности, местным самоуправлением, гражданским контролем над властью (прежде всего над спецслужбами) и т. д. Если демократией пытаются „управлять“ как-то иначе, то и называть такой строй надо как-то иначе, например, автократией или авторитарным режимом* (Новая газета. 2004. № 1); *Управляемая демократия — власть узкой группы очень богатых людей и обслуживающих их политических деятелей. Именно эти люди закулисно решают, кто будет управлять, начиная с общегосударственного и кончая местным уровнем* (Русский Вестник. 2014. № 5); б) *Каким образом „религия разума“ привела человека не в Эдем, а в кунсткамеру диктатур, зачастую прикрытых фиговым листком „демократии“?* (Завтра. 2013. № 46); *Главной формой управления современным западным обществом является управляемая демократия, в условиях которой под ширмой псевдодемократических процедур (выборы, голосование и т. п.) доминирует абсолютная власть наднациональной элиты* (Русский вестник. 2014. № 5).

Формирование отрицательно-оценочной коннотации у лексемы *демократия* достигается ее вхождением в различные синтаксические конструкции и смысловые ассоциации, среди которых наиболее компактными группами являются: 1) определительные словосочетания и 2) сочетания предикативные. Наблюдаются, например, сочетания данной лексемы с такими определениями: *управляемая демократия, показная демократия, несовременная демократия, лицемерная демократия, колониальная демократия, отфильтрованная демократия, оголтелая демократия, обезумевшая демократия*. Довольно частотно употребление лексемы *демократия* в оценочных предикативных конструкциях как в группе подлежащего (а), так и в группе сказуемого (б): а) *Вот по-*

этому наша газета в какой-то мере и зажимается, что либералы и **демократы**, и те из них, кто находится у власти, боятся русского национального самосознания и русского национального возрождения (Русский вестник. 2014. № 20); **Ложная демократия** возникает как болезнь в обществе, где элита не исполняет своих общественных обязанностей (Литературная газета. 2003. № 31); **Она** (западная демократия. — А. С.) ориентирована на средний класс <...> То есть на посредственность (Аргументы и факты. 2013. № 42); б) **И этот урок россияне** тоже хорошо усвоили в 90-е годы, когда апофеозом **демократии** стал расстрел Парламента, а беспрецедентный разгул рыночного фундаментализма был таков, что и сегодня на Западе Ельцина не стесняясь называют „русским Пиночетом“ (Литературная газета. 2013. № 48); **И вот наших „поборников демократии“** уже вполне устраивает армия, воюющая против народа... (Культура. 2014. № 17); **Русское народное представительство** не должно иметь ничего общего с лживой западной „**демократией**“, прикрывающей пагубный нравственный плюрализм... (Русский вестник. 2014. № 5).

Обратим внимание на то, что контексты с лексемой **демократия**, в отличие от контекстов с лексемой **элита**, не столько ироничны, сколько фактологичны.

**3. Реформа.** О том, что понятие и слово **реформа** стало популярным в политическом дискурсе СМИ и воспринимается значительной частью социума в негативном ключе, говорят, например, такого рода контексты: **Алфёров назвал себя противником реформ в образовании:** „Под **реформой** у нас понимают **слом**, а надо **развивать**“. **Результатом „реформы“ РАН** <...> стало, по сути, **уничтожение академии** (Литературная газета. 2014. № 41); **В последние годы слово „реформа“** <...> воспринимается чаще всего как синоним „**развала**“ и „**разгрома**“ (Завтра. 2013. № 35).

Типичными контекстами формирования негативной оценочности у лексемы **реформа** являются а) словосочетания разной степени протяженности, содержащие слова с негативной коннотацией, ассоциированные со словом «реформа»: **непопулярная реформа, злосчастная „медведевская“ реформа, неоднозначная реформа, под прессом реформ, неудача реформ, в искореженной „рыночными реформами“ современной России, реформаторский зуд, неуспешность реформирования России, реформаторское остервенение; либеральная реформа образования, нацеленная на ликвидацию профес-**

**сионалов и штамповку из молодежи „квалифицированных потребителей“** и т. п.; б) предложения, в которых содержатся указания на неблагоприятные цели реформ: **Целью реформы здравоохранения стало не здоровье, а коммерциализация учреждений, экономия бюджета, и присутствует коррупционная составляющая** (Новая газета. 2014. № 8); **Сами же реформы с самого начала были рассчитаны на то, что из них получилось: превращение постсоветских государств в периферию по обслуживанию мирового капитала** (Русский вестник. 2014. № 4); **Прочитав книгу, делаешь вывод: одной из настоящих целей „реформ“ было банальное ограбление государства и граждан** (Литературная газета. 2014. № 40); в) предложения, в которых содержится указание на порочность способов проведения реформ: **Политика российских либеральных реформаторов была тоталитарной, варварской и безответственной в своей основе** (Литературная газета. 2014. № 38); **Правовая реформа в России оказалась в тупике потому, что ее проводили по схемам, не имеющим к России никакого отношения** (Завтра. 2013. № 48); **Если вспахать и засеять, то можно быстро получить хороший доход. Почему не используем это? Потому что в годы реформ не было настоящего Министерства сельского хозяйства и понимания роли и возможностей этой отрасли** (Литературная газета. 2014. № 17); г) предложения, в которых указывается на негативные результаты реформ: **...Все проходящие реформы имеют удручающий уровень эффективности** (Литературная газета. 2014. № 21); **Оттого и результат: Россия после 25 лет всяческих „реформ“ оказалась на обочине научно-технологического развития** (Литературная газета. 2014. № 41); **Обман пенсионеров должен отягощать вину реформаторов, которые хладнокровно сожгли в разведенном ими костре инфляции сбережения нашего народа** (Аргументы и факты. 2013. № 46); **Если наши школьники до начала реформ и преобразований входили в первую десятку, то сейчас — в седьмую** (Завтра. 2014. № 25).

**4. Толерантность и политкорректность.** В отношении этих близких понятий — синонимов идеологические расхождения в российском политическом дискурсе наиболее заметны. Это проявляется в том, что отмечено наименьшее количество употреблений этих терминов в нейтрально-оценочных контекстах — по сравнению с другими терминами. Кроме того, показательно то, что в «Новой газете», издании либерального направления, из 37 употреблений этих терминов

лишь в трех случаях они встретились в контексте отрицательно-оценочного типа (ироничного), причем в одной и той же статье Артура Соломонова «Терзания толерантности» (Новая газета. 2010. № 77); остальные контексты либо позитивны (31), либо нейтральны (5). В то же время остальной газетный материал (64 единицы) представляет собой отрицательно-оценочный контекст.

Так же, как и у других лексем, отрицательно-оценочная сема у «толерантности» и «политкорректности» формируется как а) в узких контекстах словосочетаний, так и б) в более широких контекстах предложений или ССЦ. Например: а) *хитроумная политкорректность, антихристианская толерантность, всепобеждающая толерантность, безразличная толерантность, репрессивная толерантность, фальшивая толерантность, „толерантная“ шелуха, обратная сторона толерантности, политкорректное вранье, толерантность и прочие безумные доктрины, стадо толерантных зомби, абсурд политкорректности, бунт толерантности* и т. д.; б) *В условиях всепобеждающего постмодернизма, политкорректности и толерантности трудно ожидать торжества политической мудрости* (Культура. 2014. № 6); *Политкорректность и толерантность ведут не к решению проблем, а к накапливанию озлобления* (Русский вестник. 2014. № 25); *Нелюбовь (к России. — А. С.) идет от политиков — от очень маленького процента населения, который тем не менее диктует всему миру правила поведения. Поэтому большинство граждан вынуждены делать вид, что они невероятно толерантны и ничего не имеют против пидоров и чернокожих „понаехавших“* (Аргументы и факты. 2013. № 34); *Настоящую культуру, вкус к ней необходимо прививать в прямом смысле слова, <...> не обращая внимания на призывы к толерантному отношению к духовным сорнякам* (Литературная газета. 2013. № 40).

Как видно из приведенных примеров, в узких контекстах преобладает эмоциональная оценка, в более широких — рациональная.

**5. Модернизация.** Этой лексеме по сравнению с рассмотренными выше больше «повезло», по-видимому, потому, что общественной критике подвергается не само явление, обозначенное этим словом, а отсутствие его претворения в жизнь (чаще) или способ достижения результата (реже). Отсюда сравнительно небольшое количество малых критических контекстов, в которых, кстати говоря, преобладает рациональная, а не эмоциональная оценка, например: *запаздывающая модернизация, консервативная модернизация, авторитарная модернизация,*

*неорганическая модернизация, имитация модернизации, процесс демодернизации.* В контекстах большего объема (предложения или ССЦ) отрицательные оценки тоже связаны с неудовлетворенностью процессом модернизации и опираются на рациональную аргументацию, например: *Видимо, какая-то системная ошибка закралась в дерзкие проекты наших модернизационных рывков. Что-то в природе Запада, ускользающее от понимания наших модернизаторов, позволяет ему снова оставлять нас позади* (Новая газета. 2004. № 23); *В реальности ничего такого нет: ни модернизации, ни промышленной политики. Да и промышленности всё меньше становится* (Литературная газета. 2014. № 7); *В то же время для меня совершенно очевидно: никакая серьезная модернизация, никакой рывок в развитии страны без патриотического подъема невозможны* (Аргументы и факты. 2014. № 17); — *Какая основная цель таких „экспертов“? — Их цель под любым предлогом навязать кредиты и займы слабо развитым странам якобы на благие цели, на модернизацию экономики <...> А на самом деле эти деньги разворовываются* (Русский вестник. 2014. № 5); *...Системная модернизация экономики, „Большой рывок“, необходимый для возвращения России в число ведущих держав современного мира, даже и не начинались, ограничившись мыльными пузырями Сколково и „Роснано“* (Завтра. 2013. № 39).

Из анализа представленного речевого материала можно сделать некоторые выводы.

1. У ряда ключевых слов современного политического дискурса России, традиционно употребляемых в позитивных контекстах, наметилась тенденция формирования отрицательно-оценочных коннотаций, что создает ситуацию смысловой амбивалентности этих слов.

2. Эти отрицательные коннотации носят не языковой, а речевой характер. В то же время они не являются фактом только индивидуального словоупотребления, поскольку выражают точку зрения значительных групп российской общественности. Статус таких коннотаций можно определить как ограниченно-дискурсивный.

3. Во всех рассмотренных контекстах, кроме основной отрицательной коннотации (семы «плохо»), присутствует уточняющая коннотация — сема фиктивности.

4. Указанные коннотации формируются как в контекстах малой протяженности (словосочетаниях), так и в контекстах большей протяженности (предложениях или сочетаниях предложений); причем в первом случае

преобладает эмоциональная оценочность, а во втором — рациональная.

5. Наличие такой контрастной смысловой амбивалентности у ключевых слов российского политического дискурса является показателем глубокого мировоззренческого и идеологического расслоения российского социума, прежде всего его политически активной части. Причем, несмотря на наметившееся в последнее время политическое «многоголосие» [Современный русский... 2003: 159], стержневой является бинарная идеологическая оппозиция, которую условно можно обозначить как «либеральная ментальность ↔ консервативная ментальность».

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Бодрийяр Ж. К критике политической экономии знака / пер. с фр. Д. Кралечкин. — М. : Академический проект, 2007.

2. Большой толковый словарь русского языка / сост и гл. ред. С. А. Кузнецов. — СПб. : Норинт, 1998.

**A. P. Skovorodnikov**  
Krasnoyarsk, Russia

#### ON SEMANTIC AMBIVALENCE OF KEY WORDS OF MODERN POLITICAL DISCOURSE (ON THE MATERIAL OF NEWSPAPER TEXTS)

**ABSTRACT.** *The article deals with the phenomenon of double controversial connotation of some key words and key concepts of the Russian political discourse. The author considers such lexical units as "elite", "reform", "modernization", "optimization", "democracy", "tolerance" and "political correctness". The analysis of the listed key words is carried out with the support of judgments of outstanding thinkers of the 20th — the beginning of the 21st centuries Erich Fromm (idea of "fetishism" of words and their usage in meanings different from the ones inherent to them in the vocabulary), Jean Bodrillier (the allegorical force of influence of the words designating values on the consciousness of recipients); N. S. Trubetskoy, H.G. Gadamer, S.G. Kara-Murza (who attracted attention to the discrepancy of contextual meanings of some key words and turns to their referents; such as "mankind", "universal civilization", "democracy", "freedom", "human rights"). On the basis of contextological and component analyses, the author defines the semantic metamorphoses, sometimes modifying not only the connotational constituent of semantics of the word, but also the denotational one. The author also discloses linguistic mechanisms of emergence in the considered key words of negative axiological connotations and defines the status of the latter as partially discursive. As a result, the author comes to the conclusion that the existence of contrastive semantic ambivalence of key words of the Russian political discourse is an indicator of deep world outlook and ideological stratification of the politically active part of the Russian society in accordance with the opposition which could be designated as "conservative / liberal".*

**KEYWORDS:** *key words; political discourse; semantic ambivalence.*

**ABOUT THE AUTHOR:** *Skovorodnikov Aleksandr Petrovich, Doctor of Philology, Professor, Professor-consultant of Department of the Russian Language, Literature and Speech Communication, Siberian Federal University, Krasnoyarsk, Russia.*

#### LITERATURE

1. Bodriyyar Zh. K kritike politicheskoy ekonomii znaka / per. s fr. D. Kralechkin. — М. : Akademicheskii projekt, 2007.

2. Bol'shoye tolkovoye slovar' russkogo yazyka / sost i gl. red. S. A. Kuznetsov. — SPb. : Norint, 1998.

3. Gadamer Kh. G. Aktual'nost' prekrasnogo. — М. : Iskustvo, 1991.

4. Kara-Murza S. G. Poteryannyi razum. — М. : Eksmo : Algoritm, 2008.

5. Sovremennyy russkiy yazyk: sotsial'naya i funktsional'naya differentsiatsiya / Ros. akad. nauk. In-t russkogo yazyka im. V. V. Vinogradova. — М. : Yazyki slavyanskoy kul'tury, 2003.

3. Гадамер Х. Г. Актуальность прекрасного. — М. : Искусство, 1991.

4. Кара-Мурза С. Г. Потерянный разум. — М. : Эксмо : Алгоритм, 2008.

5. Современный русский язык: социальная и функциональная дифференциация / Рос. акад. наук. Ин-т русского языка им. В. В. Виноградова. — М. : Языки славянской культуры, 2003.

6. Толковый словарь русского языка с включением сведений о происхождении слов / РАН. Ин-т русского языка им. В. В. Виноградова ; отв. ред. Н. Ю. Шведова. — М. : Азбуковник, 2011.

7. Трубецкой Н. С. Европа и человечество // Русский мир : сб. — М. : Эксмо ; СПб. : Terra Fantastica, 2003. С. 663—737.

8. Фромм Э. Революция надежды. Избавление от иллюзий / пер. с англ.; предисл. П. С. Гуревича. — М. : Айрис-пресс, 2005.

9. Черникова Н. В. Актуальные концепты и их лексические репрезентанты // Филологические науки. 2007. № 6. С. 71—80.

6. Tolkovyy slovar' russkogo yazyka s vlyucheniem svedeniy o proiskhozhdenii slov / RAN. In-t russkogo yazyka im. V. V. Vinogradova ; otv. red. N. Yu. Shvedova. — М. : Azbukovnik, 2011.

7. Trubetskoy N. S. Evropa i chelovechestvo // Russkiy mir : sb. — М. : Eksmo ; SPb. : Terra Fantastica, 2003. S. 663—737.

8. Fromm E. Revolyutsiya nadezhdy. Izbavlenie ot illyuziy / per. s angl.; predisl. P. S. Gurevicha. — М. : Ayris-press, 2005.

9. Chernikova N. V. Aktual'nye kontsepty i ikh leksicheskie reprezentanty // Filologicheskie nauki. 2007. № 6. S. 71—80.

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

## РАЗДЕЛ 2. ПОЛИТИЧЕСКАЯ КОММУНИКАЦИЯ

УДК 811.133.1'42:327

ББК ШП47.11-51+ШП47.11-006.21

ГСНТИ 16.21.27

Код ВАК 10.02.19; 10.02.05

**А. В. Алферов, Е. Ю. Кустова**  
Пятигорск, Россия

**Г. В. Попова**  
Астрахань, Россия

### РЕЛЕВАНТНОСТЬ В КОНЦЕПТУАЛИЗАЦИИ РОССИИ ВО ФРАНЦУЗСКОМ ПАРЛАМЕНТСКОМ ДИСКУРСЕ

**АННОТАЦИЯ.** В статье рассматриваются дискурсивные особенности жанра парламентского доклада, раскрываются имплицитные механизмы воздействия на получателя информационного сообщения, анализируется французский парламентский дискурс, содержащий оценки отношений России, Франции и Евросоюза, предшествовавшие украинскому кризису. В статье выводятся понятия релевантного смысла сообщения, вектора релевантности воздействующего дискурса и другие составляющие методики критического дискурсивного анализа. Под релевантностью и релевантным смыслом политического дискурса понимается тот перформативный эффект в смыслообразовании, который создается различными эксплицитными и имплицитными языковыми и речевыми средствами и вытекает из неявного, имплицитного, суггестивного «подсмысла», подтекста речевого высказывания и дискурса. Пропозициональное содержание парламентского доклада заключено в рамки концентроров, окружающих его информативное ядро: аргументативного, эмоционально-оценочного и риторического (собственно дискурсивного). Такое представление условно разделяет неделимые в употреблении, синкретично выражаемые значения, которые в совокупности и определяют тональность дискурса, его релевантность и перформативный потенциал. По мнению авторов, тональность доклада определяется его релевантными смыслами, т. е. имплицитными сигналами, позволяющими суггестивно воздействовать на аудиторию. Совокупность этих сигналов, скрытых за объективностью разностороннего анализа, составляет перформативный эффект дискурса.

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:** парламентский дискурс; французский парламентский дискурс; воздействие информационного дискурса; вектор релевантности; релевантный смысл; смыслообразование в политическом дискурсе; критический дискурсивный анализ.

**СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ:** Алферов Александр Владимирович, доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры французской филологии и межкультурной коммуникации, директор научно-исследовательского центра интеракционной лингвистики и институционально-правовой коммуникации, Пятигорский государственный лингвистический университет; 357532, г. Пятигорск, пр-т Кирова, 63; e-mail: ale-alfyorov@yandex.ru.

**СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ:** Кустова Елена Юрьевна, доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры французской филологии и межкультурной коммуникации, Пятигорский государственный лингвистический университет; 357532, г. Пятигорск, пр-т Кирова, 63; e-mail: lenakustov@yandex.ru.

**СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ:** Попова Галина Евгеньевна, кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры иностранных языков для гуманитарных специальностей, Астраханский государственный технический университет; 414056, г. Астрахань, ул. Татищева, 16; e-mail: pebble2406@mail.ru.

Сегодняшний политический дискурс в пространстве международного сотрудничества пронизан противоречивостью 2010-х гг. с возросшими угрозами, вооруженными конфликтами, государственными переворотами, нестабильностью межгосударственных институтов, межконфессиональными противоречиями, экономическими потрясениями, терроризмом, мотивированной и немотивированной миграцией и проч. Осознание этих процессов требует формирования нового политического мышления, которое позволит мировому сообществу ответить на все вызовы и сохранить свою жизнеспособность. Политический дискурс выступает в этом процессе инструментом, орудием, которое способно либо сохранить, либо нарушить столь

хрупкое равновесие постоянно балансирующей социополитической реальности.

Как известно, мышление, в том числе и политическое, основывается на когнитивных схемах, или моделях, определяющих принятие решений и поведение в деятельностном пространстве социума. Доля языкового сознания в концептуальной картине мира в той же степени велика, в коей мышление вообще связано с языком [Пинкер 2009: 73]. Политические институты, причастные к созданию таких когнитивных схем, должны нести полную ответственность за последствия формирования определенного ментального стереотипа, используемого в той или иной риторике. Усиливающееся в Европе противостояние России и Запада «подогревается»

Работа выполнена при финансовой поддержке РГНФ (проект № 14-04-00029).

© Алферов А. В., Кустова Е. Ю., Попова Г. В., 2015

различного рода дискриминационными дискурсами, во многом инспирированными и оплаченными теми, для кого Европа, вслед за другими горячими точками, становится некоей шахматной доской с разворачивающимися на ней далеко не бескровными баталиями. Найти выход из создавшейся обстановки информационно-политической конфронтации можно, лишь проанализировав сложившиеся концептуальные схемы, поняв их внутренние связи и механику их формирования. Ключом к пониманию может стать критический дискурсивный анализ (КДА — Т. ван Дейк), призванный «защитить интересы тех, против кого направлены современные дискриминационные дискурсы» [Dijk 1991].

Можно ли сравнивать дискурс о России западных элит с расистским дискурсом, который изначально был предметом КДА? Как отмечает Т. ван Дейк, «в более широком смысле, идеологический дискурс „ин-группы“ обычно с помощью различных присущих ему средств акцентирует позитивные качества „нашей“ группы и ее участников, а также (предполагаемые) негативные характеристики „других“, „аут-группы“» [Дейк 2013: 23]. Россия, как бы близко ни подходила к Западу, всегда оставалась «в глазах» и дискурсе элит, а следовательно, и в сознании европейского обывателя в центре «другого мира», не «первого», а всего остального — «второго», «третьего» и т. д. При этом КДА исследует взаимодействие между дискурсивными и социальными структурами не просто как «корреляционное или каузативное взаимодействие», а как «сложный социокогнитивный процесс, включающий в себя ментальные модели и другие когнитивные репрезентации» [Там же].

Еще до эскалации информационной войны, связанной с украинским кризисом, существовали признаки концептуально-дискурсивного дистанцирования европейских элит от России, что отмечалось многими исследователями [Чудинов 2001; Пищева и др. 2010]. Накануне политического кризиса на Украине, 12 февраля 2014 г., французская Национальная ассамблея (ФНА) публикует информационный доклад «О политике ЕС и Франции в отношении России», в котором выстраивается определенный подход к анализу политического, социального и экономического положения России как *intra muros*, так и *extra muros*, т. е. ее внутреннего состояния и статуса в мировом сообществе. Докладчиками выступили Шанталь Гитэ (Chantal Guittet) и Тьерри Марьяни (Thierry Mariani) — депутаты Национальной ассамблеи, — однако в ходе подготовки были привлечены эксперты разного уровня по разным

областям знания и социополитической практики: профессора Ж. Р. Равио (Jean-Robert Raviot), Ж. Веркёй (Julien Vercueil), П. Маршан (Pascal Marchand), А. Катэб (Alexandre Kateb) и др.; дипломаты и общественные деятели Ж. П. Шевенман (сенатор, представитель Франции в России), посол Франции в России Ж. де Глиниасты (Jean de Gliniasty), А. Гросс (Совет Европы), А. Нердрум («Amnesty International»), О. Готье («Human Right Watch») и др. Консультантами выступили и представители российской стороны: посол России во Франции А. Орлов, депутаты Думы и Совета Федераций А. Пушков, Л. Слуцкий, А. Климов и др.

Таким образом, состав экспертов более чем представительен и свидетельствует о компетентной научно-практической базе аналитического доклада (Rapport d'information) о России, представленного Комиссией по международным делам (КМД) французской Национальной ассамблеи.

Однако база данных — это еще не исследование. Любое научное изложение основано на интенции его автора, которая программирует интерпретацию собранных данных. В этом смысле аналитический доклад существует как текст и как дискурс. Текст (документ) имеет структуру, обладает характеристиками семантической когерентности, логической последовательности, фактуальности и не лишен аксиологических импликаций и субъективности в изложении и выводах. Процесс представления доклада в рамках парламентской коммуникации (в нашем случае — на заседании парламентской комиссии по международным делам) сопровождается комментариями докладчика (-ов), в которых, в частности, раскрывается и подчеркивается интенциональная направленность изложения.

Рассмотрим этот тип парламентского дискурса в двух его ипостасях — текстовой [Assemblée Nationale-2014] и процессуальной (заседание КМД 12.02.2014) [Assemblée Nationale-2014a].

Жанр информационного доклада — это особая составляющая дискурса парламентской коммуникации. Он позволяет максимально объективно преподнести «непредвзятое» видение той или иной проблемы. Однако факты, хоть и «упрямая вещь», идут туда, куда их ведут. В отношении многих ученых-экспертов со стороны политических элит подчас существует заказ: «Помогите нам понять, что происходит, но не говорите того, чего мы не хотим слышать» [Wolton 1997: 254].

Для проникновения в процесс формирования концептуальной модели России в европейском политизированном мышлении

проанализируем языковые механизмы, используемые в этих целях.

Дискурсивное пространство рассматриваемого доклада можно представить в виде семантического поля с включенными в него центрами, условно обозначающими уровни его реализации, располагающиеся между взаимодействующими центром и периферией [Алферов 2007]. К центру относится эксплицитно выраженная фактуальная информация, представляющая пропозициональную составляющую информационно-аналитического дискурса, и уже на уровне ее формирования можно говорить об интенциональности дискурса, выражающейся в номенклатуре и последовательности приводимых фактов — то, что можно назвать «тональностью» дискурса [Кустова, Попова, Червоный 2014]. Пропозициональное содержание заключено в рамки концентров, окружающих информативное ядро: аргументативного, эмоционально-оценочного и риторического (собственно дискурсивного). Такое представление условно разделяет неделимые в употреблении, синкретично выражаемые значения, которые в совокупности и определяют тональность дискурса, его релевантность и перформативный потенциал. Под релевантностью и релевантным смыслом политического дискурса нами понимается тот перформативный эффект в смыслообразовании, который создается различными эксплицитными и имплицитными языковыми и речевыми средствами и вытекает из неявного, имплицитного, суггестивного «подсмысла», подтекста речевого высказывания и дискурса [Алферов 2004, 2005].

Тональность и вектор релевантности [Попова 2004] рассматриваемого доклада Национальной ассамблеи выражены прежде всего номинациями разделов, глав и параграфов, которые, как и все заголовки, имеют характер однофразовых текстов и могут выступать в рамках одного речевого произведения как релевантный когерентный дискурс [Кустова 2010].

Так, три раздела, на которые поделен доклад, носят такие формулировки:

- I. «Россия: стабильная держава, несмотря на вопросы, которые она вызывает» (*La Russie: une puissance stable, malgré les interrogations qu'elle suscite*).
- II. «Россия и Евросоюз: соблазн развернуться спинами?» (*Union Européenne et Russie: la tentation de se tourner le dos?*).
- III. Франция и Россия: оживить политическое партнерство (*La France et la Russie: un partenariat politique à relancer*).

Нетрудно заметить дихотомичность формулировок и, как следствие, противопоставление в оценочной тональности, которая

маркирует релевантный смысл номинаций (импликации): «стабильная, но вызывает вопросы», т. е. 'сомнительная'; «соблазн развернуться спинами», т. е. 'предельная степень разногласий'; «оживить политическое партнерство», т. е. 'отношения оставляют желать лучшего'. Как и главы, параграфы доклада, выступающие как однофразовые тексты, построены по тому же принципу, и в их совокупной тональности преобладает не отрицательный, а скорее скептический вектор, выражаемый в следующих посылах: стабильность России обеспечена либо территорией, доставшейся от царской империи (*L'héritage de l'empire des tsars, le territoire*), либо приобретенным в советское время статусом сверхдержавы, сохраняющей ядерный паритет с США (что, как правило, пугает европейского обывателя) (*La parité de l'armement nucléaire stratégique avec les États-Unis; La puissance militaire?*). Причем военная мощь сверхдержавы ставится под сомнение. На первое место выдвигается международное значение России в победе 1945 г. (*Le statut international hérité de la victoire de 1945*), но это почему-то трактуется как «доставшееся по наследству», а не завоеванное раз и навсегда. Итак, все значимое в статусе России относится к прошлому и в определенной степени противопоставляется настоящему. В этой дихотомической структуре доклада адресату «нужно» видеть, с одной стороны, противоречивость внешней и внутренней политики самой России, а с другой — объективность разностороннего анализа, содержащегося в докладе.

Процесс представления доклада на заседании Комиссии по иностранным делам ФНА начинается с реплики ее председателя г-жи Элизабет Гигу (Elisabeth Guigou) о своем предстоящем визите в Госдуму России:

*Quelles que soient les appréciations que nous pouvons porter sur la Russie et ses positions sur certains dossiers d'actualité, qu'il s'agisse de l'Ukraine ou de la Syrie, ce pays demeure un partenaire clé... [Assemblée Nationale-2014a] / Каковы бы ни были наши оценки России и ее позиции по некоторым актуальным вопросам, будь то Украина или Сирия, эта страна остается одним из ключевых партнеров...*

В пресуппозиции этого высказывания трудно не опознать речевой акт уступки — «несмотря на существующую отрицательную оценку...». Но, как известно, главным свойством пресуппозиции является ее особый логический статус: ее нельзя оспорить, и то, что выносится в пресуппозицию, часто несет более релевантный «месседж», чем сама пропозиция высказывания. Поэтому

рассматриваемый речевой ход может быть интерпретирован и как утверждение о факте (бытийном статусе) отрицательной оценки России, и как косвенный речевой акт извинения за «возможную положительную оценку».

На наш взгляд, ключом для понимания особенностей концептуализации России во Франции и в Европе является самая первая посылка доклада: *Selon une formule du président russe Vladimir Poutine prononcée en 2005, « l'effondrement de l'URSS a été la plus grande catastrophe géopolitique du XXème siècle [Assemblée Nationale-2014] / По утверждению президента России В. Путина, сделанному в 2005 году, „крушение СССР было самой большой геополитической катастрофой XX века“.*

Отметим особый дискурсивный статус этого высказывания (преамбулы), содержащего вводную пропозицию к тексту доклада. Как и эпиграф, она задает интенциональный вектор в понимании последующего изложения, т. е. вектор релевантности интерпретации. Релевантный смысл рассматриваемой дискурсемы (единицы дискурс-анализа) состоит в противоречивости оценок самого факта распада СССР в России и на Западе, а ответственность за это несет персонально президент Путин.

Доказательством «объективности» анализа должно служить уточнение содокладчицы г-жи Ш. Гитэ о результатах ее «полевого исследования» в России: *Plus généralement, nous présentons dans le rapport un certain nombre de sondages qui montrent bien que les Russes restent en majorité attachés à leur président et à un système assez autoritaire. Dans un choix entre le système soviétique, le régime actuel et la démocratie à l'occidentale, c'est même le premier qui reste préféré par les sondés, tandis que la démocratie vient en dernier... [Assemblée Nationale-2014a] / В целом представленные в докладе результаты опросов показывают, что большинство россиян солидарны со своим президентом и поддерживают довольно авторитарную систему управления. В выборе между советской системой, сегодняшним режимом и западной демократией опрашиваемые отдают предпочтение именно первому, оставляя демократию на последнем месте...*

Каковы же фактуальная пропозиция доклада, интенциональность которой состоит в подчеркивании объективности анализа, и релевантный смысл ее возможной интерпретации, который опирается на простые логические импликации?

Первое, как было отмечено, это факт стремления России оставаться великой

державой, который определяет векторы интенциональности (кодирование) и релевантности (интерпретация) изложения.

Традиционным фактом, не вызывающим сомнений, является обладание Россией природными ресурсами, прежде всего энергетическими. Это и является чуть ли не единственным источником ее благосостояния, на котором держится экономика страны (*Un facteur déterminant: la dépendance à la rente énergétique*). Однако это достаточно нестабильный источник ввиду непредсказуемости рынка энергоносителей, в частности, благодаря развитию угольного экспорта из США, позволяющего заменить русский газ на французских АЭС.

В докладе указывается, что Россия достигла определенных успехов. Но они нестабильны:

– достаточно солидная финансовая система, **НО** «еще не зрелая» (*Un système financier assez solide, bien que pas encore «mature»*);

– благодаря политике государства увеличилась рождаемость — факт, который в значительной степени определяет сильный экономический рост (*Le redressement de la natalité dans la décennie 2000 s'inscrit dans un contexte de croissance économique forte*), **НО** «не имеет шансов на продолжение, так как теперь будущие матери принадлежат поколению „пустых классов“ 90-х» (*...a peu de chances de l'être dans les années qui viennent, où les jeunes femmes en âge d'avoir des enfants seront issues des «classes creuses» des années 1990*);

– Путин и Медведев нацелены на амбициозные планы (*«plan gouvernemental de performance 2018» comportant des orientations et des objectifs très ambitieux*), **НО** заявления такого же толка делались и в предыдущие годы и «не имели большого эффекта» (*des plans de même nature avaient été présentés solennellement et suivis de peu d'effets*);

– власть пользуется поддержкой большинства граждан (*Un régime qui garde l'appui de la majorité des russes*), **НО** только благодаря приверженности русских к «консервативным ценностям» и пренебрежению к «демократическим ценностям» (*le conservatisme et la relative indifférence aux valeurs démocratiques*), жесткому политическому режиму (*le durcissement du régime*), преследующему борцов за права человека (*Le harcèlement des défenseurs des droits humains*).

Кстати, последнее утверждение полностью противоречит словам, произнесенным 18 декабря 2013 г. экономическим советником Франции в России Ж. П. Шевенманом о том, что россияне «вполне свободно выра-

жают свое отношение к существующей власти» (*Quoi qu'il en soit, les Russes s'expriment très librement sur le pouvoir en place*) [Assemblée Nationale-2013].

Есть и другие противоречия в фактуальном (пропозициональном) и аргументативном аспектах рассматриваемого доклада. Перспективы взаимоотношений России и Европы докладчики оценивают в очень пессимистическом тоне, упоминая о «некотором мнении» существования «политической пропасти» между Россией и ЕС, о потакании российскими руководителями «националистическому общественному мнению», противопоставлению «русских и западных ценностей»: *Certaines prises de position des uns et des autres, dans l'actualité la plus récente, laissent penser qu'il existe un fossé politique et surtout culturel entre l'Union européenne et la Russie. Les leaders d'opinion (intellectuels, journalistes) ont en majorité, en Europe occidentale, une position très critique sur la Russie contemporaine. Quant aux dirigeants russes, ils flattent à peu de frais une opinion publique assez nationaliste en opposant les valeurs russes à celles de l'Occident...* [Assemblée Nationale-2014].

В докладе признается негативное влияние на взаимоотношения фактора расширения ЕС и НАТО на восток, но это, оказывается, не так страшно по сравнению с надуманностью «страхов холодной войны», которыми руководствуются в России, реагируя на такую экспансию.

Ряд примеров противопоставления позиций России и Запада, представленных в докладе, можно продолжать. Противоречие фактов как метод анализа здесь свидетельствует скорее о противоречии оценок, что, в конце концов, перечеркивает «объективность» и «непредвзятость» и, следовательно, определяет релевантность тональности рассматриваемого дискурса. Мы полагаем, что тональность доклада определяется его релевантными смыслами, т. е. имплицативными сигналами, позволяющими суггестивно воздействовать на аудиторию. Совокупность этих сигналов, скрытых за объективностью разностороннего анализа, составляет перформативный эффект дискурса.

Можно добавить, что эта тональность, хоть и далека от риторики «холодных» 80-х, но как-то уж очень логично предшествует риторике «горячего» 2014, хотя еще нет «Майдана независимости», правительства Порошенко, «агрессии России», «аннексии Крыма» и проч. Так что же больше «беспокойло» в феврале 14-го французских парламентариев и экспертов, накануне развязанной против России информационной войны,

политической и экономической блокады, — факторы, мешающие усилению России, или сам факт этого усиления? Критический анализ парламентского дискурса, на наш взгляд, может дать ответ на этот вопрос. Именно он позволяет за фасадом «объективности» находить релевантную тональность «информативного» дискурса.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Алферов А. В. О сопоставлении в прагматике // Вестн. Пятигор. гос. лингвист. ун-та. 2004. № 2—3. С. 18.
2. Алферов А. В. Релевантность высказывания // Вестн. Пятигор. гос. лингвист. ун-та. 2005. № 1. С. 54—59.
3. Алферов А. В. Когнитивное пространство интеракционного дискурса // Вестн. Пятигор. гос. лингвист. ун-та. 2007. № 3—4. С. 106—108.
4. Алферов А. В., Кустова Е. Ю., Попова Г. Е. Интеракционное регулирование когнитивного пространства собеседников // Вестн. Пятигор. гос. лингвист. ун-та. 2013. № 2. С. 77—79.
5. Дейк ван Т. А. Дискурс и власть: репрезентация доминирования в языке и коммуникации. — М.: Либроком, 2013.
6. Кустова Е. Ю. Французское междометие: лексико-грамматические аспекты, семиогенез и интеракционные функции: дис. ... д-ра филол. наук / Воронеж. гос. ун-т. — Пятигорск, 2010.
7. Кустова Е. Ю., Попова Г. Е., Червоный А. М. Субъектность, тональность и релевантность французского парламентского дискурса // Вестн. Пятигор. гос. лингвист. ун-та. 2014. № 4. С. 104—107.
8. Пинкер С. Язык как инстинкт. — М.: Либроком, 2009.
9. Пищева Т. Н., Виноградова Н. С., Недова А. Д. Образ России под углом зрения политических коммуникаций // Полис. Политические исследования. 2010. № 4. С. 107—121.
10. Попова Г. Е. Релевантность высказывания как единицы речевого взаимодействия: автореф. дис. ... канд. филол. наук / Воронеж. гос. ун-т. — Воронеж, 2004.
11. Ужегова З. А. Образ «новой» России на Западе: по материалам американской и британской прессы: дис. ... канд. культурологии. — М., 1999.
12. Чудинов А. П. Россия в метафорическом зеркале: когнитивное исследование политической метафоры (1991—2000). — Екатеринбург, 2001.
13. Assemblée Nationale-2013: Commission des affaires étrangères. Mercredi 18 décembre 2013 Séance de 9 heures 30. Compte rendu n° 29. URL: <http://www.assemblee-nationale.fr/14/cr-cafe/13-14/c1314029.asp> (25.04.2015).
14. Assemblée Nationale-2014: Rapport d'information n° 1793, déposé par la Commission des affaires étrangères sur la politique française et européenne vis-à-vis de la Russie et présenté par Mme Chantal Guittet et M. Thierry Mariani, députés. 12.02.2014. URL: <http://www.assemblee-nationale.fr/14/rap-info/i1793.asp> (25.04.2015).
15. Assemblée Nationale-2014a: Commission des affaires étrangères Mercredi 12 février 2014. Séance de 9 heures 45. Compte rendu n° 43. URL: [http://www.assemblee-nationale.fr/14/cr-cafe/13-14/c1314043.asp#P8\\_238](http://www.assemblee-nationale.fr/14/cr-cafe/13-14/c1314043.asp#P8_238).
16. Dijk van T. A. Discours de l'élite et racisme // Cahiers de praxématique. 1991. № 17. P. 49—71.
17. Wolton D. Penser la communication. — Paris: Flammarion, 1997.

A. V. Alferov, E. Y. Kustova  
Pyatigorsk, Russia

G. E. Popova  
Astrakhan, Russia

#### ON THE RELEVANCE OF CONCEPTUALIZATION OF RUSSIA IN FRENCH PARLIAMENTARY DISCOURSE

**ABSTRACT.** The paper deals with discursive characteristics of the genre of parliamentary report, studies the implicit mechanisms of influencing the recipient of informative texts and analyzes the French parliamentary discourse containing evaluations of the relations between Russia, France and European Union before the Ukrainian crisis. The authors formulate the notions of the relevant meaning of an utterance, relevance vector of the influencing discourse and other constituents of the methodology of critical discourse analysis. Relevance and relevant meaning of political discourse are understood in the article as a performative effect in sense formation which is created by various explicit and implicit language and speech means and follows from the vague, implicit, suggestive concealed meaning of an utterance and discourse. The propositional content of a parliamentary report is enclosed by a framework of concentrers around its informative nucleus: argumentative, emotional-evaluative and rhetoric (discursive proper) ones. Such interpretation theoretically separates usually indivisible syncretic meanings which in the aggregate define the tone of the discourse, its relevance and performative potential. According to the authors, the tone of the report is made up of its relevant meanings, i.e. of implicit signals which make it possible to exercise suggestive influence upon the audience. The sum total of these signals disguised by objectivity of a multi aspect analysis makes up the performative effect of discourse.

**KEYWORDS:** parliamentary discourse; French parliamentary discourse; effect of informational discourse; relevance vector; relevant meaning; formation of meaning in political discourse; critical discourse analysis.

**ABOUT THE AUTHOR:** Alferov Aleksandr Vladimirovich, Doctor of Philology, Professor of Department of French Philology and Intercultural Communication, Director of Centre of Interactional Linguistics & Law and Institutional Communication, Pyatigorsk State Linguistic University, Pyatigorsk, Russia.

**ABOUT THE AUTHOR:** Kustova Elena Yurievna, Doctor of Philology, Professor of Department of French Philology and Intercultural Communication, Pyatigorsk State Linguistic University, Pyatigorsk, Russia.

**ABOUT THE AUTHOR:** Popova Galina Evgenievna, Candidate of Philology, Associate Professor of Department of Foreign Languages for the Humanities, Astrakhan State Technical University, Astrakhan, Russia.

#### LITERATURE

1. Alferov A. V. O sopostavlenii v pragmatike // Vestn. Pyatigor. gos. lingvist. un-ta. 2004. № 2—3. S. 18.
2. Alferov A. V. Relevantnost' vyskazyvaniya // Vestn. Pyatigor. gos. lingvist. un-ta. 2005. № 1. S. 54—59.
3. Alferov A. V. Kognitivnoe prostranstvo interaktsional'nogo diskursa // Vestn. Pyatigor. gos. lingvist. un-ta. 2007. № 3—4. S. 106—108.
4. Alferov A. V., Kustova E. Yu., Popova G. E. Interaktsional'noe regulirovanie kognitivnogo prostranstva sobesednikov // Vestn. Pyatigor. gos. lingvist. un-ta. 2013. № 2. S. 77—79.
5. Deyk van T. A. Diskurs i vlast': reprezentatsiya dominirovaniya v yazyke i kommunikatsii. — M. : Librokom, 2013.
6. Kustova E. Yu. Frantsuzskoe mezhdometie: leksiko-grammaticheskie aspekty, semiogenez i interaktsional'nye funktsii : dis. ... d-ra filol. nauk / Voronezh. gos. un-t. — Pyatigorsk, 2010.
7. Kustova E. Yu., Popova G. E., Chervonyy A. M. Sub'ektnost', tonal'nost' i relevantnost' frantsuzskogo parlamentskogo diskursa // Vestn. Pyatigor. gos. lingvist. un-ta. 2014. № 4. S. 104—107.
8. Pinker S. Yazyk kak instinkt. — M. : Librokom, 2009.
9. Pishcheva T. N., Vinogradova N. S., Nedova A. D. Obraz Rossii pod uglom zreniya politicheskikh kommunikatsiy // Polis. Politicheskie issledovaniya. 2010. № 4. S. 107—121.
10. Popova G. E. Relevantnost' vyskazyvaniya kak edinitnyy rechevogo vzaimodeystviya : avtoref. dis. ... kand. filol. nauk / Voronezh. gos. un-t. — Voronezh, 2004.
11. Uzhegova Z. A. Obraz «novoy» Rossii na Zapade: po materialam amerikanskoj i britanskoj pressy : dis. ... kand. kulturologii. — M., 1999.
12. Chudinov A. P. Rossiya v metaficheskom zerkale: kognitivnoe issledovanie politicheskoy metafory (1991—2000). — Ekaterinburg, 2001.
13. Assemblée Nationale-2013: Commission des affaires étrangères. Mercredi 18 décembre 2013 Séance de 9 heures 30. Compte rendu n° 29. URL : <http://www.assemblee-nationale.fr/14/cr-cafe/13-14/c1314029.asp> (25.04.2015).
14. Assemblée Nationale-2014: Rapport d'information n° 1793, déposé par la Commission des affaires étrangères sur la politique française et européenne vis-à-vis de la Russie et présenté par Mme Chantal Guittet et M. Thierry Mariani, députés. 12 .02. 2014. URL: <http://www.assemblee-nationale.fr/14/rap-info/i1793.asp> (25.04.2015).
15. Assemblée Nationale-2014a: Commission des affaires étrangères Mercredi 12 février 2014.Séance de 9 heures 45.Compte rendu n° 43. URL: [http://www.assemblee-nationale.fr/14/cr-cafe/13-14/c1314043.asp#P8\\_238](http://www.assemblee-nationale.fr/14/cr-cafe/13-14/c1314043.asp#P8_238).
16. Dijk van T.A. Discours de l'élite et racisme // Cahiers de praxématique. 1991. № 17. P. 49—71.
17. Wolton D. Penser la communication. — Paris : Flammarion, 1997.

**Статью рекомендует к публикации канд. филол. наук, доц. М. Б. Ворошилова.**

**В. М. Амиров**  
Екатеринбург, Россия

### **АНТИГЕРОЙ: НЕКОТОРЫЕ ОСОБЕННОСТИ КОНСТРУИРОВАНИЯ ОТРИЦАТЕЛЬНЫХ ОБРАЗОВ В ЖУРНАЛИСТИКЕ ВОЕННЫХ КОНФЛИКТОВ**

**АННОТАЦИЯ.** В статье анализируется проблематика создания образа антигероя в журналистике вооруженных конфликтов. Исследуются публикации советских и российских средств массовой информации по теме военных конфликтов, в которых участвовали советские и российские военнослужащие. Выявляются приемы, с помощью которых военные журналисты формируют образ антигероя. Создание образа антигероя является важной частью практической деятельности журналиста, работающего в зоне военного конфликта. Статья дает представление о том, как менялись подходы к формированию образа антигероя, в зависимости от типа конфликта и его идеологической составляющей. Вторая мировая война, войны в Корее и во Вьетнаме, война в Афганистане и военный конфликт в Грузии очень отличались друг от друга и, соответственно, сильно отличаются подходы журналистов к формированию образа антигероя.

Такой анализ представляет интерес как для ученых-лингвистов, так и для практических журналистов, поскольку позволяет систематизировать методологию формирования оппозиции «герой-антигерой». Статья опирается на публикации ученых, а сам анализ построен на публикациях военных журналистов, выполнявших свои обязанности непосредственно на линии фронта.

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:** война; герой; антигерой; журналистика; образ.

**СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ:** Амиров Валерий Михайлович, кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры периодической печати, факультет журналистики, Институт гуманитарных наук и искусств, Уральский федеральный университет (Екатеринбург); адрес: 620000, г. Екатеринбург, пр-т Ленина, 51; e-mail: vestnik-va@mail.ru.

Подготовка материала из зоны боевых действий часто требует от журналиста характеристики не только героев, но и антигероев. При этом умение репортера или очеркиста переднего края конструировать образ антигероя подчас не менее важно, чем мастерство в создании образов положительных персонажей. У этого, кажущегося парадоксальным обстоятельства есть на самом деле вполне понятная логика. Чем более цельным и сильным выглядит враг, тем более значимыми и в моральном отношении высокими выглядят действия героя, врагу противостоящего.

Словари дают нам достаточно развернутые определения того, что следует считать образом врага. Например, Энциклопедический словарь по психологии и педагогике говорит об образе врага, как о «целостном представлении об оппоненте, интегрирующем искаженные и иллюзорные черты, которое начинает формироваться в ходе латентного периода конфликта в результате восприятия, детерминированного негативными оценками» [Энциклопедический словарь по психологии и педагогике], а Большой словарь русских поговорок представляет образ врага как «Совокупность насаждаемых пропагандой представлений о ком-либо, о чём-либо, как о чуждой силе, представляющей непосредственную опасность и угрозу» [Мокиенко, Никитина 2007]. Тема образа врага и функций этого образа достаточно подробно разработана в научной литературе. Напри-

мер, Л. Гудков указывает на то, что, «враг должен получить ряд генерализованных характеристик: неопределенность и непредсказуемость, асоциальную силу, не знающую каких-либо нормативных или конвенциональных ограничений» [Гудков 2005: 11]. В свое время нами отмечалось, что «чем выше угроза государству государства, интересам правящих групп, тем более актуализированным становится этот образ» [Амиров 2009: 156].

Однако, в практике пишущего и снимающего журналистского сообщества, которое, разумеется, опирается в своей работе на словари и теоретические наработки, но вырабатывает и свое, случается, очень нестандартное видение вопроса, все выглядит гораздо сложнее и интереснее. Что заслуживает дополнительного изучения и осмысления.

Во все времена журналисты решали проблему построения образа антигероя по-разному, под влиянием многих факторов, в числе которых и идеологические установки, и общая тональность публикаций, и требования, предъявляемые в разные исторические периоды к языку изложения. Так, например, характеризуя гитлеровцев и их приспешников, знаменитый советский писатель и фронтовой корреспондент Алексей Толстой называл их «**врагом с каиновым клеймом свастики**» — «твоя задача убить врага с каиновым клеймом свастики»; «**зверем**» — «Убей зверя, это — твоя священная

заповедь»; **«фашистом»** — «Выстрел в фашиста — это повелительный стук в дверь твоей свободы, убийство фашиста — твой святой долг»; писал о **«немецкой руке, сжимающей горло твоего ребенка»** [Толстой 1942]. Аналогичными категориями награждает гитлеровцев легендарный «краснозвездинец» Илья Эренбург: **«рабовладельцы»** — «рабовладельцы, они хотят превратить наш народ в рабов»; **«поганый немец»** — «поганый немец с тухлой сигарой в зубах философствует»; **«не люди»** — «мы поняли: немцы не люди» [Эренбург 1942].

Приводя эти цитаты, отметим, что речь шла о войне, в которой наше государство стояло перед угрозой полной потери независимости, а население СССР перед перспективой уничтожения. Поэтому в публикациях отчетливо видны мобилизующие пропагандистские установки и императивы, для которых журналист А. Верт даже ввел в употребление термин «пропаганда ненависти» [Верт 2001: 94].

Несколько позднее, характеризуя противника в войне, не имевшей для Советского Союза столь драматического значения, — в Корейской, где советские солдаты и офицеры приняли самое живое, хотя и не афишируемое участие, авторы употребляют лексику и образность в отношении противника-антигероя (американских военнослужащих — В. А.) гораздо менее радикальные: **«вояки»** — «Боевые качества этих вояк оставляли желать много лучшего» [Кожемякин]; **«агрессоры»** — «Главной ударной силой агрессоров с первых же дней боев стала авиация» [Сибиряков]; **«крестоносцы демократии»** — «„крестоносцы демократии“ не делали разницы между солдатами, крестьянами, женщинами и детьми» [Шеломытов]. Кроме того, авторы публикаций часто высказываются о противнике комплиментарно: «Летчики ВВС США были прекрасно подготовленными профессиональными воздушными бойцами, смелыми и решительными» [Кожемякин], подчеркивая еще более высокий профессиональный уровень и мужество своих пилотов, которые подготовленного и сильного противника превзошли: «Тем больше слава прекрасных русских парней, обладавших всеми упомянутыми качествами в превосходной степени» [Сибиряков].

Аналогичная лексика используется для конструирования образа антигероя (американских военнослужащих — В. А.) и в публикациях, посвященных войне во Вьетнаме, где советские военнослужащие тоже приняли самое непосредственное участие. Противник-антигерой характеризуется сдержанно-негативно, без формирования к нему не-

нависти: **«агрессоры»** — «в борьбе против американских агрессоров» [Никольский]; **«враги»** — «враги использовали самонаводящиеся ракеты» [Юрин]; **«убивают мирных жителей»** — «Чувство было одно — не допустить, чтобы мирных жителей убивали американцы» [Никольский]; **«безнаказанно расстреливают»** — «Американские летчики безнаказанно расстреливали отдыхающих на озере» [Там же]; **«самонадеянные»** — «поразительная самонадеянность была характерна как для рядовых летчиков, так и для командования» [Юрин].

Есть и элементы комплиментарности по отношению к противнику: «В небе полное господство авиации США» [Там же]; «Пилотами в них (в американских самолетах — В. А.) были **профессионалы высочайшего класса**. На своих штурмовиках, нагруженных под завязку бомбами, **они показывали такую слаженность на предельно малых высотах, такой расчет взаимодействия** по времени, которые возможны разве только среди фантастических летающих тарелок» [Там же]; «мы учились сами и учили вьетнамцев воевать **с реальным и сильным противником**» [Никольский 2000]. И здесь комплиментарность тоже служит фоном для демонстрации превосходства «своих»: «был жесточайший порядок, беспрекословное подчинение и я не знаю случаев, чтобы подчиненные не выполняли командирских распоряжений или поставленных задач» [Юрин].

В «афганских» публикациях враг рассматривается несколько под другим углом. Здесь это чаще просто бандиты. Complimentarность к бандитам, понятно, неприемлема, напротив, их показывают с полным набором отрицательных в общепринятом смысле слова, «бандитских» качеств: **«духи»** — «пограничники занимали более выигрышную позицию, но «духов» было больше» [Малов 2003]; **«бандиты», «головорезы»** — «пограничникам противостояли афганские моджахеды и местная оппозиция, бандиты Ахматъира и головорезы из «Черного аиста» [Малов 2003]; **«душманы»** (враги — В. А.) — «душманы» могли малыми силами оказывать сопротивление даже довольно крупным группировкам; «потомки басмачей» — «что-то вроде отдельного государства потомков басмачей из Средней Азии» [Ярков 2010]; **«враги»** — «в самом неожиданном месте может оказаться враг»; **«бандформирования»** — «на территории Афганистана бандформирования уже действовали в 17 из 29 провинций» [Там же].

Аналогичный подход реализуется в материалах с грузино-осетинского конфликта,

где говорится о «*грузинской агрессии*» — «провал грузинской агрессии» [Литовкин 2008б]; «*грузинском блицкриге*» — «*грузинских наемниках*» — «отдельные подразделения грузинских наемников» [Там же]; «*геноциде*» — «И никак иначе, как геноцидом, это назвать нельзя» [Литовкин 2008а].

При этом, рассказывая о возможностях побежденной в итоге в течение пятидневной войны грузинской армии, журналисты прибегают к комплиментарности: «Надо отдать должное иностранным инструкторам и советникам — они сумели создать 5 бригад профессиональной армии, «заточенных» под войну на Кавказе» [Там же]; «Важно, что это по-настоящему послушные командирам солдаты, психологически устойчивые, выносливые, готовые воевать. И эти свои качества они показали в Южной Осетии, где несколько раз упорно штурмовали Цхинвали и так же упорно обороняли Присские высоты» [Мясников 2008]. Описание хороших боевых качеств грузинских вооруженных сил подчеркивает мужество и вычку россиян, одержавших победу: «все, кто с ними общался, отмечают высокий боевой дух и желание остановить истребление мирного населения» [Литовкин 2008б]; «очевидно, что встреча двух профессиональных армий складывается в нашу пользу» [Литовкин 2008а]; «показали себя настоящими профессионалами»; «Тот опыт, который они приобрели в ходе контртеррористической операции на Северном Кавказе, блестяще продемонстрирован ими в ходе освобождения Цхинвали» [Мясников 2008].

Таким образом, мы можем констатировать, что при характеристике антигероя журналисты пользуются большим арсеналом приемов, выбор которых зависит от многих факторов, в числе которых реальность угрозы государству, от имени которого выступает журналист, идеологические установки самого журналиста, пропагандистские концепты, которые могут быть реализованы в публикации. Кроме того, одним из наиболее часто применяемых приемов является намеренная комплиментарность по отношению к антигерою, для того, чтобы на фоне сильного про-

тивника ярче показать мужество и профессионализм героя публикации.

### ЛИТЕРАТУРА

1. Амиров В. М. Образ врага в журналистском дискурсе разных войн // Изв. Урал. гос. ун-та. Сер. 1, Проблемы образования, науки и культуры. 2009. N 1/2 (62).
2. Верг. А. Россия в войне 1941—1945. — М. : Воениздат, 2001.
3. Гудков Л. Идеологема врага. «Враги» как массовый синдром и механизм социокультурной интеграции // Образ врага / сост. Л. Гудков ; ред. Н. Конрадова. — М. : ОГИ, 2005. С. 7—79.
4. Кожемякин М. Русские асы в небе корейской войны // Искусство войны. URL: <http://tms.ystu.ru/russian-ass-mig15.htm> (дата обращения: 15 июня 2015).
5. Литовкин В. Второй абхазский фронт // Независимая газета. 2008а. 13 авг.
6. Литовкин В. Тбилисский блицкриг // Независимая газета. 2008б. 13 авг.
7. Малов А. Вопрос президенту // Воин России. 2003. С. 23—24.
8. Мокиенко В. М. , Никитина Т. Г. Большой словарь русских поговорок. — М. : ЗАО ОЛМА Медиа Групп, 2007.
9. Мясников В. Контрактники против наемников // Независимая газета. 2008. 12 авг.
10. Никольский М. «Агрессоры» готовятся к войне // Авиамир. 2000. № 1. С. 27—31.
11. Сибиряков Д. С. Интервью с военспецом // Искусство войны. URL: [http://artofwar.ru/s/sibirjakow\\_d\\_s/text\\_0010.shtml](http://artofwar.ru/s/sibirjakow_d_s/text_0010.shtml) (дата обращения: 15.06.2015).
12. Толстой А. Убей зверя! // Красная звезда. 1942. 23 июня.
13. Шеломытов Г. Я. Все считали, что такого не могло быть никогда // Искусство войны. URL: [http://artofwar.ru/k/kolesnik\\_n\\_n/text\\_0160.shtml](http://artofwar.ru/k/kolesnik_n_n/text_0160.shtml) (дата обращения: 15.06.2015).
14. Энциклопедический словарь по психологии и педагогике. 2013. URL: [http://psychology\\_pedagogy.academic.ru](http://psychology_pedagogy.academic.ru) (дата обращения: 2.06.2015).
15. Эренбург И. Убей! // Красная звезда. 1942. 24 июня.
16. Юрин В. А. Горячая земля Вьетнама // Искусство войны. URL: [http://artofwar.ru/k/kolesnik\\_n\\_n/text\\_0460.shtml](http://artofwar.ru/k/kolesnik_n_n/text_0460.shtml) (дата обращения: 15 июня 2015).
17. Янков И. Д. По периметру границы Афганистана: записки генерала пограничных войск КГБ СССР / И. Д. Янков. 2-е изд., испр. — Новосибирск : Изд-во НГОНБ, 2010. С. 14.

V. M. Amirov  
Ekaterinburg, Russia

### ANTI-HERO: SOME FEATURES OF CREATING NEGATIVE IMAGES IN JOURNALISM OF MILITARY CONFLICTS

**ABSTRACT.** *The article analyzes the problems of creation of the image of anti-hero in journalism of military conflicts. It studies publications in Soviet and Russian mass media on the topic of military conflicts in which Soviet and Russian military personnel were involved. The author describes the techniques by means of which war reporters form the image of anti-hero. Creation of the image of anti-hero is an important part of practical activities of the journalist working in a military conflict zone. The article gives an idea of how approaches to the formation of the image of anti-hero changed, depending on the type of the conflict and its ideological component. World War II, wars in Korea and in Vietnam, war in Afghanistan and the mili-*

itary conflict in Georgia greatly differed from each other and, respectively, the approaches of journalists to the formation of the image of anti-hero strongly differ.

The undertaken analysis is of interest both to linguists and to practical journalists, as it allows systematizing the methodology of formation of the opposition "hero/anti-hero". The article takes into account various publications by scholars, and the analysis is carried out on the basis of publications of war reporters from front lines.

**KEYWORDS:** war; hero; anti-hero; journalism; image.

**ABOUT THE AUTHOR:** Amirov Valery Mikhailovich, Associate Professor of Department of Periodicals, Faculty of Journalism, Institute of Humanities and Arts, Ural Federal University named after the First President of Russia B.N. Yeltsin. Ekaterinburg, Russia.

#### LITERATURE

1. Amirov V. M. Obraz vraga v zhurnalistskom diskurse raznykh voyn // *Izv. Ural. gos. un-ta. Ser. 1, Problemy obrazovaniya, nauki i kul'tury*. 2009. N 1/2 (62).
2. Vert. A. Rossiya v voyne 1941—1945. — M. : Voenizdat, 2001.
3. Gudkov L. Ideologema vraga. «Vragi» kak massovyy sindrom i mekhanizm sotsiokul'turnoy integratsii // *Obraz vraga / sost. L. Gudkov ; red. N. Konradova*. — M. : OGI, 2005. S. 7—79.
4. Kozhemyakin M. Russkie asy v nebe koreyskoy voyny // *Iskusstvo voyny*. URL: <http://tms.ystu.ru/russian-ass-mig15.htm> (data obrashcheniya: 15 iyunya 2015).
5. Litovkin V. Vtoroy abkhazskiy front // *Nezavisimaya gazeta*. 2008a. 13 avg.
6. Litovkin V. Tbilisskiy blitzkrieg // *Nezavisimaya gazeta*. 2008b. 13 avg.
7. Malov A. Vopros prezidentu // *Voin Rossii*. 2003. S. 23—24.
8. Mokienko V. M., Nikitina T. G. Bol'shoy slovar' russkikh pogovorok. — M. : ZAO OLMA Media Grupp, 2007.
9. Myasnikov V. Kontraktniki protiv naemnikov // *Nezavisimaya gazeta*. 2008. 12 avg.
10. Nikol'skiy M. «Agressory» gotovyatsya k voyne // *Aviimir*. 2000. № 1. S. 27—31.
11. Sibiryakov D. S. Interv'yu s voenspetsom // *Iskusstvo voyny*. URL: [http://artofwar.ru/s/sibirjakow\\_d\\_s/text\\_0010.shtml](http://artofwar.ru/s/sibirjakow_d_s/text_0010.shtml) (data obrashcheniya: 15.06.2015).
12. Tolstoy A. Ubey zverya! // *Krasnaya zvezda*. 1942. 23 iyunya.
13. Shelomytov G. Ya. Vse schitali, chto takogo ne moglo byt' nikogda // *Iskusstvo voyny*. URL: [http://artofwar.ru/k/kolesnik\\_n\\_n/text\\_0160.shtml](http://artofwar.ru/k/kolesnik_n_n/text_0160.shtml) (data obrashcheniya: 15.06.2015).
14. Entsiklopedicheskiy slovar' po psikhologii i pedagogike. 2013. URL: [http://psychology\\_pedagogy.academic.ru](http://psychology_pedagogy.academic.ru) (data obrashcheniya: 2.06.2015).
15. Erenburg I. Ubey! // *Krasnaya zvezda*. 1942. 24 iyunya.
16. Yurin V. A. Goryachaya zemlya V'etnama // *Iskusstvo voyny*. URL: [http://artofwar.ru/k/kolesnik\\_n\\_n/text\\_0460.shtml](http://artofwar.ru/k/kolesnik_n_n/text_0460.shtml) (data obrashcheniya: 15 iyunya 2015).
17. Yarkov I. D. Po perimetru granitsy Afganistana: zapiski generala pograniichnykh voysk KGB SSSR / I. D. Yarkov. 2-e izd., ispr. — Novosibirsk : Izd-vo NGONB, 2010. S. 14.

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

**Г. А. Амкуаб**  
Сухум, Абхазия

**МЕХАНИЗМЫ «БЕГСТВА ОТ РЕАЛЬНОСТИ» В ОСУЩЕСТВЛЕНИИ МЕДИАПОЛИТИКИ РОССИИ**

**АННОТАЦИЯ.** В настоящей статье автор предпринимает интригующую попытку раскрытия механизмов феномена «бегства от реальности» в процессах функционирования медиаполитической системы России, используя при этом понятие символического пространства средств массовой информации. В числе примеров того, каким образом в рамках такого «символического пространства» генерируются подобные процессы «бегства от реальности», автором рассматривается создание мифа о возможности возрождения «России, которую мы потеряли» в рамках той системы, которая появилась на ее «обломках», средствами и способами функционирования этой системы. В таком контексте обсуждаются следующие вопросы: как могло случиться, что в стране, проводящей демократические реформы, был запущен механизм известной «спирали молчания», и почему все оппозиционные мероприятия происходят в настоящее время в Интернете? В статье приводятся аргументы в пользу того, что выборы президента 2000 г. в России были великопленным бегством от реальности, обернувшимся головокружительным «бегством от свободы». Если вслед за Яном Засурским сравнить последнее с движением «вверх по лестнице, ведущей вниз», тогда становится ясным, в рамках какой парадигмы развивается современная отечественная журналистика.

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:** «бегство от реальности»; медиаполитика; «символическая политика»; псевдособытия; «символическое пространство»; политические платформы; символическое поле медиа; символическая реальность России; имиджмейкеры; политическая дискуссия.

**СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ:** Амкуаб (Миквабия) Гурам Артемович, кандидат исторических наук, доцент, ведущий кафедрой журналистики, филологический факультет, Абхазский государственный университет; адрес: Республика Абхазия, г. Сухум, ул. Университетская, 1; e-mail: gurik2009at@mail.ru.

В книге Хельмута Майна «Средства массовой информации в Федеративной Республике Германии» [Майн 1995], в которой представлен обстоятельный анализ важнейших закономерностей функционирования медиаполитической системы Федеративной Республики Германии, автор цитирует председателя фракции СДПГ в ландтаге земли Саксония Райнхарда Хеппнера. Известный политик утверждает, что «место того, что раньше называлось политикой, место дискуссий, формирования общественного мнения и политических решений все чаще занимают некие символические действия». Эта так называемая политическая деятельность «символическая политика» появляется, по его мнению, там, где политиком не могут ничего изменить, где ожидания, которые были пробуждены в массах, не могут быть удовлетворены. По словам Хельмута Майна, цитирующего Райнхарда Хеппнера, мы слышим, читаем, а иногда и видим псевдособытия, которые происходят лишь постольку, поскольку о них рассказывают. «Эти псевдособытия закрывают дорогу к общественно важным событиям и критическим мыслям. Соответственно конкурентная борьба за тиражи и количество зрителей все чаще и чаще вынуждает журналистов искусственно создавать важное из незначительного, замечать необычность там, где ее нет, выискивать мнимые сенсации или даже создавать их» [Там же].

На это обращает внимание и Иван Засурский, подчеркивая, правда, что такова

только одна сторона вопроса. Речь, по его мнению, должна идти не только о манипулировании средствами массовой информации, влиянии той или иной идеологии на позицию журналистов. Особый смысл имеет акцент на влиянии технологических законов СМИ на политический процесс в обществе. При этом, давая определение термину «медиазация политики», И. Засурский показывает, что он отражает имеющее место явление перемещения политической жизни в символическое пространство средств массовой информации [Засурский 2002а: 69]. Именно понятие «символическое пространство» средств массовой информации, используемое этим автором, представляет особый интерес в контексте рассмотрения проблемы, связанной с выяснением механизмов «бегства от реальности» в процессах функционирования медиаполитической системы России. И это неслучайно. Именно здесь, в рамках «символического пространства» средств массовой информации, через него и благодаря ему происходит реализация этих самых механизмов «бегства от реальности» в медиаполитике. Взыскательный читатель, конечно же, потребует прояснения ситуации на примерах. Не будем отказывать ему в такой любезности. Достаточно вспомнить особенности проведения предвыборных кампаний в постсоветской России, в частности, превращение обстоятельной дискуссии о концепциях и политических платформах в своеобразное, по словам И. Засурского [Там же],

соревнование медиатехнологов и журналистов за наиболее выразительное отождествление тех или иных бизнесменов и политических игроков с бесами и ангелами. В результате последнего обстоятельства политическая борьба в России представляет собой цепную реакцию информационных кампаний, которые, как правило, сводятся к личным нападкам на персонажей, отнюдь не всегда олицетворяющих определенные системы взглядов в символическом поле медиа — чаще всего являющихся просто членами команды оппонента. Именно они становятся мишенью для выброса компромата. Такое положение дел стало возможным благодаря существующим в современном информационном поле «правилам игры», или алгоритмам, по которым функционирует СМИ, а также тем технологиям, которыми пользуются журналисты в процессе осмысления происходящего, формирования и демонстрации массовой аудитории той картины реальности, которую они считают необходимым донести до зрителя. Однако этот вопрос требует особого рассмотрения, к которому мы обратимся несколько позже. Сейчас лишь отметим, что речь идет об общих стандартах средств массовой информации как в России, так и во всем мире. Причем это стандарты коммерческих СМИ, которые, по определению Дениса Мак-Куэйла, в конце века становятся глобальной культурой масс-медиа [см.: McQuail 1994: 89]. Правда, поддержание таких стандартов на высоком уровне, равно как и обеспечение возможности свободного высказывания (нередко вопреки требованиям рынка), осуществляется государственными и общественно-правовыми телерадиокомпаниями даже в странах Северной Европы [см.: Вартанова 1998: 42]. Но вернемся к обсуждению проблемы «бегства от реальности» в медиаполитике. В качестве примера, удобного для рассмотрения этой проблемы, представляет интерес, на наш взгляд, привлечь некоторые медийные события, связанные с формированием имиджа кандидата в президенты Владимира Путина как олицетворения символической реальности России 1999 г. Тогда РТР стала своеобразной точкой сборки воображаемой «Великой России» — той самой, которую, по словам Ивана Засурского, удалось, наконец, сконструировать публицистам, политическим игрокам, армии и власти только в конце десятилетия великого хаоса и борьбы за власть. Это была эпоха, когда политический спектакль разыгрывался с помощью телеканалов, которые по существу выступали в роли подлинных политических партий. Именно телевизионные каналы, по мнению

журналистов [см.: Засурский 2002а: 78], воздействуя на аудиторию, определяли конфигурацию политической системы в России 90-х. Такая характеристика сложившейся ситуации как нельзя лучше отражает смысл термина «медиполитическая система» применительно к России.

Опишем вкратце «символическое поле» выборов 2000 г., механизмы его формирования. Несмотря на то что организация предвыборной кампании принадлежала команде Бориса Ельцина, развитие ситуации в Чечне и множество событий, дискредитирующих первого президента России, включая трагедию Курска и захват НТВ, свидетельствовали в пользу того, что медиаполитическая система не выдержит новых выборов. Всем стало ясно, что нужна другая политическая фигура, способная получить большинство избирателей. Такой фигуры не было. Ее предстояло «создать». На роль гаранта безопасности и мощи России вполне подходил военный премьер-министр Владимир Путин. Однако в этом случае предстояло чем-то компенсировать отсутствие харизматической составляющей в портрете будущего президента. Кроме того, оставаясь «человеком системы» и «актером одной роли», Путин не имел альянса с массмедиа вообще и с журналистским корпусом в частности [Там же: 79]. У него не было собственной PR-команды и ресурсов для управления информационным полем. Все это, по утверждению специалистов [Там же], досталось ему в наследство от Бориса Ельцина, было «заемным». С точки зрения информационного обеспечения, по словам Ивана Засурского, Владимиру Путину был предоставлен «информационный кредит». Это стало реальностью благодаря заявленной кандидатом в президенты идее масштабного проекта нового «строительства государства Российского». Однако сама по себе эта идея не сработала бы без талантливой работы имиджмейкеров — достаточно вспомнить, что «презентация» проекта, о котором идет речь, выразилась в попытках формирования новых амбициозных партийных структур, а это значит, что реальные массовые партии, представленные телевизионными каналами (национал-популистское ОРТ и либеральное НТВ), могли бы продвигать альтернативные партийные бренды. Но в чем же состояла талантливая работа имиджмейкеров? Каким образом завершилась эпоха «сверхчеловека», политического супергероя, каким был, по выражению Ивана Засурского, Борис Ельцин — персонаж популярных сериалов «Бунтарь», «Царь» и «Царь-2»? Как мог прийти к власти политический соперник,

## Раздел 2. Политическая коммуникация

уступающий по многим показателям популярному политику Евгению Примакову, в активе которого был предвыборный блок «Отечество — вся Россия» с «лужковским» медиахолдингом и контролируемые им изданиями, а также рядом влиятельных губернаторов с авторитетом и поддержкой региональных СМИ, не говоря уже об активном участии НТВ Гусинского, что в совокупности позволяло надеяться на победу? Безусловно, сыграло роль то обстоятельство, что кремлевская партия власти, которая предоставила «информационный кредит» Владимиру Путину, пользовалась всеми ресурсами властной вертикали и капиталами приближенных к власти «олигархов», стремящихся избежать передела собственности в случае победы Примакова. Показательно то, что, по результатам анализа, который проводил Европейский институт медиа (исследование

проведено Европейским институтом медиа 3—21 марта 2000 г.), поставивший перед собой задачу подсчитать количество упоминаний в информационном телевидении всех кандидатов президентского марафона основными телевизионными каналами, Владимир Путин отличается абсолютным большинством появлений на экранах ТВ по всем каналам (ОРТ — 43,8, РТР — 53,3, НТВ — 45,0, все каналы — 48,3) [Raskin 2000]. Эти исследования указывают на существование корреляции между результатами голосования и количеством появлений на экранах ТВ (см. табл. 1.).

Как отмечает А. В. Раскин [Раскин 2002: 121], за период с 3 по 31 марта 2000 г. освещение деятельности В. Путина на общенациональных телеканалах втрое превышало время, предоставленное его оппонентам, причем как на государственных, так и на частных [см.: Мониторинг освещения...] (см. табл. 2).

**Таблица 1.** Корреляция между эфирным временем и результатами выборов

Кандидат	Все каналы	ОРТ	РТР	НТВ	Результат выборов
Владимир Путин	48,3	43,8	53,3	45,0	52,9
Геннадий Зюганов	11,4	10,2	10,7	16,9	29,2
Григорий Явлинский	8,0	8,0	7,4	9,5	5,8
Аман Тулеев	2,7	2,5	4,2	2,6	2,9
Владимир Жириновский	11,8	11,3	8,7	16,9	2,7
Константин Титов	4,5	5,6	5,5	3,7	1,5
Элла Памфилова	2,8	4,3	2,8	2,1	1,0
Станислав Говорухин	2,6	3,1	1,2	2,9	0,4
Юрий Скуратов	1,9	3,1	2,4	1,8	0,4
Алексей Подберезкин	1,8	2,8	1,9	1,4	0,1
Умар Джабраилов	2,0	3,9	0,6	1,4	0,1
Евгений Савостьянов	2,1	1,5	1,4	1,1	0

**Таблица 2.** Освещение российскими телеканалами кандидатов в президенты в 2000 г.

Кандидаты в президенты	Все телеканалы, %	Все телеканалы (суммарное время)	Результаты выборов, %
В. Путин	29,4	52 ч 28 мин	52,94
Г. Зюганов	10,8	19 ч 23 мин	29,21
Г. Явлинский	11,3	20 ч 15 мин	5,80
А. Тулеев	5,7	10 ч 12 мин	2,95
В. Жириновский	10,7	19 ч 5 мин	2,70
К. Титов	5,1	9 ч 3 мин	1,47
Э. Памфилова	3,7	6 ч 34 мин	1,01
С. Говорухин	6,1	10 ч 51 мин	0,44
Ю. Скуратов	3,3	5 ч 55 мин	0,43
А. Подберезкин	4,1	7 ч 19 мин	0,13
У. Джабраилов	4,1	7 ч 18 мин	0,10
Е. Савостьянов	5,8	10 ч 19 мин	0

Кроме того, была выбрана оптимальная в условиях отсутствия широкомасштабной политической дискуссии стратегия наступления войны. Как справедливо отмечает И. Засурский [Засурский 2002а: 84], задачей политехнологов стало изобретение такой драмы и таких ходов, которые перечеркнули бы все ожидания аудитории и пробудили в ней интерес к происходящему. ОРТ Березовского на протяжении всего времени предвыборной кампании пребывало в состоянии перманентной информационной войны с лидерами «Отечества» Юрием Лужковым и Евгением Примаковым. В рамках субботней аналитической программы «Время» в адрес этих политиков выбрасывался беспощадный компромат. Телевизионные «аналитические» шоу разоблачали коррупцию в мэрии Москвы, которая осуществлялась при участии жены Юрия Лужкова. Совершенно потрясающей по изощренности выглядит дискредитирующая акция в адрес Евгения Примакова, названная Лаурой Беллин самым эффективным «грязным трюком» за всю предвыборную кампанию. Речь идет о приеме политического монтажа, использованном телеканалами ОРТ и РТР: ролик, изготовленный Евгением Примаковым, в котором он сделал сильное заявление о том, что в Кремле боятся серьезных расследований коррупции, пускали только с поспешно сделанной рекламой-подделкой, что уменьшало силу слов Примакова (здесь Лаура Беллин упоминает, что пародийными двойниками были явные аутсайдеры предвыборной гонки, Владимир Жириновский и Лев Убожко. Их посадили за такой же стол, одели в такие же костюмы, как у Примакова, и оба сказали то же самое: обвинили правительство и президента в коррупции. Один ролик шел до Примакова, другой — сразу после него [см.: Belin 2000]). На фоне двух других пародийных двойников, в качестве которых были выбраны Владимир Жириновский и Лев Убожко, одетые в похожие костюмы и сидящие за одинаковыми столами, выступление Примакова выглядело по меньшей мере смешно. Такая тактика «военных действий» была выбрана для «опрокидывания» политического конкурента. Она вполне соответствовала пользовавшемуся колоссальным действием на российскую телеаудиторию образу штандартенфюрера Штирлица. Именно этот образ политика Владимира Путина не только отражал «шпионское прошлое» нашего героя, но также объяснял ряд совершенно потрясающих обстоятельств его биографии. К числу последних можно отнести и таинственное «проникновение» мистера Путина из должности военного премьера

в роль исполняющего обязанности Президента России, благодаря чему ему удалось находиться «над схваткой», отказываясь от бесплатного времени и от участия в теледебатах. Только талантливый разведчик мог без общественного форума прийти к власти в стране, в которой осуществляются демократические реформы. Согласно исследованиям Европейского института медиа, даже освещение предвыборной кампании в целом «работало» на централизацию власти, о чем свидетельствовало отсутствие диалога различных территорий, так же как и любых попыток средств массовой информации организовать диалог с аудиторией [см.: Засурский 2002: 86].

Как отмечает Людмила Реснянская, единственным исключением из правила был коллектив оппозиционной газеты «Советская Россия». Некоторые признаки дискуссионности в подаче информации все еще сохраняла «Независимая газета», которая изначально выступала в роли дискуссионного клуба для интеллектуальной элиты, однако в этом случае влияние позиции владельца издания Бориса Березовского было существенным. По всей видимости, сработало принятое парламентом законодательство по выборам в Государственную думу и президентской кампании, согласно которому ограничивалось право журналистов на общемировоззренческие установки на демократизацию общества, в России стал доминирующим «инстинкт самосохранения» системы. В этой ситуации неслучаен приход к власти «человека системы», которым был Владимир Путин. Именно в его распоряжение ее величество «система» предоставила все возможности управления избирательной кампанией, в том числе и административный ресурс, который, по свидетельству профессионалов, стал немаловажной составляющей победы. Но вернемся к специфике образа политика Владимира Путина, который можно рассматривать как продукт весьма успешной работы медиатекологов, образа, сыгравшего не последнюю роль в его приходе к власти. Рекламное клише «штандартенфюрер Штирлиц — наш президент» стоит многого.

Являясь одним из центральных персонажей советской мифологии, который, как известно, был создан писателем Юлианом Семеновым в книге, а затем в одноименном телесериале «Семнадцать мгновений весны», этот образ был воплощен на экране одним из наиболее популярных актеров советской эпохи Вячеславом Тихоновым [Там же: 90]. Во время премьеры в начале 70-х годов улицы городов и «отелевизионных»

поселков, как пишет И. Засурский, пустели: фильм собирал большую аудиторию, чем хоккейные матчи. Поэтому для массового сознания ассоциация кандидата в президенты России Владимира Путина с образом Штирлица значила неизмеримо больше, чем любое обстоятельное представление экономической программы политика Путина. Проникая таким образом в глубины массового сознания, Владимир Путин постепенно становился если не национальным героем, то по крайней мере тем политическим персонажем, с которым народ связывал свои предстоящие «победы любой ценой». Этому способствовали и знаки-символы, присутствующие в окружении кандидата в президенты. К примеру, портрет Петра I, помещенный в кабинете, не только выгодно подчеркивал питерские корни Владимира Владимировича, но также, согласно рассуждениям обозревателя парижской «Монд», содержал «некий намек, напоминая, что Петр I защитил свою страну от шведской угрозы, полностью переменял ее облик, заплатив, правда, за это жизнями почти трети обитателей России» [Гусейнов, Лысенко 2000]. Портрет одного из самых жестоких и властных императоров в русской истории в числе аксессуаров кандидата в президенты, безусловно, указывал на близость парадигмальных установок будущего и бывшего «наследников престола». Государственная позиция Владимира Путина, его личные качества, максимально приближенные к фигуре грозного, но мессиански действующего императора, должны были, по расчетам «имиджмейкеров», символизировать мощь государства, величие России.

В общем, благодаря удивительному «паданию» в образ одного из центральных персонажей советской мифологии, усилиями «системы» и самого «человека системы» в стране, осуществляющей широкомасштабные демократические реформы, к власти пришел «человек системы». Это ли не потрясающий парадокс и иллюзия нашего времени: в период предвыборной кампании был создан миф о возможности возрождения «России, которую мы потеряли» в рамках той системы, которая появилась на ее «обломках», средствами и способами функционирования этой системы? Президент же России Владимир Путин, являясь «человеком системы», представлялся гарантом осуществления трансформационных процессов. Это ли не великолепное «бегство от реальности», которому суждено было сбыться?! Причем происходило сие судьбоносное событие, как и полагается любому «бегству от реальности», при особых, чудо-

действенных обстоятельствах. Самый сильный ход истории предвыборных кампаний в России, которым специалистами считается отставка Бориса Ельцина, был сделан в канун Нового года, 31 декабря. И это в высокой степени символично.

Новый год, как известно, не просто главный и единственный праздник в календаре новой России, который сохранился с советских времен, но также наиболее древний из праздников русского календаря, вероятно, появившийся еще в дохристианскую эпоху. Сакральное значение Нового года, или так называемый коммуникационный подтекст ритуала, — смерть и возрождение. Природа умирает, чтобы возродиться снова. В племенных обществах праздник сопровождается ритуальной смертью бога или вождя, за которой следует возрождение. Как известно, драма Христа происходит по сходному механизму, имеющему сильное психологическое воздействие. На подобное воздействие была сделана ставка и в режиссуре политической драмы Ельцина — Путина. Так что для россиян сакральным смыслом прощания со старым годом и встречи нового тысячелетия стал магический ритуал смены власти, который ознаменовал начало новой эры в истории государства Российского. В этой связи интересно обратиться к исследованию Мирчи Элиаде под названием «Миф о вечном возвращении» [Элиаде 1998: 126], в котором рассматривается тема конца/начала истории сквозь призму соотношения между сакрально-мифическим временем сотворения мира и великих предков, с одной стороны, и профанным временем — с другой. Автор показывает, что обряд празднования Нового года во всех устных культурах воспринимался мифологическим сознанием в качестве возвращения к началу творения. При этом используется следующая аргументация: «Ибо космос и человек обновляются постоянно и всеми возможными способами, прошлое же уничтожается, болезни и грехи изгоняются и т. д. Формальная сторона ритуала варьируется, однако сущность остается неизменной, все стремится к единой цели: уничтожить истекшее время, устранить историю, дабы постоянно, посредством повторения космогонического акта, возвращаться *in illo tempore*» [Там же]. Поэтому празднование Нового года как определенной временной границы почти во всех племенах совпадало с осуществлением обрядов очищения — изгнания демонов, болезней и освобождения от грехов. При этом во многих мифологических культурах ритуал встречи Нового года до сих пор сопряжен с обрядом инициации и близкой ему церемонией воз-

ведения на трон. Исходя из вышеописанного становится ясно, что самый сильный ход всей истории предвыборных кампаний в России был связан с использованием под-сознательно-исторических пластов народной памяти, которые всякий раз оживляются в массовом сознании в ритуальной встрече Нового года.

Новогоднее обращение Президента Российской Федерации Бориса Ельцина, которое транслировалось одновременно по всем основным каналам, стало, как отмечает Иван Засурский [Засурский 2002а: 87], моментом обретения Россией нового президента, его неформальной инаугурацией. Такая легитимизация власти завершилась новогодним выступлением Владимира Путина в качестве исполняющего обязанности президента. «Это было, хотя и преждевременным, но зато крайне драматичным итогом всей предвыборной кампании». Согласно данным телемониторинга НИСПИ, даже на одном канале (ОРТ) новогоднее поздравление президента стало самой популярной телепрограммой декабря 1999 г., собрав только в Москве 1851 тыс. зрителей. В тот же рейтинг наиболее популярных политических передач декабря вошла трансляция поздравления президента по другим телеканалам (РТР и НТВ), охват которых в этот момент составлял 885 тыс. и 796 тыс. соответственно [см.: Национальный институт... 2000: 56]. В сумме это составляет 3532 тыс. человек (только по Москве!) — абсолютный рекорд 1999 г. при том, что, по мнению Засурского, цифры эти явно занижены. Здесь, как видно, комментарии излишни. Представление Владимира Путина в новом качестве состоялось при максимально возможной зрительской аудитории, получив большой резонанс на разных уровнях общества. Результат выборов был предрешен. И это следствие было не единственным.

Процесс формирования консенсуса элит и масс в образе Великой России, на который делалась ставка президентской кампании — 2000, оборачивался настойчивой централизацией власти, созданием оппозиции нового типа. По свидетельству одного из наиболее информированных парламентских корреспондентов Ивана Родина, в президентской администрации интенсивно готовился закон о финансировании политических объединений, а в Думе ожидалось повторное рассмотрение законов «О правовых гарантиях оппозиционной деятельности в РФ» и «О политических партиях», которые были одобрены нижней палатой соответственно еще в 1995 и 1997 гг., но получили вето Совета Федерации и президента Бориса Ельцина

[Родин 2000]. Власть решала задачу перестройки медиаполитической системы. Она рассчитывала получить управляемую медиасистему в изолированном варианте и четко структурированную политическую, что обуславливало бы предсказуемость политического процесса. Решение подобной задачи могло бы быть осуществлено благодаря принятию указанных выше законов. Традиционные рычаги «внесистемного» лоббирования тоже планировались для использования с целью консолидации конструктивных сил вокруг Президента в рамках Великой России. Этой же цели был подчинен процесс концентрации средств массовой информации в руках государства, что должно было также способствовать укреплению государственной власти в стране. На Владимира Гусинского было заведено уголовное дело по «соучастию в мошенничестве» при приватизации компании «Русское видео». Как было заявлено Центром общественных связей Генпрокуратуры, Гусинский арестован «по подозрению в совершении преступления, предусмотренного ст. 159 УК РФ» («Хищение чужого имущества в крупном размере группой лиц путем обмана или злоупотребления доверием»). Генпрокуратурой было заявлено, что, по мнению следствия, Гусинский с некоторыми руководителями Федерального государственного предприятия «Российская государственная компания „Русское видео1» безвозмездно изъяли из собственности государства имущество стоимостью не менее 10 млн американских долларов [Бороган, Крутиков 2000]. Гусинский был посажен в Бутырскую тюрьму, в то время как следствие вполне могло ограничиться подпиской о невыезде в качестве меры пресечения. В результате медиамагнат подписал декларацию о намерении продать «Мост-Медиа» в обмен на гарантии прекращения уголовного дела. Сделку заверили министр печати и информации Михаил Лесин и руководитель компании «Газпром-Медиа» Альберт Кох. Предварительно Владимир Гусинский сделал заявление в присутствии адвокатов, что сделка будет недействительной, поскольку заключается «под дулом пистолета». Так происходил процесс огосударствления массмедиа, готовилась почва для элиминации правовых оснований оппозиционной деятельности в рамках российской системы СМИ. Не случайно удалось свести до минимума реальную оппозицию президентской кампании, которая в конечном счете состояла из двух еженедельников — «Общей газеты» и «Новой газеты», сохранявшего нейтралитет «Московского комсомольца», нескольких журналистов и полити-

ческих активистов [см.: Засурский 2002а: 95]. В результате проводившихся мероприятий, направленных на централизацию власти, главными ее оппонентами в предвыборной кампании стали не официальные кандидаты, а журналисты и частные лица [Там же]. В дальнейшем обращает на себя внимание терминология, используемая главой государства, который сформулировал курс «диктатуры права» на приведение регионального законодательства в соответствие с Конституцией РФ и федеральным законодательством. Кроме того, любопытным представляется тот факт, что 25 июля Министерство связи издало постановление «О порядке внедрения системы технических средств по обеспечению оперативно-розыскных мероприятий на сетях телефонной, подвижной и беспроводной связи и персонального радиовызова общего пользования», регламентирующее внедрение системы оперативно-розыскных мероприятий (СОРМ). Вот как описывает это постановление А. В. Раскин. Технические средства позволяют спецслужбам собирать информацию в коммуникационных сетях. Согласно постановлению по СОРМ, разрешается доступ к содержанию личных сообщений в любой форме, включая сообщения электронной почты. Во исполнение Федерального закона «Об оперативно-розыскной деятельности» (1995) и других законов, касающихся вопросов обеспечения безопасности, настоящее постановление обязывает, независимо от формы их собственности, установить за свой счет соответствующее оборудование для содействия спецслужбам в проведении расследований. Операторы связи в сотрудничестве с Федеральной службой безопасности должны принять график внедрения системы СОРМ и обеспечить работу оборудования в соответствии с техническими требованиями. При этом интересно отметить следующее. В постановлении акцентируется внимание на необходимости «учитывать», что любое ограничение права граждан на тайну связи допускается только на основании судебного решения. Тем не менее оператор связи не может от офицера ФСБ требовать предъявить судебное решение в каждом отдельном случае: он должен доверять ФСБ, считая, что у этой службы имеется соответствующее предписание. Ответственность за то, чтобы не было злоупотреблений этим порядком, возлагается на руководителей ФСБ. Исходя из вышеизложенного, становится ясно, как запускался механизм известной «спирали молчания» и почему все оппозиционные мероприятия происходят в Интернете. Отнюдь не часто встречаются желающие

разделить участь «опального» журналиста Андрея Бабицкого или известного политика Григория Явлинского. Показательна в плане отношения к альтернативной позиции история выступления лидера блока «Яблоко» за переговоры с чеченцами, после которого Виталий Третьяков назвал «Яблоко» «антигосударственной» и «безответственной» структурой, а Анатолий Чубайс вообще превзошел все ожидания в критике: он заявил, что «в Чечне происходит возрождение российской армии... и политик, который так не считает, не может считаться российским политиком. В этом случае есть только одно определение — предатель. И возможные попытки Явлинского оправдаться сути не меняют» [Караглицкий 2000: 335] (в отрывке цитируются «Независимая газета» (10 ноября 1999 г.) и «Известия» (13 ноября 1999 г.)).

Все это говорит о том, что выборы президента 2000 г. были великолепным бегством от реальности, «обернувшись» головокружительным «бегством от свободы». Я. Н. Засурский сравнивает последнее с движением «вверх по лестнице, ведущей вниз», вспоминая название известного романа Белл Кауфман, внучки Шолом-Алейхема. Оно, по мнению исследователя, в определенном смысле отражает тенденцию развития российских средств массовой информации в начале двадцать первого века. И неизвестно, оправдаются ли надежды Яна Засурского на то, что, подобно мальчишкам в московском метро, которые ухитряются бегать вверх по эскалатору, двигающемуся вниз, отечественная журналистика сможет «преодолеть противоборствующие свободе печати» парадигмы [Засурский 2002б: 161].

### ЛИТЕРАТУРА

1. Бороган И., Крутиков Е. Мера пресечения // Известия. 2000. 15 июня.
2. Варганова Е. Л. Северная модель в конце столетия. Печать, ТВ и радио стран Северной Европы между государственным и рыночным регулированием. — М., 1998.
3. Гусейнов Э., Лысенко Б. Неизвестный Путин. Известия. 2000. 10 янв.
4. Засурский И. И. СМИ и власть. Россия девяностых // Средства массовой информации постсоветской России / под ред. Я. Н. Засурского). — М.: Аспект-Пресс, 2002.
5. Засурский Я. Н. Журналистика и общество: балансируя между государством, бизнесом и общественной сферой. // Средства массовой информации постсоветской России (под ред. Засурского Я. Н.). Аспект-Пресс, М., 2002.
6. Кагарлицкий Б. Реставрация в России. М., 2000.
7. Майн Х. Средства массовой информации в Федеративной Республике Германии Изд. Коллоквиума в научном издательстве Фолкнер Шпис ТОО. Риден 1995.
8. Мониторинг освещения в СМИ президентских выборов 2000 г. в России.

9. Национальный институт социально-психологических исследований, Internews, Russian Public Relations Group//Средства массовой информации России. Аудитория и реклама. М., 2000.

10. Раскин А. В. Телевидение и выборы президента России // Средства массовой информации постсоветской России (под ред. Засурского Я. Н.). Аспект-Пресс, М., 2002.

11. Родин И. Кремлю нужны настоящие партии // Независимая газета. 2000. 08.08.

12. Элиаде Мирча. Миф о вечном возвращении. СПб., 1998.

**G. A. Amkuab**

Sukhum, Abkhazia

#### “ESCAPE FROM REALITY” MECHANISM IN THE MEDIA POLICY OF RUSSIA

**ABSTRACT.** *The article makes an intriguing attempt to elucidate the mechanism of the phenomenon of “escape from reality” in the processes of functioning of the media political system of Russia, using the concept of media “symbolic space”. As an example of how in the framework of such a “symbolic space” similar processes of “escape from reality” are generated, the author examines the creation of the myth about the possibility of revival of “Russia that we have lost” in the system, which had appeared on her “fragments”, by means and methods of this system functioning. The following questions are discussed in this context: How could it happen that in a country conducting democratic reforms the mechanism of the well-known “Spiral of Silence” was launched, and why all opposition media events take place on the Internet only? The article provides arguments in favor of the fact that the presidential elections of 2000 in Russia were a great escape from reality, which turned out to be a dizzying “flight from freedom”. If, after Jan Zaslavsky, we compare the latter with the movement “up the stairs, leading down”, it becomes clear in what kind of paradigm the modern Russian journalism is evolving.*

**KEYWORDS:** “escape from reality”; media policy; pseudo-events; “symbolic space”; political platform; symbolic field of media; symbolic reality of Russia; image-maker; political discussion.

**ABOUT THE AUTHOR:** Amkuab (Mikvabia) Guram Artemovich, Candidate of History, Associate Professor, Head of Department of Journalism, Faculty of Philology, Abkhaz State University, Sukhum, Abkhazia.

#### LITERATURE

1. Borogan I., Krutikov E. Mera presecheniya // Izvestiya. 2000. 15 iyunya.

2. Vartanova E. L. Severnaya model' v kontse stoletiya. Pechat', TV i radio stran Severnoy Evropy mezhdru gosudarstvennym i rynochnym regulirovaniem. — М., 1998.

3. Guseynov E., Lysenko B. Neizvestnyy Putin. Izvestiya. 2000. 10 yanv.

4. Zaslavskiy I. I. SMI i vlast'. Rossiya devyanostykh // Sredstva massovoy informatsii postsovetskoy Rossii / pod red. Ya. N. Zaslavskogo ). — М. : Aspekt-Press, 2002.

5. Zaslavskiy Ya. N. Zhurnalistsika i obshchestvo: balansiruya mezhdru gosudarstvom, biznesom i obshchestvennoy sferoy. // Sredstva massovoy informatsii postsovetskoy Rossii (pod red. Zaslavskogo Ya. N. ). Aspekt-Press, М., 2002.

6. Kagarlitskiy B. Restavratsiya v Rossii. М, 2000.

7. Mayn Kh. Sredstva massovoy informatsii v Federativnoy Respublike Germanii Izd. Kollokviuma v nauchnom izdatel'stve Folkner Shpis TOO. Riden 1995.

8. Monitoring osveshcheniya v SMI prezidentskikh vyborov 2000 g. v Rossii.

13. Belin Laura. The media and the elections of 1999 and 2000 in Russia//Доклад, распространенный на VI Всемирном Конгрессе ICCEES в Тампере, Финляндия. 2000. Август.

14. Global Media Culture // McQuail. D. Mass Communication Theory. SAGB Publishers, 1994.

15. Raskin A. The Russian Presidential Election Campaign-2000 and the National Television — доклад на VI Всемирном конгрессе ICCEES в Тампере, Финляндия 2000, Август.

9. Natsional'nyy institut sotsial'no-psikhologicheskikh issledovaniy, Internews, Russian Public Relations Group//Sredstva massovoy informatsii Rossii. Auditoriya i reklama. М., 2000.

10. Раскин А. В. Телевидение и выборы президента России // Средства массовой информации постсоветской России (под ред. Засурского Я. Н. ). Аспект-Пресс, М., 2002.

11. Родин И. Кремлю нужны настоящие партии // Независимая газета. 2000. 08.08.

12. Элиаде Мирча. Миф о вечном возвращении. СПб., 1998.

13. Belin Laura. The media and the elections of 1999 and 2000 in Russia//Doklad, rasprostranenny na VI Vsemirnom Kongresse ICCEES v Tampere, Finlyandiya. 2000. Avgust.

14. Global Media Culture // McQuail. D. Mass Communication Theory. SAGB Publishers, 1994.

15. Raskin A. The Russian Presidential Election Campaign-2000 and the National Television — doklad na VI Vsemirnom kongresse ICCEES v Tampere, Finlyandiya 2000, Avgust.

**Статью рекомендует к публикации канд. филол. наук, доц. М. Б. Ворошилова.**

**М. Я. Блох**  
Москва, Россия

**Е. Ю. Алёшина**  
Пенза, Россия

### ДИСКУРСИВНОЕ ВЫРАЖЕНИЕ СТРАТЕГИИ УСТРАШЕНИЯ В ПОЛИТИЧЕСКОМ ТЕКСТЕ КОНФЛИКТНОЙ СИТУАЦИИ (НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА)

**АННОТАЦИЯ.** Статья посвящена изучению коммуникации развивающегося конфликта. Актуальность исследования обусловлена необходимостью изучения самого конфликта как характерной черты современной геополитической обстановки, а также вербальной составляющей политического конфликта. Целью исследования является описание особенностей дискурсивного выражения одной из стратегий информационно-психологической войны — стратегии устрашения на примере конфликта, связанного с деятельностью террористической организации «Исламское государство». Материалом исследования послужил англоязычный текст публичного выступления президента США Б. Обамы «Statement by the President on ISIL» от 10 сентября 2014 г. Методологическую основу исследования составила диктемная теория, позволяющая описать информационно-коммуникативные характеристики текста конфликтной ситуации. В статье отмечены значимые аспекты изучения коммуникации конфликта, приведены речевые акты агональности, в которых получает выражение прагматика конфликта. В свою очередь, речевые акты, отражающие соответствующие коммуникативные действия, рассмотрены как средство выражения стратегий информационно-психологической войны на примере стратегии устрашения. По итогам исследования на материале публичной речи конфликтной ситуации описаны особенности дискурсивного выражения стратегии устрашения посредством рассмотрения речевых актов, реализуемых в диктемах текста. Определены преобладающие в диктемах типы информации.

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:** политический конфликт; диктема; информация; речевой акт; коммуникативное действие; разоблачение; предостережение; обвинение; угроза.

**СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ:** Блох Марк Яковлевич, доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой грамматики английского языка, Московский педагогический государственный университет; 119991, Москва, пр-т Вернадского, д. 88; e-mail: fil@mpgu.edu.

**СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ:** Алёшина Екатерина Юрьевна, кандидат исторических наук, доцент, заведующий кафедрой «Иностранные языки и методика преподавания иностранных языков», Педагогический институт им. В. Г. Беллинского Пензенского государственного университета; г. Пенза, ул. Лермонтова, 37, корп.11, к. 489а; e-mail: alcatherine@yandex.ru.

Политический конфликт, являясь необходимым признаком функционирования любого сообщества и политической системы, остается неотъемлемой характеристикой постглобализационной эпохи. Конфликт определяется нами как противодействие интересов сторон, находящее выражение в некоторых действиях, направленных сторонами друг против друга. Конфликт проходит в своем разворачивании несколько этапов, начиная с этапа формирования конфликтной ситуации с последующим ее развитием и разрешением [Козырев 2008: 257]. Каждая стадия имеет свои особенности выражения в различных действиях (речевых, общественных, политических, военных). Изучение конфликтной коммуникации, связанное с необходимостью исследования современного международного конфликта как общественно-политического и социального явления, может способствовать выработке механизмов его урегулирования.

Вербальные характеристики конфликта изучаются представителями критического

дискурс-анализа, направленного на изучение дискурса как средства формирования доминирования и неравенства [Wodak, Meuser 2009] (Т. ван Дейк, Н. Фэрклау, Р. Водак и др.). Различные аспекты и проблемы политического дискурса, в том числе конфликтного дискурса, разрабатываются отечественными исследователями (В. И. Карасик, Е. И. Шейгал, Г. Г. Почепцов, В. Е. Чернянская и др.).

Наше исследование основано на диктемной теории. Диктема [Блох 2000] как единица тематизации текста обеспечивает формирование речевой последовательности и выражает аспекты речи (номинацию, предикацию, тематизацию, стилизацию), определяющие значимые текстовые характеристики. Именно в процессе диктемного разворачивания раскрывается информационная структура текста.

Стадия развития конфликта, его эскалация представляет наибольший интерес с позиции исследователя конфликтной коммуникации, так как именно на этом этапе ярко

проявляется противостояние сторон, выраженное в речевых действиях. Термин «информационная (информационно-психологическая) война» получил широкое распространение в дискурсе СМИ и политики. Мы определяем информационно-психологическую войну как враждебные действия сторон конфликта друг против друга информационными средствами, подавляющими психику противника и ведущими к его моральному поражению.

Изучение конфликта на стадии развития делает возможным его рассмотрение как этапа информационно-психологической войны. Стадия эскалации конфликта предполагает конфронтацию сторон, следующих стратегии напористости и тактике противостояния. Более того, мы считаем возможным рассматривать коммуникативное выражение конфликтного противостояния в терминах военных стратегий. Военные стратегии, разработанные в Древнем Китае и Древней Греции, представляют пути, планы по достижению целей. До наших дней дошли тридцать шесть китайских стратегий — военных хитростей, часто получающих интерпретацию в современной научно-популярной литературе [Воеводин 2000; Грин 2008]. На основе классификации Р. Грина выделим стратегии, наиболее часто, на наш взгляд, используемые на этапе эскалации конфликта (в ходе информационно-психологической войны):

- стратегия морали («Обрати свою войну в крестовый поход»);
- стратегия контратаки («Бей противника его же оружием»);
- стратегия устрашения («Напусти на себя грозный вид»);
- стратегия блицкрига («Ошеломли противника быстротой и внезапностью»);
- стратегия центра тяжести («Бей по болевым точкам»);
- стратегия искаженного восприятия («Перемешай факты и вымысел»);
- стратегия объединения («Делай вид, что трудишься на благо других»).

Информационно-психологическое противостояние находит яркое отражение в коммуникации. Выражением противостояния выступает коммуникативное действие, определяемое Ю. Хабермасом как интеракция, в которой участники согласуют и координируют планы своих действий, при этом достигнутое согласие измеряется intersubjectивным признанием притязаний на значимость [Хабермас 2001: 91]. Притязания на истинность и значимость возникают соответственно, ссылаются ли участники коммуникации на объективное положение дел, на социаль-

ные нормы или на собственное чувство, например, справедливости. Ю. Хабермас отличает коммуникативные рационально мотивированные действия от стратегических, в которых «один участник интеракции оказывает эмпирическое влияние на другого» (угрожая другому санкциями или же обещая вознаграждение) [Марков 2001].

Коммуникативное действие реализуется в речевых актах, в которых сплавлены культура как система интеллектуальных ценностей и язык как система вербальных инструментов создания этих ценностей. Дж. Остин, определивший речевые акты, утверждал, что они реализуются в предложениях [Austin 1962]. Непосредственной текстовой единицей, представляющей речевой акт, служит не предложение, а диктема — элементарная тематическая (топикальная) единица речи. Общение как информационное взаимодействие осуществляется в виде обмена высказываниями — диктемами [Блох 2013в: 6]. В нашем исследовании мы исходим из определения дискурса как тематически определенного текста, задуманного и трактуемого как целый и завершённый, но рассмотренного в ситуации общения, в которой он развивается [Блох 2013а: 9]. Текст есть тематически организованная речь — письменная или устная, законченная или незаконченная, жанрово маркированная или не маркированная [Блох 2013б: 5].

На дискурсивном уровне прагматика конфликта получает выражение в речевых актах агональности, реализуемых в диктемах текста конфликтной ситуации. Семиотическая триада «ориентация — интеграция — агональность» была положена Е. И. Шейгал в основу исследования и описания политического дискурса [Шейгал 2000]. К речевым актам агональности относятся поведенческие регулятивы (призывы и требования в политической полемике). Особо отмечены средства вербальной агрессии (экспрессивные волитивы с семантикой «изгнания», категоричные требования и призывы, вердикты, угрозы). Кроме того, мы выделяем следующие виды высказываний с выражением агрессии: призыв/требование, критика/разоблачение, упрек/обвинение/ вердикт, осмеяние (ирония/сарказм), предостережение/угроза (скрытая, явная).

Речевые акты агональности, являющиеся выражением соответствующих коммуникативных действий, могут быть рассмотрены как средство выражения стратегий информационно-психологической войны. Проиллюстрируем данное утверждение на примере стратегии устрашения, реализуемой в тексте публичного выступления президента

США Б. Обамы «Заявление Президента США по группировке „Исламское государство Ирака и Леванта“» от 10 сентября 2014 г. С 2013 г. эта группировка вступила в борьбу против режима Башара Асада в Сирии. Летом 2014 г. «Исламское государство» значительно активизировалась, осуществив наступление на северные и западные районы Ирака и в Сирии, а также объявив о создании собственного государства.

Приведем диктемы, которые мы назвали по основным речевым актам, реализующим стратегию устрашения.

- Диктема-разоблачение: *Now let's make two things clear: ISIL is not "Islamic." No religion condones the killing of innocents. And the vast majority of ISIL's victims have been Muslim. And ISIL is certainly not a state. It was formerly al Qaeda's affiliate in Iraq, and has taken advantage of sectarian strife and Syria's civil war to gain territory on both sides of the Iraq-Syrian border. It is recognized by no government, nor by the people it subjugates. ISIL is a terrorist organization, pure and simple. And it has no vision other than the slaughter of all who stand in its way.* / Давайте проясним две вещи: ИГ не является „исламским“, потому что ни одна религия не оправдывает убийство невинных. При этом большинство жертв ИГ являются мусульманами. Конечно же, ИГ не является „государством“. Раньше это было отделение Аль-Каиды в Ираке, которое воспользовалось межрелигиозной борьбой и гражданской войной в Сирии для завладения территориями по обеим сторонам сирийско-иракской границы. Его не признает ни одно правительство, его не признает народ, поработаемый им. Скажем предельно ясно: ИГ — это не государство, а террористическая организация, у которой нет других целей, кроме как убивать всех, кто встает на их пути.

В приведенной диктеме речевое действие разоблачения осуществляется при помощи фактуальной информации, актуализируемой в четких емких высказываниях (*ISIL is not "Islamic"... And ISIL is certainly not a state... It is recognized by no government, nor by the people it subjugates*). Оценочная и импрессионная информация делает фактуальные высказывания более убедительными (*ISIL is a terrorist organization, pure and simple. And it has no vision other than the slaughter of all who stand in its way*).

- Диктема-обвинение: *In a region that has known so much bloodshed, these terrorists are unique in their brutality. They execute captured prisoners. They kill children. They enslave, rape, and force women into marriage. They threatened a religious minority with genocide.*

*And in acts of barbarism, they took the lives of two American journalists — Jim Foley and Steven Sotloff. / В регионе, который видел много крови, эти террористы отличаются особой жестокостью. Они казнят пленных. Они убивают детей. Они захватывают в рабство, насилуют и принуждают женщин к замужеству. Они угрожают геноцидом религиозному меньшинству. Они варварски убили двух американских журналистов — Джима Фоули и Стивена Сотлоффа.*

Диктема-обвинение, подобно диктеме-разоблачению, отличается преобладанием фактуальной информации. Приводимые говорящим факты сопровождаются актуализацией импрессионной информации посредством синтаксического параллелизма (*They execute captured prisoners. They kill children. They enslave, rape, and force women into marriage. They threatened a religious minority with genocide*), а также оценочной информацией (*And in acts of barbarism, they took the lives of two American journalists — Jim Foley and Steven Sotloff*).

- Диктема-предостережение: *So ISIL poses a threat to the people of Iraq and Syria, and the broader Middle East — including American citizens, personnel and facilities. If left unchecked, these terrorists could pose a growing threat beyond that region, including to the United States. While we have not yet detected specific plotting against our homeland, ISIL leaders have threatened America and our allies. Our Intelligence Community believes that thousands of foreigners — including Europeans and some Americans — have joined them in Syria and Iraq. Trained and battle-hardened, these fighters could try to return to their home countries and carry out deadly attacks. / Поэтому ИГ представляет угрозу для народов Ирака и Сирии, а также всего Ближнего Востока, в том числе для американских граждан, персонала и объектов. Если этих террористов не остановить, они могут представлять растущую угрозу и за пределами данного региона, в том числе в США. Хотя мы еще не обнаружили заговора, направленного против нашей страны, лидеры ИГ уже угрожали Америке и нашим союзникам. Наше разведывательное сообщество считает, что тысячи иностранцев, в том числе европейцев и американцев, присоединились к террористам в Сирии и Ираке. Обученные и закаленные в боях, эти бойцы могут вернуться в свои страны для проведения терактов.*

Данная диктема-предостережение характеризуется актуализацией преимущественно интеллективной информации, отражающей рассуждения говорящего (*If left un-*

checked, these terrorists could pose a growing threat beyond that region, including to the United States. While we have not yet detected specific plotting against our homeland, ISIL leaders have threatened America and our allies).

• Диктема-угроза: *Our objective is clear: We will degrade, and ultimately destroy, ISIL through a comprehensive and sustained counterterrorism strategy. / Наша цель ясна: мы ослабим и в конечном итоге уничтожим ИГ с помощью всеобъемлющей и последовательной контртеррористической стратегии.*

*First, we will conduct a systematic campaign of airstrikes against these terrorists. Working with the Iraqi government, we will expand our efforts beyond protecting our own people and humanitarian missions, so that we're hitting ISIL targets as Iraqi forces go on offense. Moreover, I have made it clear that we will hunt down terrorists who threaten our country, wherever they are. That means I will not hesitate to take action against ISIL in Syria, as well as Iraq. This is a core principle of my presidency: If you threaten America, you will find no safe haven. / Первое: мы проведем систематическую кампанию авиаударов по террористам. Сотрудничая с иракским правительством, мы расширим наши усилия, не только защищая своих сограждан и гуманитарные миссии, нанося удары по „Исламскому государству“, в то время как иракские силы перейдут в наступление. Более того, я ясно сказал, что мы будем охотиться за террористами, угрожающими нашей стране, где бы они ни находились. Это значит, что я не остановлюсь перед нанесением ударов по „Исламскому государству“ в Сирии — так же, как и в Ираке. Это мой ключевой принцип: если вы угрожаете Америке, вы не найдете убежища нигде.*

В приведенных диктемах угроза выражена главным образом в предложениях в простом будущем времени (*We will conduct a systematic campaign of airstrikes against these terrorists... we will expand our efforts beyond protecting our own people and humanitarian missions...*), а также в предложении условного типа (*If you threaten America, you will find no safe haven*). Основную нагрузку в данном случае несет интеллективная информация.

Рассмотрев приведенные материалы, можно сделать вывод, что стратегия устрашения как одна из стратегий информационной войны (этапа эскалации политического конфликта) находит дискурсивное выражение в политическом тексте посредством ре-

чевых действий разоблачения, предостережения, обвинения, угрозы. Речевые действия находят выражение в соответствующих речевых актах, которые, в свою очередь, реализуются в диктемах политического текста конфликтной ситуации. Особенностью данных диктем является косвенная направленность речевых действий разоблачения, обвинения, предупреждения и угрозы в адрес «Исламского государства», поскольку текст выступления обращен к гражданам США. Стратегия устрашения находится в тесной связи с другими стратегиями, которые можно обнаружить в рассматриваемом тексте, например, со стратегией морали или стратегией блицкрига. Каждая из этих стратегий имеет свои особенности дискурсивного выражения и может стать предметом как лингвистического, так и междисциплинарного исследования.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Блох М. Я. Диктема в уровневой структуре языка // Вопросы языкознания. 2000. № 4. С. 56—67.
2. Блох М. Я. Дискурс и системное языкознание // Язык. Культура. Речевое общение. 2013а. №1. С. 5—10.
3. Блох М. Я. Текст в динамике становления и его семь жизней // Язык. Культура. Речевое общение. 2013б. № 3. С. 5—8.
4. Блох М. Я. Язык, культура и проблема регуляции речевого общения // Язык. Культура. Речевое общение. 2013в. № 2. С. 5—9.
5. Воеводин А. И. Стратегемы — стратегии войны, манипуляции, обмана. — Красноярск : Кларетианум, 2000.
6. Грин Р. 33 стратегии войны. — М.: Рипол-классик, 2008.
7. Заявление президента по ИГ // White House. URL: <http://russian.moscow.usembassy.gov/obama-isil-09102014.html> (дата обращения: 03.11.2014).
8. Козырев Г. И. Политическая конфликтология : учеб. пособие. — М.: Форум : Инфра-М, 2008.
9. Марков Б. В. Мораль и разум // Моральное сознание и коммуникативное действие / Ю. Хабермас. — СПб.: Наука, 2001.
10. Террористическая организация «Исламское государство». Досье // ТАСС. Информационное агентство в России. URL: <http://tass.ru/info/1264570> (дата обращения: 22.03.2015).
11. Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие. — СПб.: Наука, 2001.
12. Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса : дис. ... д-ра филол. наук. — Волгоград, 2000.
13. Austin J. L. How to Do Things with Words. — London, 1962.
14. Methods for Critical Discourse Analysis / ed. by Ruth Wodak, Michael Meyer. — London : Sage (2nd rev. ed.), 2009.
15. Statement by the President on ISIL // White House. URL: <http://www.whitehouse.gov/the-press-office/2014/09/10/statement-president-isil-1> (дата обращения: 03.11.2014).

**M. Y. Blokh**  
Moscow, Russia

**E. Y. Aleshina**  
Penza, Russia

#### DISCURSIVE EXPRESSION OF THE STRATEGY OF INTIMIDATION IN A POLITICAL TEXT OF A CONFLICT SITUATION (BASED ON THE ENGLISH LANGUAGE)

**ABSTRACT.** *The paper deals with the communication of the developing conflict. The relevance of the study is determined by the demand for researching into the conflict as a feature of the current geopolitical situation as well as into the verbal constituent of the political conflict. The study is aimed at describing the aspects of discursive expression of an information and psychological war strategy — the strategy of intimidation as exemplified by the conflict related to the activities of the terrorist organization «ISIL». The study is based on the English language text of the public speech by the US President B. Obama «Statement by the President on ISIL» dated September 10, 2014. The methodological framework of the study is the dicteme theory that enables us to describe the information and communicative characteristics of the text of a conflict situation. The paper highlights some significant aspects of conflict communication study and the speech acts of agonality expressing the pragmatics of conflict. In their turn, the speech acts reflecting the corresponding communicative actions are considered as means of expressing the strategies of information and psychological war, as illustrated by the strategy of intimidation. Following the results of the study based on the public speech of a conflict situation the paper describes special aspects of discursive expression of intimidation strategy through considering the speech acts realized in the dictemes of the text.*

**KEYWORDS:** *political conflict; dicteme; information; speech act; communicative action; exposure; warning; accusation; threat.*

**ABOUT THE AUTHOR:** *Blokh Mark Yakovlevich, Doctor of Philology, Professor, Head of Department of English Grammar, Moscow Pedagogical State University, Moscow, Russia.*

**ABOUT THE AUTHOR:** *Aleshina Ekaterina Yurievna, Candidate of History, Associate Professor, Head of Department of Foreign Languages and Foreign Language Teaching Methods, V. G. Belinsky Pedagogical Institute, Penza State University, Penza, Russia.*

#### LITERATURE

1. Blokh M. Ya. Diktima v urovnevoy strukture yazyka // *Voprosy yazykoznanija*. 2000. № 4. С. 56—67.
2. Blokh M. Ya. Diskurs i sistemnoe yazykoznanie // *Yazyk. Kul'tura. Rechevoe obshchenie*. 2013a. №1. S. 5—10.
3. Blokh M. Ya. Tekst v dinamike stanovleniya i ego sem' zhizney // *Yazyk. Kul'tura. Rechevoe obshchenie*. 2013b. № 3. S. 5—8.
4. Blokh M. Ya. Yazyk, kul'tura i problema regulyatsii rechevogo obshcheniya // *Yazyk. Kul'tura. Rechevoe obshchenie*. 2013v. № 2. S. 5—9.
5. Voevodin A. I. *Stratagemy — strategii voyny, manipulyatsii, obmana*. — Krasnoyarsk : Klaretianum, 2000.
6. Grin R. *33 strategii voyny*. — M. : Ripol-klassik, 2008.
7. Zayavlenie prezidenta po IG // White House. URL: <http://russian.moscow.usembassy.gov/obama-isil-09102014.html> (data obrashcheniya: 03.11.2014).
8. Kozyrev G. I. *Politicheskaya konfliktologiya : ucheb. posobie*. — M. : Forum : Infra-M, 2008.
9. Markov B. V. Moral' i razum // *Moral'noe soznanie i kommunikativnoe deystvie* / Yu. Khabermas. — SPb. : Nauka, 2001.
10. Terroristicheskaya organizatsiya «Islamskoe gosudarstvo». Dos'e // TASS. Informatsionnoe agentstvo v Rossii. URL: <http://tass.ru/info/1264570> (data obrashcheniya: 22.03.2015).
11. Khabermas Yu. *Moral'noe soznanie i kommunikativnoe deystvie*. — SPb. : Nauka, 2001.
12. Sheygal E. I. *Semiotika politicheskogo diskursa : dis. ... d-ra filol. nauk*. — Volgograd, 2000.
13. Austin J. L. *How to Do Things with Words*. — London, 1962.
14. *Methods for Critical Discourse Analysis* / ed. by Ruth Wodak, Michael Meyer. — London : Sage (2nd rev. ed.), 2009.
15. Statement by the President on ISIL // White House. URL: <http://www.whitehouse.gov/the-press-office/2014/09/10/statement-president-isil-1> (data obrashcheniya: 03.11.2014).

**Статью рекомендует к публикации канд. филол. наук, доц. М. Б. Ворошилова.**

Т. С. Вершинина, М. Ю. Илюшкина  
Екатеринбург, Россия

### ВЛИЯНИЕ МЕДИЙНОГО ДИСКУРСА НА ФОРМИРОВАНИЕ КОЛЛЕКТИВНОЙ МОДЕЛИ ПАТРИОТИЧЕСКОГО НАСТРОЯ

**АННОТАЦИЯ.** В статье на примере российского и американского военного медиадискурса рубежа XX—XXI вв. рассматриваются основные представления о военно-патриотической модели поведения в условиях военных действий. Цель статьи заключается в выявлении подходов к формированию военно-патриотической модели, выраженной речевыми и визуальными средствами военного медиадискурса. Сопоставление речи и поведения в военных действиях персонажей американского и российского медийного дискурса, посвященного «длительным» войнам второй половины XX в., включенного в социокультурный контекст разных периодов создания элементов данного дискурса, позволяет дать психолого-лингвистическое обоснование структуры и восприятия таких моделей и описать их роль в формировании отношения к событиям и героям описываемых действий и моделей поведения адресата (индивида). Результаты исследования демонстрируют эффективность подходов, позволяющих художественными средствами дискурса на основе выверенного отбора языковых средств воздействовать на представления адресата о роли личности в войне, ее типической этнокультурной структуре, формах проявления патриотизма; выявленные в ходе исследования подходы, основанные на методах исторического, сравнительно-сопоставительного, интертекстуального и трансформационного анализа, могут быть применены не только в лингвистических, политических или социологических исследованиях, но также в качестве шаблонов для создания стимульного материала в работе практических психологов, в тренингах при подготовке специалистов экстремальных профессий, могут быть полезны, при критическом осмыслении, специалистам, работающим в сфере воспитания молодежи. Описанные в статье военно-патриотические модели сохраняют актуальность, а выявленные аспекты их формирования и функционирования объясняют особенности такого рода методов речевого и визуализированного воздействия на адресата в контексте его государственной идентичности.

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:** медийный дискурс; патриотизм; военно-патриотическая модель; русский язык; восприятие; символ; исторический анализ; сравнительно-сопоставительный анализ; интертекстуальный анализ; трансформационный анализ.

**СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ:** Вершинина Татьяна Станиславовна, кандидат филологических наук, доцент кафедры лингвистики и профессиональной коммуникации на иностранных языках, Институт социальных и политических наук, Уральский федеральный университет; 620083, г. Екатеринбург, пр-т Ленина, 53; e-mail: wtatiana@mail.ru.

**СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ:** Илюшкина Мария Юрьевна, кандидат филологических наук, доцент кафедры лингвистики и профессиональной коммуникации на иностранных языках, Институт социальных и политических наук, Уральский федеральный университет; 620083, г. Екатеринбург, пр-т Ленина, 53; e-mail: ilyushkina\_maria@mail.ru.

В юбилейный год победы во Второй мировой войне мы наблюдаем новый подъем сил, чьи цели направлены на возрождение националистических идей. Мир раскололся на тех, кто всеми силами пытается сохранить память о жестокости войны, жертвах, принесенных во имя спасения человечества от коричневой чумы, и тех, кто стремится представить захватнические, человеконенавистнические намерения националистов как освободительное движение от советских идеалов, подменяя тем самым саму суть борьбы народов в годы Второй мировой войны. Так, например, в Германии люди, пережившие войну, восстанавливают в некоторых городах памятники советским героям, погибшим за их освобождение, и в то же время в других городах Германии и даже на территории бывшего Советского Союза можно наблюдать стремление возвеличить «подвиги» тех, кто стрелял в спины борцам за освобождение Европы от гитлеризма. В такие периоды особенно остро встает вопрос выбора форм и способов формирова-

ния военно-патриотической модели, обеспечивающей такое понимание минувших и текущих событий истории, при котором невозможно возрождение направленной на разжигание новых войн политики.

Социокультурные условия диктуют обращение к памяти, определяют формы и способы создания установок, способствующих пониманию отрицательных последствий любых войн. В основе таких установок должна лежать не только героизация поведения участников военных действий, но и разъяснение, истолкование жестокости, губительности войны. Например, в общественном сознании XIX в. и во время Первой мировой войны, названной современниками «Великой», «Священной» и даже «Второй Отечественной», слово «герой» распространено, как правило, в значении «герой на поле брани». Это офицеры и солдаты, отдававшие жизни за веру, царя и Отечество, преданные идеалам служения и верности Родине, для кого понятие чести вообще и офицерской не было пустым звуком, являв-

шиеся образцами патриотизма. Мы и сегодня говорим об их патриотизме, подвигах, ставших символами преданности России, не обращая внимания на политическую грань между «белыми» и «красными» (Кузьма Крючков, И. В. Мельников, П. Н. Нестеров, А. Н. Бахтин, П. Н. Врангель и др.).

К началу Второй мировой войны, пришедшей в нашу страну в июне 1941 г. и ставшей Великой Отечественной войной для советских граждан, государственная пропаганда еще не обладала достаточным набором примеров военно-патриотического поведения еще и потому, что отказалась от упоминания имен участников Первой мировой войны. В первые месяцы войны были заложены основы дискурса, направленного на воздействие, когда использовались различные художественные средства, в том числе кинофильмы. Все средства воздействия, использовавшиеся во время войны, базировавшиеся на довоенном дискурсе гордости за новое государство, объединяли людей в борьбе против захватчиков, угрожавших свободе, стране, их будущему.

Технология нарративов, разработанная в годы Великой Отечественной войны, получила впоследствии широкое распространение и имела далеко идущие последствия. Модели военно-патриотического поведения (вопрос о формировании модели патриотического поведения в военном дискурсе обсуждался в одной из наших работ [Вершинина, Илюшкина 2015]), внедренные в сознание нескольких поколений советских граждан, систематически повторяемые уже и после войны, повлияли на действия военнослужащих, стоившие неоправданных потерь личного состава в локальных войнах (Венгрия, Чехословакия, Афганистан) и боевых операциях на территории страны (Чечня), что можно рассматривать и как действие механизма психологической защиты, позволяющего избежать состояния паники, отчаяния, страха, горя, вины, бессонницы, справиться с физическим напряжением и беспокойством, тягостными воспоминаниями и зрелищами разрушения и смерти. Такая трактовка характерна для исследований военных психологов.

Сравнивая военный дискурс времен Второй мировой войны, когда провозглашался ее «священный» характер, и современные подходы к изложению событий тех лет, можно заметить двоякое отношение к смыслу военных действий на территории стран, долгое время участвовавших в военных действиях. В качестве примера можно привести Вьетнам, который рассматривают в качестве символа национального позора

США: многие ветераны вьетнамской войны уверены в том, что началась она с благими намерениями, поскольку американская администрация объясняла политическую необходимость этой войны опасением перед коммунистическим контролем над странами Юго-Восточной Азии. Вьетнамская война имела для США непредсказуемые последствия, в то время как ветераны Второй мировой войны гордились своими военными подвигами, пользовались уважением со стороны сограждан. В результате более 500 тыс. человек, воевавших во Вьетнаме, погибли в мирное время вследствие самоубийств, психических расстройств, употребления наркотиков и т. д. Не проиграв ни одного сражения, США проиграли войну.

Истории войн неоднократно переписывались (с сожалением можно констатировать, что это же коснулось и Великой Отечественной войны). О вьетнамской войне снимались разные фильмы, сначала обвиняющие американскую администрацию, позднее — пытавшиеся показать ее в патриотическом ключе. Ветераны вьетнамской войны стараются не вспоминать ни о войне, ни о своих подвигах: у них сформировался «вьетнамский синдром».

В российском медиадискурсе с этой точки зрения представляет интерес война в Афганистане: несмотря на оправдание «интернациональным» долгом (термин периода Афганской войны), «афганский синдром» испытывают российские ветераны войны, начавшейся со взятия дворца Амина — попытки СССР сделать вторую Монголию: *«Из Афгана придешь, что делать будешь? — Пить буду. — Ну, это понятно. Неделю попьешь, а потом? — Опять пить буду. — А дальше? — И дальше пить буду. Пока не забуду все это. Потом встану, рожу умю и по-новому жить начну, если получится».*

С декабря 1979 г. по февраль 1989 г. Советская армия воевала с повстанцами на стороне просоветского режима. Считается, что война в Афганистане была способом замедлить развитие кризиса социализма. В воспоминаниях участников взятия дворца Амина говорится, что они штурмовали его с криками *«За Родину! За Сталина!»*. Поколение бойцов-афганцев воспитано в основном на символах, созданных в годы Великой Отечественной войны, отточенных советской послевоенной пропагандой. Они, как и их родители, попав под влияние объединенных в единое целое различных планов реальности, также не могли интерпретировать смысловые перспективы символов, использовавшихся советской системой идеологиче-

ского моделирования всех сфер жизни граждан Советского Союза, в том числе создания патриотической модели военного дискурса при исполнении интернационального долга. Советские войска вошли в Афганистан, свято веря в свою миссию.

Смена политической парадигмы неизбежно приводит к новому содержательному наполнению денотата лексемы «патриотизм». Характерной чертой, повлиявшей на трансформации во времени содержания медийного дискурса о вьетнамской войне и войне в Афганистане, является то, что он создавался после их окончания. В Америке в первом фильме о войне во Вьетнаме, «Зеленые береты» (1968), была предпринята попытка реалистично рассказать об американском спецназе во Вьетнаме. Позднее стали сниматься фильмы, посвященные проблеме патриотизма, в них ставилась задача оценки действий военнослужащих США: или осуждения, или попытки оправдания («Охотник на оленей», 1978; «Цельно-металлическая оболочка», 1987). Смена президентской, политических векторов в стране и, как следствие, системы общественных ценностей, увеличение временного отрыва от событий вьетнамской войны привели к необходимости создания нарратива о воевавших, погибших, вернувшихся с этой войны гражданах США. У американцев сформировалось разное отношение к войне, и чем больше проходило времени с даты ее окончания, тем меньше ветеранам этой войны хотелось вспоминать ее. В фильмах «Зеленые береты», «Охотник на оленей», «Отвага», «Рэмбо», «Апокалипсис сегодня» и других предпринята попытка показать, через что прошли мобилизованные на эту войну простые американские ребята («Война — это ад»). Режиссеры, используя в качестве фона войну, пытались проникнуть в глубину психики человека, художественными средствами показали, что лишь немногие сохраняли человеческие качества в тех условиях. К 1989 г. в кинематографе появляется образ ветерана, превратившегося в психопата, алкоголика («Рожденный четвертого июля», 1989), но не сдавшегося и присоединившегося к пацифистам. Позднее тема войны и сражавшихся солдат в американском кинематографе серьезно не поднималась, и отношение к ветеранам вьетнамской войны трансформировалось в почет и уважение. «Форрест Гамп» (1994) — один из последних фильмов о Вьетнаме; его главный герой, вероятно, является воплощением современной американской военно-патриотической модели участника вьетнамской войны, пережившей трансформацию во времени, ка-

ким он должен запомниться: не похожий на тех, кто воевал и погибал рядом с ним, не испытывающий тяги к наркотикам, алкоголю, не склонный к суициду, как многие ветераны: «Если в тебя будут стрелять, не геройствуй, а просто беги»; «Однажды начался дождь и не прекращался четыре месяца. За это время мы узнали все виды дождя: прямой дождь, косой дождь, горизонтальный дождь и даже дождь, который идет снизу вверх»; «Больше всего во Вьетнаме мне понравилось то, что там всегда было куда идти». Американский военный кинодискурс, обращаясь к событиям в Афганистане, создает в соответствии со своими традициями героя-одиночку («Рэмбо-3», 1988), который благороден, непобедим, что отражено в репликах героев фильма: «Вы солдат? — Нет. — Наёмник? — Нет. — Не солдат, не наёмник... А кто? Турист?»; «Судя по вашему внешнему виду, у вас совсем нет боевого опыта. Верно? Я угадал? — Случалось чуть-чуть пострелять»; «Эта пещера ведет в Долину пяти львов. Один афганский царь должен был послать в бой пятьсот воинов, но он послал лишь пять-рых. И победил. Он сказал: „Лучше послать в бой пять тигров, чем пятьсот овец“. Что вы об этом думаете? — Что ему повезло». Путем наррации такой солдат становится символом, достойным национальной гордости. «Символ не есть только наименование какой-либо одной частности, он схватывает связь этой частности со множеством других, подчиняя эту связь закону, единому принципу...» [Андрианов 2007: 37]. Архетип героя входит в систему общественно значимых ценностей, ситуативные эмоции, насыщенный экспрессией символ подсказывают не столько определенные поступки, «причем даже когда они для него нежелательны» [Там же: 160], сколько формируют идентифицирующий образ представителя страны.

Российский медийный дискурс попытался осмыслить войну в Афганистане уже после распада СССР, при этом традиционный для российского военного дискурса подход реализуется в создании модели идеализированного военного, патриота, героя, в то же время появляются и современные оттенки. Российский медийный дискурс о войне пытается дать объяснение происходившему, и к этому подходит замечание М. М. Решетникова, касающееся поведения человека на войне в мирное время: «...наряду с реальным героизмом... относительно позитивной атрибутикой войны средневековые пытки и жестокость к пленным... вооруженный разбой и мародерство составляют неотъемлемую часть любой войны и относятся не к

единичным, а к характерным явлениям для любой из воюющих армий, как только она ступает на территорию (особенно — в случае иноязычного) противника» [Решетников 2014]. Образы воинов-интернационалистов и события получают неоднозначную трактовку, показаны человеческие качества воинов («Афганский излом», 1991) и провоцирующие солдат факторы («Груз-300», 1990; моджахеды, американский инструктор): «Эх, Толян, все мы — „груз-300“. Кто в голову, кто в душу... Весь Союз — „груз-300“». В российском медиадискурсе модель воина отличается от американской — героя-одиночки; как правило, она представлена групповым героико-патриотическим символом, напоминающим такого рода символы из кинодискурса о Великой Отечественной войне («Пешеварский вальс», 1994; «9 рота», 2005; «Грозовые ворота», 2006): «Кто такой советский десантник? — Советский десантник — это сила, краса и гордость Вооруженных сил! — Кто такой советский десантник? — Советский десантник — это образец и зависть для всех чмырей и штатских»; «Они что, обкуренные, раз так прут? — А мы тогда кто, раз так стоим? — А мы — русские, нам так положено!»; «На Грозовых воротах в строю остался я один. Продолжать оборону мне не с кем и нечем. Из оставшихся в живых 23 человека я отправил по известному вам маршруту — Почему ты не ушел? Почему ты не ушел вместе с ними? — Куда мне идти? Все мои зеленые пацаны остались здесь. Что мне говорить их матерям? Так что мое место теперь тут»; «Нет у меня никаких настроений! Потери есть, а настроений нет!».

Медийный дискурс 1990-х гг. закладывает военно-патриотическую модель, отличную от советской эпохи: стирается пафос, показана вся неприглядность, жестокость войны, явственно присутствует попытка осмыслить, «чем в реальности оборачивается война как способ решения проблем» («Афганская война», 2009, сериал). Позднее начавшийся в 1990-х гг. чеченский конфликт на территории России лег в основу российского кинодискурса о чеченской войне, несколько изменившего подходы к формированию модели поведения участников войны — на фоне переосмысления и самой войны. С одной стороны, в военно-патриотической модели по-прежнему сохраняется командный дух: несколько человек могут пожертвовать собой ради спасения одного раненого солдата («Живой», 2006), в то же время появляются герои-одиночки — непобедимые физически либо духовно («Марш-бросок», 2003; «Личный номер», 2004).

Анализ американского и российского медийного дискурса конца XX — начала XXI в., посвященного войне, еще раз показывает, что для формирования военно-патриотической модели важную роль играют традиции массовой культуры социума, в который будет встроен данный символ. Американская традиция продолжает символику самоактуализированного непобедимого героя-одиночки. В российской традиции герой наделен безоговорочным патриотизмом, любовью к Родине, независимо от перипетий «мирной жизни» («Получается, дорогой мой, большевики всё делали правильно. Одного только им не хватало. Самого главного. — Любви к народу! Он всегда был для них средством, а не целью. Целью для них была безраздельная власть»; «Полгода мучился, аж зуб крошился, а там пришел фашист — было чем заняться»; «...я без второго слова все понимаю»), что подтверждают и сериалы о Великой Отечественной войне и послевоенном периоде, когда восстанавливалась страна и велась борьба с остатками вражеских банд («Штрафбат», 2004; «Ликвидация», 2007; «Палач», 2014; «Родина», 2015 и др.), снятые уже в XXI в. При этом базовый образ модели узнаваем, лишен патетики: он — типичный россиянин, его личностные структуры не идеальны, его характер имеет достоинства (которые привлекают к нему окружающих, своего рода обаяние) и недостатки (которые можно и хочется простить), как правило, его личностная система ценностей соотносится с социально одобряемыми групповыми ценностями, равно как и ценности микрогруппы, членом которой он является.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Абдурахманов Р. А., Анцупов А. Я., Бархаев Б. П. [и др.]. Военная психология: методология, теория, практика : учеб.-метод. пособие. — М. : Военный университет, 2014. URL: <http://www.psyinst.ru/library.php> (дата обращения: 25.06.2014).
2. Андрианов М. С. Невербальная коммуникация: психология и право. — М. : Ин-т общегуманитарных исследований, 2007.
3. Антонян Ю. М. Особо опасный преступник. — М. : Проспект, 2001.
4. Асмолов А. Г. Культурно-историческая психология и конструирование миров. — М. : Изд-во «Ин-т практической психологии» ; Воронеж : НПО «МО-ДЭК», 2006.
5. Выготский Л. С. Психология искусства. — М. : Педагогика, 1978.
6. Вершинина Т. С., Илюшкина М. Ю. Формирование модели патриотического поведения в военном дискурсе // Политическая лингвистика. 2015. № 1 (51). С. 82—91.
7. Гаврилова Т. В. Зависимость психологических стрессовых реакций от общественной значимости события // Вопросы психологии экстремальных ситуаций. 2005. № 1.

8. Грановская Р. М. Психология веры. 2-е изд., перераб. — СПб. : Питер, 2010. (Сер. «Мастера психологии»).

9. Дадун Р. Фрейд / пер. с фр. Д. Т. Федорова ; предисл. канд. филос. наук. А. М. Руткевича. — М. : Изд-во АО «Х Г С», 1994. С. 169—172.

10. Леонтьев А. Н. Психологическая теория деятельности // Избр. психол. тр. : в 2 т. — М. : Педагогика, 1983. Т. 2. С. 93—250.

11. Решетников М. М. Психопатология героического прошлого и будущее поколения // Artofwar. 2014. URL: [http://artofwar.ru/r/reshetnikow\\_m\\_m/text\\_0010.shtml](http://artofwar.ru/r/reshetnikow_m_m/text_0010.shtml) (дата обращения: 15.11.2014).

12. Робертсон Р. Введение в психологию Юнга. — Ростов н/Д : Феникс, 1999. (Сер. «Психологические этюды»).

13. Россия в глобализирующемся мире: мировоззренческие и социокультурные аспекты / под ред. В. С. Стёпина ; Секция философии, социологии, психологии и права Отделения общественных наук РАН. — М. : Наука, 2007.

14. Россия и СССР в войнах XX века: потери вооруженных сил : статистическое исследование / под общ. ред. канд. воен. наук, проф. АВН генерал-полковника Г. Ф. Кривошеева. — М. : Олма-Пресс, 2001.

15. Сенявская Е. С. Психология войны в XX веке: исторический опыт России. — М. : РОССПЭН, 1999.

16. Сенявская Е. С. Человек на войне. Историко-психологические очерки. — М. : Ин-т российской истории РАН, 1997.

17. Lacan, J The Seminars of Jacques Lacan. B. 3: The psychoses, 1955—1956. — New York, 1981. P. 79.

**T. S. Vershinina, M. Y. Ilyushkina**

Ekaterinburg, Russia

#### INFLUENCE OF MEDIA DISCOURSE UPON THE FORMATION OF THE COLLECTIVE MODEL OF PATRIOTIC MOOD

**ABSTRACT.** *The article deals with typical interpretations of the military patriotic behavioral model in warfare conditions in the Russian and American military media discourse of the 20th-21st centuries. The aim of the article is to identify the approaches towards military patriotic model formation represented by spoken and visual means of military media discourse. The comparison of speech and behavior of participants of the American and Russian media discourse in warfare conditions devoted to long-term wars of the 20th century within the framework of social and cultural context in different periods of discourse elements formation, gives psychological and linguistic grounds for the structure of perception of such models and helps describe their role in the attitude towards the events and people of that time and their behavioral models. The results of the undertaken research show the effectiveness of the approaches which influence the addressee's perception of the individual importance in war and his typical ethno-cultural structure, forms of patriotism with emphasis on special selection of language means. The described approaches based on historical, comparative, intertextual and transformational methods of analysis can be applied not only in linguistic research, but also in political and sociological studies. It is reasonable to use the above mentioned approaches as patterns for stimulus materials in the work of psychologists, in the preparation of extreme situations specialists, and for critical reconsideration in youth up-bringing. The analyzed military patriotic models are quite topical and the revealed aspects of their formation and functioning throw light on the peculiarities of such methods of spoken and visual influence on the addressee in the context of his national identity.*

**KEYWORDS:** *media discourse; patriotism; military patriotic model; the Russian language; perception; symbol; historical analysis; comparative analysis; intertextual analysis; transformational analysis.*

**ABOUT THE AUTHOR:** *Vershinina Tatiana Stanislavovna, Candidate of Philology, Associate Professor of Department of Linguistics and Professional Communication in Foreign Languages, Institute of Social and Political Sciences, Ural Federal University named after the First President of Russia B.N. Yeltsin. Ekaterinburg, Russia.*

**ABOUT THE AUTHOR:** *Ilyushkina Maria Yurievna, Candidate of Philology, Associate Professor of Department of Linguistics and Professional Communication in Foreign Languages, Institute of Social and Political Sciences, Ural Federal University named after the First President of Russia B.N. Yeltsin. Ekaterinburg, Russia.*

#### LITERATURE

1. Abdurakhmanov R. A., Antsupov A. Ya., Barkhaev B. P. [i dr.]. Voennaya psikhologiya: metodologiya, teoriya, praktika : ucheb.-metod. posobie. — М. : Voennyi universitet, 2014. URL: <http://www.psyinst.ru/library.php> (data obrashcheniya: 25.06.2014).

2. Andrianov M. S. Neverbal'naya kommunikatsiya: psikhologiya i pravo. — М. : In-t obshchegumanitarnykh issledovaniy, 2007.

3. Antonyan Yu. M. Osobo opasnyy prestupnik. — М. : Prospekt, 2001.

4. Asmolov A. G. Kulturno-istoricheskaya psikhologiya i konstruirovaniye mirov. — М. : Izd-vo «In-t prakticheskoy psikhologii»; Voronezh : NPO «MODEK», 2006.

5. Vygot'skiy L. S. Psikhologiya iskusstva. — М. : Pedagogika, 1978.

6. Vershinina T. S., Ilyushkina M. Yu. Formirovaniye modeli patrioticheskogo povedeniya v voennom diskurse // Politicheskaya lingvistika. 2015. № 1 (51). S. 82—91.

7. Gavrilova T. V. Zavisimost' psikhologicheskikh stressovykh reaktsiy ot obshchestvennoy znachimosti sobytiya // Voprosy psikhologii ekstremal'nykh situatsiy. 2005. № 1.

8. Granovskaya R. M. Psikhologiya very. 2-e izd., pererab. — SPb. : Piter, 2010. (Ser. «Mastera psikhologii»).

9. Дадун Р. Фрейд / пер. с фр. Д. Т. Федорова ; предисл. канд. филос. наук. А. М. Руткевича. — М. : Изд-во АО «Х Г С», 1994. С. 169—172.

10. Леонтьев А. Н. Психологическая теория деятельности // Избр. психол. тр. : в 2 т. — М. : Педагогика, 1983. Т. 2. С. 93—250.

11. Решетников М. М. Психопатология героического прошлого и будущие поколения // Artofwar. 2014. URL: [http://artofwar.ru/r/reshetnikow\\_m\\_m/text\\_0010.shtml](http://artofwar.ru/r/reshetnikow_m_m/text_0010.shtml) (дата обращения: 15.11.2014).

12. Робертсон Р. Введение в психологию Юнга. — Ростов н/Д : Феникс, 1999. (Сер. «Психологические этюды»).

13. Rossiya v globaliziruyushchemsya mire: mirovozzrencheskie i sotsiokulturnye aspekty / pod red. V. S. Stepina ; Sektsiya filosofii, sotsiologii, psikhologii i prava Otdeleniya obshchestvennykh nauk RAN. — M. : Nauka, 2007.

14. Rossiya i SSSR v voynakh KhKh veka: poteri vooruzhennykh sil : statisticheskoe issledovanie / pod obshch. red. kand. voen. nauk, prof. AVN general-polkovnika G. F. Krivosheeva. — M. : Olma-Press, 2001.

15. Senyavskaya E. S. Psikhologiya voyny v XX veke: istoricheskiy opyt Rossii. — M. : ROSSPEN, 1999.

16. Senyavskaya E. S. Chelovek na voyne. Istoriko-psikhologicheskie ocherki. — M. : In-t rossiyskoy istorii RAN, 1997.

17. Lacan, J The Seminars of Jacques Lacan. B. 3: The psychoses, 1955—1956. — New York, 1981. P. 79.

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

Ю. Ю. Данилова, А. М. Нурмиев, П. С. Учиров  
Елабуга, Россия

**«DIE RUSSEN KOMMEN» КАК СТЕРЕОТИПНЫЙ МАРКЕР НЕМЕЦКОГО ЛИНГВОСОЦИУМА:  
ВОЕННАЯ ПРОПАГАНДА И МАРКЕТИНГ**

**АННОТАЦИЯ.** В статье описывается специфика немецкого выражения «Die Russen kommen». Определяются причины возникновения его когнитивной составляющей как угрозы «русского похода» и демонстрируется расслоение когнитивных массивов сегодня — утрата негативной прагматической и концептуальной составляющих «русского нашествия» во время Второй мировой войны.

Последовательность изложения информации в статье подчинена хронологическому принципу: в первой части — обсуждение истории взаимоотношений народов и властей России и Германии с начала XX в. по настоящее время, затем — историческое обоснование прецедентного феномена «Die Russen kommen», основанное на воспоминаниях очевидцев — участников Второй мировой войны. В заключительной части работы выражение «Die Russen kommen» рассматривается как стереотипный маркер немецкого лингвосоциума, употребляемый сегодня по отношению к России и ее жителям. Выражение предстает как часто встречающийся конструкт заголовков публицистических текстов и лозунгов для мероприятий, проводимых на территории Германии.

Статья наглядно демонстрирует трансформацию когнитивной структуры предложенного прецедентного феномена, созданного немецкой военной пропагандой для внушения страха в годы войны, а в настоящее время используемого в маркетинговых целях с четкой прагматической установкой на привлечение внимания.

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:** немецко-русские отношения; Вторая мировая война; современные СМИ Германии; заголовки статьи.

**СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ:** Данилова Юлия Юрьевна, кандидат филологических наук, доцент кафедры русского языка и контрастивного языкознания, Казанский (Приволжский) федеральный университет (Елабужский институт); адрес: 423604, г. Елабуга, ул. Казанская, 89; e-mail: danilovaespu@mail.ru.

**СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ:** Нурмиев Айдар Маратович, аспирант кафедры русского языка и контрастивного языкознания, Казанский (Приволжский) федеральный университет (Елабужский институт); адрес: 423604, г. Елабуга, ул. Казанская, 89; e-mail: aidar.nurmiiev.89@mail.ru.

**СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ:** Учиров Павел Сергеевич, аспирант, кафедра русского языка и контрастивного языкознания, Казанский (Приволжский) федеральный университет (Елабужский институт); адрес: 423604, г. Елабуга, ул. Казанская, 89; e-mail: uchirov@mail.ru.

**Введение**

«Die Russen kommen» — емкое метафорическое выражение, прочно закрепившееся в языковом сознании немцев, что обусловлено контекстом Второй мировой войны, а именно событиями на Восточном и Западном фронтах СССР и Германии. Милитаристическая подоплека данной фразы, ее непосредственная связь с самой масштабной войной XX столетия обуславливают актуальность рассматриваемого материала: 2015 год — это юбилейная дата, 70-й год окончания Второй мировой войны. Не менее важным фактором является освещение в данной работе различных материалов, которые являются основополагающими для понимания исторического, политического и культурного контекстов временного среза, который берет начало в Веймарской республике и заканчивается нашими днями.

Выбранный нами прецедентный феномен «Die Russen kommen» существует в основном в публицистической среде. Материалы, включающие в себя данное выражение, имеют разностороннюю направленность, что объясняется наличием высокой

маркетинговой составляющей феномена, в свою очередь, обусловленного репрезентативностью, определенной смысловой наполненностью, которая со временем подверглась лингвокогнитивной трансформации (см. 3 раздел нашей статьи — «„Die Russen kommen“ в дискурсе современной Германии: страх сменяется интересом»). Несмотря на популярность, стереотипность и прецедентность данного выражения в современном лингвосоциуме, его происхождение и особенности функционирования еще не подвергались специальному научному анализу.

Объектом исследования стала феноменологическая лингвокогнитивная составляющая устойчивого выражения «Die Russen kommen», в частности, особенности его восприятия немецкой нацией в историко-политическом и культурном аспектах и отражение в публицистическом дискурсе. Мы стремимся проанализировать и описать в коммуникативно-прагматическом ключе эволюцию феномена «Die Russen kommen» как особой формы объективации взаимоотношений России и Германии: в частности, изучить экстралингвистические (историко-поли-

тические) факторы возникновения феномена, вскрыть прагматическое и семантическое наполнение феномена «Die Russen kommen» и, наконец, построить логически обусловленную картину, объясняющую особенности восприятия и происхождения данного прецедентного феномена.

Темпоральные рамки, которые охватывает настоящая работа, достаточно широки: от Веймарской республики (1919—1933 гг.) и Третьего рейха (1933—1945) до восприятия феномена «Die Russen kommen» в лингво-социуме современной Германии.

### 1. Историко-политический контекст российско-германских отношений

Российско-германские отношения, включающие в себя взаимодействие государств Германия и Россия, а также немецкого и российского народов, издавна носят тесный прагматический характер, что обусловлено значительным влиянием стран на развитие не только региона, в котором они находятся, но и на все мировое сообщество в целом.

СССР и Веймарская республика (1919—1933 гг.) были стратегическими партнерами на фоне международной изоляции, так как имели низкий политический авторитет в мире, что очень сильно сближало страны. Предвестником ослабления тесного сотрудничества двух государств является приход в 1933 г. А. Гитлера к власти во главе Национал-социалистической немецкой рабочей партии. Политико-территориальная экспансия Третьего рейха (1933—1945 гг.) и высказывания А. Гитлера об обреченности гигантского восточного государства на гибель вызвали ответную реакцию советского правительства: проведение антифашистской политики (Резолюция VII конгресса Коминтерна 20 августа 1935 г. [Резолюция]) и антигерманской пропаганды, попытку создания системы коллективной безопасности [Геополитика 2011]. Но складывающаяся геополитическая ситуация подтолкнула СССР к подписанию не в свою пользу с Германией в 1939 г. ряда соглашений: Договора о ненападении [Договор о ненападении], Договора о дружбе и границах [Договор о дружбе], торгового соглашения [Кредитное] и пакта Молотова — Риббентропа [Секретный].

Основание после войны ГДР (сектор СССР) и ФРГ (сектор Великобритании, США и Франции) привело к трагедии внутри некогда единой страны — строительству Берлинской стены и противостоянию капиталистической и социалистической моделей. Начавшаяся «холодная война» в 1946 г. между двумя странами (Россией и США) и их союзниками, естественно, осложнила отно-

шения России и ФРГ. По мнению доктора Билефельдского университета Х. Харбаха, «результатом войны стало не освобождение Европы, а холодная война, атомное оружие и все такое, эксплуатация» [цит. по: Здравомыслов 2003]. Лишь после подписания 5 июля 1972 г. [Новиков 2003] соглашения о торговле и экономическом сотрудничестве ситуация меняется, и ФРГ вновь становится главным торговым партнером СССР.

На современном этапе Германия — одна из стран-лидеров Европейского союза, поэтому политическое взаимодействие с ФРГ является стратегически важным как для России, так и для Германии. Отношения России и Германии во многом зависят от руководителей обеих стран. Так, плодотворному сотрудничеству между странами способствовала политика Федерального канцлера ФРГ Г. Шрёдера и Президента РФ В. Путина, которые были друзьями. Политические лидеры откровенно заявляли о своем несогласии с политикой США по вопросу войны в Ираке [Статья в Би-би-си], на фоне плодотворного сотрудничества возросли германские инвестиции в российский бизнес. Показательно, что в Германии 2003 г. объявлен Годом России, а в России 2004 г. — Годом Германии.

Приход к власти канцлера А. Меркель в 2005 г. изменил внешнеполитический курс Германии, которая стала больше ориентироваться на США, при этом оставаясь сильным государством и отстаивая свои интересы на международной арене. Примером этому служат заявления А. Меркель по поводу строительства системы ПРО в Европе [Bundeskanzlerin Startseite]. Экономические и политические отношения России и Германии значительно ухудшились в 2014—2015 гг. из-за событий, связанных с Украиной.

В целом Россия и Германия, несмотря на изменчивость политической обстановки, остаются экономическими и политическими партнерами с богатыми духовно-культурными связями.

### 2. «Die Russen kommen»: пропаганда страха

Вторая мировая война оказала сильнейшее влияние на эволюцию взаимоотношений России и Германии. По сей день можно отметить, что российское общественное сознание не до конца освободилось от восприятия Германии как агрессора и захватчика. В то же время в немецком сознании закрепился образ русского невежественного и жестокого солдата, разорившего и «изнасиловавшего» Германию в последние месяцы войны. Именно в этот период фразы

«Die Russen kommen» («Русские идут») приобрела для немцев (во многом благодаря пропаганде) вполне конкретное значение — «надвигается хаос и смерть».

В 2004 г. на немецком телевидении вышел документальный фильм «Der Sturm. Die Russen kommen!» («Штурм (наступление). Русские идут!») [Der Sturm]. Режиссеры фильма Кристиан Фрай и Марио Спорн попытались собрать воедино свидетельства немецких фронтовиков и мирных жителей о событиях, происходивших в последние полгода Великой Отечественной войны, когда началось наступление советских войск на Берлин.

В январе 1945 г. относительно спокойная и размеренная жизнь немцев сменилась тревогой и паникой. Информация, которая поступала с фронта разными путями, была очень противоречивой. Слухи о том, что русская армия сметает все на своем пути, перемежались с версией официальной немецкой пропаганды, которая заявляла: «Враг может быть где угодно. Но где бы он ни был, наши танки дают отпор!» Данный фрагмент (как и многие другие) является ярким примером тактики отождествления, которая, как видно из фильма, имела большой успех, поскольку власть «говорила» языком народа и то, что хотел услышать сам народ. ИмPLICITно реализуется специфическая тактика агитационной стратегии — обещание: власть не обещает разбить врага, а демонстрирует свою состоятельность и силу, здесь и сейчас исполняя данное обещание.

Правду знали только те, кто был на фронте. Лотар Липманн вспоминает, что его подразделение находилось в резерве внутри страны, и когда пришла информация о наступлении русских, их отправили на фронт, чтобы укрепить оборону: «Мы уже достигли пункта назначения и собирались вступить в бой, когда к нам подбежала небольшая разрозненная группа солдат. Они закричали: «Убирайтесь отсюда, здесь уже хозяйничают советские танки!» (на 3 мин).

Через несколько дней это подразделение было разбито войсками Красной армии, а сам Липманн попал в плен, где его ждали суровые испытания.

Одной из центральных задач документального фильма «Der Sturm» становится попытка установить причины ненависти русских солдат к немцам: «Горящие русские деревни, дети без родителей — затаенная Германией кровопролитная война унесла миллионы жизней. Не было в Красной армии солдата, который не оплакивал бы потерю близких. Советские солдаты жаждали мести за опустошенные земли своей родины» (на 4 мин 50 с).

Когда стало понятно, что силы немецкой армии практически на исходе, министр пропаганды Третьего рейха Й. Геббельс начал работу по поднятию духа внутри страны радикальным способом, активно применяя манипулятивные тактики. За несколько недель в немецком сознании образ советского солдата начал ассоциироваться с настоящим чудовищем.

Неожиданно для самих себя немцы испытали на себе тот ужас, который несколько лет внушали всей Европе: «Потеря родины — такова была цена, заплаченная за безумие Гитлера» (на 48 мин 47 с).

В завершение фильма говорится о том, что для участников тех событий все пережитое навсегда осталось в прошлом. За шестьдесят мирных лет боль утихла, осталось только желание никогда не повторять подобных ошибок: «Время исцеляет раны, нанесенные историей» (на 50 мин 35 с).

Таким образом, коммуникативно-прагматическое наполнение ключевой, концептуально значимой фразы фильма — «Die Russen kommen» — в целом показывает наличие закрепленной в стереотипном сознании немцев в военные и послевоенные годы семантики «страха», «ужаса» перед жестоким врагом и желание властей продемонстрировать свою состоятельность в борьбе с ним, репрезентовать себя источником надежды на будущее. С этой целью особенно активно использовались тактики манипуляции, отождествления и обещания.

Социальная значимость подобных фильмов высока, поскольку авторы стараются приоткрыть правду войны и развенчать стереотипы, навязанные пропагандой.

### 3. «Die Russen kommen» в дискурсе современной Германии: страх сменяется интересом

Сегодня, спустя 70 лет, фраза «Die Russen kommen» («Русские идут») часто фигурирует в немецкой публицистике и культуре как в оригинальной форме, так и в различных измененных вариантах. Чаще всего фраза выносится в заголовок статей и новостных заметок в газетах, журналах и сайтах информационных агентств в силу своей историко-культурной ценности и когнитивной направленности на привлечение внимания к теме взаимоотношений Германии и России. Подобные взаимоотношения можно наблюдать в разных социальных сферах и отраслях: экономике, бизнесе, политике, информационных технологиях, туризме и т. д.

Например, немецкая газета «Handelsblatt» использует подзаголовок «Die Russen kommen» в статье «Athen, Tsipras und Euro-

pas Linke» («Афины, Ципрас и Левые европейцы»). В статье поднимается вопрос о перспективах дипломатических и экономических санкций против России при внешней политике избранного в конце января 2015 г. нового премьер-министра Греции А. Ципраса. Глава греческого правительства ставит под сомнение целесообразность санкций и отвергает сложившееся в Европе мнение о России как об агрессоре в конфликте на Украине. Поскольку Греция является членом Евросоюза, ее отказ от санкций налагает вето на все решения Европарламента против РФ [Athen]. Газета «Handelsblatt» считает, что Россия через Грецию способна внести разлад в отношения внутри Европы.

Обращаясь к политическим взаимоотношениям двух стран, можно привести еще один пример употребления данной фразы, но на этот раз в несколько измененном варианте: на сайте немецкого телеканала N-TV 7 марта 2014 г. была опубликована статья под названием «Lasst die Russen kommen!» («Пусть русские придут!»), в которой автор предлагает развивать взаимодействие между Россией и Германией на уровне гражданского общества. В качестве одной из мер предлагается упрощение визового режима между странами [Lasst]. Основная идея статьи заключается в том, что Россия — это не только Путин, олигархи и коррупция, но и гостеприимство и богатая культура народа.

Интересным представляется факт того, что одно и то же выражение, используемое в заголовке публицистического текста, может нести в себе два разных смысла. К примеру, в одной из статей немецкого издания «Die Tageszeitung» фраза «Die Russen kommen» в заголовке употребляется в связи с операцией по обмену акциями между компаниями «Deutsche Bahn» («Немецкие железные дороги») и «Российские железные дороги». У автора статьи вызывает опасение тот факт, что российская компания станет совладельцем немецких железных дорог [Die Russen kommen — nicht]. Однако если мы обратимся к статье в газете «Badische-Zeitung» от 6 июня 2009 г., под заголовком с таким же названием мы увидим позитивную новость о росте количества русских туристов в Германии [Die Russen kommen].

Когда речь заходит о стереотипных представлениях, связанных с поведением русских на зарубежных курортах, описания вновь приобретают негативный оттенок. В августе 2005 г. на страницах немецкого журнала «Stern» была опубликована статья под заголовком «Die Russen kommen», где в негативной форме выражалось отношение автора к российским туристам, отдыхающим

на турецких курортах, которые своим вызывающим поведением создают дискомфорт для европейских (в том числе немецких) туристов [Русские идут].

Политика, экономика и туризм являются самыми большими сферами взаимодействия русских и немцев. Однако иногда речь может заходить и о других, более узких темах, например, таких как автоиндустрия или информационные технологии.

Немецкий журнал «Auto Motor und Sport» пишет статью об автомобильной выставке «Essen Motor Show-2013», на которой никому не известная российская компания «Larte Design» привлекла всеобщее внимание своими выставочными экземплярами, демонстрирующими оригинальные дизайнерские решения для разных моделей автомобилей. Статья вышла под заголовком «Die Russen kommen» [Die Russen kommen].

На немецком информационном портале «Kontakter.de» 28 ноября 2014 г. была опубликована заметка под заголовком «Browser-Krieg: Die Russen kommen» («Война браузеров: русские идут»). Заметка посвящена тому, что российский интернет-гигант «Yandex» занимается разработкой браузера, который станет конкурентом мировых лидеров «Google», «Firefox» и «Microsoft» [Browser-Krieg].

Проводя историческую параллель с закрепленным в немецком сознании значением фразы «Die Russen kommen», можно сделать вывод о том, что ее использование несет в себе определенный прагматический потенциал, обозначающий реакцию на масштабные социальные взаимодействия между Россией и Германией. Во-первых, аллюзия на обобщенное понятие «русские идут», ставшее актуальным в годы Второй мировой войны, реализуется через упоминание о географическом перемещении больших масс русского населения в сторону Германии (туризм, иммиграция). Во-вторых, данная фраза в контексте Второй мировой войны метафорически мотивируется через стремление русских «завоевать», другими словами, освоить, занять нишу в каком-либо секторе немецкой (европейской) экономики.

В иных случаях актуализация выражения «Die Russen kommen» может быть связана с идеей привлечения внимания к русской культуре. Часто в Германии проводятся тематические мероприятия, на которых демонстрируются произведения искусства российского происхождения.

В 2002 г. в немецком городе Гамбург под девизом «Русские идут!» проходил цикл спектаклей, в котором были представлены произведения современных русских драматургов. Например, пьеса 25-летнего Васи-

лия Зигарева «Пласталин», пользовавшаяся огромным успехом на международном театральном фестивале в Бонне в том же году, а также постановка «Бен Ладен. Чудо-лампа» Алексея Шипенко [Русские пришли в Гамбург].

В 2007 г. в немецком городе Бад-Эмс состоялся фестиваль художников «Die Russen kommen». В афише фестиваля указывалось, что он создан с целью приукрасить образ России, освободить его от предрассудков и открыть новые перспективы взаимодействия русской и немецкой культур [Künstler Festival].

В своем интернет-дневнике известный русский писатель Евгений Гришковец упоминает, что играл спектакль в одном из театров на Юге Германии в 2009 г.: «Спектакль я играю в рамках программы местного театра, которая называется „Русские идут“» [Дневник].

В 2006 г. в Гамбурге был основан фонд «Германо-российский молодежный обмен», целью которого является изучение русской культуры немецкими школьниками и студентами. Ряд мероприятий данного сообщества проходит под девизом «Russisch kommt!» [Германо-российские].

С точки зрения эмоционального восприятия в современной Германии фраза «Die Russen kommen» может нести в себе как позитивный, так и негативный смысл. В культурной сфере употребление данного выражения вызвано стремлением расширить кругозор, приобщиться к русской культуре, узнать что-то новое о России. В публицистике эмоциональный фон всегда либо нейтрален, либо несет в себе мотив беспокойства, опасения, тревоги.

Однако, вне зависимости от эмоциональной нагрузки, можно полагать, что целью использования выражения «Die Russen kommen» в современной публицистике и культуре является привлечение внимания. Фраза способна служить инструментом маркетинговой привлекательности в силу ее прецедентности, основанной на эмоциональной отсылке к одному из самых трагичных периодов взаимоотношений России и Германии.

### Заключение

История российско-германских отношений включает в себя взаимодействие двух стран и двух народов. Тесное прагматическое политико-экономическое сотрудничество дополняется межкультурными связями, обусловленными исторически.

Вторая мировая война стала незабываемой страницей в истории взаимодействия стран. Учебники по-разному трактуют ее, например, в Германии она в большей степе-

ни рассматривается как Вторая мировая война, а в России — Великая Отечественная война, но остается важным признанием недопустимости повторения геноцида и военных действий. Народы двух стран надолго стали заложниками пропагандистских лозунгов, которые приобрели новую силу во времена «холодной войны».

На современном этапе Германия всегда находится в тесном контакте с Россией, даже если их позиции не сходятся. Стороны, являясь лидерами в своих регионах, понимают свою роль в мировой политике и необходимость вести диалог, несмотря на многие политические реалии (кризисы, разность позиций, санкции). При этом культурные скрепы народов остаются константами.

Вторая мировая война во многом служит отправной точкой в истории современных взаимоотношений двух стран. Именно она вызвала коренной перелом в восприятии друг другом двух народов, и именно с нее начинается отсчет новейшего взаимодействия в политической, культурной, экономической и других сферах.

Феномен прагматической ценности фразы «Die Russen kommen» в немецком сознании объясняется устойчивой связью России и Германии, заложенной на последнем этапе Великой Отечественной войны. Разрешение военного конфликта привело к постепенному осознанию немецким народом роли Германии как агрессора в войне и переосмыслению образа русских в историко-культурном поле восприятия. Выражение «Die Russen kommen» утратило свое первоначальное значение нарастающей военной угрозы и стало использоваться как литературная отсылка — прецедентный текст, метафорически проецирующий известный исторический контекст на современные реалии. Так, на начальном этапе функционирования исследуемой фразы продемонстрировало эффективное использование комплекса стратегий, главными из которых являются стратегия убеждения, включающая в себя и аргументацию, и агитацию одновременно, под которые маскируют манипулятивные тактики и приемы, а также стратегия самопрезентации.

Таким образом, опираясь на материалы нашего исследования, мы находим, что когнитивная составляющая феномена «Die Russen kommen» как угрозы «русского похода» эволюционирует. Происходит расслоение когнитивных массивов данного прецедентного выражения: речевая конструкция утрачивает негативные прагматическую и семантическую составляющие, связанные с ужасами войны. Также данное образование активно используется во множестве газет-

ных заголовков, вывесок, лозунгов, содержащих фразу «Die Russen kommen», которые несут исключительно маркетинговый потенциал. Их основная цель прагматическая: привлечение внимания, так как прочно укрепившийся в сознании немца контекст не позволит таким заголовкам остаться незамеченными.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Athen, Tsipras und Europas Linke // Handelsblatt. URL: <http://www.handelsblatt.com/politik/international/athens-tsipras-und-europas-linke-die-russen-kommen/11308716-3.html> (дата обращения: 12.02.2015).
2. Browser-Krieg: Die Russen kommen // Kontakter (от 28 ноября 2014 года). URL: [http://www.kontakter.de/internationale\\_news/browser\\_krieg\\_die\\_russen\\_kommen](http://www.kontakter.de/internationale_news/browser_krieg_die_russen_kommen) (дата обращения: 12.02.2015).
3. Bundeskanzlerin Startseite. URL: [bundeskanzlerin.de](http://www.bundeskanzlerin.de) (дата обращения: 09.02.2015).
4. Der Sturm. Die Russen kommen! (Документальный фильм; страна: Германия; режиссеры Кр. Фрай и М. Спорн; год: 2004). URL: <http://science-film.ru/film/9085> (дата обращения: 12.02.2015).
5. Die Russen kommen — nicht // Tagesschau (от 19 декабря 2014 года). URL: <http://www.tagesschau.de/wirtschaft/russen-urlaub-101.html> (дата обращения: 12.02.2015).
6. Die Russen Kommen // Auto, Motor und Sport (2013 год). URL: <http://www.auto-motor-und-sport.de/news/essen-motor-show-2013-die-russen-kommen-7934404.html> (дата обращения: 12.02.2015).
7. Die Russen kommen // Badische-Zeitung (от 6 июня 2009 года). URL: <http://www.badische-zeitung.de/freiburg/die-russen-kommen--15811123.html> (дата обращения: 12.02.2015).
8. Friedrich Jörg The Fire: The bombing of Germany, 1940-1945. — New York: Columbia University Press, 2006.
9. Guderian H. Erinnerungen eines Soldaten. — Heidelberg, 1951.
10. Hilfe, die Russen kommen nicht! // Sueddeutsche (от 24 сентября 2014 года). URL: <http://www.sueddeutsche.de/muenchen/einzelhandel-in-muenchen-hilfe-die-russen-kommen-nicht-1.2143325> (дата обращения: 12.02.2015).
11. Jeremy A. Crang, Paul Addison Firestorm: The Bombing of Dresden 1945. — Slough, UK, 2006.
12. Künstler Festival «Die Russen Kommen». URL: <http://www.die-russen-kommen.com> (дата обращения: 12.02.2015).
13. Lasst die Russen kommen! // Сайт телеканала «n-TV» (от 7 марта 2014 года). URL: [http://www.n-tv.de/politik/politik\\_kommentare/Lasst-die-Russen-kommen-article12414326.html](http://www.n-tv.de/politik/politik_kommentare/Lasst-die-Russen-kommen-article12414326.html) (дата обращения: 12.02.2015).
14. Meinstein E. Lost Victories: The War Memoirs of Hitler's Most Brilliant General. — USA, 2004.
15. Вигберт Б. Сталинград и немецкие школьные учебники. URL: <http://kapellan.biz/content/view/5784/314/> (дата обращения: 09.02.2015).
16. Геббельс Й. Дневники 1945 года. Последние записи. — Смоленск : Русич, 1998. URL: [http://mirknig.mobi/data/2013-06-13/1385952/Gebbels\\_Dnevniki\\_1945\\_goda\\_Poslednie\\_zapisi.1385952.pdf](http://mirknig.mobi/data/2013-06-13/1385952/Gebbels_Dnevniki_1945_goda_Poslednie_zapisi.1385952.pdf) (дата обращения: 09.02.2015).
17. Германия остается с Россией : (интервью Г. Шредера) // Российская газета. 2014. 18 дек. URL:

- <http://www.rg.ru/2004/12/18/shreder.html> (дата обращения: 09.02.2015).
18. Германо-российский молодежный обмен (фонд). URL: <http://www.stiftung-drja.de/ru/russisch-kommt> (дата обращения: 12.02.2015).
  19. Дневник Евгения Гришковца. 2009. 16 апр. URL: <http://odnovremenko.com/archives/5156> (дата обращения: 12.02.2015).
  20. Договор о дружбе и границе между СССР и Германией. URL: <http://gkaf.narod.ru/postnikova/pakt-text.html> (дата обращения: 09.02.2015).
  21. Договор о ненападении между Германией и СССР. URL: <http://gkaf.narod.ru/postnikova/pakt-text.html> (дата обращения: 09.02.2015).
  22. Здравомыслов А. Г. Немцы о русских на пороге нового тысячелетия: беседы в Германии. — М. : РОС-СПЭН, 2003.
  23. Ивашов Л. Г. Геополитика Второй мировой // Мир и политика. 2011. № 05 (56). URL: <http://m.mir-politika.ru/227-geopolitika-vtoroy-mirovoy.html> (дата обращения: 09.02.2015).
  24. Из воспоминаний очевидцев войны. URL: <http://kozelsk.ru/istor/vov/2.htm> (дата обращения: 09.02.2015).
  25. Кредитное соглашение между Союзом Советских Социалистических Республик и Германией. URL: [http://www.katyn-books.ru/archive/year/God\\_krizisa\\_1t\\_2t.htm#575doc](http://www.katyn-books.ru/archive/year/God_krizisa_1t_2t.htm#575doc) (дата обращения: 09.02.2015).
  26. Критики Deutsche Bahn в страхе: русские идут : пер. статьи из газеты // Die Tageszeitung. 2007. 15 июля. URL: <http://inosmi.ru/world/20090715/250741.html> (дата обращения: 12.02.2015).
  27. Куманев Г. А. Советско-германский пакт о ненападении и его последствия // Мир и политика. № 08 (59). URL: <http://mir-politika.ru/187-sovetsko-german-skiy-pakt-o-nenapadenii-i-ego-posledstviya.html> (дата обращения: 09.02.2015).
  28. Новиков А. А. Развитие российско-германских отношений на современном этапе : дис. ... канд. ист. наук. — М., 2003.
  29. Официальный сайт Президента РФ. URL: <http://президент.рф> (дата обращения: 09.02.2015).
  30. Презентация книги профессора А. Г. Здравомыслова 19 января 2004 г. в Высшей школе экономики (г. Москва). URL: <http://www.sociolog.net/nemcy.html> (дата обращения: 09.02.2015).
  31. Путин и Шредер войны не хотят // Би-би-си. 2003. 10 февр. URL: [http://news.bbc.co.uk/1/hi/russian/press/newsid\\_2743000/2743351.stm](http://news.bbc.co.uk/1/hi/russian/press/newsid_2743000/2743351.stm) (дата обращения: 09.02.2015).
  32. Резолюция VII конгресса Коминтерна 20 августа 1935 г. URL: [http://www.hrono.ru/dokum/193\\_dok/1935inter.html](http://www.hrono.ru/dokum/193_dok/1935inter.html) (дата обращения: 09.02.2015).
  33. Русские идут (перевод статьи) // Stern. 2005. 25 авг. URL: <http://inosmi.ru/world/20050823/221687.html> (дата обращения: 12.02.2015).
  34. Русские пришли в Гамбург (перевод статьи) // Deutsche Welle. 2002. 14 окт. URL: <http://www.dw.de/русские-пришли-в-гамбург/a-655734> (дата обращения: 12.02.2015).
  35. Секретный дополнительный протокол. URL: <http://gkaf.narod.ru/postnikova/pakt-text.html> (дата обращения: 09.02.2015).

Y. Y. Danilova, A. M. Nurmiev, P. S. Uchirov  
Yelabuga, Russia

«DIE RUSSEN KOMMEN» AS A STEREOTYPICAL MARKER OF THE GERMAN LINGUAL SOCIETY:  
MILITARY PROPAGANDA AND MARKETING

**ABSTRACT.** The paper describes the specific nature of the German expression “Die Russen kommen” that allows to identify the roots of its cognitive constituent that is being perceived as a threat of “the Russian campaign” and to demonstrate the stratification of the cognitive massifs today, in particular, the loss of negative pragmatic and conceptual constituents of “the Russian invasion” during World War II.

The manner of presentation of information in the article is subject to chronological order: the first part deals with the discussion of the history of relations between the peoples and the authorities of Russia and Germany from the beginning of the twentieth century to the present time; then comes the historical case study of the expression “Die Russen kommen”, based on the recollections of the participants of World War II. In the concluding part of the paper, the expression “Die Russen kommen” is seen as a stereotypical marker of the German lingual society. The expression is frequently used as a title of journalistic texts and slogans of events in Germany.

The paper describes the transformation of the cognitive structure of the expression “Die Russen Kommen”: it was created by the German war propaganda to instill fear, but at the present time it is used for marketing purposes with a pragmatic aim to attract attention.

**KEYWORDS:** Die Russen kommen; German-Russian relations; World War II; modern German mass media; article heading.

**ABOUT THE AUTHOR:** Danilova Yulia Yurievna, Candidate of Philology, Associate Professor of Department of Russian and Contrastive Linguistics, Kazan Federal University (Yelabuga Institute), Yelabuga, Russia.

**ABOUT THE AUTHOR:** Nurmiev Aidar Maratovich, Post-graduate Student of Department of Russian and Contrastive Linguistics, Kazan Federal University (Yelabuga Institute), Yelabuga, Russia.

**ABOUT THE AUTHOR:** Uchirov Pavel Segeyevich, Post-graduate Student of Department of Russian and Contrastive Linguistics, Kazan Federal University (Yelabuga Institute), Yelabuga, Russia.

LITERATURE

1. Athen, Tsipras und Europas Linke // Handelsblatt. URL: <http://www.handelsblatt.com/politik/international/athen-tsipras-und-europas-linke-die-russen-kommen/11308716-3.html> (data obrashcheniya: 12.02.2015).
2. Browser-Krieg: Die Russen kommen // Kontakter (ot 28 noyabrya 2014 goda). URL: [http://www.kontakter.de/internationale\\_news/browser\\_krieg\\_die\\_russen\\_kommen](http://www.kontakter.de/internationale_news/browser_krieg_die_russen_kommen) (data obrashcheniya: 12.02.2015).
3. Bundeskanzlerin Startseite. URL: [bundeskanzlerin.de](http://www.bundeskanzlerin.de) (data obrashcheniya: 09.02.2015).
4. Der Sturm. Die Russen kommen! (Dokumental'nyy fil'm; strana: Germaniya; rezhissery Kr. Fray i M. Sporn; god: 2004). URL: <http://science-film.ru/film/9085> (data obrashcheniya: 12.02.2015).
5. Die Russen kommen — nicht // Tagesschau (ot 19 dekabrya 2014 goda). URL: <http://www.tagesschau.de/wirtschaft/russen-urlaub-101.html> (data obrashcheniya: 12.02.2015).
6. Die Russen Kommen // Auto, Motor und Sport (2013 god). URL: <http://www.auto-motor-und-sport.de/news/essen-motor-show-2013-die-russen-kommen-7934404.html> (data obrashcheniya: 12.02.2015).
7. Die Russen kommen // Badische-Zeitung (ot 6 iyunya 2009 goda). URL: <http://www.badische-zeitung.de/freiburg/die-russen-kommen--15811123.html> (data obrashcheniya: 12.02.2015).
8. Friedrich Jörg The Fire: The bombing of Germany, 1940-1945. — New York: Columbia University Press, 2006.
9. Guderian H. Erinnerungen eines Soldaten. — Heidelberg, 1951.
10. Hilfe, die Russen kommen nicht! // Sueddeutsche (ot 24 sentyabrya 2014 goda). URL: <http://www.sueddeutsche.de/muenchen/ Einzelhandel-in-muenchen-hilfe-die-russen-kommen-nicht-1.2143325> (data obrashcheniya: 12.02.2015).
11. Jeremy A. Crang, Paul Addison Firestorm: The Bombing of Dresden 1945. — Slough, UK, 2006.
12. Künstler Festival «Die Russen Kommen». URL: <http://www.die-russen-kommen.com> (data obrashcheniya: 12.02.2015).
13. Lasst die Russen kommen! // Sayt telekanala «n-TV» (ot 7 marta 2014 goda). URL: [http://www.n-tv.de/politik/politik\\_kommentare/Lasst-die-Russen-kommen-article12414326.html](http://www.n-tv.de/politik/politik_kommentare/Lasst-die-Russen-kommen-article12414326.html) (data obrashcheniya: 12.02.2015).
14. Meinstein E. Lost Victories: The War Memoirs of Hitler's Most Brilliant General. — USA, 2004.
15. Vigbert B. Stalingrad i nemetskie shkol'nye uchebniki. URL: <http://kapellan.biz/content/view/5784/314/> (data obrashcheniya: 09.02.2015).
16. Gebbel's Y. Dnevniky 1945 goda. Poslednie zapisi. — Smolensk : Rusich, 1998. URL: [http://mirknig.mobi/data/2013-06-13/1385952/Gebbels\\_Dnevniky\\_1945\\_goda\\_Poslednie\\_zapisi.1385952.pdf](http://mirknig.mobi/data/2013-06-13/1385952/Gebbels_Dnevniky_1945_goda_Poslednie_zapisi.1385952.pdf) (data obrashcheniya: 09.02.2015).
17. Germaniya ostaetsya s Rossiey : (interv'yu G. Shredera) // Rossiyskaya gazeta. 2014. 18 dek. URL: <http://www.rg.ru/2004/12/18/shreder.html> (data obrashcheniya: 09.02.2015).
18. Germano-rossiyskiy molodezhnyy obmen (fond). URL: <http://www.stiftung-drja.de/ru/russisch-kommt> (data obrashcheniya: 12.02.2015).
19. Dnevnik Evgeniya Grishkovtza. 2009. 16 apr. URL: <http://odnovremenno.com/archives/5156> (data obrashcheniya: 12.02.2015).
20. Dogovor o druzhbe i granitse mezhdru SSSR i Germaniey. URL: <http://gkaf.narod.ru/postnikova/pakt-text.html> (data obrashcheniya: 09.02.2015).
21. Dogovor o nenapadenii mezhdru Germaniey i SSSR. URL: <http://gkaf.narod.ru/postnikova/pakt-text.html> (data obrashcheniya: 09.02.2015).

22. Zdravomyslov A. G. Nemtsy o russkikh na poroge novogo tysyacheletiya: besedy v Germanii. — M. : ROSSPEN, 2003.
23. Ivashov L. G. Geopolitika Vtoroy mirovoy // Mir i politika. 2011. № 05 (56). URL: <http://m.mir-politika.ru/227-geopolitika-vtoroy-mirovoy.html> (data obrashcheniya: 09.02.2015).
24. Iz vospominaniy ochevidtsev voyny. URL: <http://kozelsk.ru/istor/vov/2.htm> (data obrashcheniya: 09.02.2015).
25. Kreditnoe soglasenie mezhdru Soyuzom Sovetskikh Sotsialisticheskikh Respublik i Germaniy . URL: [http://www.katyn-books.ru/archive/year/God\\_krizisa\\_1t\\_2t.htm#575doc](http://www.katyn-books.ru/archive/year/God_krizisa_1t_2t.htm#575doc) (data obrashcheniya: 09.02.2015).
26. Kritiki Deutsche Bahn v strakhe: russkie idut : per. stat'i iz gazety // Die Tageszeitung. 2007. 15 iyulya. URL: <http://inosmi.ru/world/20090715/250741.html> (data obrashcheniya: 12.02.2015)
27. Kumanev G. A. Sovetsko-germanskiy pakt o nenapadenii i ego posledstviya // Mir i politika. № 08 (59). URL: <http://mir-politika.ru/187-sovetsko-germanskiy-pakt-onenapadenii-i-ego-posledstviya.html> (data obrashcheniya: 09.02.2015).
28. Novikov A. A. Razvitie rossiysko-germanskikh otnosheniy na sovremennom etape : dis. ... kand. ist. nauk. — M., 2003.
29. Ofitsial'nyy sayt Prezidenta RF. URL: <http://prezident.rf> (data obrashcheniya: 09.02.2015).
30. Prezentatsiya knigi professora A. G. Zdravomyslova 19 yanvarya 2004 g. v Vysshey shkole ekonomiki (g. Moskva). URL: <http://www.sociolog.net/nemcy.html> (data obrashcheniya: 09.02.2015).
31. Putin i Shreder voyny ne khotyat // Bi-bi-si. 2003. 10 fevr. URL: [http://news.bbc.co.uk/1/hi/russian/press/newsid\\_2743000/2743351.stm](http://news.bbc.co.uk/1/hi/russian/press/newsid_2743000/2743351.stm) (data obrashcheniya: 09.02.2015).
32. Rezolyutsiya VII kongressa Komintern 20 avgusta 1935 g. URL: [http://www.hrono.ru/dokum/193\\_dok/1935inter.html](http://www.hrono.ru/dokum/193_dok/1935inter.html) (data obrashcheniya: 09.02.2015).
33. Russkie idut (perevod stat'i) // Stern. 2005. 25 avg. URL: <http://inosmi.ru/world/20050823/221687.html> (data obrashcheniya: 12.02.2015).
34. Russkie prishli v Gamburg (perevod stat'i) // Deutsche Welle. 2002. 14 okt. URL: <http://www.dw.de/russkie-prishli-v-gamburg/a-655734> (data obrashcheniya: 12.02.2015).
35. Sekretnyy dopolnitel'nyy protokol. URL: <http://gkaf.narod.ru/postnikova/pakt-text.html> (data obrashcheniya: 09.02.2015).

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

М. А. Денисов, Н. В. Хорошева  
Пермь, Россия

**ПРОБЛЕМА ОПРЕДЕЛЕНИЯ ТЕРМИНА «МАНИПУЛИРОВАНИЕ»  
В РАБОТАХ РОССИЙСКИХ ИССЛЕДОВАТЕЛЕЙ**

**АННОТАЦИЯ.** В последнее время возросло количество критических дискурсивных исследований, посвященных изучению манипулирования массовым сознанием в СМИ. Интерес исследователей к изучению феномена манипулирования обусловлен различными факторами: социальными, политическими, этическими, юридическими, методологическими, научно-исследовательскими, лингвистическими.

При изучении сложного коммуникативного воздействия — манипулирования — особую важность приобретает его определение, которое служит своеобразным «указующим перстом», во многом определяющим исход исследования. При этом многие ученые отмечают недостаточную теоретическую однозначность данного термина, вызванную, с одной стороны, новизной изучаемого феномена, с другой — его междисциплинарным характером.

В предложенной статье рассматриваются подходы к определению термина «манипулирование» в работах современных российских исследователей. Материалом исследования послужили 16 определений терминов «манипулирование» и «манипуляция», использующихся в качестве рабочих в кандидатских и докторских диссертациях, защищенных в период с 2009 по 2014 г., а также в монографиях ведущих исследователей. Осуществляется систематизация определений по видовым признакам «искусность воздействия», «выигрыш манипулятора», «вред манипулируемому», «скрытность воздействия», «искажение информации», «умышленность воздействия». На основании анализа видовых признаков предложенных определений авторы формулируют собственную дефиницию термина «манипулирование», основанную на видовых признаках «искажение информации» и «умышленность воздействия». Манипулирование определяется как психологическое воздействие, в ходе которого осуществляется умышленное искажение информации.

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:** политический дискурс; манипулирование; манипуляция; искажение информации.

**СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ:** Денисов Михаил Андреевич, магистрант факультета современных иностранных языков и литератур, Пермский государственный национальный исследовательский университет; 614990, г. Пермь, ул. Букирева, 15; e-mail: [esperanto22@gmail.com](mailto:esperanto22@gmail.com).

**СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ:** Хорошева Наталья Владимировна, кандидат филологических наук, доцент, ведущий кафедрой романской филологии, Пермский государственный национальный исследовательский университет; 614990, г. Пермь, ул. Букирева, 15; e-mail: [romanphil@rambler.ru](mailto:romanphil@rambler.ru).

В последнее время наблюдается растущий интерес к изучению феномена манипулирования сознанием. Причина этому, с одной стороны, в демократизации, усилении роли индивида в процессе принятия политических решений, а с другой — в значительном изменении сущности массовой коммуникации в современном мире.

К сожалению, несмотря на множество работ, анализирующих политическое воздействие, многие теоретические аспекты проблемы манипулирования в дискурсе остаются недостаточно разработанными. Среди них — проблема определения самого термина «манипулирование». В трудах многих исследователей отмечается недостаточная однозначность термина, наблюдаются разногласия по поводу видовых свойств и расхождения в их интерпретации. Так, Л. М. Месропян отмечает, что «до сих пор нет полного определения данного языкового явления, что приводит к расплывчатости границ феномена и неопределенности в плане его категориальной соотнесенности» [Месропян 2014: 8]. К аналогичному заключению приходит и А. В. Кузин, полагая, что «значение понятия „манипуляция“ достаточно размыто и не имеет единых

четко обозначенных характеристик» [Кузин 2012: 4]. По мнению исследователя, «этому способствовало как то, что феномен манипулирования изучается в рамках нескольких наук, так и то, что сам термин достаточно молод и появился в середине XX века» [Там же]. Среди факторов, усугубляющих неопределенность термина, на наш взгляд, стоит также упомянуть частое использование термина «манипулирование» не только в текстах СМИ в идеологических целях, но и в обыденном дискурсе.

Вместе с тем важность однозначного и точного определения в науке сложно переоценить. Как писал Е. Л. Доценко, определение служит «своеобразным указующим перстом», который позволяет нам «отличать манипуляцию от других видов воздействия» [Доценко 1997: 44]. В настоящей статье мы рассмотрим подходы к определению манипуляции, существующие в работах российских исследователей, раскроем содержание видовых признаков, которыми традиционно атрибутируется манипулирование, и сформулируем собственное определение этого термина.

Материалом анализа послужили 16 определений термина «манипулирование»

(«манипуляция»), используемых в кандидатских и докторских диссертациях, защищенных в 2009—2014 гг. в России, а также в монографиях указанного периода. Кроме того, мы сочли целесообразным внести в корпус определений (см. табл. 1) дефиниции

термина, предложенные немного ранее в классических российских трудах по манипулированию [Доценко 1997; Кара-Мурза 2005], зачастую используемые в качестве рабочих в диссертациях других авторов (см., напр.: [Мансурова 2009; Двойнина 2010]).

**Таблица 1.** Определения термина «манипулирование/манипуляция» в работах российских исследователей

Автор	Определение
К. В. Андрианова	«Манипулирование — скрытое воздействие на другого человека с целью принять необходимую точку зрения» [Андрианова 2013: 14].
Т. М. Голубева	«Манипуляция — это вид скрытого воздействия, осуществляемого в интересах говорящего и имеющего целью ввести в модель мира реципиента новые знания, мнения, убеждения и/или модифицировать уже существующие посредством различного рода стратегий» [Голубева 2009: 14].
А. А. Горбачев	«...политическое манипулирование представляет собой скрытое управление (влияние) политическим сознанием и поведением людей» [Горбачев 2011: 28].
А. А. Данилова	«Под языковым манипулированием мы понимаем скрытое языковое воздействие на адресата, намеренно вводящее его в заблуждение относительно замысла или содержания речи» [Данилова 2011: 12].
Ю. А. Дидык	«...речевая манипуляция — это вербально выраженный вид психологического воздействия одного персонажа пьесы на другого, в результате которого у объекта манипуляции возникает изначально чуждое ему желание или намерение, приводящее к получению манипулятором определённой личной выгоды или выгоды психологического характера» [Дидык 2010: 29].
Е. Л. Доценко	«Манипуляция — это вид психологического воздействия, искусное исполнение которого ведет к скрытому возбуждению у другого человека намерений, не совпадающих с его актуально существующими желаниями» [Доценко 1997: 59].
С. Г. Кара-Мурза	«Манипуляция — это программирование мнений и устремлений людей, их настроений и даже психического состояния с целью обеспечить такое их поведение, которое нужно тем, кто владеет средствами манипуляции» [Кара-Мурза 2005: 16].
И. В. Князева	«Манипуляция, понимаемая в широком смысле, есть способ социального управления сознанием людей, включенный в нормативную регуляцию, трансформирующий ценностные компоненты и создающий смысловые горизонты для социально-адаптированного поведения» [Князева 2011: 33].
Е. А. Колесников	«...политическая манипуляция представляет собой специфический вид скрытого воздействия на политическое сознание и поведение индивидов, целью которого является формирование желательного для политических сил образа мышления и поведения для реализации собственных желаний и интересов» [Колесников 2011: 23].
Н. О. Королев	«Манипуляция — широкое понятие, смысл которого — введение в заблуждение, доведение человека до самообмана путем специфического информирования» [Королев 2012: 79].
А. В. Кузин	«Манипуляция — это форма социального взаимодействия, основанная на скрытом, умелом влиянии на объект воздействия, изменяющем его поведение в соответствии с нуждами и потребностями субъекта отношений» [Кузин 2012: 9].
Л. М. Месропян	«Речевое манипулирование определяется как вид речевого воздействия, базирующийся на когнитивных процессах убеждения с элементами внушения, сопровождающийся блокированием критического мышления, связанный с устранением когнитивного диссонанса, характеризующийся имплицитностью воздействия, завуалированной интенциональностью, скрытым характером реализуемого речевого насилия, неуважительным отношением к объекту манипулирования» [Месропян 2014: 12].
О. Л. Михалева	«...манипуляция — это вид психологического воздействия, направленного на побуждение адресата к совершению определенных адресантом действий посредством скрытого структурирования мира в сознании адресата в результате искусного внедрения в его психику целей, желаний, намерений, установок, не совпадающих с теми, которые объект воздействия мог бы сформировать самостоятельно» [Михалева 2009: 77].

Автор	Определение
Ю. В. Пую	«Манипуляция — это вид сложного психологического взаимодействия, направленного на неявное побуждение другого человека к совершению нужных для манипулятора действий» [Пую 2010: 49].
Н. С. Урсу	«Манипулирование — это особый вид социального управления человеческим поведением, целью которого является изменение некоторых установок или ценностей человека, без применения открытого насилия» [Урсу 2012: 16].
Е. А. Цымбал	«Социальное манипулирование — способ информационного воздействия на общественное сознание при помощи различных средств (социальных, социально-психологических, идеологических, СМИ и т. д.), применяемых конкурирующими властными структурами в различных сферах общественной жизни для формирования общественного мнения и обеспечения заданных поведенческих реакций у широких масс» [Цымбал 2010: 18].

Отдельно стоит оговорить специфику ряда рассмотренных нами определений. Так как манипулирование является междисциплинарным объектом, некоторые определения относятся к частному виду манипулирования. Так, если в лингвистике рассматривается языковое/речевое манипулирование, то в политологии — политическое, а в философии — социальное. В тех случаях, когда определение казалось слишком узким, мы абстрагировались от отдельных видовых признаков, обусловленных предметом исследования и наукой, в рамках которой это исследование было проведено.

Приведем пример: А. А. Данилова оперирует термином «языковое манипулирование» и определяет его как «скрытое языковое воздействие на адресата, намеренно вводящее его в заблуждение относительно замысла или содержания речи» [Данилова 2011: 12]. Анализируя указанное определение, мы «вынесли за скобки» видовой признак «воздействие посредством языка», так как не всякое манипулирование является вербальным воздействием.

Как известно, сущность логической операции определения выражается формулой «*Definitio fit per genus et differentiam specificam*», другими словами — «Определение заключается в указании рода данного понятия с присоединением видового различия его» [Челпанов 2010: 26]. Родовое понятие «вписывает» термин в систему, задает иерархические связи. Видовые признаки, по сути своей, являются теми свойствами, которые отличают определяемое понятие от других видов внутри рода, т. е. являются ключевыми признаками.

Одно из основных требований правильного определения — требование его сораз-

мерности. Другими словами, объемы определяемого и определяющего должны быть тождественными. Если объемы не тождественны, говорят о том, что определение является слишком узким, либо о том, что определение является слишком широким, либо о том, что определение является и широким, и узким одновременно (пример такого определения: «*бочка — сосуд для хранения жидкостей*»). Кроме того, определение должно быть ясным, видовые признаки — исключаящими двусмысленность толкования. Как писал Д. П. Горский, «многие спорные проблемы науки решались на путях уточнения существующих определений, путем обоснования эквивалентности обсуждаемых дефиниций» [Горский 1974: 4].

Руководствуясь этими положениями формальной логики, мы провели анализ дефиниций термина «манипулирование/манипуляция», основываясь на следующих принципах исследования.

1. В соответствии со структурой определения мы выделили видовые признаки рассмотренных определений (см. табл. 2). В статье мы не рассматривали родовые понятия, так как они во многом обусловлены предметом исследования и отраслью науки, в рамках которой изучается манипулирование. В свою очередь, видовые признаки, как будет показано ниже, сохраняют устойчивость и в гораздо меньшей степени вариативны.

2. В соответствии с законом соразмерности мы критически рассмотрели видовые признаки и отбросили те из них, которые, на наш взгляд, являлись опциональными.

3. В соответствии с требованием ясности мы постарались раскрыть содержание видовых признаков и показать различия в интерпретации этих признаков исследователями.

**Таблица 2.** Видовые признаки определений термина «манипулирование/манипуляция» в работах российских исследователей

№	Признак	Определение
1.	«Искусность воздействия»	2, 6, 11, 13, 16
2.	«Выигрыш манипулятора»	2, 5, 7, 9, 11, 14
3.	«Вред манипулируемому»	1, 5, 6, 10, 12, 13
4.	«Скрытность воздействия»	1, 2, 3, 4, 6, 9, 11, 12, 13, 14
5.	«Искажение информации»	2, 4, 7, 8, 9, 10, 13, 15, 16
6.	«Умышленность воздействия»	1, 2, 4, 7, 9, 10

По результатам анализа можно сказать, что большинству рассмотренных нами определений «манипулирования/манипуляции» присущи следующие видовые признаки: «искусность воздействия», «выигрыш манипулятора», «вред манипулируемому», «скрытность воздействия», «искажение информации», «умышленный характер воздействия».

Рассмотрим подробнее видовые признаки, раскрывая их содержание, представляя различные точки зрения на тот или иной видовой признак, изложенные в работах исследователей манипулирования, а также предлагая собственный взгляд на содержание каждого видового признака и целесообразность его включения в рабочее определение.

#### **Видовой признак «искусность воздействия»**

Искусность воздействия как видовой признак манипулирования упоминается в определениях Т. М. Голубевой, Е. Л. Доценко, А. В. Кузина, О. Л. Михалевой, Е. А. Цымбал, в работах которых предлагаются различные подходы к интерпретации этого свойства.

Как отмечает Е. Л. Доценко, «для манипуляции характерны искусность, ловкость, мастерство исполнения. Действительно, топорно состряпанное воздействие не подпадает под то интуитивное ощущение манипуляции, которым мы привыкли руководствоваться» [Доценко 1997: 48]. В такой интерпретации «искусность» понимается как оценочное суждение, характеризующее мастерство, ловкость исполнения и противопоставленное «топорности», неумелости. Сходная интерпретация этого свойства представлена также в определениях А. В. Кузина («умелое влияние») и О. Л. Михалевой («искусное внедрение в психику целей...»).

Стоит отдельно остановиться на понятии «интуитивное ощущение», которым руководствуется Е. Л. Доценко. Исследователь в своем анализе определений использует метод этимологической реконструкции слов. В этимологии слова «манипулирование» уже заложены видовые признаки, и поэтому «вполне законным будет обращаться к языку с вопросами, пытаясь отыскать в нем если и не решение поставленных проблем, то под-

сказки о возможных путях их решения» [Доценко 1997: 38]. По мнению ученого, «в семантическом поле манипуляции признак искусности занимает весьма заметное место» [Доценко 1997: 58], а значит, считает он, его необходимо внести в качестве видового в определение манипулирования.

На наш взгляд, метод этимологической реконструкции действительно позволяет обнаружить некоторые имплицитные смыслы, однако он не является исчерпывающим. Во-первых, в процессе развития языка исходные смыслы, заложенные в слова, приходят в противоречие с объективной действительностью и не могут служить путеводной нитью в понимании сущности явления. Во-вторых, зачастую этимологические составляющие слова являются выражением наивной картины мира. Таким образом, тот факт, что признак искусности в семантическом поле манипуляции занимает заметное место, еще не означает, что такой признак необходимо вносить в содержание научного определения.

Понимание искусности как оценочного суждения, на наш взгляд, неприемлемо и из практических соображений. Являясь субъективной характеристикой, «искусность» в большой степени зависит от субъекта, который дает подобную оценку. Та или иная манипуляция будет по-разному оцениваться опытным реципиентом и человеком неискушенным. Особенности сложности с этим свойством возникают тогда, когда объектом исследования являются не межличностное манипулирование в конкретных ситуациях, а, например, манипулирование в СМИ, продукцию которых потребляют совершенно разные люди. Анализ манипулирования в таком случае затруднен из-за невозможности объективно определить, какое речевое воздействие является «искусным» и может считаться манипулятивным, а какое — нет.

В работах, анализирующих преимущественно не межличностное, а массовое манипулирование, дается иная интерпретация этого свойства.

Так, С. Г. Кара-Мурза понимает «искусность воздействия» иначе: «...манипуляция — это воздействие, которое требует значительного мастерства и знаний. <...> Если же речь

идет об общественном сознании, о политике, хотя бы местного масштаба, то, как правило, к разработке акции привлекаются специалисты или хотя бы специальные знания, почерпнутые из литературы или инструкций. Поскольку манипуляция общественным сознанием стала технологией, появились профессиональные работники, владеющие этой технологией (или ее частями). Возникла система подготовки кадров, научные учреждения, научная и научно-популярная литература» [Кара-Мурза 2005: 17]. Искусность в такой трактовке предполагает наличие специальных знаний, особой технологии манипулирования. На наш взгляд, это замечание является справедливым, но только для отдельных случаев манипулирования (массового или политического). Если говорить о манипулировании в целом, понимая под ним как массовое, так и межличностное, дифференцирующий признак «искусность», на наш взгляд, вносит путаницу: при таком подходе межличностное манипулирование, которое, как правило, является интуитивным и не основанным на какой-либо технологии, перестает быть манипулированием.

Таким образом, выделение такого видового признака манипулирования, как «искусность воздействия», не представляется нам целесообразным. С одной стороны, из-за своего субъективного характера данный признак существенно затрудняет исследование, с другой — является опциональным, присущим преимущественно политическому и массовому видам манипулирования.

**Видовые признаки «выигрыш манипулятора», «вред манипулируемому», «умышленность воздействия»**

Данные видовые свойства указываются в определениях Т. М. Голубевой, Ю. А. Дидык, С. Г. Кара-Мурзы, Е. А. Колесникова, А. В. Кузина, Ю. В. Пую. Мы будем рассматривать эти признаки вместе, так как, на наш взгляд, они являются различными интерпретациями одного более широкого свойства (назовем его «расхождением интересов манипулятора и манипулируемого»). Манипулирование реализуется тогда, когда присутствует определенный конфликт интересов, в противном случае в манипулировании нет надобности. Однако на самом деле ситуация гораздо сложнее. Попытаемся доказать эту мысль, изложив развитие толкований признака «расхождение интересов манипулятора и манипулируемого» в работах отечественных исследователей.

С. Г. Кара-Мурза фокусирует внимание на одной стороне конфликта интересов: на вреде (проигрыше), который наносится ре-

ципиенту в случае успешного манипулирования. Руководствуясь уже упомянутым методом этимологической реконструкции, исследователь размышляет: «Какой же вид воздействия на наше поведение мы определим как манипуляцию? Ясно, что само это слово имеет отрицательную окраску. Им мы обозначаем то воздействие, которым недовольны, которое побудило нас сделать такие поступки, что мы оказались в проигрыше, а то и в дураках. Если приятель на ипподроме уговорил вас поставить на лошадь, которая пришла первой, то, получая в кассе выигрыш, вы не скажете: „Он мной манипулировал“. Нет, он дал вам дельный совет» [Кара-Мурза 2005: 15]. Пример с ипподромом, на наш взгляд, довольно показателен, так как критерием отличия манипулирования от другого вида воздействия служит... успех лошади, которая либо приходит победителем (а значит, приятель не манипулировал), либо же проигрывает (значит, приятель оказал манипулятивное воздействие). Явная абсурдность примера почему-то не приводит исследователя к мысли о том, что ценностный критерий (представление о том, что является выигрышем или проигрышем существенно зависит от индивидуальной ценностной системы координат) не может служить дифференцирующим.

Позиция, которой придерживается С. Г. Кара-Мурза (и другие исследователи в более ранних работах), критикуется многими учеными. Так, А. А. Горбачев предлагает элиминировать свойство «вред манипулируемому» из определения манипуляции. По мнению исследователя, «манипуляция будет иметь место независимо от того, привела ли она к негативным последствиям для объекта манипулирования, поскольку факт скрытого управления никак не связан с моральными и этическими последствиями для объекта манипуляции» [Горбачев 2011: 27].

Иной точки зрения придерживается Е. Л. Доценко: «Признак „в интересах манипулятора“, как отмечалось, неточен, поскольку манипуляция может производиться и в интересах манипулируемого (по крайней мере отчасти). Например, для того, чтобы кто-либо другой бросил курить, пить и т. п., порой употребляют самые изобретательные приемы, в том числе манипулятивные» [Доценко 1997: 52]. Действительно, в случае психологической коррекции и в педагогическом процессе часто употребляются манипулятивные техники, которые оказывают не отрицательное, а положительное воздействие на объект манипулирования.

Отказываясь от критерия «вред манипулируемому», Е. Л. Доценко предлагает обра-

туть внимание на другую сторону манипулятивного воздействия — выигрыш манипулятора. «Другим важным критерием может быть признак „с целью выигрыша“. Семантический состав русского „выигрыш“ и английского „win“ включает три значения: преодоление чего-либо или кого-либо, достижение некоторого превосходства над соперником или противником и получение выгоды или пользы для себя. Очевидно, что критерий „с целью выигрыша“ охватывает все поле значений признаков, объединенных в данную группу. Необходимо лишь уточнить: выигрыша одностороннего, поскольку из четырех возможных сочетаний — „я выиграл — он проиграл“, „я выиграл — он выиграл“ и т. д. — лишь первая пара соответствует манипуляции» [Доценко 1997: 54]. Объект манипулирования может проиграть, а может выиграть — все зависит от ситуации. Однако неизменным остается то, что манипулятор всегда оказывается в выигрыше. На наш взгляд, такая позиция также уязвима для критики: относительно какой системы координат оценивать, был выигрыш или нет? «Выигрыш» манипулятора не всегда совпадает с обычными представлениями о том, что зло, а что — благо. При этом в дискурсе сложно, а то и практически невозможно определить индивидуальные представления манипулятора. А значит, определить наличие или отсутствие манипулирования будет затруднительным.

Манипулятор любыми средствами стремится достичь своей цели, но так как возникает конфликт интересов, ему приходится применять манипулятивные приемы. Наличие цели говорит о том, что деятельность манипулятора является умышленной, а не случайной. Действительно, всякое умышленное действие целесообразно, и наоборот. Поэтому, на наш взгляд, уместно перейти от аспекта целесообразности действий манипулятора к умышленному характеру его деятельности. Мы предлагаем конкретизировать признак «стремление к достижению поставленной цели» как «умышленность воздействия», которое, как нам кажется, более точно определяет отношения между манипулируемым и манипулятором.

Таким образом, видовой признак «проигрыш манипулируемого» является слишком узким, так как, применяясь в отдельных сферах деятельности, в частности педагогике и психологической коррекции, манипулирование не противоречит интересам объекта манипулирования и не наносит ему вред. Признак «выигрыш манипулятора» также является слишком узким: не всегда манипулятор оказывается в выигрыше, в некоторых

случаях он может и проигрывать. Понятия «выигрыш» и «проигрыш» являются субъективными и малоэффективными в практических исследованиях. Вместе с тем наличие целей и стремление достичь их путем манипулирования является важным дифференцирующим признаком, и поэтому мы конкретизируем свойство «стремление достичь цели» как «умышленность воздействия».

#### **Видовые признаки «скрытность воздействия» и «искажение информации»**

Традиционно скрытность является одним из наиболее часто упоминаемых свойств манипулирования. В нашем обзоре этот видовой признак упоминается в 10 определениях из 16 (определения К. В. Андриановой, Т. М. Голубевой, А. А. Горбачева, А. А. Даниловой, Е. Л. Доценко, Е. А. Колесникова, А. В. Кузина, Л. М. Месропян, О. Л. Михалевой, Ю. В. Пую). Некоторые исследователи считают это свойство основным: «...как можно понять, именно в скрытом характере оказываемого на объект влияния заключается смысл манипулятивного действия» [Колесников 2011: 5]. Однако, как мы покажем далее, исследователи интерпретируют этот видовой признак по-разному.

Рассматривая это свойство, Е. Л. Доценко выделил три возможных толкования скрытности воздействия: сокрытие информации, составляющей содержание воздействия (А); сокрытие самого факта воздействия (В); сокрытие информации о намерениях манипулятора (С).

По мнению ученого, «попытка манипуляции лишь тогда имеет шансы на успех, если факт воздействия на адресата <...> осознается и конечная цель манипулятора <...> неизвестна» [Доценко 1997: 55]. Таким образом, исследователь считает, что всякому манипулированию присущи стороны В и С (также считает Н. С. Урсу [Урсу 2011] и С. Г. Кара-Мурза [Кара-Мурза 2005]). Однако некоторые ученые думают иначе [Месропян 2014; Данилова 2011; Колесников 2011]. Например, Л. М. Месропян считает, что манипулированию присущи все три стороны скрытности, отмеченные Е. Л. Доценко. А. А. Данилова видит обязательными стороны А и С, а Е. А. Колесников — только сторону В. В этом вопросе мы согласны с Е. А. Колесниковым: не всегда манипулирование предполагает сообщение ложной информации, иногда и правдивое сообщение может оказывать манипулятивное воздействие. Не согласны мы и с мыслью о том, что в процессе манипулирования конечная цель манипулятора остается скрытой. В ходе спора часто применяются приемы, которые принято счи-

тать манипулятивными (софизмы, демагогия и др.). Однако в споре конечная цель (доказать свою правоту) не скрывается. Более того, часто спорящие стороны сами акцентируют внимание собеседника на тех целях, которые они преследуют («А сейчас я докажу, что...»).

Мы считаем, что понятие «скрытность», рассматриваемое как основное в большинстве работ по исследованию манипулирования, является недостаточным, акцентируя внимание лишь на одной стороне манипулирования. В ходе манипулирования, действительно, часто скрываются намерения манипулятора или действительное содержание сообщения. Однако в большинстве случаев информация не просто умалчивается, а искажается. Другими словами, манипулятор не просто не сообщает разоблачающей правды, а заменяет правдивую информацию на правдоподобную, но недостоверную.

Примечательно, что понятие «искажение информации» прямо или косвенно выражено в определениях многих исследователей («программирование мнений», «структурирование мира» и пр.). Наиболее явно об искажении пишут А. А. Данилова («введение в заблуждение») [Данилова 2011] и Н. О. Королев («доведение до самообмана») [Королев 2012].

Таким образом, на наш взгляд, скрытность является частным случаем искажения. Выделение видового признака «искажение информации» вместо «скрытности воздействия», по нашему мнению, является более эффективным для исследования манипулирования. Искажение имеет вполне конкретное выражение в тексте, в то время как обнаружение скрытности является результатом исследовательской реконструкции. Гораздо легче доказать, что манипулятор предоставил недостоверную информацию, чем то, что он умолчал о чем-то, о чем должен был сообщить.

Основываясь на небольшом обзоре подходов к определению манипулирования, который мы предприняли в этой статье, сформируем собственное определение манипулирования. В качестве родового понятия мы используем высокочастотное и нейтральное понятие «психологическое воздействие», а в качестве видовых признаков возьмем «наличие искажения» и «умышленный характер», значимость которых в структуре понятия манипулирования была представлена нами выше. Итоговое определение будет следующим: *манипулирование — психологическое воздействие, в ходе которого осуществляется умышленное искажение информации*. Наш подход к определению манипулирования, таким образом, основан

на доказательстве манипулирования, состоящем из двух шагов: обнаружении искажений в тексте и доказательстве их умышленного характера.

В целом для анализа и доказательства манипулирования остаются нерешенными еще немало вопросов: в чем заключается сущность понятий «искажение» и «умышленность»? Где проходит граница между искажением и отсутствием искажения, умышленностью и случайностью? Является ли уместным использование понятия «искажение» в условиях антропоцентрической парадигмы и широкого распространения неклассических концепций истины? Возможно ли вообще распознать умышленность действий манипулятора, учитывая, что его сознание является «закрытым» для исследователя? Эти вопросы пока остаются открытыми.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Андрианова К. В. Лингвопрагматический аспект манипулятивного воздействия в теледискурсе: на материале передач В. Соловьева и М. Шевченко : автореф. дис. ... канд. филол. наук. — Уфа, 2013.
2. Голубева Т. М. Языковая манипуляция в предвыборном дискурсе: на материале американского варианта английского языка : дис. ... канд. филол. наук. — Н. Новгород, 2009.
3. Горбачев А. А. Манипулирование электоратом в избирательном процессе современной России : дис. ... канд. полит. наук. — М., 2011.
4. Горский Д. П. Определение (логико-методологические проблемы). — М. : Мысль, 1974.
5. Данилова А. А. Манипулирование словом в средствах массовой информации. 2-е изд. — М. : Добросвет : КДУ, 2011.
6. Двойнина Е. В. Речевая манипуляция в интернет-дискурсе: на материале русско- и англоязычных новостных сайтов : дис. ... канд. филол. наук. — Саратов, 2010.
7. Дидык Ю. А. Речевая манипуляция в оригинальном и переводном тексте: на материале пьес Б. Шоу : дис. ... канд. филол. наук. — Саратов, 2010.
8. Доценко Е. Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита. — М. : ЧеРо : Изд-во МГУ, 1997.
9. Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием. — М. : Эксмо, 2005.
10. Князева И. В. Манипуляция общественным сознанием: сущность, исторические формы, трансформация: социально-философский анализ : дис. ... канд. филос. наук. — Воронеж, 2011.
11. Колесников Е. А. Механизмы легитимации технологий политического манипулирования : дис. ... канд. полит. наук. — Ростов н/Д, 2011.
12. Королев Н. О. Политическое манипулирование в процессе коммуникации власти и общества : дис. ... канд. полит. наук. — Волгоград, 2012.
13. Кузин А. В. Манипуляция в структуре социального взаимодействия : автореф. дис. ... канд. филос. наук. — Великий Новгород, 2012.
14. Мансурова А. И. Манипуляция общественным сознанием посредством СМИ: на примере концептосферы «защита» : дис. ... канд. филол. наук. — Уфа, 2009.
15. Месропян Л. М. Речевое агрессивное манипулирование в юрислингвистическом аспекте : автореф. дис. ... канд. филол. наук. — Ростов н/Д, 2014.

16. Михалева О. Л. Политический дискурс: специфика манипулятивного воздействия. — М. : Либроком, 2009.

17. Пую Ю. В. Социально-философские основания антропологии манипулирования : дис.... д-ра филос. наук. — СПб., 2010.

18. Урсу Н. С. Политическое манипулирование в российских средствах массовой информации: возможности и границы : автореф. дис. ... канд. полит. наук. — М., 2012.

19. Цымбал Е. А. Феномен социального манипулирования в социокультурном пространстве информационного общества : автореф. дис. ... канд. филос. наук. — Ростов н/Д, 2010.

20. Челпанов В. Г. Учебник логики. М. : Научная Библиотека, 2010.

**M. A. Denisov, N. V. Khorosheva**

Perm, Russia

#### THE PROBLEM OF DEFINITION OF THE TERM «MANIPULATION» IN THE WORKS OF RUSSIAN SCHOLARS

**ABSTRACT.** *Recently, the quantity of critical discourse studies dedicated to the investigation of manipulation of consciousness in mass media, has grown considerably. The evident interest to the problem of manipulation among investigators is caused by different factors, such as social, political, ethical, methodological, research and linguistic ones.*

*While analyzing the complex communicative influence — manipulation — its definition becomes vital. This definition serves as an important indicator, which determines the course of investigation. Unfortunately, many investigators mention insufficient theoretical unambiguity of the term «manipulation» due to the novelty of the phenomenon and its interdisciplinary nature.*

*The article describes the definitions of the term «manipulation» in the works of modern Russian scholars. The article analyzes 16 definitions of the term «manipulation» used in doctoral and candidate dissertations defended during 2009-2014 and in monographs written in the same period. The definitions are classified by their differentiae such as «artifice of influence», «win of manipulator», «loss of the manipulated», «disguising influence», «distortion of reality» and «intention of influence». On the basis of the analysis of the differentiae, the authors formulate their own definition of the term «manipulation». Manipulation is defined as a psychological influence characterized by intentional distortion of reality.*

**KEYWORDS:** *political discourse; manipulation; distortion of reality.*

**ABOUT THE AUTHOR:** *Denisov Mikhail Andreyevich, Master's Degree Student, Faculty of Modern Foreign Languages and Literatures, Perm State National Research University, Perm, Russia.*

**ABOUT THE AUTHOR:** *Khorosheva Natalya Vladimirovna, Candidate of Philology, Associate Professor, Head of Department of Romance Languages, Perm State National Research University, Perm, Russia.*

#### LITERATURE

1. Andrianova K. V. Lingvopragmaticheskiy aspekt manipulyativnogo vozdeystviya v telediskurse: na materiale peredach V. Solov'eva i M. Shevchenko : avtoref. dis. ... kand. filol. nauk. — Ufa, 2013.

2. Golubeva T. M. Yazykovaya manipulyatsiya v predvybornom diskurse: na materiale amerikanskogo varianta angliyskogo yazyka : dis. ... kand. filol. nauk. — N. Novgorod, 2009.

3. Gorbachev A. A. Manipulirovanie elektoratom v izbiratel'nom protsesse sovremennoy Rossii : dis. ... kand. polit. nauk. — M., 2011.

4. Gorskiy D. P. Opredelenie (logiko-metodologicheskie problemy). — M. : Mysl', 1974.

5. Danilova A. A. Manipulirovanie slovom v sredstvakh massovoy informatsii. 2-e izd. — M. : Dobrosvet : KDU, 2011.

6. Dvoynina E. V. Rechevaya manipulyatsiya v internet-diskurse: na materiale russko- i angloyazychnykh novostnykh saytov : dis. ... kand. filol. nauk. — Saratov, 2010.

7. Didyk Yu. A. Rechevaya manipulyatsiya v original'nom i perevodnom tekste: na materiale p'es B. Shou : dis. ... kand. filol. nauk. — Saratov, 2010.

8. Dotsenko E. L. Psikhologiya manipulyatsii: fenomeny, mekhanizmy i zashchita. — M. : CheRo : Izdvo MGU, 1997.

9. Kara-Murza S. G. Manipulyatsiya soznaniem. — M. : Eksmo, 2005.

10. Knyazeva I. V. Manipulyatsiya obshchestvennym soznaniem: sushchnost', istoricheskie formy, transformatsiya: sotsial'no-filosofskiy analiz : dis. ...

kand. filol. nauk. — Voronezh, 2011.

11. Kolesnikov E. A. Mekhanizmy legitimatsii tekhnologiy politicheskogo manipulirovaniya : dis. ... kand. polit. nauk. — Rostov n/D, 2011.

12. Korolev N. O. Politicheskoe manipulirovanie v protsesse kommunikatsii vlasti i obshchestva : dis. ... kand. polit. nauk. — Volgograd, 2012.

13. Kuzin A. V. Manipulyatsiya v strukture sotsial'nogo vzaimodeystviya : avtoref. dis. ... kand. filol. nauk. — Velikiy Novgorod, 2012.

14. Mansurova A. I. Manipulyatsiya obshchestvennym soznaniem posredstvom SMI: na primere kontseptosfery «zashchita» : dis. ... kand. filol. nauk. — Ufa, 2009.

15. Mesropyan L. M. Rechevoe agressivnoe manipulirovanie v yurislolingvisticheskom aspekte : avtoref. dis. ... kand. filol. nauk. — Rostov n/D, 2014.

16. Mikhaleva O. L. Politicheskii diskurs: spetsifika manipulyativnogo vozdeystviya. — M. : Librokom, 2009.

17. Puyu Yu. V. Sotsial'no-filosofskie osnovaniya antropologii manipulirovaniya : dis.... d-ra filol. nauk. — SPb., 2010.

18. Ursu N. S. Politicheskoe manipulirovanie v rossiyskikh sredstvakh massovoy informatsii: vozmozhnosti i granitsy : avtoref. dis. ... kand. polit. nauk. — M., 2012.

19. Tsymbal E. A. Fenomen sotsial'nogo manipulirovaniya v sotsiokul'turnom prostranstve informatsionnogo obshchestva : avtoref. dis. ... kand. filol. nauk. — Rostov n/D, 2010.

20. Chelpanov V. G. Учебник логики. М. : Научная Библиотека, 2010.

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

А. У. Качмазова, Т. Ю. Тамерьян  
Владикавказ, Россия

### МЕТАФОРИЧЕСКОЕ ПОЛЕ СОЦИОЭТНИЧЕСКОГО ТИПАЖА «КУДАРЕЦ»

**АННОТАЦИЯ.** На материале интернет-сайтов рассматривается североосетинский лингвокультурный типаж «кударец». В соответствии с теорией лингвокультурных типажей, типизируемые личности — обобщенные узнаваемые представители культуры, служащие индикаторами этнокультурного многообразия и маркерами социополитических внутри- и внешнегосударственных изменений. Алгоритм изучения лингвокультурного типажа включает такие признаки, как внешний вид, одежда, возраст, гендерный признак, коммуникативное поведение (вербальное, паравербальное, невербальное), сфера деятельности, социальный статус, интеллектуальные способности, образование, материальное положение, жизненная позиция, отстаивание социополитических интересов и культурной целостности, дифференциация по субэтническому религиозному и территориальному признакам.

Описываются когнитивные признаки лингвокультурного типажа «кударец», репрезентированные метафорическими моделями.

Многие метафоры представляют кударцев в отрицательном свете. Такова комплексная двухвекторная метафорическая модель, имеющая проекции в двух понятийных областях — цивилизационной и поведенческой: «Кударец — дикарь». Дикарь — это человек, находящийся на ступени первобытной культуры (цивилизационная метафора), и человек грубый и необузданный (поведенческая метафора). Зооморфные метафоры также часто представляют кударцев невежественными, демонстрирующими опасное для северных осетин поведение, упрямыми (саранча, быдло, баран). Фиксируются и положительные оценки, когда кударцы воспринимаются как «свои», например, при использовании военной метафоры (могучий воин, Рэмбо). Метафорический кластер, состоящий из базовой части (психологической метафорой «кударец — состояние души») и аддитивной (морбильная метафора «кударец — болезнь души»), актуализирует представления северных осетин о кударцах как о чем-то непостижимом, не поддающемся точному определению и вместе с тем негативном.

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:** лингвокультурный типаж; кударец; субэтническая группа; метафорический пласт; образная составляющая; метафорическая модель; когнитивные признаки; интернет-дискурс.

**СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ:** Качмазова Алина Уианговна, аспирант, кафедра иностранных языков для негуманитарных факультетов, Северо-Осетинский государственный университет им. К. Л. Хетагурова; 362025, г. Владикавказ, ул. Ватутина, 44-46; e-mail: kachmazova.alina@yandex.ru.

**СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ:** Тамерьян Татьяна Юльевна, доктор филологических наук, профессор, преподаватель кафедры иностранных языков для негуманитарных факультетов, Северо-Осетинский государственный университет им. К. Л. Хетагурова; 362025, г. Владикавказ, ул. Ватутина, 44-46; e-mail: tamertu@mail.ru.

Современная лингвистика характеризуется интенсивным изучением языкового сознания в условиях моно- и полилингвальных социумов. Выявление гетеростереотипов о представителях субэтнической группы кударцев в североосетинском сообществе входит в сферу актуальных задач лингвокультурологии, социолингвистики и политической лингвистики.

Введение в исследовательское поле лингвокультурного типажа «кударец», возникшего как концепт-стереотип в североосетинской лингвокультуре [Тамерьян, Качмазова 2013, 2014] соотносится с теорией лингвокультурных типажей (ЛКТ) [Карасик, Ярмахова 2005; Дмитриева 2007], исследующей концепты типизируемых личностей — обобщенных узнаваемых представителей культуры, служащих индикаторами этнокультурного многообразия и маркерами социополитических внутри- и внешнегосударственных изменений. Наиболее масштабное переселение южных осетин в Северную Осетию, происшедшее после грузино-осетинского конфликта 1989—1992 гг., привнесло новые смыслы. После пятидневной вой-

ны в августе 2008 г. произошла последняя миграция из Южной Осетии: было зафиксировано около 30 тысяч беженцев в Северную Осетию [Тамерьян, Качмазова 2013: 183] — «добровольный и/или временный переселенец с целью получения образования или работы».

В основу моделирования метафорического представления о ЛКТ «кударец» лег разработанный О. А. Дмитриевой алгоритм изучения лингвокультурного типажа, который включает такие признаки, как внешний вид, одежда, возраст, гендерный признак, коммуникативное поведение (вербальное, паравербальное, невербальное), сфера деятельности, социальный статус, интеллектуальные способности, образование, материальное положение, жизненная позиция, отстаивание социополитических интересов и культурной целостности, дифференциация по субэтническому религиозному и территориальному признакам и другие, составляющие паспорт лингвокультурного типажа, в данном случае — «кударец» [Дмитриева 2007: 22—25].

Мощная метафорическая сеть актуализацией образа данной субэтнической группы

отражает закономерные процессы повышения метафорической активности, отражающей социополитическую активность [Будаев, Чудинов 2006; Чудинов 2003, 2006, 2008].

Исследуемые метафоры, описанные по данным интернет-материалов [Тамерьян, Цаголова 2013], представлены главным образом моделями, репрезентирующими обобщенные представления о **кударцах**: «X(s) — это Y(s)» и «X(s), как Y(s)», где (s) — показатель множественного числа.

Образ **кударца** актуализируется посредством **комплексной двухвекторной** метафорической модели, имеющей проекции в двух понятийных областях — **цивилизационной** и **поведенческой** — «**К. — дикарь**» (306). **Дикарь** — это человек, находящийся на ступени первобытной культуры (**цивилизационная** метафора), и человек грубый и необузданный (**поведенческая** метафора). Сложный метафорический образ отражает отношение северных осетин к кударцам как к людям, имеющим более низкий уровень культуры, вследствие чего они и нарушают общепринятые правила приличия в североосетинском сообществе.

В приводимых ниже отрывках противопоставляется нормативное поведение северного осетина как «своего» и ненормативное поведение кударца как «чужого»: *А те, кому не нравится мое деление нас на дикарей и нормальных, и сами из числа приезжих дикарей; Я так скажу, кударцы (беженцы) ведут себя, как дикари.*

**Зооморфная** метафора на базе сравнительной многопризнаковой метафорической модели «**К(ы) как саранча**» (5) описывает поведение кударцев на основе образа насекомых, передвигающихся огромным роем, сметая все на своем пути, необычайно плодовитых, апеллируя, таким образом, сразу к нескольким признакам концепта «**кударец**»: *многочисленности кударцев-мигрантов, их семейной клановости, многодетности, вредоносному для северных осетин поведению: Кударцы как саранча массово захватила всю Северную Осетию; Да, вы как саранча — вас много и кроме вреда, пользы никакой нет.*

Данные характеристики актуализируют историко-политические события недавнего прошлого — массовые миграции кударцев в Северную Осетию и их негативную оценку в североосетинской ментальности.

Сравнительная модель «**К(ы) как лошади**» (3) позитивно презентует работоспособность кударцев в рамках **зооморфной** метафоры: *Кударцы вкалывать умеют как лошади.*

Инвективная модель «**К(ы) — быдло**» (32) на базе **зооморфной** метафоры также выставляет кударцев как людей низкой куль-

туры, *невежественных и грубых*: *„Кударцы“ считаются неотёсанным быдлом с прогрузинским влиянием; „Кудар“ — она произнесла так, как обычно говорят „быдло“; Наша участь — терпеть это быдло.*

Сравнительная модель «**К(ы) как бараны**» (1) на базе **зооморфной** метафоры характеризует кударцев как упрямых и недалеких, что вызывает негативно маркированную реакцию: *Эти кударцы упрямые, как бараны, сколько я ни объясняю, как надо, все равно делают по-своему!*

**Зооморфная** метафора на основе модели «**К(ы) — медвежья сила**» (1) маркирует антропологические данные кударцев — крупное телосложение и наличие физической силы: *Кударцы отличаются своей медвежьей силой <...>.*



**Визуальная** метафора [Ворошилова 2013] по модели «**К(ы) как медведи**» (1) соотносит кударца с образом медведя, которого опасаются. Визуальная часть представлена мемом-картинкой с изображением медведя, «*Bear Hug*» — «медвежья объятия», «медвежья хватка». Вербальная часть эксплицирована текстом: *Не бойтесь, когда кударцы говорят вам ШЫЫЫЫ? («Что-о-о-о?»)* — и контрастирует с визуальной частью креолизованного мема. Литературной нормой лексемы *цы* является [цы], а не [шы], где шипящий фрикатив является знаком кударского говора. В приведенном эдвайсе контрастируют друг с другом **форма** — *большой, сильный, опасный кударец (заколдованный принц)* и **содержание** — *непонятный, ищущий тепла и понимания человек.*

**Библейская** метафора по модели «**К(ы) — козлы отпущения**» (5) содержит имплицитную аппеляцию: под «**козлами отпущения**» подразумеваются кударцы, на которых возлагают вину за все политические, социальные, бытовые проблемы, возникающие в Северной Осетии: *И не важно, что кударам всегда больше всех и попадает — такова судьба козлов отпущения; замолвил слово за козлов отпущения.*

В **поведенческой** метафоре по модели «**К(ы) — цхинвальский базар**» (5) происходит отождествление кударцев из Южной Осетии местом торговли, где темпераментные южане громко и бурно общаются: *Что, опять цхинвальский „базар“ начался? (к студенту из ЮОП).*

**Комплексная сравнительная многопризнаковая** метафорическая модель «**К(ы) как цыгане**» (8) объективирует такие характеристики кударцев, как *эмоциональная манера общения; постоянные миграции; клановость и многодетность* посредством экпансии, в двух понятийных сферах — **этнической и поведенческой**: *Кударцы как цыгане — такие же шумные и шатающиеся; Они живут цыганским табором.*

В **расовой** метафоре на основе сравнительной модели «**К(ы) как негры**» (1) кударцы предстают как чужеродный этнос, вызывающий непонимание, отторжение и неприятие: *Для многих они как негры.*

**Военная** метафора на основе модели «**К(ы) — могучие воины**» характеризует кударских мужчин как бесстрашных, храбрых, склонных к воинскому делу людей. Во время осетино-ингушского конфликта югоосетины оказали неоценимую помощь северным при проведении военных операций: *Тогда они мне казались могучими воинами.*

**Военная** метафора на основе прецедентной сравнительной модели «**К(ы) как Рэмбо**» (2) аппелирует к универсально прецедентному имени — Джону Рэмбо — герою-ветерану вьетнамской войны в американском боевике «Рэмбо» («Rambo», 1985 год, режиссер — Джордж Пан Косматос) с Сильвестром Сталлоне в главной роли. Когнитивная метафора символизирует идеального, бесстрашного воина: *Они (кударцы) мне казались как Рэмбо.*

В следующем фрагменте представлен **метафорический кластер**, репрезентированный базовой частью, — **психологической** метафорой по модели «**К(ы) — состояние души**» (2) — и аддитивной, эксплицитированной **морбиальной** метафорой по модели «**К(ы) — болезнь души**» (1), которая, с одной стороны, поясняет и уточняет смысл первой, а с другой — служит оппози-

тивом: *Тут я спрашиваю: „А кто такие кударцы?“. Помолчав чуть-чуть, они (две подруги — обе из Владикавказа) засмеялись и потом одна: „Знаешь, кудар — это скорее состояние души, а точнее ее болезнь!“ Коротко говоря, в дальнейших рассказах и байках всяких лохов и уродов они называли кударцами.*

Приведенные модели актуализируют представление северных осетин о кударцах как о чем-то непостижимом, не поддающемся точному определению и вместе с тем негативном: противопоставляются «свои», здоровые (т. е. нормальные), «чужим», больным (т. е. не вписывающимся в нормативы).

С помощью метафоры **стимула** по модели «**К(ы) — раздражители**» (1) транслируется неприятие кударцев-беженцев, находящихся на территории Северной Осетии: *Другое дело, что надо вернуть всех беженцев из Грузии тоже в ЮО (южную Осетию). Кокойты (экс-президент Южной Осетии 2000—2010 гг.) об этом тоже говорил, и, дай Бог, они вернутся! Я надеюсь, если опять-таки власти ЮО реально этого хотят. Так, что скоро количество твоих и не только твоих раздражителей уменьшится в тысячи раз.*

Посредством **психологической** метафоры на основе сравнительной модели «**К(ы) как досадная неприятность**» (2) кударцы как «чужие» отождествляются с явлением, вызывающим неудовольствие, волнение, нарушающим спокойствие северных осетин: *Они рассчитывали, ждали, требовали нашего сочувствия, нашей готовности принять и поделиться. Мы воспринимали их как досадную неприятность и не считали нужным делиться. Они все брали сами. Мы недоумевали и возмущались. Они переживали трагедию беженцев, мы не хотели об этом задуматься.*

Схожие смыслы передаются метафорическим кластером (8) по когнитивной схеме «б + а», где «б» — **психологическая** метафора по модели «**К(ы) — проблема**» (характеризует нахождение кударцев-беженцев в Северной Осетии как трудно разрешимую ситуацию), а «а» — **морбиальная** метафора по модели «**К. — головная боль**», уточняющая первую метафору (схема: «базовая метафорическая модель + аддитивная метафорическая модель»): *Все призывы о том, что беженцам пора и честь знать, запоздали лет на 10. Они уже не с юга, они уже местные жители, местная проблема, местная головная боль.*

Метафора **отчуждения** по модели «**К(ы) — незваные гости**» (52) характеризует кударцев как людей, которым не рады, «чужих»: *Они были чужаками, незваными*

**гостями** — или гостей, чьего ухода ждут: *Никто не имеет права называть своего брата гостем.*

Метафора **родства** по модели «**К(ы) — брат(ья)**» (1011) превалирует по частотности применения, актуализируя образ кударца как «своего», кровника, и несет положительную коннотацию: *Я очень хорошо запомнил слова мамы, которая рассказала, что „нам на помощь примчались наши братья-южанцы“; И пусть каждый увидит в них братьев.*

Метафора **родства** по модели «**К(ы) — наши братья**» (1198) приобретает противоположное значение, звучит иронически и негативно маркируется: *Действительность про наших братьев обрушилась жестоко.*

Закавычивание второго компонента модели превращает метафору **родства** в метафору **отчуждения**.

Метафорой **родства** по модели «**К(ы) — братья по крови**» (2) актуализируют признание единства осетинского этноса, имеющего одно происхождение, одного предка, одну кровь: *Когда же граждане Северной Осетии, то есть иронцы и дигорцы из-за Кавказского хребта, то есть из Южной Осетии, пригласили 26 тысяч братьев по крови — кударцев.*

По той же схеме метафора **родства** трансформируется в метафору **отчуждения, антиродства**: *История говорит сама за себя, а события современной истории у „коренных“ осетин любви к „братьям по крови“ не добавили.*

Другая метафорическая модель, «**Мы (с кударцами) — одна семья**» (5), характеризуя кударцев как «своих», передает положительную аксиологию: *Ведь, что ни говори, мы один народ, одна семья и нам от этого никуда не деться.*

По отношению к кударцам-беженцам применима **пограничная метафора** (721), построенная по модели «**К(ы) — нерастаможенный(е)**», для обозначения людей, нелегально въехавших на территорию РФ, не имеющих законно оформленных таможенных документов. Данная метафорическая модель апеллирует к ситуации срочного отъезда переселенцев, не имеющих необходимых документов для пересечения границы: *Кудар нерастаможенный недавно рассказывал <...>; У нас также криминал поднимет голову, так как, куда ни плюнь, попадешь либо в борца, либо в нерастаможенного; Нерастаможенные! Это худшее, что нас могло ожидать!*

Еще модель **пограничной** метафоры — «**К(ы) — растаможенный(е)**» (302) — несет положительную коннотацию, обозначая

кударцев, легально въехавших на территорию РФ, имеющих двойное югоосетинско-российское гражданство или родившихся на территории РФ: *Он растаможенный кударец, то есть живущий в Российской Осетии. Он учился в институте иностранных языков; А растаможенные кударцы пусть ждут, кого мы выберем; Растаможенные — это местные южанцы (кударцы).*

В следующем фрагменте **музыкальная метафора** в соответствии с моделью «**К(ы) — отдельная песня**» (1) обозначает кударцев, ассимилированных в грузинскую культуру, но полностью не интегрировавшихся в нее, поэтому они категоризируются как общий музыкальный жанр — «песня», являясь осетинами, но представляют другой ее вариант, в отличие от северных осетин: *Кто такой кударец? — Кударцы — это вообще отдельная песня. По услышанной мною как-то „бытовой“ версии истории, кударцы — часть населения осетин, спасавшихся бегством при нашествии татар <...> на территорию современной Грузии, где пытались ассимилироваться, но все закончилось „грузино-осетинским конфликтом“.*

Внешние признаки маскулинного образа кударца передаются **сборным метафорическим комплексом**, формирующим его гипертрофированно негативный образ, когда одна метафорическая модель, сцепляясь с другой, увеличивают объектность образа. Проекция в понятийные области **преуменьшения** и **искажения** опираются на модели «**К(ы) — метр двадцать**» (1) и «**К(ы) — кривые ножки**» (1), создавая пародийный имидж мужчин-кударцев: *Чтобы с высоты своих метра двадцати на кривых ножках гордо рассматривать мимо проходящих.*

**Аксиологическая** метафора на основе модели «**К. — достояние**» (3) отождествляет кударца с этнической ценностью: *Кударец — это просто достояние Осетии.*

**Протекионалистская** метафора по модели «**К. — спасение Осетии**» (1) содержит апелляцию к событиям 90-х гг. XX в., периоду, когда Южная и Северная Осетии оказались втянутыми в военные конфликты, в которых кударцы отличились бесстрашием, храбростью, патриотизмом и военной сноровкой: *А в слове „кударец“ кроется спасение Осетии в 1992 году.*

На основе метафорического кластера, **геологической** метафоры, где базовая сравнительная модель «**К(ы) как руда**» (1) уточняется аддитивной «**К(ы) — самородки**» (1) в нижеприведенном примере передается положительная оценка творческих способностей кударцев: *Они как руда: с виду не-*

красивая, но зато она содержит **самородки** — по-настоящему талантливых людей.

Помимо маскулинного образа исследуемого ЛКТ, были выявлены случаи метафорического воплощения его фемининной разновидности. Кударка описывается посредством **космической** метафоры (1) по модели «**К. — звезда**» как символ эпатажного поведения, представителя шоу-бизнеса: *Кударская звезда пришла*.

В **военной** метафоре на основе сравнительной модели «**К(ы) как танки**» (1) актуализируется поведение кударки, доби-

вающейся цели, не останавливаясь ни перед какими препятствиями: *Кударские бабы прут как танки*.

**Мебельная** метафора на базе сравнительной модели «**К(ы) как шкафы**» характеризует физические данные женщин — крупное телосложение и нерельефную фигуру: *Кударские женщины как шкафы*.

В метафорическом пласте образной составляющей можно выделить полевую модель, состоящую из **ядерной зоны, околоядерной зоны, периферии и дальней периферии**.

Таблица 1

Метафорический пласт ЛКТ «Кударец»

Полевая структура	№	Виды метафор	Метафорические модели
Ядерная зона	1	Метафора родства (2116)	1. <b>К(ы) — наши братья</b> (1098)
			2. <b>К(ы) — брат(ья)</b> (1011)
			3. <b>К(ы) — семья</b> (5)
			4. <b>К(ы) — братья по крови</b> (2)
	2	Метафора отчуждения (1152)	1. <b>К(ы) — «наши братья»</b> (1098)
			2. <b>К(ы) — «братья по крови»</b> (2)
			3. <b>К(ы) — как гости</b> (52)
	3	Пограничная (1023)	1. <b>К(ы) — нерастаможенный(е)</b> (721)
			2. <b>К(ы) — растаможенный(е)</b> (302)
Околоядерное	4	Поведенческая (311)	1. <b>К(ы) — дикари</b> » (306)
			2. <b>К(ы) — цхинвальский базар</b> (5)
	5	Цивилизационная (306)	<b>К(ы) — дикари</b> » (306)
Периферия	6	Зооморфная (45)	1. <b>К(ы) как быдло</b> (32)
			2. <b>К(ы) как саранча</b> (5)
			3. <b>К(ы) — лошади</b> (3)
			4. <b>К(ы) как бараны</b> (3)
			5. <b>К(ы) — медвежья сила</b> (1)
			6. <b>К(ы) — медведи</b> (1)
	7	Психологическая (11)	1. <b>К(ы) — проблема</b> (8)
			2. <b>К(ы) как досадная неприятность</b> (2)
			3. <b>К(ы) — состояние души</b> (1)

Полевая структура	№	Виды метафор	Метафорические модели
Периферия	8	Этническая (8)	<i>К(ы) как цыгане</i> (8)
	9	Библейская (5)	<i>К(ы) — козел отпущения</i> (5)
	10	Военная (5)	1. <i>К(ы) как Рэмбо</i> (2) 2. <i>К(ы) — могучие воины</i> (2) 3. <i>К(ы) как танки</i> (1)
Дальняя периферия	11	Аксиологическая (3)	<i>К(ы) — достойние</i> (3)
	12	Геологическая (2)	1. <i>К(ы) — самородки</i> (1)
			2. <i>К(ы) — руда</i> (1)
	13	Морбиальная (2)	1. <i>К(ы) — головная боль</i> (1)
			2. <i>К(ы) — болезнь души</i> (1)
	14	Мебельная (2)	<i>К(ы) как шкафы</i> (2)
	15	Расовая (1)	<i>К(ы) как негры</i> (1)
	16	Протекционалистская (1)	<i>К(ы) — спасение Осетии</i> (1)
	17	Метафора стимула (1)	<i>К(ы) — раздражители</i> (1)
	18	Музыкальная (1)	<i>К(ы) — отдельная песня</i> (1)
	19	Космическая (1)	<i>К(ы) — звезда</i> (1)
		Метафора «преуменьшения» (1)	<i>К(ы) — метр двадцать</i> (1)
	Метафора искажения (1)	<i>К(ы) — кривые ножки</i> (1)	
	Визуальная (1)	<i>К(ы) как медведи</i> (1)	

В результате анализа данных интернет-форумов и блогов, вербализующих метафорический пласт ЛКТ «**кударец**», нами было выделено 22 вида метафор, представленных на базе 40 моделей: *зооморфная* метафора (6), *психологическая* метафора (5), *метафора родства* (4), *метафора отчуждения* (3), *военная* метафора (3), *поведенческая* метафора (2), *космическая* метафора (1), *цивилизационная* метафора (1), *этническая* метафора (1), *расовая* метафора (1), *геологическая* метафора (1), *аксиологическая* метафора (1), *протекционалистская* метафора (1), *музыкальная* метафора (1), *пограничная* метафора (2), *морбиальная* метафора (2), *библейская* метафора (1), *метафора искажения* (1), *метафора преуменьшения* (1).

Каждая метафорическая модель реализует глубинный смысл, представляя целостный метафорический образ *кударца*.

В метафорическом поле концепта «**кударец**» были выявлены разноструктурные комплексные метафорические модели:

1) многозначные метафорические модели, сформированные посредством экспансий в 2 понятийные сферы — *цивилизационную* и *поведенческую*: «*К(ы) — дикари*» в значениях «человек, находящийся на ступени первобытной культуры»; «человек грубый и необузданный»;

2) многопризнаковая сравнительная метафорическая модель, объективирующая одновременно несколько признаков на базе *зооморфной* метафоры «*К(ы) как саранча*»: *многочисленность кударцев-мигрантов, семейная клановость, многодетность, вредоносное для северных осетин поведение*; «*К(ы) как цыгане*»: «*клановость и многодетность*; «*эмоциональная манера общения; постоянные миграции*»;

3) кластерные метафорические модели, структурированные по схеме: «*базовая метафора + аддитивная метафора*»:

- а) посредством проекции в *психологическую и морбиальную* понятийные сферы: «К(ы) — *состояние души*» + «К(ы) — *ее болезнь*»;
- б) кластерная метафорическая модель, структурированная по схеме: «*базовая метафора + аддитивная метафора*», где базовая сравнительная модель «К(ы) *как руда*» уточняется аддитивной моделью «К(ы) — *самородки*» посредством экспансии в одну понятийную сферу — *геологию*;
- 4) сборная модель, построенная проекциями в понятийную область *преуменьшения и искажения*, когда вторая модель «К(ы) — *кривые ножки*», встраиваясь в первую «К(ы) — *метр двадцать*», наращивает элементы метафорического образа;
- 5) оппозиционные трансформы на основе метафоры *родства*, переходящего в метафору *отчуждения/антиродства* посредством закавычивания второго элемента модели «К(ы) — *наши братья*» ↔ «К(ы) — *„наши братья“*»; «К(ы) — *братья по крови*» ↔ «К(ы) — *„братья по крови“*».

Выявленные метафоры характеризуют следующие когнитивные признаки в структуре ЛКТ «*кударец*»: «*чужие*»; «*свои*»; *поведение*; *черты характера*; *внешность*; *интеллектуальные способности*, *образование*; *образ жизни*; *статусность*; *этническая значимость*; *уровень культуры*.

Признак «*чужие*» реализован 10 метафорическими моделями: «К(ы) *как негры*» (1) — «вызывают отторжение», «непонятные», «непохожесть»; «К(ы) *как досадная неприятность*» (2) — «негативное, нежелательное событие»; «К(ы) — *раздражители*» (1) — «объекты неприятия»; «К(ы) — *проблема*» (8) — «неразрешимая ситуация»; «К(ы) — *головная боль*» (1) — «причина проблем»; «К(ы) — *состояние души*» (1) — «непостижимость», «непохожесть»; «К(ы) — *болезнь души*» (1) — «отторжение, странность»; «К(ы) — *„наши братья“*» (1098) — «не принадлежащие осетинскому этносу»; «К(ы) — *„братья по крови“*» (2) — «чужие», не принадлежащие осетинскому этносу»; «К(ы) — *отдельная песня*» (1) — «отличающаяся субэтническая группа».

Признак «*свои*» нашел выражение в 5 метафорических моделях: «К(ы) — *брат(ья)*» (1011) — «свои», принадлежащие осетинскому этносу»; «К(ы) — *наши братья*» (1098) — «свои», «близкие»; «К(ы) — *братья по крови*» (2) — «признание единства, признание родства»; «К(ы) — *семья*» (5) — «единство этноса»; «К(ы) — *достояние Осетии*» (3) — «этническая значимость».

Метафорические модели, иллюстрирующие **поведенческий образ** кударцев,

представлены 6 вариантами: «К(ы) *как дикарь*» (306) — «грубый», «необузданный»; «К(ы) *как саранча*» (5) — «сметают все на своем пути», «вредоносное для северных осетин поведение»; «К(ы) — *цхинвальский базар*» (5) — «громко и бурно коммуницируют»; «К(ы) *как цыгане*» (8) — «эмоциональная манера общения»; «К-ка — *звезда*» (1) — «эпатажные»; «К(ы) — *медведи*» (1) — «большие, сильные, опасные».

**Черты характера** описываются 5 метафорическими моделями: «К(ы) *как лошади*» (3) — «трудолюбивые»; «К(ки) *как танки*» (1) — «упорство в достижении цели»; «К(ы) *как Рэмбо*» (2) — «бесстрашие», «воинственность»; «К(ы) — *могучие воины*» (2) — «бесстрашие», «храбрость», «воинственность»; «К(ы) *как бараны*» (1) — «упрямство, недалекость».

**Внешний образ** кударца представлен 4 метафорическими моделями: «К(ки) *как шкафы*» (2) — «наличие крупного телосложения»; «К(ы) — *медвежья сила*» (1) — «обладание физической силой»; «К(ы) — *метр двадцать*» (1) — «наличие невысокого роста»; «К(ы) — *кривые ножки*» (1) — «наличие кривых ног».

**Интеллектуальные способности, образование** представлены 4 моделями: «К(ы) — *дикари*» — «низкая ступень развития»; «К(ы) — *быдло*» (32) — «невежественность», «низкая культура»; «К(ы) — *самородки*» (1) — «талантливые», «наличие природных способностей»; «К(ы) — *руда*» (1) — «способные, но не получившие должного образования».

**Образ жизни** изображается посредством 2 метафорических моделей: «К(ы) *как саранча*» (5) — «многочисленны», «мигрирующие», «многодетны»; «*семейные кланы*»; «К(ы) *как цыгане*» (8) — «кочующие из ЮОР в РСО-А и обратно», «многодетны», «семейные кланы».

Признак «*статусность*» представлен также двумя метафорическими моделями, эксплицирующими политико-правовой статус кударцев в Северной Осетии: «К(ы) — *нерастаможенный(е)*» (721) — «кударец, не имеющий гражданства Российской Федерации»; «К(ы) — *растаможенный(е)*» (302) — кударец, имеющий гражданство Российской Федерации.

**Этническая значимость** кударцев описывается одной метафорической моделью: «К(ы) — *спасение Осетии*» (1), изображающей их как «движущую силу развития этноса».

**Культурный уровень** кударцев реализуется моделью «К(ы) *как дикари*» (306) — «отсутствие культуры и воспитания».

**Генерализованный образ** ЛКТ «*кударец*» представлен следующими признаками:

**статусность** («К(ы) — нерастаможенный(е)» (721), «К(ы) — растаможенный(е)» (302)); **интеллектуальные способности, образование** («К(ы) — дикари» (306), «К(ы) — быдло» (32), «К(ы) — самородки» (1), «К(ы) — руда» (1)); **поведение** («К(ы) как дикари» (306), «К(ы) как цыгане» (8), «К(ы) как саранча» (5), «К(ы) — цхинвальский базар» (5)); **культура** («К(ы) как дикари» (306)); **«чужие»** («К(ы) — проблема» (8), «К(ы) как досадная неприятность» (2), «К(ы) как негры» (1), «К(ы) — раздражители» (1), «К(ы) — головная боль» (1), «К(ы) — состояние души» (1), «К(ы) — болезнь души» (1), «К(ы) — отдельная песня» (1)); **образ жизни** («К(ы) как цыгане» (8), «К(ы) как саранча» (5)); **«свои»** («К(ы) — семья» (5), «К(ы) — достояние Осетии» (3)); **черты характера** («К(ы) как лошади» (3)); **этническая значимость** («К(ы) — спасение Осетии» (1)).

Доминантными признаками являются **статусность, интеллектуальные способности и поведение.**

**Маскулинный образ** маркирован следующими признаками: **«чужие»** («К(ы) — „наши братья“» (1098), «К(ы) — „братья по крови“» (2)); **«свои»** («К(ы) — брат(ья)» (1011), «К(ы) — наши братья» (1098), «К(ы) — братья по крови» (2)); **внешний образ** («К(ы) — медвежья сила» (1); «К(ы) — метр двадцать» (1); «К(ы) — кривые ножки» (1)); **черты характера** («К(ы) как Рэмбо» (2), «К(ы) — могучие воины» (2)); **поведенческий образ** («К(ы) как дикарь» (306), «К(ы) — медведи» (1)).

Доминантным является признак **«свои»** в **маскулинном образе** кударца.

**Фемининный образ** характеризуется признаками **внешность** («К(ки) как шкафы» (2) — «наличие крупного телосложения»); **характер** («К(ки) как танки» (1) — упорство в достижении цели); **поведение** («К-ка — звезда» (1) — кударка презентуется как эпатажная личность).

Таблица 2

Когнитивные признаки, репрезентированные метафорическим пластом ЛКТ «кударец»

№	Когнитивные признаки	Метафорическая модель и ее значение	Оценка
1	«Чужие» (10 моделей)	1. «К(ы) как негры» (1) — «вызывают отторжение», «непонятные», «непохожесть»	Негативно маркирован
		2. «К(ы) как досадная неприятность» (2) — нежелательное событие	Негативно маркирован
		3. «К(ы) — раздражители» (1) — «объекты неприятия»	Негативно маркирован
		4. «К(ы) — проблема» (8) — «неразрешимая ситуация»	Негативно маркирован
		5. «К(ы) — головная боль» (1) — «причина проблем»	Негативно маркирован
		6. «К(ы) — состояние души» (1) — «непостижимость», «непохожесть»	Негативно маркирован
		7. «К(ы) — болезнь души» (1) — «отторжение, странность»	Негативно маркирован
		8. «К(ы) — „наши братья“» (1098) — «не принадлежащие осетинскому этносу»	Негативно маркирован
		9. «К(ы) — „братья по крови“» (2) — «чужие», не принадлежащие осетинскому этносу»	Негативно маркирован
		10. «К(ы) — отдельная песня» (1) — «отличающаяся субэтническая группа»	Нейтрально маркирован
2	Поведение (6М)	1. «К(ы) как дикарь» (306) — «грубый», «необузданный»;	Негативно маркирован
		2. «К(ы) как саранча» (5) — «сметают все на своем пути», «вредоносное для сев. осетин поведение»	Негативно маркирован
		3. «К(ы) — цхинвальский базар» (5) — «громко и бурно коммуницируют»	Негативно маркирован
		4. «К(ы) как цыгане» (8) — «эмоциональная манера общения»	Негативно маркирован
		5. «К-ка — звезда» (1) — «эпатажные»	Негативно маркирован
		6. «К(ы) — медведи» (1) — «большой, сильный, опасный»	Негативно маркирован
3	«Свои» (5М)	1. «К(ы) — брат(ья)» (1011) — «свои», принадлежащие осетинскому этносу»	Положительно маркирован
		2. «К(ы) — наши братья» (1098) — «свои», «близкие»	Положительно маркирован

№	Когнитивные признаки	Метафорическая модель и ее значение	Оценка
3	«Свои» (5М)	3. «К(ы) — братья по крови» (2) — «признание единства, признание родства»	Положительно маркирован
		4. «К(ы) — семья» (5) — «единство этноса»	Положительно маркирован
		5. «К(ы) — достояние Осетии» (3) — «этническая значимость»	Положительно маркирован
4	Внешность (4М)	1. «К(ки) как шкафы» (2) — «наличие крупного телосложения»	Негативно маркирован
		2. «К(ы) — медвежья сила» (1) — «обладание физической силой»	Положительно маркирован
		3. «К(ы) — метр двадцать» (1) — «наличие невысокого роста»	Негативно маркирован
		4. «К(ы) — кривые ножки» (1) — «наличие кривых ног»	Негативно маркирован
5	Черты характера (4М)	1. «К(ы) как лошади» (3) — «трудолюбивые»	Положительно маркирован
		2. «К(ки) как танки» (1) — «упорство в достижении цели»	Негативно маркирован
		3. «К(ы) как Рэмбо» (2) — «бесстрашие», «воинственность»	Положительно маркирован
		4. «К(ы) — могучие воины» (2) — «бесстрашие», «храбрость», «воинственность»	Положительно маркирован
6	Интеллектуальные способности, образование (4М)	1. «К(ы) — дикари» — «низкая степень развития»	Негативно маркирован
		2. «К(ы) — быдло» (32) — «невежественность», «низкая культура»	Негативно маркирован
		3. «К(ы) — самородки» (1) — «талантливые», «наличие природных способностей»	Положительно маркирован
		4. «К(ы) — руда» (1) — «способные, но не получившие должного образования»	Положительно маркирован
7	Образ жизни (2М)	1. «К(ы) как саранча» (5) — «многочисленны», «мигрирующие», «плодовиты»; «живут роями (семейными кланами)»	Негативно маркирован
		2. «К(ы) как цыгане» (8) — «кочующие», «многочисленны», «многодетны»	Негативно маркирован
8	Статусность (2М)	1. «К(ы) — нерастаможенный(е)» (721) — «кударец, не имеющий гражданства РФ»	Негативно маркирован
		2. «К(ы) — растаможенный(е)» (302) — «кударец, имеющий гражданство РФ»	Негативно маркирован
9	Ценность (1М)	1. «К(ы) — спасение Осетии» (1) — «движущая сила развития этноса»	Положительно маркирован
10	Культура (1М)	1. «К(ы) как дикари» (306) — «отсутствие культуры и воспитания»	Негативно маркирован

**ЛИТЕРАТУРА**

1. Будаев Э. В., Чудинов А. П. Метафора в политической коммуникации. — М. : Флинта : Наука, 2008.  
 2. Будаев Э. В., Чудинов А. П. Метафора в политическом интердискурсе / Урал. гос. пед. ун-т. — Екатеринбург, 2008.  
 3. Ворошилова М. Б. Политический креолизованный текст: ключи к прочтению / Урал. гос. пед. ун-т. — Екатеринбург, 2013.  
 4. Дмитриева О. А. Лингвокультурные типажи России и Франции XIX века. — Волгоград : Перемена, 2007.  
 5. Карасик В. И., Ярмахова Е. А. Лингвокультурный типаж «английский чудак». — М. : Гнозис, 2006.  
 6. Тамерьян Т. Ю., Качмазова А. У. Когнитивные механизмы этностереотипизации «своих» и «чужих» // Политическая лингвистика. 2014. № 4. С. 294—301.

7. Тамерьян Т. Ю., Качмазова А. У. Понятийные признаки лингвокультурного типажа «кударец» в североосетинской лингвокультуре // Вестн. ПГЛУ. 2013. № 4. С. 182—187.  
 8. Тамерьян Т. Ю., Цаголова В. А. Номинативное поле социоперсонального концепта Kanzlerin Angela Merkel — канцлер Ангела Меркель // Политическая лингвистика. 2013. № 4. С. 151—155.  
 9. Чудинов А. П. Политическая лингвистика : учеб. пособие — М. : Флинта : Наука, 2006.  
 10. Соболев М. Русскоязычные: взгляд со стороны // Русский базар. № 22 (528). URL: <http://russian-bazaar.com/ru/content/8618.htm?numpage=2>.  
 11. Мамсуров рассказал о главном // 15-й регион. 2010. 28 июня. URL: <http://region15.ru/articles/2620/>.  
 12. Словоново. URL: <http://www.slovonovo.ru/term/>.

13. Sageeva M. Про кударцев, иронцев и дигорцев. 2012. 6 апр. URL: <http://region15.ru/blogs/sageeva/2011/02/15/pro-kudarcev-ironcev-i-digorcev/>.

14. Rukavkaz. <http://rukavkaz.ru/articles/comments/456/?Page=10#comments>.

15. Svargaman. Миграция в странах бывшего СССР. URL: <http://voprosik.net/migraciya-v-stranax-byvshego-sssr>.

16. Азиаты и кавказцы. 2011. 7. фев. URL: <http://www.saabclub.ru/forum/index.php?threads/aziaty-i-kavkazcy.21035/http://tanci-kavkaza.ru/nagliye-kavkazcy/>.

17. Sageeva M. Два красавчеге. 2012. 6 апр. URL: <http://region15.ru/blogs/sageeva/2011/10/01/dva-krasavchega/>.

18. Allposters. URL: <http://cache2.allpostersimages.com/p/LRG/27/2772/UOKTD00Z/posters>.

19. Goehner D. Russian/American Cultural Contacts. URL: [www.goehner.com/russinfo.htm](http://www.goehner.com/russinfo.htm).

20. RT. Question more. URL: <http://rt.com/community/forums/prime-time-russia/what-stereotype-about-russia-do-you-now-consider-the-most-bizarre>.

21. Americans World. URL: [http://www.americansworld.org/digest/regional\\_issues/russia/russial.cfm](http://www.americansworld.org/digest/regional_issues/russia/russial.cfm).

22. Jessica, Marissa. Russian Immigration. URL: [http://www2.needham.k12.ma.us/nhs/cur/kane98/kane\\_p3\\_immig/Russia/russia.html](http://www2.needham.k12.ma.us/nhs/cur/kane98/kane_p3_immig/Russia/russia.html).

23. Smith S. F. Examining Cultural Stereotypes Through Russian and American Voices. URL: [http://trace.tennessee.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=2450&context=utk\\_chanh\\_onoproj](http://trace.tennessee.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=2450&context=utk_chanh_onoproj).

**A. U. Kachmazova, T. Y. Tameryan**  
Vladikavkaz, Russia

## METAPHORICAL FIELD OF THE SOCIO-ETHNIC TYPE "KUDAR"

**ABSTRACT.** *The article deals with the North Ossetian linguo-cultural type "kudar" on the material of various Internet sites. In accordance with the theory of linguo-cultural types, stereotyped persons are treated as generalized well-known representatives of a culture who serve as indicators of ethno-cultural diversity and markers of socio-political, national and international changes. The algorithm for the study of a linguo-cultural type includes such features as appearance, clothes, age, gender, communicative behavior (verbal, para-verbal and non-verbal), sphere of activity, social status, IQ, education, material status, life position, asserting one's socio-political interests and cultural identity and differentiation according to sub-ethnic, religious and territorial principles. The author describes the cognitive features of the linguo-cultural type "kudar", represented by various metaphorical models.*

*Many metaphors give a negative representation of a kudar. For example, a complex dual-vector metaphorical model is projected in two conceptual fields – civilization and behavioral ones: "A KUDAR IS A SAVAGE". A savage is a person at a primitive stage of culture (civilization metaphor) and a rude and ungovernable person (behavioral metaphor). Zoomorphic metaphors also often present the kudar as ignorant and stubborn people, demonstrating dangerous for the North Ossetians behavior (locust, cattle, ram, etc.). Positive evaluations are also found, when the kudar are treated as "own", for example, in a military metaphor (mighty warrior, Rambo, etc.). The metaphorical cluster consisting of the basic part (psychological metaphor "a kudar is a state of mind") and the additive part (morbid metaphor "a kudar is an illness of one's soul") actualizes the treatment of the kudar by the North Ossetians as something unfathomable, impossible to be precisely defined and at the same time negative.*

**KEYWORDS:** *cultural type; kudar; sub-ethnic group; metaphorical layer; metaphorical model; cognitive features; Internet discourse.*

**ABOUT THE AUTHOR:** *Kachmazova Alina Ushangovna, Post-graduate Student, Department of Foreign Languages for Natural Sciences, North Ossetian State University named after K. L. Khetagurov, Vladikavkaz, Russia.*

**ABOUT THE AUTHOR:** *Tameryan Tatiana Yulievna, Doctor of Philology, Professor, Department of Foreign Languages for Natural Sciences, North Ossetian State University named after K. L. Khetagurov, Vladikavkaz, Russia.*

## LITERATURE

1. Budaev E. V., Chudinov A. P. Метафора в политической коммуникации. — М.: Флинта: Наука, 2008.

2. Budaev E. V., Chudinov A. P. Метафора в политическом интердискурсе / Урал. гос. пед. ун-т. — Екатеринбург, 2008.

3. Voroshilova M. B. Политический креолизованный текст: ключи к прочтению / Урал. гос. пед. ун-т. — Екатеринбург, 2013.

4. Dmitrieva O. A. Lingvokul'turnye tipazhi Rossii i Frantsii XIX veka. — Volgograd: Peremena, 2007.

5. Karasik V. I., Yarmakhova E. A. Lingvokul'turnye tipazhi «angliyskiy chudak». — М.: Gnozis, 2006.

6. Tamer'yan T. Yu., Kachmazova A. U. Kognitivnye mekhanizmy etnostereotipizatsii «svoikh» i «chuzhikh» // Политическая лингвистика. 2014. № 4. С. 294—301.

7. Tamer'yan T. Yu., Kachmazova A. U. Ponyatiynye priznaki lingvokul'turnogo tipazha «kudarets» v severoosetinskoj lingvokul'ture // Vestn. PGLU. 2013. № 4. С. 182—187.

8. Tamer'yan T. Yu., Tsagolova V. A. Nominativnoe pole sotsiopersonalnogo kontsepta Kanzlerin Angela

Merkel — kantsler Angela Merkel' // Политическая лингвистика. 2013. № 4. С. 151—155.

9. Chudinov A. P. Политическая лингвистика: учеб. пособие — М.: Флинта: Наука, 2006.

10. Sobolev M. Russkoyazychnye: vzglyad so storony // Russkiy bazar. № 22 (528). URL: <http://russian-bazaar.com/ru/content/8618.htm?numpage=2>.

11. Mamsurov rasskazal o glavnom // 15-y region. 2010. 28 iyunya. URL: <http://region15.ru/articles/2620/>.

12. Slovonovo. URL: <http://www.slovonovo.ru/term/>.

13. Sageeva M. Pro kudartsev, ironcev i digortsev. 2012. 6 apr. URL: <http://region15.ru/blogs/sageeva/2011/02/15/pro-kudarcev-ironcev-i-digorcev/>.

14. Rukavkaz. <http://rukavkaz.ru/articles/comments/456/?Page=10#comments>.

15. Svargaman. Migratsiya v stranakh byvshego SSSR. URL: <http://voprosik.net/migraciya-v-stranax-byvshego-sssr>.

16. Азиаты и кавказцы. 2011. 7. фев. URL: <http://www.saabclub.ru/forum/index.php?threads/aziaty-i-kavkazcy.21035/http://tanci-kavkaza.ru/nagliye-kavkazcy/>.

17. Sageeva M. Два красавчеге. 2012. 6 apr. URL: <http://region15.ru/blogs/sageeva/2011/10/01/dva-krasavchega/>.

18. Allposters. URL: <http://cache2.allpostersimages.com/p/LRG/27/2772/UOKTD00Z/posters>.

19. Goehner D. Russian/American Cultural Contacts. URL: [www.goehner.com/russinfo.htm](http://www.goehner.com/russinfo.htm).

20. RT. Question more. URL: <http://rt.com/community/forums/prime-time-russia/what-stereotype-about-russia-do-you-now-consider-the-most-bizarre>.

21. Americans World. URL: [http://www.americansworld.org/digest/regional\\_issues/russia/russial.cfm](http://www.americansworld.org/digest/regional_issues/russia/russial.cfm).

22. Jessica, Marissa. Russian Immigration. URL: [http://www2.needham.k12.ma.us/nhs/cur/kane98/kane\\_p3\\_immig/Russia/russia.html](http://www2.needham.k12.ma.us/nhs/cur/kane98/kane_p3_immig/Russia/russia.html).

23. Smith S. F. Examining Cultural Stereotypes Through Russian and American Voices. URL: [http://trace.tennessee.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=2450&context=utk\\_chanhonoproj](http://trace.tennessee.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=2450&context=utk_chanhonoproj).

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

Е. А. Слободенюк

Петропавловск-Камчатский, Россия

**ОСОБЕННОСТИ СОЧЕТАНИЯ ВИЗУАЛЬНОГО И ВЕРБАЛЬНОГО  
В СОЗДАНИИ ОБРАЗА СОВРЕМЕННОГО НЕМЕЦКОГО ПОЛИТИКА  
В БРИТАНСКОМ МЕДИАДИСКУРСЕ (НА ПРИМЕРЕ АНГЕЛЫ МЕРКЕЛЬ)**

**АННОТАЦИЯ.** В статье рассматриваются принципы сочетания текстовой и визуальной информации в современной британской прессе на примере материалов, посвященных образу и действиям немецкого политика Ангелы Меркель.

Автор выделяет типы и функции иллюстрирования текстов. В подавляющем большинстве иллюстрации представляют собой фотопортрет политика, который вместе с заголовком создает своего рода знаковый диалог. Сочетание в медиатексте вербального и невербального компонентов проявляется также в иллюстрировании текста карикатурами, графиками и видеофайлами.

Автор приводит развернутые комментарии по поводу различных типов иллюстрирования текстов в современном британском медиадискурсе.

Особое внимание уделяется анализу газетных статей, посвященных германо-британским отношениям и проиллюстрированным фотографиями глав двух стран — канцлера Германии Ангелы Меркель и премьер-министра Великобритании Дэвида Кэмерона — в диалоге.

Делается вывод о том, что визуальные составляющие рассматриваемых медиатекстов способны выполнять функции визуальной поддержки и символизации основной идеи или ее аспектов, дополняют и расширяют семантику текста, способствуют смысловой многоуровневости медиатекста, несут в себе ироническое диалогическое значение, делают задачу читателя по интерпретации текста проблемной и творческой.

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:** медиадискурс; иллюстрация; фотография; визуальное; вербальное; британские СМИ; немецкий политик.

**СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ:** Слободенюк Елена Александровна, старший преподаватель кафедры переводоведения и восточных языков, Камчатский государственный университет им. Витуса Беринга; аспирант, кафедра английской филологии, Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н. А. Добролюбова; адрес: 683032, г. Петропавловск-Камчатский, ул. Пограничная, 4; e-mail: slobodenyuck.lena@yandex.ru.

Визуальная составляющая в семантике медиатекста является одним из наиболее исследуемых объектов медиалингвистики. Принципы иллюстрирования медиатекстов стали предметом интереса Я. О. Якубы, Э. В. Булатовой, А. В. Федорова, А. В. Якунина. Вопросы построения и восприятия креолизованных текстов медиакультуры освещены в работах В. М. Березина, Т. Г. Добросклонской, М. М. Назарова, И. И. Романовского, Н. Ф. Хилько, J.Gripsrud, A.Silverblatt и других исследователей современного медиадискурса.

Цель настоящего исследования заключается в определении принципов и направлений взаимодействия визуальной и текстовой составляющей в медиадискурсе современных британских СМИ, посвященном образу немецкого политика Ангелы Меркель.

Отличительной чертой знаковой структуры медиатекста является сочетание вербальных и невербальных знаков и знаковых систем. Наиболее общим явлением для всех рассматриваемых медиатекстов является сочетание текста и иллюстрации: «...текст газетного/журнального сообщения и сопровождающий его иллюстративный материал формируют единое смысловое пространство и выполняют единое прагматическое задание, что позволяет говорить о реализации в

одном англоязычном медиатексте разных форм прагматического воздействия на получателя информации» [Еремина 2007: 4]. Однако в качестве соотносимых знаковых явлений можно рассматривать не только текст и иллюстрацию, но и графически выделенные, значимые части статьи: заголовок, подзаголовки, а также подпись под иллюстрацией.

По точному замечанию С. В. Ивановой и О. Е. Артемовой, иллюстрация является одним из способов медиакommunikации: «Изображение дает возможность автору завуалировано выразить свою мысль, а читателю предоставляет относительную свободу интерпретации, что делает наличие невербального компонента неотъемлемым атрибутом медиатекста, ориентированного на объективность информации» [Иванова, Артемова 2013: 29].

Нам представляется плодотворным использование при характеристике сочетания визуальной и текстовой составляющей типологии функций иллюстрации в медиатексте, предложенной Е. А. Ереминой. Она выделяет следующие функции:

- визуальной поддержки основной идеи (базовая);
- визуальной поддержки одного из аспектов основной идеи;
- символизации;

- иллюстрирующую функцию;
- расширения смыслового пространства медиатекста;
- дублирования (в основном относится к графикам, таблицам);
- структурирования текста медиасообщения (в основном относится к графикам, таблицам);
- снятия информационной перегруженности текста (преимущественно касается графиков, таблиц);
- репрезентации образной составляющей медиатекста (в основном относится к рисункам) [Еремина 2007: 7].

Материалом исследования послужили 35 статей, посвященных образу Ангелы Меркель и опубликованных в британских изданиях «The Guardian», «The Economist», «The Spectator», «The Telegraph», «The Independent», «Newsweek», «Financial Times» за 2004—2014 гг.

С учетом типов визуальной информации, сопровождающей статью, на основе исследованного массива текстов можно выделить следующие типы:

- статьи без иллюстраций;
- статьи, сопровождаемые фотографиями;
- статьи, сопровождаемые рисунками (карикатурами);
- статьи, сопровождаемые графическими материалами (графики, таблицы, диаграммы);
- отдельные фотографии или карикатуры с минимумом текста.

К отдельной группе должны быть отнесены статьи, сопровождаемые видеоматериалами, что является признаком полижанровой структуры интернет-варианта медиатекста.

В подавляющем большинстве (23 статьи) иллюстрации представляют собой фотопортрет Ангелы Меркель, который располагается в непосредственной близости от заголовка и создает с ним своего рода знаковый диалог. Как правило, фотографии выполняют функции визуальной поддержки и символизации основной идеи текста.

Одной из популярных функций фотографии является иллюстративная. В статье под заголовком «Angela Merkel: The German leader set to eclipse Margaret Thatcher» политик сфотографирована с улыбкой, на фоне поддерживающих ее избирателей; фото просто иллюстрирует информацию, заложенную в статье и заголовке, об успешности политических стратегий Меркель. Фотография политика на фоне избирателей имеет несколько текстовых коррелятов в статье: *Europe's most powerful leader, her unprecedented popularity, which currently stands at around 56 per cent, her non-confrontational style, her cool-headed approach to problems*

*and commitment to "serve" have turned her into one of Germany's most popular post-war chancellors* [Paterson 2014c].

Подобным образом фотопортрет недовольной, вопрошающей Меркель на фоне германского флага просто иллюстрирует информацию о том, как она с возмущением оценила высказывание Виктории Нуланд в личном разговоре о том, что Евросоюз не должен вмешиваться в дела Украины: *The German chancellor, Angela Merkel, has described as „totally unacceptable“ remarks by a senior US official who said „fuck the EU“ while speaking about the crisis in Ukraine* [Pikington 2014]. Изображение на фотографии также выполняет функцию символизации: так, голубой фон, в частности, совпадающий с цветом флага Евросоюза, является весьма привычным для фотографирования Меркель, часто выступающей именно на таком фоне, а видимый на заднем плане флаг Германии подчеркивает национальную принадлежность политика, основы ее ментальности. Иллюстративная функция в данном случае дополняется символической.

Вместе с тем большая часть статей (22 примера), иллюстрированных фотографиями, предлагает более сложные и семантически богатые схемы взаимодействия текстового и иллюстративного слагаемых. Необходимо отметить, что мы считаем важным анализировать не только соотношение основной идеи текста с иллюстрацией, текстовых коррелятов с фото или рисунками, но и соотношение иллюстративной части со значимыми частями медиатекста, как правило, окружающими иллюстрацию: заголовком, подзаголовком, подписью к иллюстрации. Вместе эти элементы создают сложную сеть знаков, они способны как семантически дублировать друг друга, в большей или меньшей степени, так и находиться в ситуации конфронтации, диалога, взаимодополнения.

Фото довольной Меркель, пожимающей собственные руки в приветственном жесте, иллюстрирует образ успешного политика в статье британского издания *The Guardian* под названием «Want to be a successful world leader? Do it the Angela Merkel way» [Henley 2013]. «Do it» рядом с изображением характерного жеста, а также подпись под фотографией «Angela Merkel: safely does it» создают ироническую иллюзию того, что политические действия Меркель сводятся к самопрезентации, пожиманию своих рук. Фотография выполняет традиционные функции визуальной поддержки и символизации основной идеи текста (отметим традиционный голубой фон, аббревиатуру названия партии Меркель на заднем плане). Вместе с тем

торжествующее выражение лица Меркель и ее характерный жест позволяют говорить о выполнении фотографией функции расширения смыслового пространства медиатекста. Фотография не только отвечает смыслу текстовых коррелятов в статье: *she has triumphed; Be pragmatic and methodical at all times; Have a plan — but never reveal it; Be true to a country* — но и расширяет эти смыслы за счет неоднозначного выражения лица политика, как будто готовящей что-то неожиданное для своих избирателей.

В статье газетного издания *The Independent* 2013 г., посвященной судьбе Меркель на грядущих немецких выборах, говорится о странном выборе для предвыборной кампании: политик посетила мемориал в Дахау, где запечатлена история концлагеря [Dejevsky 2013]. Статья сопровождается фотографией Меркель, склонившей голову у мемориальной стены, и эта фотография производит весьма сильное впечатление как символ осмысления немецкой политикой уроков собственного прошлого. И хотя такой выбор осуждается журналистом как невыгодный политический ход, несомненно, необычный жест канцлера заставляет задуматься.

Фотопортрет Меркель, которая смотрит вверх и радостно улыбается, сопровождает статью, опубликованную в издании *The Telegraph* под названием «Angela Merkel and the talent of seeming ordinary», автор которой серьезно задается вопросом о секрете успешной политической карьеры Меркель. Простоватое выражение лица политика комментируется в подписи к рисунку: «Angela Merkel's studied ordinariness hides a ruthless and effective politician» [Gimson 2009]. Таким образом, иллюстрация, на первый взгляд, намеренно выполняет функцию раскрытия только одной из сторон политического имиджа Меркель: видимой (или напускной) простоты, нарочитой демократичности, под которой скрывается острый ум, решительность и негибкая политическая воля. Цветовая символика рисунка выдержана в той же синей гамме, которая в массе исследованных медиатекстов может оцениваться как ключевой прием фотографирования немецкого канцлера. Очевидно, постоянное использование голубого цвета не только воплощает цвета Евросоюза, но и является сознательным выбором пиар-команды канцлера, поскольку голубой цвет гармонично оттеняет и делает ярче русый тон волос Меркель, а также делает более ярким голубой тон ее глаз. Таким образом, более глубокое исследование массива фотографий А. Меркель приводит к выводу о том, что в данном фотопортрете, как и в политическом

стиле Меркель, проявляется не только видимая простота, но и глубокая продуманность стиля.

В отдельную тематическую группу можно выделить статьи, посвященные германо-британским отношениям и проиллюстрированные фотографиями глав стран — А. Меркель и премьер-министра Великобритании Д. Кэмерона — в диалоге. Активный диалог Меркель и Кэмерона, одетых в синих тонах, на фоне великолепных британских интерьеров стал сюжетом для фотографии в очередном британском официальном газетном издании *The Spectator*, которая иллюстрирует главную мысль статьи под названием «Only Angela Merkel can save David Cameron now»: для Великобритании стратегическое партнерство с Германией является одним из приоритетов внешней политики. Подобная фотография, на которой политики оживленно беседуют, сопровождает материал газеты *The Telegraph* под заголовком «Angela Merkel in London: Once again, our future rests on German leadership» [Kirkup 2014]. Подобного характера фотография с прошлогоднего форума в Давосе сопровождает и другой материал в этом же издании [Cameron 2014]. Эти фото призваны визуально передать идею диалога и заинтересованности, которые сопровождают отношения Великобритании и Германии.

Ведущей функцией вышеприведенных примеров стала функция иллюстрирования, хотя в той или иной мере реализовывалась функция символизации. Однако наиболее интересные сочетания текстовой и иллюстративной части, создающие своего рода смысловое напряжение, получаются при стремлении к использованию функции расширения смыслового пространства медиатекста, когда «визуальная составляющая медиатекста содержит информацию, отсутствующую в вербальной части текста, способствуя тем самым более глубокому осмыслению основной идеи автора» [Еремина 2007: 22].

Приведем показательный пример такого расширения. В *Newsweek* заголовок статьи гласит, что Меркель является «Чудо-женщиной Германии» (*Wonder Woman*) [Hammer 2011], т. е. супергероем комиксов. На фото, сопровождающем статью, она идет вперед, окруженная мужчинами: эта композиция прозрачно напоминает типичные обложки фильмов, где главный герой выступает впереди своих менее важных соратников. Вместе с тем внешность Меркель — немолодой, коротко стриженной женщины с решительным выражением лица — контрастирует с образом Чудо-женщины, порождая иронический контекст восприятия заголовка.

Одним из классических приемов символической иронической фотографии стало фотографирование известных деятелей на фоне люстр или светильников, которые образуют над ними своеобразную корону. Такая фотография улыбающейся Меркель, «увенчанной» золотой массивной люстрой, сопровождает статью в газетном выпуске *The Independent* «The iron Frau: Angela Merkel» [Paterson 2014a]. Прямая отсылка к выражению «железная леди» в заголовке смягчается иронической фотографией, на которой политик смотрит вверх и улыбается, словно радуясь факту «коронации» как заслуженному признанию ее заслуг.

В статье под заголовком «Angela Merkel Speaks Truth to Multiculturalism» [Nagorski 2010] в отношении диалога вступают три важнейших компонента: заголовок, только намекающий на содержание статьи, сама статья и фотография политика. Статья посвящена тому, что Ангела Меркель в 2010 г. открыто заявила о провальности мультикультуралистического проекта для Германии и заговорила о необходимости особой культурной политики, которая бы помогала мигрантам вписываться в общегерманскую социальную и культурную жизнь. Фотография, на которой Меркель запечатлена на традиционном голубом фоне, произносящей речь на фоне федерального германского орла, осенившего ее крыльями, недвусмысленно намекает на исторически сложное отношение Германии к мигрантам и на политическую биографию самой Меркель (при создании Евросоюза она была противницей вступления в него Турции, что в то время навлекло на нее определенные подозрения и даже обвинения в расизме: *Her decision to oppose Turkish entry to the European Union smacks of crass opportunism which risks stirring up racism*) [Groom 2004].

Такого же типа расширение смыслового пространства медиатекста происходит при иллюстрировании материала в *The Spectator*: ироническое и хлесткое название «Merkel will win — because my fellow Germans dare not speak of national self interest», подзаголовок «Germany's integrationalist elite are prepared to pay out forever to protect the euro» и подпись под фотографией «Merkel calls the shots — and Germany's economy is powered by Russian gas» — окружают фотографию, которая должна символизировать патриотизм Меркель: она идет вдоль голубого экрана, на котором проступает аббревиатура ее партии и слова «Für Deutschland», «За Германию». Сочетание патриотической символической фотографии и хлестких заголовочных высказываний создает особое иро-

ническое поле освещения деятельности политика в отношении еврозоны, расширяя смысл текста.

Портрет Меркель вполборота на синем фоне сопровождает статью в *The Guardian* «Angela Merkel: Europe's saviour — or biggest problem?» [Henley 2011]. Здесь во взаимодействие вступают несколько значимых элементов медиатекста: кроме заголовка, содержательный подзаголовок «The German chancellor holds Europe's economic fate in her hands. But critics say she is not up to the job» и подпись под портретом, на котором политик смотрит назад с полуулыбкой и надеждой во взгляде: «She's a good captain when the weather is calm. But as soon as the seas get rough, she's incapable». Таким образом, взгляд Меркель здесь символизирует надежду, в то время как аналитик стремится эту надежду погасить.

Такого же направления «разочаровывающая» фотография сопровождает текст в *The Guardian* под заголовком «Why Germany's strength is an illusion». Подпись под фото гласит: «Merkel's modus operandi is to let things drift until the very last moment. The coalition talks are to be wrapped up on Friday, and still nobody knows who will get what» [Posener 2013]. Выбранная для иллюстрации фотография изображает Меркель на непривычном красном фоне (который занимает весьма много места, в то время как сама политик оказывается в нижнем левом углу фото), говорящей в микрофон с усталым лицом; однако главной символической деталью оказывается жест, взмах руки с полусогнутыми пальцами, выглядящий как слабая, вялая угроза.

Совсем иной предстает Меркель на фото в *The Economist* (статья под названием «A safe pair of hands»). Подзаголовок статьи гласит: «Perceptions of Germany's chancellor, who is likely to win re-election on September 22nd, are completely different at home and abroad» [Merkel 2013]; образ улыбающейся женщины на фоне огромной сияющей огнями рождественской елки весьма отличен от привычного портрета Меркель — сурового политика. Однако она по-прежнему держит руки сложенными в узнаваемой позе «Merkel rhombus», со сжатыми указательным и большим пальцами рук. В этой статье размещена также фотография молодой, коротко стриженной Меркель, улыбающейся своему наставнику Колю, — которая впоследствии обошла его и без сомнений помогла ему уйти из политики. Таким образом, две фотографии в статье помогают представить образ политика многогранным: она и мать семейства, и «mutti» немецкого народа, крепко

державшая его будущее в своих руках, и в то же время безжалостный противник на политическом поле. При этом обе фотографии не имеют в тексте прямых коррелятов, дополняя вербальную составляющую символическими смыслами.

Характерный жест Ангелы Меркель, соединенные указательный и большие пальцы, имеет и другое популярное название: «Merkel Diamond». По мнению журналиста *The Independent*, это «an almost saint-like gesture» [Paterson 2014c], который не случайно стал основой для предвыборного плаката Меркель, размещенного напротив берлинского вокзала.

«Ромб» как характерный жест Меркель является ее важнейшей визуальной репрезентацией, визуально воплощающей те черты, которые ценят немцы в своем лидере: стойкость, надежность, предсказуемость, способность сосредоточиться, сила и политическая воля. Нужно отметить, что такое восприятие (которое стало основанием для весьма самоироничного использования данного жеста на предвыборных плакатах Меркель) не полностью разделяется в аудиториях других стран: привычный жест Меркель воспринимается как забавная особенность. Так, в русскоязычном секторе Интернета существует демотиватор, на котором изображен коллаж из множества фотографий Меркель с привычным жестом и подписью «Будьте осторожнее с суперклеем».

В статьях качественной британской прессы о Меркель можно встретить и такой прием иллюстрирования, как «до и после»; в частности, две фотографии политика, 2013 и 2014 г., иллюстрируют статью *The Independent* о том, что она села на диету [Paterson 2014b]. В статье *The Independent* о судьбе выборов Меркель приведены девять фотографий политика с различными выражениями лица, что создает своего рода панораму ее эмоций: улыбка, ожидание, удовольствие, смешанные чувства, взгляд в камеру и вверх [Paterson 2014d]. Эта панорама входит в диалог как с заголовком статьи: «Angela Merkel's greatest triumph in German election still needs coalition backing», так и с подзаголовком: «Chancellor must find a party to form new coalition or risk another election»; эмоциональные маски политика скрывают ту массу стратегических проблем, которую ей приходится разрешать. Отметим обычный для репортажных публичных фотографий выступлений Меркель синий фон фотографии.

Статья в *The Guardian* под названием «Parliament welcomes Angela Merkel like the Queen of Europe» [Addley 2014] содержит, наряду с заголовком и фотографией, два

важных элемента: подзаголовок и подпись к иллюстрации. Все они, находясь рядом, создают сложное поле взаимных переключек. Подзаголовок иронически обыгрывает манеру Меркель одеваться (еще одна постоянная черта статей о политике): *The German chancellor aligns herself with the union flag — sartorially at least — as she dazzles a joint session of parliament*. На фото — далекий план Меркель, выступающей перед парламентом; в своем синем жакете среди мужчин в черных костюмах и на фоне золотисто-коричневых стен и картин она действительно очень выделяется. Подпись к фотографии касается уже содержания ее речи: *Don't mention the war... oh, she just did: Angela Merkel addresses MPs and lords in the Royal Gallery at the Houses of Parliament*. В статье корреспондент отмечает провокативность ее одевания, воспроизводящего черты британского флага, во время выступления в Парламенте: *She had chosen to wear a bright blue jacket, she later revealed, because of how it would offset the red carpet in British colours. (If Cameron does not reciprocate by sporting yellow cross-gartered stockings, a red hunting jacket and a black topper on his next Berlin trip the Germans are encouraged to take all appropriate offence)* [Addley 2014]. При этом фотография не только визуально подкрепляет текст, но и выступает как основание для расширения его смыслов: выступая перед обеими палатами парламента в своем привычном брючном костюме, Меркель, следуя своему пониманию стиля, остается самой собой, не подстраивается под внешние обстоятельства.

Репортеры обращают особое внимание на внешность Меркель, описывая ее одежду и стиль поведения. Так, в *Newsweek* говорится: *Wearing a prim beige jacket and black pants, Merkel kept her answers concise* [Hammer 2011]; строгость и чопорность как черта стиля одежды влияет и на восприятие образа политика. В *The Guardian* обсуждается стиль ее поведения: *Angela Merkel is very static. She stands immovable, her eyes flashing this way and that. ... the German chancellor was so restrained she hardly moved at all* [Smith 2012]. Однако детали ее облика могут быть не только чертами стиля, но и скрытыми политическими указаниями: *Angela Merkel chose to wear a necklace comprising alternate black and green coloured stones on Sunday in a gesture that was interpreted as a coded message that she wanted to form a government with the Greens* [Paterson 2014d]. Вместе с тем ее стиль может связываться и со стилем ее предшественниц, женщин-политиков; так, журналист называет ее весьма

узнаваемый жакет *a Thatcher-blue jacket* [Paterson 2014a]. Подробнее о метафорическом образе А. Меркель в аспекте оппозиции «свой — чужой» см.: [Слободенюк 2014].

Рассматривая особенности иллюстрирования исследуемых медиатекстов, необходимо выделить в отдельную группу статьи, проиллюстрированные рисованными карикатурами (такой тип иллюстрирования предпочитает издание *The Spectator*). В статье под названием «Merkel's sovereign remedy» [Caldwell 2012] немецкий канцлер и британский премьер изображены в крайне гротескном виде, краснолицыми, с надутыми губами; значение рисунка приоткрывается в подзаголовке: *Britain and Germany agree about the EU's economics — but they're still headed for an irreconcilable clash* [Ibid.]. И если британский премьер изображен полуотвернувшись от материка, в элегантно черном костюме, то в портрете Меркель, бегущей по направлению к нему, ядовитый карикатурист обыграл и ее склонность к безвкусным цветным пиджакам и бусам, и не слишком элегантную прическу.

Статья, опубликованная в издании *The Spectator* «An axis of pragmatists», содержит информацию о том, что политики Британии и Германии являются союзниками в плане прагматической политической стратегии, и сопровождается карикатурным изображением Кэмерона и Меркель, держащихся за огромные ножницы, подобно комичным рабочему и колхознице. На карикатуре подчеркиваются жизнерадостность Кэмерона, мешковатая фигура и усталый вид Меркель, однако они объединены общим настроением энтузиазма.

Сравнительно редко медиатексты представлены как информация преимущественно визуальная: таковы фотоотчеты о жизни и визитах Меркель в *Financial Times* или, например, карикатура К. Уильямса в *The Guardian* [Williams 2012]. На этой карикатуре Меркель стоит у надписи «German manufacture shrinks» и произносит, перемежая немецкий с ломаным английским: *Scheisse! Wir Haben Keine vidgets!* («Дерьмо! У нас нет никаких виджетов (устройств, приборов)»). Так в 2012 г., когда во время кризиса евро весь мир ждал решительных действий от Германии, оценивалась свойственная для экономики Меркель консервативность и медлительность. В этот же период на обложке *Economist* появилась карикатурная картинка, на которой из тонущего танкера под названием «Мировая экономика» доносится голос: «Можно мы уже включим мотор, миссис Меркель?»

Таким образом, анализ текстов свидетельствует о том, что фотографии могут иметь как иллюстративное значение, так и

символическое, дополнять и расширять семантику текста, нести в себе ироническое диалогическое значение. Рисунки-карикатуры, в силу традиций жанра, имеют ироническую и саркастическую модальность, выражают критический взгляд на политические действия и образы.

Набирает популярность дополнение вербальной и иллюстративной информации видеофайлами. Так, статья об участии Меркель в возможном выделении независимого европейского сектора сети Интернет [Thomas, Barker, Vasagar 2014] сопровождается коротким видеосюжетом с небольшими интервью, репортажами и микросюжетами по теме. Статья о ситуации в Греции также сопровождается коротким видеофайлом, где невозмутимые и оптимистичные слова Меркель перемежаются с кадрами уличных беспорядков в стране [Smith 2012]. В заставке и окончании клипа — изображение плаката с лицом Меркель, загримированным под клоунскую маску, с круглым красным носом, что призвано символизировать излишний необоснованный оптимизм политика.

Таким образом, сочетание в медиатексте вербальной и невербальной составляющей проявляется наиболее ярко в иллюстрировании текста фотографиями, карикатурами, иногда — графиками или видеофайлами. Другим уровнем графического выделения становится выделение таких значимых частей текста, как заголовки, подзаголовки и подпись к иллюстрации, которые, как правило, расположены вокруг фотографии/рисунка и вступают с ним в отношения взаимного смыслового дополнения, диалога или простого иллюстрирования. Сочетание текстового и невербального уровней медиатекста нацелено на выполнение единой прагматической задачи, достижение коммуникативной цели текста.

В иллюстрировании текстов, посвященных образу и политическим решениям А. Меркель, мы отметили несколько важнейших тенденций. Так, неизменными доминантами фото-портретов А. Меркель являются синий или голубой фон, традиционный брючный костюм, узнаваемый жест политика — соединенные в ромбе руки, так называемый «ромб Меркель». Несмотря на определенную консервативность и даже критику за отсутствие элегантности, стиль Меркель остается стабильным, воплощая для ее избирателей надежность, хотя и оставаясь объектом иронии для британских СМИ.

Важнейшим направлением иллюстрирования является ироническая модальность (фото Меркель на фоне национального герба в контексте обвинения в нацизме; Мер-

кель, «коронованная» люстрой; карикатуры и нарезки видео). Британские СМИ остаются верны национальному духу критического и юмористического подхода к политическим и социальным феноменам.

Отмеченная Н. И. Клушиной тенденция к интеллектуализации языка СМИ, проявляющаяся, в частности, «в языковой игре, основанной, прежде всего, на прецедентности и требующей от адресата высокого интеллектуального и культурного уровня развития» [Клушина 2013: 43], может быть прослежена и здесь, в достаточно сложных сочетаниях визуальной и вербальной составляющих медиатекста.

Ведущими функциями визуальных составляющих медиатекстов стали в рассматриваемом материале функции визуальной поддержки основной идеи или ее аспектов, символизации, а также функция иллюстрации и расширения смыслового пространства текста. Реализация последней функции способствует смысловой многоуровневости медиатекста, обеспечивает диалог между текстом и иллюстрацией, делает задачу читателя по интерпретации текста проблемной и творческой.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Еремина Е. А. Множественность форм прагматического воздействия англоязычного медиадискурса : автореф. дис. ... канд. филол. наук. — М., 2007.
2. Иванова С. В., Артемова О. Е. Маршрутизация восприятия и воздействующий потенциал политического интернет-медиатекста // Политическая лингвистика. 2013. № 3 (45).
3. Клушина Н. И. Интенциональная конфигурация медийного пространства // Политическая лингвистика. 2013. № 2 (44).
4. Слободенюк Е. А. Метафорический образ Ангелы Меркель в аспекте оппозиции «свой — чужой» (на материале современных британских СМИ) // Вестник НГЛУ. 2014. № 27. С. 53—62.
5. Addley E. Parliament welcomes Angela Merkel like the Queen of Europe // The Guardian. 2014. 27. Feb. URL: <http://www.theguardian.com/politics/2014/feb/27/parliament-angela-merkel-europe-german>.
6. Angela Merkel. A safe pair of hands // The Economist. 2013. 14. Sept. URL: <http://www.economist.com/news/briefing/21586299-perceptions-germanys-chancellor-who-likely-win-re-election-september-22nd-are>.
7. Caldwell Ch. Merkel's sovereign remedy // The Spectator. 2012. 22. Nov. URL: <http://www.spectator.co.uk/features/8760041/merkels-sovereign-remedy/>.
8. Cameron S. Angela Merkel may be bringing more than a smile // The Telegraph. 2014. 26. Feb. URL: <http://www.telegraph.co.uk/news/worldnews/europe/germany/angela-merkel/10662822/Angela-Merkel-may-be-bringing-more-than-a-smile.html>.
9. Dejevsky M. An uneasy election that is Angela Merkel's to lose // The Independent. 2013. 21. Aug. URL: <http://www.independent.co.uk/voices/comment/an-uneasy-election-that-is-angela-merkels-to-lose-8778388.html?origin=internalSearch>.
10. Gimson A. Profile: Angela Merkel and the talent of seeming ordinary // The Telegraph. 2009. 13. Nov. URL: <http://www.telegraph.co.uk/news/worldnews/europe/germany/6563927/Profile-Angela-Merkel-and-the-talent-of-seeming-ordinary.html>.
11. Groom B. Doubts about Merkel // Financial Times. 2004. 28. Oct. URL: <http://www.ft.com/intl/cms/s/0/2683fec6-287e-11d9-9308-00000e2511c8.html#axzz31rRA3WGL>.
12. Hammer J. Angela Merkel: Germany's Wonder Woman // Newsweek. 2011. 28 May. URL: <http://www.newsweek.com/angela-merkel-germanys-wonder-woman-67743>.
13. Henley J. Angela Merkel: Europe's saviour — or biggest problem? // The Guardian. 2011. 22 Nov. URL: <http://www.theguardian.com/world/2011/nov/22/is-angela-merkel-europes-problem>.
14. Henley J. Want to be a successful world leader? Do it the Angela Merkel way // The Guardian. 2013. 23 Sept. URL: <http://www.theguardian.com/world/shortcuts/2013/sep/23/angela-merkel-successful-world-leader-germany>.
15. Kirkup J. Angela Merkel in London: Once again, our future rests on German leadership // The Telegraph. 2014. 26 Feb. URL: <http://blogs.telegraph.co.uk/news/jameskirkup/100261396/angela-merkel-in-london-once-again-our-future-rests-on-german-leadership/>.
16. Nagorski A. Angela Merkel Speaks Truth to Multiculturalism // Newsweek. 2010. 23 Nov. URL: <http://www.newsweek.com/angela-merkel-speaks-truth-multiculturalism-74001>.
17. Paterson T. The iron Frau: Angela Merkel // The Independent. 2014. 16 May. URL: <http://www.independent.co.uk/news/world/europe/the-iron-frau-angela-merkel-1941814.html?origin=internalSearch>.
18. Paterson T. Angela Merkel 'ditches sausage sandwiches for diet' // The Independent. 2014a. 6 May. URL: <http://www.telegraph.co.uk/news/worldnews/europe/germany/angela-merkel/10810510/Angela-Merkel-ditches-sausage-sandwiches-for-diet.html>.
19. Paterson T. Angela Merkel: The German leader set to eclipse Margaret Thatcher // The Independent. 2014b. 16 May. URL: <http://www.independent.co.uk/news/world/europe/angela-merkel-the-german-leader-set-to-eclipse-margaret-thatcher-8830298.html?origin=internalSearch>.
20. Paterson T. Angela Merkel's greatest triumph in German election still needs coalition backing // The Independent. 2014c. 16 May. URL: <http://www.independent.co.uk/news/world/europe/angela-merkels-greatesttriumph-in-german-election-still-needs-coalition-backing-8835471.html?origin=internalSearch>.
21. Pikington E., Harding L. Angela Merkel: Victoria Nuland's remarks on EU are unacceptable // The Guardian. 2014d. 7 Feb. URL: <http://www.theguardian.com/world/2014/feb/07/angela-merkel-victoria-nuland-eu-unacceptable>.
22. Posener A. Why Germany's strength is an illusion // The Guardian. 2013. 25 Nov. URL: <http://www.theguardian.com/commentisfree/2013/nov/25/germany-strength-illusion-merkel-coalition>.
23. Smith H. Angela Merkel is unshakeable as Athens resounds with angry chants // The Guardian. 2012. 9 Oct. URL: <http://www.theguardian.com/world/2012/oct/09/angela-merkel-unshakeable-athens-resounds>.
24. Thomas D., Barker A., Vasagar J. Merkel backs EU telco consolidation // Financial Times. 2014. 8 May. URL: <http://www.ft.com/intl/cms/s/0/eabf9c10-d68d-11e3-b251-00144feabdc0.html#axzz31rRA3WGL>.
25. Williams K. Kipper Williams on Angela Merkel // The Guardian. 2012. 22 June. URL: <http://www.theguardian.com/business/cartoon/2012/jun/22/kipper-williams-on-angela-merkel>.

E. A. Slobodenyuk

Petropavlovsk-Kamchatsky, Russia

**PECULIARITIES OF COMBINATION OF VISUAL AND VERBAL ELEMENTS  
IN CREATING THE IMAGE OF A MODERN GERMAN POLITICIAN IN BRITISH MEDIA DISCOURSE  
(BY THE EXAMPLE OF ANGELA MERKEL)**

**ABSTRACT.** *The article deals with principles of combination of textual and visual information in the British press by the example of materials connected with the image and actions of the German politician Angela Merkel.*

*The author classifies various types and functions of text illustrations. In the most part, they create the politician's photo portrait which, together with the headline, makes up some kind of symbolic dialogue. The combination of verbal and visual elements is also realized in the media text by illustrating it with caricatures, graphics and video files.*

*The author provides detailed comments in connection with different types of text illustrations in the modern British media discourse.*

*Special attention is paid to the analysis of newspaper articles devoted to German-British relations and illustrated with pictures of the leaders of the two countries — German Chancellor Angela Merkel and British Prime-Minister David Cameron — in a dialogue.*

*In conclusion, the article stresses the potential of the visual elements of the studied media texts to function as visual support and symbolization of the main idea or its aspects, supplement and expand the text semantics, stimulate semantic multilevel functions of the media text, carry ironic dialogue meanings and make the reader's task of interpreting the text more topical and creative.*

**KEYWORDS:** *media discourse; illustration; photo; visual; verbal; British mass media; German politician.*

**ABOUT THE AUTHOR:** *Slobodenyuk Elena Aleksandrovna, Senior Lecturer of Department of Translation Theory and Oriental Languages, Vitus Bering Kamchatka State University, Petropavlovsk-Kamchatsky, Russia; Post-graduate Student of Department of English Philology, Linguistics University of Nizhny Novgorod, Nizhny Novgorod, Russia.*

**LITERATURE**

1. Eremina E. A. Mnozhestvennost' form pragmaticheskogo vozdeystviya angloyazychnogo mediadiskursa : avtoref. dis. ... kand. filol. nauk. — M., 2007.

2. Ivanova S. V., Artemova O. E. Marshrutizatsiya vospriyatiya i vozdeystvuyushchiy potentsial politicheskogo internet-mediateksta // Politicheskaya lingvistika. 2013. № 3 (45).

3. Klushina N. I. Intentsional'naya konfiguratsiya mediynogo prostranstva // Politicheskaya lingvistika. 2013. № 2 (44).

4. Slobodenyuk E. A. Metaforicheskiy obraz Angely Merkel' v aspekte oppozitsii «svoe — chuzho» (na materiale sovremennykh britanskikh SMI) // Vestnik NGLU. 2014. № 27. S. 53—62.

5. Adley E. Parliament welcomes Angela Merkel like the Queen of Europe // The Guardian. 2014. 27. Feb. URL: <http://www.theguardian.com/politics/2014/feb/27/parliament-angela-merkel-europe-german>.

6. Angela Merkel. A safe pair of hands // The Economist. 2013. 14. Sept. URL: <http://www.economist.com/news/briefing/21586299-perceptions-germanys-chancellor-who-likely-win-re-election-september-22nd-are>.

7. Caldwell Ch. Merkel's sovereign remedy // The Spectator. 2012. 22. Nov. URL: <http://www.spectator.co.uk/features/8760041/merkels-sovereign-remedy/>.

8. Cameron S. Angela Merkel may be bringing more than a smile // The Telegraph. 2014. 26. Feb. URL: <http://www.telegraph.co.uk/news/worldnews/europe/germany/angela-merkel/10662822/Angela-Merkel-may-be-bringing-more-than-a-smile.html>.

9. Dejevsky M. An uneasy election that is Angela Merkel's to lose // The Independent. 2013. 21. Aug. URL: <http://www.independent.co.uk/voices/comment/an-uneasy-election-that-is-angela-merkels-to-lose-8778388.html?origin=internalSearch>.

10. Gimson A. Profile: Angela Merkel and the talent of seeming ordinary // The Telegraph. 2009. 13. Nov. URL: [http://www.telegraph.co.uk/news/worldnews/europe/germany/6563927/Profile-Angela-Merkel-and-the-talent-of-](http://www.telegraph.co.uk/news/worldnews/europe/germany/6563927/Profile-Angela-Merkel-and-the-talent-of-seeming-ordinary.html)

[seeming-ordinary.html](#).

11. Groom B. Doubts about Merkel // Financial Times. 2004. 28. Oct. URL: <http://www.ft.com/intl/cms/s/0/2683fec6-287e-11d9-9308-00000e2511c8.html#axzz31rRA3WGL>.

12. Hammer J. Angela Merkel: Germany's Wonder Woman // Newsweek. 2011. 28 May. URL: <http://www.newsweek.com/angela-merkel-germanys-wonder-woman-67743>.

13. Henley J. Angela Merkel: Europe's saviour — or biggest problem? // The Guardian. 2011. 22 Nov. URL: <http://www.theguardian.com/world/2011/nov/22/is-angela-merkel-europes-problem>.

14. Henley J. Want to be a successful world leader? Do it the Angela Merkel way // The Guardian. 2013. 23 Sept. URL: <http://www.theguardian.com/world/shortcuts/2013/sep/23/angela-merkel-successful-world-leader-germany>.

15. Kirkup J. Angela Merkel in London: Once again, our future rests on German leadership // The Telegraph. 2014. 26 Feb. URL: <http://blogs.telegraph.co.uk/news/jameskirkup/100261396/angela-merkel-in-london-once-again-our-future-rests-on-german-leadership/>.

16. Nagorski A. Angela Merkel Speaks Truth to Multiculturalism // Newsweek. 2010. 23 Nov. URL: <http://www.newsweek.com/angela-merkel-speaks-truth-multiculturalism-74001>.

17. Paterson T. The iron Frau: Angela Merkel // The Independent. 2014. 16 May. URL: <http://www.independent.co.uk/news/world/europe/the-iron-frau-angela-merkel-1941814.html?origin=internalSearch>.

18. Paterson T. Angela Merkel 'ditches sausage sandwiches for diet' // The Independent. 2014a. 6 May. URL: <http://www.telegraph.co.uk/news/worldnews/europe/germany/angela-merkel/10810510/Angela-Merkel-ditches-sausage-sandwiches-for-diet.html>.

19. Paterson T. Angela Merkel: The German leader set to eclipse Margaret Thatcher // The Independent. 2014b. 16 May. URL: <http://www.independent.co.uk/news/world/europe/angela-merkel-the-german-leader-set-to-eclipse-margaret-thatcher-8830298.html?origin=internalSearch>.

20. Paterson T. Angela Merkel's greatest triumph in German election still needs coalition backing // The Independent. 2014c. 16 May. URL: <http://www.independent.co.uk/news/world/europe/angela-merkels-greatesttriumph-in-german-election-still-needs-coalition-backing-8835471.html?origin=internalSearch>.

21. Pikington E., Harding L. Angela Merkel: Victoria Nuland's remarks on EU are unacceptable // The Guardian. 2014d. 7 Feb. URL: <http://www.theguardian.com/world/2014/feb/07/angela-merkel-victoria-nuland-eu-unacceptable>.

22. Posener A. Why Germany's strength is an illusion // The Guardian. 2013. 25 Nov. URL: <http://www.theguardian.com/commentisfree/2013/nov/25/germany-strength-illusion-merkel-coalition>.

23. Smith H. Angela Merkel is unshakeable as Athens resounds with angry chants // The Guardian. 2012. 9 Oct. URL: <http://www.theguardian.com/world/2012/oct/09/angela-merkel-unshakeable-athens-resounds>.

24. Thomas D., Barker A., Vasagar J. Merkel backs EU telco consolidation // Financial Times. 2014. 8 May. URL: <http://www.ft.com/intl/cms/s/0/eabf9c10-d68d-11e3-b251-00144feabdc0.html#axzz31rRA3WGL>.

25. Williams K. Kipper Williams on Angela Merkel // The Guardian. 2012. 22 June. URL: <http://www.theguardian.com/business/cartoon/2012/jun/22/kipper-williams-on-angela-merkel>.

***Статью рекомендует к публикации д-р филол. наук, проф. Е. С. Гриценко.***

### РАЗДЕЛ 3. ЯЗЫК — ПОЛИТИКА — КУЛЬТУРА

УДК 811.112.1'42  
ББК Ш143.24-51

ГСНТИ 16.21.27

Код ВАК 10.02.21; 10.02.04

**В. Ф. Белова**  
Пятигорск, Россия

#### СОПОСТАВИТЕЛЬНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ МЕТАФОР В ПАРЛАМЕНТСКОМ И ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОМ ДИСКУРСАХ НА НЕМЕЦКОМ ЯЗЫКЕ

**АННОТАЦИЯ.** *Предмет исследования — метафорические модели в двух дискурсах на немецком языке: публицистическом и парламентском. Цель работы — сопоставительный анализ лингвопрагматического потенциала метафор, связанных с присоединением Крыма к России, в парламентском и публицистическом дискурсах на немецком языке. Тема — образные средства в формировании ментальных моделей. Метод — лингвопрагматический контент-анализ и событийный, или event-анализ.*

*Результаты работы. Выбор политическим деятелем определенной понятийной области как сферы-источника метафоризации показывает его отношение к сложившейся ситуации, которую можно, благодаря стилистическим средствам, представить разным образом. Метафора может усилить негативное мнение об оппонентах и подчеркнуть достоинства говорящего/пишущего. Манипуляция с помощью метафоры (на основе неполной, искаженной или предвзятой информации) может способствовать внесению изменений в позицию реципиентов, выбору ими нужного говорящему/пишущему сценария толкования и оценки ситуации.*

*Выводы. Метафорическое представление ситуации служит важным средством выявления существующих в национальном сознании реальных или искаженных представлений о современной политической ситуации в России, на Украине и в самой Германии. Образные средства формируют ментальные модели, соответствующие целям политика или журналиста, и способствуют восприятию события в нужном им русле.*

*Область применения результатов — практика и теория парламентской коммуникации.*

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:** *лингвопрагматический потенциал метафор; парламентский и публицистический дискурсы; манипуляция с помощью метафоры; модальность конфронтации; конклюдивный адресат.*

**СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ:** *Белова Валентина Федоровна, кандидат филологических наук, доцент, профессор кафедры германистики и межкультурной коммуникации, : Пятигорский государственный лингвистический университет; адрес: 357532, г. Пятигорск, пр-т Калинина, 9; e-mail: belovav2008@yandex.ru.*

Данное исследование посвящено изложению результатов сопоставительного анализа лингвопрагматического потенциала метафор, связанных с присоединением Крыма к России, в парламентском и публицистическом дискурсах на немецком языке. В нем используются принципы, лежащие в основе нескольких экспликативных методов [Цыганков 1996]: контент-анализа, событийного, или event-анализа. По определенным характеристикам необходимо высказать предположения о плане содержания текста и сделать выводы об особенностях мышления и сознания автора текста — его намерениях, установках, желаниях, ценностных ориентациях и т. д. [Баранов 2007]. Ситуация, в которой осуществлялось это важное политическое событие, детально представлена в статье И. А. Серегинной и А. П. Чудинова «Метафорические слоганы в дискурсе референдума о статусе Крыма [Серегина, Чудинов 2014: 90—91]. Приведем результаты исследований по современной ситуации в Крыму на основании статьи «Год после российской аннексии Крыма, местные предпочитают Москву Киеву» («Forbes рубит шокирующую правду о Крыме и Украине»). В «Forbes» прямо заявили, что ситуация в Крыму диаметрально противоположна, а на Ук-

раине — очень сильно отличается от того, о чем обычно рассказывают на брифингах Госдепа США. Статья основана в первую очередь на исследованиях двух авторитетных западных социологических структур — американского Института Гэллапа и немецкой GfK — исследовательской компании, одной из крупнейших в мире, признанной более чем в 20 странах Европы и в США. Проанализировав результаты опросов, журналист Кеннет Рапоза приходит к выводу, что местные жители в Крыму — будь то украинцы, этнические русские или татары — единодушны в одном: жизнь с Россией лучше, чем жизнь с Украиной: «82 % крымчан заявили об однозначном одобрении воссоединения Крыма с Россией... Еще 11 % — одобряют по большей части. ...позитивно оценивают результаты референдума марта 2014 года... 93 % населения Крыма... Не одобряют воссоединение всего 2 % населения» [Forbes 2015].

Прежде чем приступить к анализу метафор, рассмотрим обозначения данного события в парламентском и публицистическом дискурсах Германии.

Различные лексемы, которые парламентарии и немецкие журналисты выбирают для обозначения действий России по отношению

к Крыму, являются в их речах во многих случаях контекстуальными синонимами. Они характеризуют их идеологическую позицию, показывают их отношение к возвращению Крыма в Россию. Основными лексическими единицами, употребляемыми для обозначения присоединения Крыма к России в обоих дискурсах, являются, в порядке частотности их употребления, следующие: *Annexion*, *annektieren*, *Aggression*, *Einverleibung* (поглощение), *Loslösung von der Ukraine* (отделение от Украины), *Abspaltung der Krim* (отделение, отрыв Крыма), *Eingliederung in die Russische Föderation* (включение в РФ), *die Besetzung der Krim* (оккупация), *Anschluss*, *Sezession* (отпадение, отделение). Многократное повторение одной и той же мысли об аннексии Крыма с использованием близких по значению разных слов также является важной тактикой в речевой стратегии конфронтации [Белова 2015].

Приведем примеры из публицистического дискурса: *Die Staats- und Regierungschefs der G7-Staaten haben Russland eindringlich vor der Annexion der Krim gewarnt* (DW. 11.03.2014); *Merkel wirft Russland „Annexion“ der Halbinsel Krim vor* (DW. 11.03.2014); *Mit einem symbolträchtigen Regierungsbesuch hat Moskau die politische Inbesitznahme* (политический захват) *der Krim weiter vorangetrieben* (DW. 3.04.2014).

Действия России обозначаются как аннексия, агрессия, противоправное поглощение, оккупация, аншлюс, а в газетном дискурсе еще и как грабеж. В текстах и речах эти лексемы имеют негативные коннотации, читателю и слушателю навязывается мнение, которое доминирует в странах ЕС, усиливается обвинение в захвате территории Украины. Вместо анализа истории события выстраивается за счет употребления политических штампов суггестируемая ментальная программа о виновности России.

Поиск выхода из политических кризисов закономерно порождает метафорическое видение мира [Чудинов 2013: 124]. Метафоры приобретают особое значение, так как они позволяют соответствующим убеждениям оратора и журналиста способом интерпретировать политические события и направлять понимание слушателя: «...метафоры по сути своей являются феноменами, обеспечивающими понимание» [Лакофф 2008: 208]. Метафоры выполняют многие важные функции и являются также средствами манипулирования: «...метафорическая модель может служить эффективным орудием для манипулирования социальным сознанием» [Чудинов 2001]. Мы согласны с мнением Г. А. Копниной, что риторические приемы в большей степени изучены с точки зрения их экспрессивности /

выразительного потенциала, нежели манипулятивной возможности использования [Копнина 2008: 65]. Манипуляция рассматривается Т. ван Дейком как «коммуникативная и интеракциональная практика, в рамках которой манипулятор осуществляет контроль над людьми, как правило, против их воли или интересов.» [Дейк 2013: 255]. Данная практика четко подтверждается приводимыми выше и ниже примерами. Даже в случаях более объективного освещения событий и употребления нейтральных лексем в заголовке в тексте сообщения встречается эмоционально негативное восприятие через употребление слова **Anschluss: Krim wünscht Beitritt** (вступление, присоединение) **zu Russland** (заголовок); **Auf der Krim hat sich das Parlament mit klarer Mehrheit für einen Anschluss der ukrainischen Halbinsel an Russland ausgesprochen** (DW. 06.03.2014).

Метафорические модели, характерные для данного и последующего периодов, анализируются нами в сопоставлении двух близких дискурсов: публицистического (журнальные и газетные статьи, новостные сообщения в немецкой прессе и интернет-изданиях об Украине и вокруг нее в период с 10 марта 2014 г. по 1 мая 2015 г.) и парламентского (материалы дебатов в бундестаге, связанные с заявлением А. Меркель по украинскому конфликту, речи парламентариев в Европарламенте, относящиеся к одному из пунктов дебатов — вопрос об Украине). Материалом исследования послужил стенографический отчет дебатов парламента ФРГ — бундестага — от 3 марта 2014 г. и от 13 марта 2015 г., а также письменная фиксация речей парламентариев на немецком языке (см. источники примеров).

Новости, опубликованные в прессе, обычно лучше запоминаются, если они содержат емкие метафоры. Они влияют на убедительность приводимых суждений. Влияние двух анализируемых дискурсов друг на друга является обоюдным. Парламентарии представляют в произносимых речах свое видение ситуации, учитывая дальнейшее отражение важных моментов в прессе, а журналисты цитируют в статьях высказывания участников дебатов в определенном свете. Интертекстуальность обоих дискурсов явно прослеживается благодаря оригинальным средствам образности.

Если в рекламных материалах сторонников воссоединения и в различных СМИ пророссийской направленности активно использовались метафорические образы со сферами-источниками «Дом» и «Дорога», которые представляли референдум как отправную точку, начало пути Крыма из чужбины в родной дом, в Россию [Серегина, Чудинов

2014: 90—91], то доминирующей сферой в публицистическом дискурсе Германии является криминальная сфера: на важном месте стоят лексемы *Raub, Landraub* («воровство»): *Russlands Raub der Krim — was tun?* (DW. 13.03.2014); *Heute greift Russland nach der Krim — auch ohne Mandat* (DW. 13.03.2014); *Das russische Vorgehen auf der Krim sei „nichts anderes als Landraub“, betonte US-Vizepräsident Joe Biden bei einem Besuch in der polnischen Hauptstadt* (DW. 19.03.2014).

Внутритекстовая поддержка рассматриваемой метафоры осуществляется путем использования лексики с негативными смыслами — *nach der Krim greifen, sich die Krim aneignen* (хватать, присваивать): *Putin hat sich die Krim angeeignet* (DW. 19.03.2014); *Der Oppositionsführer, Linken-Fraktionschef Gregor Gysi, kritisierte zwar den Griff Russlands nach der Krim* (DW. 20.03.2014).

То же слово *Griff* повторяет канцлер А. Меркель в речи на парламентских слушаниях 13 марта 2015 г.: *Russlands Griff nach der Krim genauso wie seine Handlungen in der Ostukraine fordern uns Europäer heraus*.

«Возвращение Крыма домой» (*Heimkehr*) берется в кавычки как цитата или для подчеркивания того, что такое понимание характерно только для Путина и жителей России: *Die Krim — für Putin nun heimgekehrt* (Крым — для Путина — вернулся домой) (DW, 19.03.2014); *Rund 600.000 Menschen in ganz Russland feierten nach Angaben des Innenministeriums die sogenannte „Heimkehr“ der Krim* (DW. 19.03.2014).

В качестве «родного дома» для жителей полуострова выступает не Россия, а Украина, а для многих украинских политиков понятие «общего дома» связано с объединенной Европой.

Для парламентского дискурса Германии при характеристике событий на Украине не свойственно применение криминальной лексики. Это вполне объяснимо статусом парламентариев и институциональностью парламентских слушаний. Для речей парламентариев характерно, что покажется неожиданным, описание ситуации через метафорические модели с исходными понятийными сферами «Alltagsleben — быденная жизнь», «Klima — климат», и только на третьем месте, как показывают подсчеты, — «Krieg — война». Депутаты образно говорят о действующих актерах в Москве (*den handelnden Akteuren in Moskau*), о том, что кризис на Украине является пробным камнем для международной политики (*Die Krise um die Ukraine ist zugleich ein Prüfstein für die internationale Politik*), что при переговорах нужно показать ясные границы (*bei den Verhandlungen muss man auch klare Kante zeigen*), что при финансовой помощи Украине нужно требо-

вать глубоких политических и экономических структурных реформ, иначе «мы бросим много денег в бочку без дна» (*sonst würden wir viel Geld in ein Fass ohne Boden werfen*), что каждая из сторон, как ежик, сворачивается в своем видении вещей (*...weil sich jeder in seiner Sicht der Dinge einigelt*), о том, что в Европе веет политическим холодом и дело идет к новому ледниковому периоду между ЕС и Россией (*Es droht, in Europa politisch eiskalt zu werden. ...dann bekommen wir eine neue Eiszeit zwischen der EU und Russland*), что Россия «выклевывает» некоторые страны ЕС с целью расколоть его (*einige EU-Länder herauspickt — mit dem Ziel, die EU zu spalten*). Украина была названа палисадником России, в котором ЕС «якобы пасся»: *im Vorgarten Russlands gegrast habe*.

Однако обращение к единицам быденной, бытовой лексики можно в некоторых случаях рассматривать как манипулятивное употребление, как попытку показать ситуацию на Украине не представляющей собой ничего необычного (двери, бочки, руки, тормоза, камни, ежики, лавины).

В публицистических текстах, так же как и в парламентском дискурсе, звучат опасения о наступлении ледникового периода (*eine neue Eiszeit, auf Eis legen*) в отношениях ЕС и России, образно изображаются попытки разрыва Украины на две части (*Spaltungsszenarien*): *Für Bundesaußenminister Frank-Walter Steinmeier zeichnet sich eine neue Eiszeit in den Beziehungen zwischen der Europäischen Union und Russland ab* (DW. 13.03.2014); *OECD legt Beitrittsverhandlungen mit Moskau auf Eis* (DW. 10.03.2014); *Spaltungsszenarien dürften weiteres Öl in das Feuer der Ethnisierung gießen*.

Чаще всего сопоставление при описании отношений между Россией и ЕС основывается на открытых и закрытых для диалога дверях:

*Wir alle aber wollen die Tür für Russland* (оставить дверь для России открытой) *offen lassen* (Бекк); *...nicht alle Türen zuschlagen* (не закрывать все двери) *können* (Веллманн); *Wir brauchen und erwarten aber, dass zwischen jedem dieser Schritte eine Tür mit der Aufschrift „Exit“ offen steht* (Эрлер); *und dass die Tür zu einer friedlichen Lösung geöffnet wurde* (Варенкнехт).

Традиционными для обоих дискурсов являются метафоры о железном занавесе и холодной войне (*nach dem Zerreißen des Eisernen Vorhangs und dem Ende des Kalten Krieges*).

Неожиданными являются метафоры, основывающиеся на математических понятиях. Они были отмечены только в парламентском дискурсе: *Dass Moskau uns auseinandert dividiert, dürfen wir nicht zulassen. ...Die EU lässt*

*sich in dieser Frage nicht auseinanderdividieren* (Шоккенхофф: «Мы не должны допустить, чтобы Москва нас разделила... ЕС в этом вопросе не разделяется» — 2014 г.); *Das zeigt: Europa handelt vereint und lässt sich nicht auseinanderdividieren* (Опперман, 2015 г.).

Западные политики, а вслед за ними и многие журналисты, не оставляют попытки повлиять на Россию. В данных контекстах эти усилия, даже если они осуществляются дипломатическими путями, представляются через спортивную и военную тематику: *Diplomatisches Ringen bislang ohne Erfolg* (DW. 6.03.2014).

Называя Россию партнером, свои действия в осуждении России западные политики и журналисты считают «относительно мягкими дипломатическими уколами иглой», ср.: *Die relativ milden diplomatischen Nadelstiche umschrieb Rasmussen mit den Worten, die NATO wolle...* (DW. 6.03.2014).

И журналисты, и политики подчеркивают, что попытки урегулирования предпринимаются и Украиной, и Западом постоянно: *Eine Sitzung jagt die nächste: NATO-Generalsekretär Rasmussen* (DW. 6.03.2014) (Одно заседание подгоняет другое); *Schon am nächsten Tag überschlugen sich durch eine Lawine von Entscheidungen des Parlaments der Ukraine die Ereignisse* (Спинрат ...парламент Украины принял целую лавину решений).

Но все усилия наталкиваются на сопротивление российской стороны, Россия не протягивает руку для контактов (*Russland hat eben nicht die Hand ausgestreckt*). Мнение аудитории формируется путем обращения к оценкам, выраженным метафорически [Белова 2014: 63—67]. Стойкая (на взгляд западных журналистов — агрессивная) позиция России передается через следующие метафоры: *Ukraine-Krise: Der Westen beißt bei Lawrow auf Granit* (DW. 6.03.2014 (укусить гранит...)); *Präsident Wladimir Putin ließ sich am Wochenende vom Parlament grünes Licht für eine militärische Intervention geben* (зеленый свет для военной интервенции) (DW. 13.03.2014).

Россия как ненадежный и хитрый партнер характеризуется фразеологическим оборотом: *Krim-Krise: Russland spielt mit dem Westen Katz und Maus* (DW. 10.03.2014) (играет в кошки-мышки).

Дипломатические усилия Запада по поиску компромиссов сравниваются с искусными шахматными ходами; подчеркивается, что политики готовы вести переговоры, не создавая «канав» и не исключая «других» действующих лиц: *Weder neue Gräben schaffen noch andere Akteure ausschließen* (Spiegel. 2.03.2014); *Gowan: „Die OSZE kann einen Kompromiss schneiden“* (DW. 5.03. 2014)

(кроить компромиссы); *Eine unbewaffnete OSZE-Mission weckt die Hoffnung auf eine diplomatische Lösung für die Ukraine. Ein geschickter Schachzug, meint der New Yorker Experte...* (DW. 05.03.2014).

Министр иностранных дел В. Штайнмайер с его политикой «sich einpassen» (отход от политики «или — или»: или Брюссель, или Москва) рисуется как эквилибрист-канатоходец: *Seiltänzer Steinmeier* (Spiegel 2.03.2014).

Попытки сгладить кризис, сделать его менее резким также находят метафорическое выражение: *NATO und EU versuchen Krim-Krise einzudämmen* (DW. 04.03.2014); *Krise irgendwie zu entschärfen* (DW. 04.03.2014).

О компасе, указывающем путь к компромиссам, говорит в своей речи парламентарий бундестага: *Der Kompass für weitere Verhandlungen müsse sein* (Г. Хасселфелдт).

Разногласия, которые возникают внутри ЕС, обозначаются в прессе как *feine Risse* (*тонкие разрывы*), или депутаты образно говорят о единоличных политических гусарских выездах некоторых правительств в Европе (*eigene politische Hasardeurritte in Europa*): *Geschlossenheit bekommt feine Risse* (Spiegel. 2.03.2014).

За неуступчивость России грозят изоляцией и санкциями. В данных контекстах на первый план выходит тактика угроз и спортивная лексика: *Russland gerät wegen seiner Krim-Politik weiter ins Abseits* (попадет в положение вне игры) (DW. 13.03.2014); *Nun soll Moskau sanktioniert werden, wenn Kreml-Chef Putin nicht zurückrudert* (грести назад) (DW. 13.03.2014).

Медицинская и спортивная лексика являются базисными при метафоризации понятий, связанных с помощью Украине: *EU will Ukraine mit elf Milliarden beispringen* (спешить на помощь) (DW. 6.03.2014); *Finanzspritze* (финансовые вливания) *für die Ukraine: José Manuel Barroso* (DW. 6.03.2014); *...damit sie nicht in korrupten Kanälen versickern* (чтобы финансовые средства не утонули в коррупционных каналах) (DW. 6.03.2014); *Das ukrainische Volk durchlebt derzeit ein Trauma* (травма) (DW. 20.03.2014).

Поддержка Украины находит выражение и через физиологические метафоры — фрейм «Части тела» (Rücken, Schulter): *NATO-Generalsekretär Rasmussen will dem ukrainischen Regierungschef den Rücken stärken...* (DW. 6.03.2014); *In der Krim-Krise demonstriert die Europäische Union den Schulterchluss* (подставить плечо) *mit der Ukraine und verschärft die Sanktionen gegen Russland* (DW. 20.03.2014).

Прагматическую значимость данного типа метафор можно интерпретировать сле-

дующим образом: «Спина в политической метафоре часто предстает как наименее защищенная часть тела, которую нужно укрывать и которая может подвергаться неожиданной атаке... вместе с тем очень удобно находиться за спиной сильного человека» [Чудинов 2001].

Интересные с лингвистической точки зрения метафоры появляются и в других тематических сферах. Дальнейшее развитие отношений Крыма и Украины, их отдаление друг от друга передается через выражение «отграничение Крыма в ускоренном темпе»: *Die Krim kapselt sich in Eiltempo von Kiew ab* (DW. 6.03.2014).

Озабоченность из-за дальнейшего движения Украины к национализму формулируется с помощью метафоры движения «дрейф вправо»: *Spürt man hier die Sorge, die Ukraine würde nach rechts abdriften?* (DW. 6.03.2014)

Настроение в других частях Украины характеризуется как напряженное и как «разрыв между ЕС и Россией» (можно сравнить с метафорой для характеристики положения Украины между ЕС и Россией: *steckt mitten in einer Zerreißprobe*), а настроение в Крыму передается через метафоричное употребление того же самого прилагательного *aufgeheizt* (накаленная):

*Charkiw — zwischen Europa und Russland zerrissen... Die Stimmung nahe der russischen Grenze ist aufgeheizt.* (DW. 05.03.2014); *Aufgeheizte Stimmung auf der Krim* (DW. 05.03.2014).

При характеристике экономического положения на Украине журналисты и парламентарии прибегают к фреймам «движение», но в обратном направлении, или фрейму «падение» и к медицинской терминологии: *Krim-Krise schickt Börsen auf Talfahrt* (езда под уклон, движение на спуске) (DW. 11.03.2014); *Die Ukraine scheint bisher unaufhaltsam im freien Fall* (свободное падение) (DW. 16.04.2014); *Krise in der Ukraine: Ein Land stürzt ab* (стремительное падение) (DW. 16.04.2014); *Medizinisch gesprochen befindet sich das Land momentan in der Gefahr, ins Koma zu fallen* (Volker Beck).

Метафоризация выполняет функцию модерации, смягчения агональности, выступает как попытка концептуализации происходящего [Чудинов, Будаев 2008]. Здесь уместно упомянуть метафору болезни: Украина находится в предкоматозном состоянии, но такой серьезный диагноз нельзя ставить без учета потенциала страны (*eine so ernste Diagnose nicht ausgesprochen werden, ohne auf die Potenziale des Landes hinzuweisen*) и т. п.

Журналисты цитируют политиков и часто выбирают наиболее яркие высказывания, стараясь блистать остроумием. Метафора о ящике Пандоры, употребленная в дебатах Г. Гизи для усиления аргументации внутри стратегии прецедентности и интертекстуальности [Алферов, Белова, Кустова 2014: 21—26], цитируется в массмедиа многократно: *Zugleich warf er dem Westen aber vor, mit seinem Vorgehen im Kosovo-Konflikt ebenfalls gegen das Völkerrecht verstoßen und somit „die Büchse der Pandora“ geöffnet zu haben.*

Дважды была отмечена метафора «сами испытываем боль от санкций»: *Dr. Andreas Schockenhoff (CDU/CSU) bezeichnete Sanktionen gegen Russland als „unverzichtbar“, auch „wenn sie uns selbst wehtun“.*

Европейская пресса цитирует политических лидеров, которые делают жесткие заявления о необходимости введения в контексте украинского кризиса все новых санкций в отношении Москвы. Призывы к прагматизму и экономическому расчету, подчеркивание того факта, что в условиях экономических санкций Германия наказывает сама себя, редкие высказывания за отмену санкций в отношении России (Н. Vilimsky (NI): *Schon mehr als 20 Milliarden hat Europa diese Politik der Sanktionen gekostet. Und statt weiter den Erfüllungsgehilfen für die Amerikaner zu machen, wäre die Europäische Union gut beraten, einen Weg der Aussöhnung und der gedeihlichen gemeinsamen Zukunft mit den Russen zu suchen* (Политика санкций уже обошлась Европе более чем в 20 миллиардов. Вместо того, чтобы и далее играть роль послушника американцев, было бы для ЕС лучше поискать путь примирения и процветающего общего будущего с Россией) — не имеют успеха. Данную точку зрения разделяют только представители оппозиции в бундестаге — партия левых (DIE LINKE): *...Ich glaube, es wäre besser, einzusehen, dass diese ganze unsägliche Sanktionspolitik ein einziger großer Fehler war, mit dem sich Europa ins eigene Knie geschossen hat* (Ваггенхехт. 13.03.2015. *Я полагаю, было бы лучше понять и признать, что вся эта невообразимая политика санкций была одной большой ошибкой, которой Европа выстрелила в собственное колено.*)

Немецкие средства массовой информации демонизируют Путина. Поскольку нет прямого контакта с аудиторией, журналисты, в отличие от парламентариев, позволяют себе резкие выражения и резкую лексику. Путин — диктатор, который обвиняется в присвоении, «утаскивании» Крыма. Вся ответственность возлагается на Путина. Украина и ее территория являются жертвами захватчика. Механизм по-

дачи информации о присоединении Крыма к России политически мотивирован, в языковом плане это находит отражение в лексике из криминальной сферы: *Putin hat sich die Krim angeeignet* (DW. 19.03.2014, «присвоил»); *Putin besiegelt den Beitritt der Krim* (DW. 19.03.2014, «удостоверил печатью»); *Putin holt die Krim nach Russland* (DW. 19.03.2014, «тащит в Россию, захватывает»).

Обвиняется президент, обвиняется и страна: *Allen Protesten und Strafmaßnahmen des Westens zum Trotz hat sich Russland die Krim nun einverleibt* (DW. 19.03.2014, «присвоила силой»); *Einen Tag nachdem Russland die Krim faktisch annektiert hatte...* (DW. 19.03.2014).

Путин как прецедентное имя, оценочные формулировки, сопровождаемые метафорическими характеристиками, изображают российского президента в противовес намерениям немецких журналистов как влиятельного политика.

В парламентском дискурсе Путин обвиняется прямым текстом редко. В речах преобладает монологический дискурс, он более регламентирован. Читателю и слушателю навязывается близкая пропозиция: во всем виновата Россия. В интеракции появляются речевые акты возмущения, протеста, обвинения и даже дискредитации [Белова 2014: 47—57]. В этих случаях высказываются требования-призывы к Путину. Основные тактики конфронтации с Россией, а именно обвинение, предостережение, ирония, манипуляция и т. п., представлены в статье по тематике нелегальной миграции [Белова 2014: 47—57], но особенно явно это прослеживается в реакции на события на Майдане и на присоединение Крыма: *Der Maidan ist eine antiputinistische Bewegung. Dort waren auch Armenier und Belarussen, weil es auch um ihre Freiheit geht* (Бекк: «Майдан — это движение, направленное против Путина. Там были армяне и белорусы, так как речь идет и об их свободе»); *Ich bedaure sehr, dass Präsident Putin dennoch Entscheidungen einzelner Länder für ein EU-Assoziierungsabkommen zu einer Frage von Entweder-oder, für oder gegen Russland gemacht hat* (А. Меркель, 13.03.2015: «Я очень сожалею, что президент Путин решения отдельных стран в пользу договора об ассоциации с ЕС сделал вопросом „или — или“, за или против России»).

Совсем не о «мягких дипломатических уколах» и желании не потерять нить переговоров (*niemand in Europa wolle den Gesprächsfaden zu Moskau abreißen lassen* (DW. 3.04.2014)), а об «удушающем приеме захвата за горло» пишут некоторые журналисты, считая санкции контрапродуктивными (Sahra Wagenknecht): *Die EU nimmt Moskau in den Würgegriff* (27.07.2014).

Но таких статей в немецких газетах и журналах немного. Немногие отваживаются процитировать высказывания жителей Восточной Украины, которые называют правительство в Киеве хунтой (*„Wir wollen nicht, dass die Junta in Kiew unsere Länder erobert“*), и подчеркнуть, что они готовы рисковать своей жизнью (*Zivilisten stellen sich ukrainischen Panzern in den Weg. — Гражданские преграждают путь украинским танкам*) (Raniah Salloum, «Der Spiegel», 16.04.2014).

Из-за страхов перед «российской геополитической экспансией» даже другие страны ЕС могут представляться в немецкой прессе как потенциальные жертвы «русского медведя». Тактика передергивания фактов (в связи «с русской агрессией в Крыму» испытывают страх и в Польше, и в Прибалтике, а министр иностранных дел Германии разделяет эту озабоченность) находит широкое применение: *Polens Angst vor dem „russischen Bären“* (DW. 13.03.2014); *Angesichts der russischen Aggression auf der Krim teilt Außenminister Steinmeier die Sorge der Balten vor einem ähnlichen Schicksal* (DW. 10.03.2014).

Метафорическое представление ситуации служит важным средством выявления существующих в национальном сознании реальных или искаженных представлений о современной политической ситуации в России, на Украине и в самой Германии. Образные средства формируют ментальные модели, соответствующие целям политика или журналиста, и способствуют восприятию события в нужном им русле. Выбор политическим деятелем определенной понятийной области как сферы-источника показывает его отношение к сложившейся ситуации, которую можно, благодаря стилистическим средствам, представить разным образом. Метафора может быть направлена на усиление выбора негативных пропозиций и может усилить негативное мнение об оппонентах. В этом случае она одновременно входит в стратегию самопрезентации, подчеркивая достоинства, авторитет и моральное превосходство говорящего/пишущего. Стратегия дискредитации, основу которой составляет тактика обвинения, представлена наиболее ярко в публицистическом дискурсе и не так ярко — в парламентских дебатах. Ориентация газетного и журнального текста на массового читателя приводит к некоторому ограничению выражения своего мнения и своих оценок и обуславливает направленность на мнения, которые будут поддержаны или должны быть поддержаны конклюдивным адресатом. В парламентской коммуникации такая ориентация присутствует имплицитно. Парламентский дискурс испытывает влияние газетного и журнального, через них в него проника-

ет модальность конфронтации, но это влияние сдерживается институциональностью первого. Манипуляция с помощью метафоры (на основе неполной, искаженной или предвзятой информации) может способствовать внесению изменений в позицию реципиентов, выбору ими нужного говорящему/пишущему сценария толкования и оценки ситуации.

#### ИСТОЧНИКИ

1. Plenarprotokoll 18/20 Deutscher Bundestag Stenografischer Bericht 20. Sitzung Berlin, Donnerstag, den 13. März 2014.
2. Deutscher Bundestag. Drucksache 18/4308 18. Wahlperiode 13.03.2015. K:\Publishing\Produktion\BT\Produktion\07\_Fahne\1804308\1804308.fm, 18. März 2015, Seite 1.
3. Plenardebatten 25. Februar 2015 — Brüssel www.europarl.europa.eu April 2015.
4. Deutsche Welle (DW) <newsletter@nl-de.dw.de> с 10 марта 2014 по 1 мая 2015.
5. Ukraine-Gespräche in Genf: Gedämpfte Hoffnung auf ein Wunder // Spiegel online. 17.04.2014.
6. Demonstration in der Ostukraine: „Wir wollen, dass das Donezbecken ukrainisch bleibt“ // Spiegel online. 17.04.2014.
7. Ukraine-Konflikt: Propaganda-Krieger in Aktion // Spiegel online. 17.04.2014.
8. Aufstand im Osten: Ukrainische Einheit zieht sich aus Gebiet Donezk zurück // Spiegel online. 17.04.2014.
9. Ukraine-Gipfel in Genf: Russland stimmt Entwaffnung von Separatisten zu // Spiegel online. 17.04.2014.
10. Putins TV-Fragemarathon: Auftritt eines Siegers // Spiegel online. 17.04.2014.
11. Russlands Ukraine-Strategie: Putin, der Guerilla-Krieger // Spiegel online. 17.04.2014.
12. Ostukraine: Die Nacht der Provokateure // Spiegel online. 17.04.2014.
13. TV-Interview: Putin behält sich Militärintervention in der Ukraine vor // Spiegel online. 17.04.2014.
14. Ukraine-Krise: Separatisten greifen Basis der Nationalgarde an // Spiegel online. 17.04.2014.
15. Analyse: Die Doppelstrategie des Westens // Spiegel online. 16.04.2014.
16. Krise in Osteuropa: Ukraine — die wichtigsten Nachrichten im Überblick // Spiegel online. 16.04.2014.
17. Aufstand im Osten: Zivilisten stellen sich ukrainischen Panzern in den Weg // Spiegel online. 16.04.2014.
18. Ukraine-Krise: Deutschland schickt Kampffjets nach Osteuropa // Spiegel online. 16.04.2014.

V. F. Belova

Pyatigorsk, Russia

#### COMPARATIVE RESEARCH OF METAPHORS IN PARLIAMENTARY AND JOURNALISTIC DISCOURSES IN THE GERMAN LANGUAGE

**ABSTRACT.** *The object of research presented in the article is made up of metaphorical models in parliamentary and journalistic discourses in the German language. The aim of the undertaken research is comparative analysis of linguo-pragmatic potential of the metaphors related to Crimea joining to Russia in parliamentary and journalistic discourses in the German language. The article focuses on the figures of speech in the process of formation of mental models. The methods of linguo-pragmatic content-analysis and event-analysis are used by the author.*

*The following results have been achieved. A politician's choice of a certain conceptual area as its notional source of metaphorization reveals his attitude to the current situation that can be variously presented with the help of stylistic means. A*

19. Ukrainische Sicherheitskräfte: Kiew müde Chaos-Truppe // Spiegel online. 16.04.2014.

#### ЛИТЕРАТУРА

20. Алферов А. В., Белова В. Ф., Кустова Е. Ю. Агональность парламентской коммуникации (на материале дебатов в немецком парламенте) // Политическая лингвистика. 2014. № 4. С. 21—26.
21. Баранов А. Н. Введение в прикладную лингвистику. — М: Эдиториал УРСС, 2007.
22. Белова В. Ф. Репликативная составляющая немецкого парламентского дискурса (Replying Component in German Parliamentary Discourse) // 2nd the International Conference on the Transformation of Education. — London, 2014. P. 47—57.
23. Белова В. Ф. Лингвопрагматические черты немецкого парламентского дискурса (на материале запроса-заявления партии и дебатов в Бундестаге) // Вестн. ПГЛУ. 2014. № 2. С. 63—67.
24. Белова В. Ф. Функции репликативной составляющей в немецком парламентском дискурсе = The functions of the replying component in the German parliamentary discourse // 7th International Scientific and Practical Conference «Science and Society», 29—30 Aug. 2014. — London, 2014. P. 47—57.
25. Белова В. Ф. Экспрессивизация как стратегия парламентского дискурса // Вестн. ПГЛУ. 2015. № 2.
26. Дейк ван Т. А. Дискурс и власть: репрезентация доминирования в языке и коммуникации. — М.: Либроком, 2013.
27. Копнина Г. А. Речевое манипулирование. — М.: Флинта: Наука, 2008.
28. Лакофф Дж., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем. Изд. 2-е. — М.: Изд-во ЛКИ, 2008.
29. Серегина И. А., Чудинов А. П. Метафорические слоганы в дискурсе референдума о статусе Крыма // Политическая лингвистика. 2014. № 3. С. 90—91.
30. Цыганков П. А. Международные отношения : учеб. пособие. — М.: Новая школа, 1996.
31. Чудинов А. П. Россия в метафорическом зеркале: когнитивное исследование политической метафоры (1991—2000) : моногр. / Урал. гос. пед. ун-т. — Екатеринбург, 2001.
32. Чудинов А. П., Будаев Э. В. Метафора в политической коммуникации. — М.: Флинта, 2008.
33. Чудинов А. П. Очерки по современной политической метафорологии : моногр. / Урал. гос. пед. ун-т. — Екатеринбург, 2013.
34. «Forbes» «Год после российской аннексии Крыма, местные предпочитают Москву Киеву». URL: politrussia.com (дата обращения: 25.04.2014).

*carefully chosen metaphor can strengthen the negative opinion about one's opponents, and emphasize the merits of the speaker / writer. Manipulative effect of a metaphor (based on incomplete, distorted or biased information) may contribute to the process of modifying the recipients' position, their choice of the right script of interpretation and evaluation of the situation that are required by the speaker or writer.*

*The results of the presented research could be used in practice and theory of parliamentary communication.*

*The author comes to the conclusion that metaphorical representation of the situation is a significant way to find out the real or distorted notion in the German worldview of the modern political situation in Russia, in Ukraine and in Germany itself. Figures of speech form mental models corresponding to politician's and journalist's goals and contribute to the intended perception of events.*

**KEYWORDS:** *linguo-pragmatic potential of metaphors, parliamentary and journalistic discourses, manipulation with the help of metaphors, confrontation modality, conclusive recipient.*

**ABOUT THE AUTHOR:** *Belova Valentina Fedorovna, Candidate of Philology, Professor of Department of German Philology and Intercultural Communication, Pyatigorsk State Linguistic University, Pyatigorsk, Russia.*

#### RESOURCES

1. Plenarprotokoll 18/20 Deutscher Bundestag Stenografischer Bericht 20. Sitzung Berlin, Donnerstag, den 13. März 2014 Deutscher Bundestag. Drucksache 18/4308 18. Wahlperiode 13.03.2015. K:\Publishing\Produktion\BT\Produktion\07\_Fahne\1804308\1804308\_fm,18. März 2015, Seite 1.
3. Plenardebatten 25. Februar 2015 — Brüssel www.eur.oparl.europa.eu April 2015.
4. Deutsche Welle (DW) <newsletter@nl-de.dw.de> c 10 марта 2014 по 1 мая 2015.
5. Ukraine-Gespräche in Genf: Gedämpfte Hoffnung auf ein Wunder // Spiegel online. 17.04.2014.
6. Demonstration in der Ostukraine: „Wir wollen, dass das Donezbecken ukrainisch bleibt“ // Spiegel online. 17.04.2014.
7. Ukraine-Konflikt: Propaganda-Krieger in Aktion // Spiegel online. 17.04.2014.
8. Aufstand im Osten: Ukrainische Einheit zieht sich aus Gebiet Donezk zurück // Spiegel online. 17.04.2014.
9. Ukraine-Gipfel in Genf: Russland stimmt Entwaffnung von Separatisten zu // Spiegel online. 17.04.2014.
10. Putins TV-Fragemarathon: Auftritt eines Siegers // Spiegel online. 17.04.2014.
11. Russlands Ukraine-Strategie: Putin, der Guerilla-Krieger // Spiegel online. 17.04.2014.
12. Ostukraine: Die Nacht der Provokateure // Spiegel online. 17.04.2014.
13. TV-Interview: Putin behält sich Militärintervention in der Ukraine vor // Spiegel online. 17.04.2014.
14. Ukraine-Krise: Separatisten greifen Basis der Nationalgarde an // Spiegel online. 17.04.2014.
15. Analyse: Die Doppelstrategie des Westens // Spiegel online. 16.04.2014.
16. Krise in Osteuropa: Ukraine — die wichtigsten Nachrichten im Überblick // Spiegel online. 16.04.2014.
17. Aufstand im Osten: Zivilisten stellen sich ukrainischen Panzern in den Weg // Spiegel online. 16.04.2014.
18. Ukraine-Krise: Deutschland schickt Kampfflotten nach Osteuropa // Spiegel online. 16.04.2014.
19. Ukrainische Sicherheitskräfte: Kiews müde Chaos-Truppe // Spiegel online. 16.04.2014.

#### LITERATURE

20. Alferov A. V., Belova V. F., Kustova E. Yu. Agonal'nost' parlamentskoy kommunikatsii (na materiale

debatov v nemetskom parlamente) // Politicheskaya lingvistika. 2014. № 4. S. 21—26.

21. Baranov A. N. Vvedenie v prikladnyu lingvistiku. — M: Editorial URSS, 2007.

22. Belova V. F. Replikativnaya sostavlyayushchaya nemetskogo parlamentskogo diskursa (Replying Component in German Parliamentary Discourse) // 2nd the International Conference on the Transformation of Education. — London, 2014. R. 47—57.

23. Belova V. F. Lingvopragmaticheskie cherty nemetskogo parlamentskogo diskursa (na materiale zaprosya-zayavleniya partii i debatov v Bundestage) // Vestn. PGLU. 2014. № 2. S. 63—67.

24. Belova V. F. Funktsii replikativnoy sostavlyayushchey v nemetskom parlamentskom diskurse = The functions of the replying component in the German parliamentary discourse // 7th International Scientific and Practical Conference «Science and Society», 29—30 Aug. 2014. — London, 2014. R. 47—57.

25. Belova V. F. Ekspressivizatsiya kak strategiya parlamentskogo diskursa // Vestn. PGLU. 2015. № 2.

26. Deyk van T. A. Diskurs i vlast': reprezentatsiya dominirovaniya v yazyke i kommunikatsii. — M. : Librokom, 2013.

27. Koptina G. A. Rechevoe manipulirovanie. — M. : Flinta: Nauka, 2008.

28. Lakoff Dzh., Dzhonson M. Metafori, kotorymi my zhivem. Izd. 2-e. — M. : Izd-vo LKI, 2008.

29. Seregina I. A., Chudinov A. P. Metaforicheskie slogany v diskurse referendumo o statuse Kryma // Politicheskaya lingvistika. 2014. № 3. s. 90—91.

30. Tsygankov P. A. Mezhdunarodnye otnosheniya : ucheb. posobie. — M. : Novaya shkola, 1996.

31. Chudinov A. P. Rossiya v metaforicheskom zerkale: kognitivnoe issledovanie politicheskoy metafory (1991—2000) : monogr. / Ural. gos. ped. un-t. — Ekaterinburg, 2001.

32. Chudinov A. P., Budaev E. V. Metafora v politicheskoy kommunikatsii. — M. : Flinta, 2008.

33. Chudinov A. P. Ocherki po sovremennoy politicheskoy metaforologii : monogr. / Ural. gos. ped. un-t. — Ekaterinburg, 2013.

34. «Forbes» «God posle rossiyskoy aneksii Kryma, mestnye predpochitayut Moskvu Kievu». URL: politrussia.com (data obrashcheniya: 25.04.2014).

**Статью рекомендует к публикации д-р филол. наук, доц. Т. А. Ширяева.**

**Ю. В. Богоявленская**  
Екатеринбург, Россия

**ПАРЦЕЛЛИРОВАННЫЕ КОНСТРУКЦИИ КАК СИНТАКСИЧЕСКИЙ ЭКСПЛИКАТОР СУБЪЕКТИВНО-МОДАЛЬНЫХ ЗНАЧЕНИЙ (НА МАТЕРИАЛЕ ГАЗЕТНЫХ ТЕКСТОВ)**

**АННОТАЦИЯ.** *Когнитивный поворот в современной лингвистике оживил исследовательский интерес к категории модальности — одной из ключевых семантических категорий, связывающих высказывание с внеязыковой действительностью. Принято выделять объективную модальность (отношение высказывания к действительности в аспекте реальности/ирреальности) и субъективную модальность (отношение говорящего к содержанию высказывания). Выделяется и ситуативная модальность — периферийный пласт объективной модальности, конкретизирующий ее значения относительно действительности, возможности, необходимости, желательности действия.*

*Для более точного описания субъективности в языке Г. Я. Солгаником вводится понятие модального синтаксиса, который, рассматривая роль говорящего в языке, встраивается в один ряд с синтаксисом структурным, коммуникативным, семантическим. В данной статье рассматриваются субъектно-модальные значения парцеллированной конструкции как «выразителя» позиции и эмоционального настроения автора-публициста. Под парцелляцией понимается особый прием коммуникативно-стилистической организации текста, используемый для экспликации авторской позиции, актуализации модальных смыслов и усиленного воздействия на адресата газетного текста. Финальные знаки не определяют грамматическую самостоятельность парцеллянта, а являются оригинальным пунктуационно-графическим оформлением парцеллированного высказывания, призванного сосредоточить внимание адресата на значимой части сообщения. Парцеллированные конструкции в газетном тексте могут транслировать целый спектр разнообразных субъектно-модальных смыслов: недовольство непониманием, восхищение, уважение к противнику, гордость. Для повышения экспрессивности авторы прибегают к конвергенции различных способов выражения модальных значений, т. е. взаимодействию различных разноуровневых средств для выполнения единой функции. Сосредоточение этих средств в пределах конструкции предлагается называть парцеллятивной конвергентной зоной, в рамках которой создается особое модальное поле.*

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:** *субъективная модальность; парцелляция; парцеллированная конструкция; газетный текст; парцеллятивная конвергентная зона.*

**СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ:** *Богоявленская Юлия Валерьевна, кандидат филологических наук, доцент кафедры романских языков, Уральский государственный педагогический университет; 620017, г. Екатеринбург, пр-т Космонавтов, 26, каб. 465; e-mail : jvbog@yandex.ru.*

Смена ориентиров, произошедшая в последние десятилетия в лингвистике, привела к тому, что в центре внимания ученых оказался человеческий фактор и, как следствие, подверглись пересмотру взгляды на различные языковые явления. Устойчивый интерес теперь вызывают языковые категории, определяющие тесную связь высказывания с производителем речи, отношение говорящего к действительности, его коммуникативно-прагматические установки. Одна из таких категорий — категория модальности, которая активно обсуждается в современной лингвистике и «традиционно входит в число наиболее исследуемых» [Ваулина 2013: 7]. На протяжении уже более шести десятилетий лингвистов интересует содержательный объем категории модальности и различные аспекты ее реализации в речи. Это объясняет существование в лингвистической литературе множества различных и часто противоречивых взглядов и представлений, связанных с модальностью.

Модальность является одной из ключевых семантических категорий, связывающих высказывание с внеязыковой действительностью. Впервые сущность категории модальности была сформулирована В. В. Ви-

ноградовым: «Любое целостное выражение мысли, чувства, побуждения, отражая действительность в той или иной форме высказывания, облекается в одну из существующих в данной системе языка интонационных схем предложений и выражающих одно из тех синтаксических значений, которые в своей совокупности образуют категорию модальности... Каждое предложение включает в себя как существенный признак модальное значение, т. е. содержит в себе указание на отношение к действительности» [Виноградов 1975: 53, 55]. Положения, выдвинутые В. В. Виноградовым, стали методологическим основанием для последующего развития теории модальности.

В современных исследованиях принято выделять объективную модальность (отношение высказывания к действительности в аспекте реальности/ирреальности) и субъективную модальность (отношение говорящего к содержанию высказывания). Некоторыми авторами выделяется ситуативная модальность — периферийный пласт объективной модальности, конкретизирующий ее значения относительно действительности, возможности, необходимости, желательности действия [Ваулина 2013: 8]. Объективная

модальность создается формами склонения глаголов и словами, выражающими значение утверждения, возможности, пожелания, приказания и другими, а субъективная — специфическими модальными словами, частицами, междометиями. Часто к этому списку добавляются интонационные конструкции, грамматические, лексические средства, определенным образом взаимодействующие с интонацией и словорасположением. Положение об объективном характере модальности подвергается критике на том основании, что сферы субъективного и объективного в языке взаимосвязаны. Н. С. Валгина справедливо замечает, что объективная модальность, «по сути, отражает, как говорящий (автор) квалифицирует действительность — как реальную или ирреальную, возможную, желаемую и др.» [Валгина 2003: 96].

Для решения многих вопросов, в том числе связанных с субъективным компонентом в языке и речи, Г. Я. Солганик вводит понятие «модального синтаксиса» — нового раздела синтаксиса, под которым понимается «обширная область исследования синтаксических форм и конструкций с точки зрения субъективной модальности». Ученый акцентирует внимание на его антропоцентрическом характере, поскольку модальный синтаксис «изучает роль человека говорящего в языке» и призван «занять полноценное место наряду с синтаксисом структурным, коммуникативным, семантическим» [Солганик 2010: 14—15].

Модальность определяется автором как «отношение к действительности — субъективно-объективное, прямое, оценивающее и анализирующее, осложненное существующими философскими, политическими, социально-идеологическими теориями» [Солганик 1999: 371]. Под субъективной модальностью им понимается универсальная, «общеязыковая категория, проявляющая себя на всех уровнях языка, но прежде всего в синтаксисе предложения и текста, в речи», где она реализуется и предстает как «речеобразующая категория». [Солганик 2010: 13]. Одним из видов субъективной модальности является оценка, так как она принадлежит говорящему: «Важнейшей особенностью оценки является то, что в ней всегда присутствует субъективный фактор, взаимодействующий с объективным... Всякое оценочное суждение предполагает субъект суждения, то есть лицо (индивидуум, социум), от которого исходит оценка, и его объект, то есть предмет или явление, к которому оценка относится» [Вольф 1985: 27].

Субъективное, оценочное начало особенно актуально в массмедийном (газетном,

журнальном) тексте, где производитель речи совпадает с субъектом высказывания, где сочетаются объективные и субъективные аспекты в освещении происходящих событий. Как отмечает Е. Н. Топтыгина, для данного типа текста «важным оказывается выбор таких языковых средств, в том числе субъективно-модальных, и такая их активизация, которые смогут объективировать коммуникативное намерение говорящего» [Топтыгина 2011: 176].

К способам реализации конкретных субъективно-модальных значений на синтаксическом уровне традиционно относят вопросно-ответные комплексы, повторы, эллиптические, парцеллированные, побудительные, присоединительные конструкции, инверсии, риторические вопросы и т. д. [Кука 2012; Романова 2008].

В данной статье рассматриваются субъективно-модальные значения парцеллированной конструкции как «выразителя» позиции и эмоционального настроя автора-публициста. Модальные ресурсы парцеллированной конструкции ранее не становились объектом специальных исследований, что обеспечивает новизну и перспективность настоящей работы. Исследование проводится на материале ведущих российских газетных изданий: «Российская газета», «Коммерсантъ», «АиФ», «Новая газета», «Московский комсомолец».

Под парцелляцией понимаем «специальный прием коммуникативно-стилистической организации текста, предназначенный для усиленного эмоционального и интеллектуального воздействия на адресата информации» [Богоявленская 2013: 128]. Результатом парцелляции является парцеллированная конструкция, включающая в себя несколько коммуникативных единиц — основную часть и парцеллы (или парцеллеты), отделенные друг от друга знаком точки, реже — другими финальными пунктуационными знаками: вопросительным и восклицательным знаками или многоточием: *Glencore поможет „Русснефти“ (1). Чтобы не потерять ее контракты (2)* (Коммерсантъ. 06.03.2013); *Тридцать две палочки в записной книжке. Каждая ее палочка — это звонок (1). И маленький шажок в сторону обоюдной зависимости (2). То есть в сторону интервью (3)* (Московский комсомолец. 24.10.2002); *Весь день до убийства за Холодовым должны были плотно следить (1). Вычислить его маршруты, выбрать оптимальное „время Ч“ (2). 17 октября дежурить на Казанском вокзале (3). Вести Диму до „МК“ (4). Проконтролировать все от и до (5). Постоянно держать связь с органи-*

заторм (6). И, если что-то пойдет не так, пустить в ход запасные варианты (7) (Московский комсомолец. 26.06.2001); Что нам стоит дом построить (1)? Дешёвые (2)! (АиФ. 24.04.2013); Умер... (1) В реанимации... (2) (Российская газета. 04.02.2013). В приведенных примерах (1) — основная часть парцелированной конструкции, (2) — (7) — парцелляты.

Финальные знаки не определяют грамматическую самостоятельность парцелляты, а являются оригинальным пунктуационно-графическим оформлением парцелированного высказывания, призванного сосредоточить внимание адресата на значимой части сообщения. Подобная конструкция программируется автором, является средством выражения его отношения к сообщаемому, позволяет обеспечить контроль внимания адресата и эффективность применения данного приема.

Прием депарцелляции — снятие знака точки — позволяет восстановить предпарцелируемую структуру — полное предложение, построенное по той или иной структурной схеме. Не случайно парцелляцию называют «своеобразной синтаксической мутацией поверхностных структур» [Ванников 1965: 71]. При парцелляции нарушается определенное нормой линейное развертывание высказывания, происходит смысловая акцентуация коммуникативно значимых элементов конструкции, обусловленная авторской интенцией. Своеобразным катализатором модального смысла становится знак точки (или другой пунктуационный знак конца предложения), переводящий объективный или субъективно-объективный тип изложения в чисто субъективный. Таким образом, парцелляция может быть расценена как явление исключительно речевое, связанное с проявлением авторского я, поскольку только сам автор — производитель речи делает сознательный выбор в пользу подобного оформления высказывания, руководствуясь определенными коммуникативно-прагматическими установками. Размещая наиболее значимую с его точки зрения информацию в парцелляте, автор обнаруживает себя, его позиция и мнение относительно того или иного факта, события становится более яркой, отчетливой, что повышает модальные ресурсы включенных в парцеллят элементов, вносит новые субъективно-модальные оттенки значений.

Рассмотрим на примере: *Но есть разрешенные, «правильные» эмоции. Тепленькие, прохладненькие* (АиФ. 21.11.2013) Парцелированная конструкция играет роль синтаксического экспликатора, репрезентан-

та авторской позиции (термины И. Ю. Кукса [Кукса 2012]), выражаемой в высказывании имплицитно. Финальный знак, разрывающий конструкцию, сигнализирует об особом отношении автора к «правильным» (разрешенным, допустимым) эмоциям; остальные эмоции — не приемлимы. Модальная семантика яркочоночного парцеллята в целом складывается из значений разных уровней:

1) *тепленькие, прохладненькие* относятся к качественным прилагательным, обладающим значительным модальным потенциалом, поскольку «именно качественные прилагательные вводят в высказывание прагматический аспект, включая в него оценки, исходящие от говорящего» [Вольф 1978: 19]. Прилагательные, как и наречия, обладают наибольшим субъективно-модальным потенциалом по сравнению с другими частями речи [Солганик 2010: 40]. Семантика этих прилагательных — детализация, конкретизация предмета, а значит, и его индивидуализация («определение стремится индивидуализировать предмет» [Арутюнова 1982: 38]), что отражает позицию субъекта речи — автора. Именно такими видит он «правильные», социально одобренные, эмоции;

2) парцелированные прилагательные содержат суффикс *-еньк-*, имеющий значение субъективной оценки. Такие суффиксы вводят значения уменьшительно-ласкательной, уничижительной, грубо-превосходной оценки, а оценочность, как известно, является одним из «видов модальностей, которые накладываются на дескриптивное содержание языкового выражения» [Вольф 1985: 10] (см. также: [Ваулина 2013; Романова 2008]). В контексте высказывания автор намечает явно неширокую гамму этих *разрешенных* эмоций: от теплых до прохладных, т. е. слабых, невыраженных. Суффикс вносит корректировку в их понимание автором — добавляется уничижительный оттенок значения;

3) анализ на уровне текста раскрывает новые субъективно-модальные значения конструкции. В анализируемой статье под названием «Люди в футлярах» автор, Константин Ольховский, рассуждает о роли стереотипов в нашем воспитании, таких как «Мужчина не должен плакать и жаловаться», «Женщина должна уметь промолчать и уступить» и т. д., которые «застеживают» наши чувства, эмоции «на все пуговицы». Приведем отрывок с интересующей нас конструкцией:

*Отсюда и миф о том, что „мужчины не эмоциональны“. Огромное количество женщин жалуется на „холодность“ мужей и любимых. Но, если копнуть поглубже, то можно получить целый гейзер эмоций. Просто они надежно закрыты „броней“, выра-*

ботанной для защиты от „неправильности“ чувств.

*Но есть разрешенные, „правильные“ эмоции. Тепленькие, прохладненькие. А эмоции яркие и сильные проявлять разрешается тогда, и только тогда, когда их... нельзя не проявлять!* (АиФ. 21.11.2013)

«Холодность» внешняя противопоставлена внутреннему «гейзеру эмоций», на страже которого правилами воспитания поставлена «броня», особенно крепкая для мужчин, поскольку «мужчины не плачут». «Неправильные» (яркие и сильные) эмоции противопоставлены «правильным» (тепленьким, прохладненьким). Данные оценки («правильные» — «неправильные») предстают как рациональные, так как получают социальное «рациональное» объяснение, но сарказм автора очевиден. Он транслируется при помощи разнообразных средств и приемов: антитез, метафор (часто взятых в кавычки), эмоциональной паузы (многоточия), восклицания и т. д. Наивысшего накала авторский сарказм достигает при оценке «правильных», разрешенных социумом эмоций: именно их бедность и «застегнутость» вызывает его презрение и возмущает больше всего. Как верно сказал известный американский писатель Роберт Киосаки, «эмоции делают человека человеком. Делают нас теми, кто мы есть». Выходит, что общество лишает человека естественного права на выражение эмоций. В эмоционально насыщенной (и тоже парцеллированной) концовке автор восклицает: *Это МОИ чувства! Они не могут быть „неправильными“ или „правильными“, ибо они УЖЕ ЕСТЬ и они МОИ! Я имею полное право их испытывать! Ибо это очень по-человечески! Я могу не просто испытывать их, но и проявлять. Да, вначале мне будет страшно без „брони“, но я имею право бояться! Ибо и это — по-человечески!* (АиФ. 21.11.2013).

Сарказм, презрение, возмущение — субъективно-модальные значения, оформленные рассматриваемой парцеллированной конструкцией. Автор не приемлет ни «правильность», ни качество «разрешенных» эмоций. Снятие парцелляции и возврат данного отрезка высказывания *Тепленькие, прохладненькие* в виде обособленного определения на «свое место» существенно снизил бы его экспрессивную напряженность, ослабил бы субъективно-модальный потенциал и, как представляется, привел бы к утрате некоторых модальных оттенков значения.

Как показывает анализ материала, парцеллированные конструкции в газетном тексте могут транслировать целый спектр раз-

нообразных субъектно-модальных смыслов, например:

– недовольство непониманием: *Окружающие считают меня безэмоциональным. Человеком-компьютером* (Новая газета. 26.12.2012);

– восхищение: *Он — профессиональный военный. И интеллектуал* (Московский комсомолец. 20.01.2012);

– уважение к противнику: *Всегда были умные, пусть и злые оппоненты, противники и даже враги. Достойные* (Московский комсомолец, 09.05.2013);

– гордость: *Он вспоминал времена Броневецкого и группы „Дружба“ и сравнивал наш исполнительский уровень. Хвалил* (Российская газета. 04.02.2013).

Для усиления собственной позиции, создания особого экспрессивного накала и целенаправленного влияния на формирование мнения читателя авторы газетных текстов активно используют конвергенцию различных способов выражения модальных значений. Под конвергенцией мы понимаем прием, основанный на взаимодействии различных разноуровневых средств для выполнения единой функции. Сосредоточение этих средств в пределах конструкции назовем парцеллятивной конвергентной зоной, в рамках которой создается особое модальное поле. Например: *Подполковник ВДВ отливал на сторону. Пока жена прыгала с бумажным парашютом* (Коммерсантъ. 19.08.2000) Концентрация метафоры и парцелляции выводит на первый план выражение авторского восприятия ситуации в яркой эмоционально-экспрессивной форме, ведь, как справедливо отмечает М. В. Плотникова, «метафорическая репрезентация позволяет наиболее точно и полно понять авторскую картину мира» [Плотникова 2012: 343], что стимулирует читательский интерес и побуждает читателя разделить авторское видение проблемы.

В парцеллятивной конвергентной зоне может находиться и такой эффективный стилистический прием, как зевгма: *Вице-президент интересуется пропашными культурами. И коррупцией* (Коммерсантъ. 27.10.1992). Речь идет об Александре Руцком, который посетил Ставропольский край, особо заинтересовавшись внедрением французской технологии переработки пропашных культур, а также максимально используя свою поездку «с сельскохозяйственным уклоном» и для того, чтобы проверить экономическую деятельность региона на наличие коррупции. В данном случае парцелляция второй части зевгматической конструкции создает эффект неожиданности и интриги, обеспечивающий привлекательность данного заголовка, полемически заостряет его.

Рассмотрим следующий пример: „Химки“ взяли группу. А „Жальгирис“ — чемпионат (Коммерсантъ. 06.03.2013). Здесь основной модальной картины становится синтаксический параллелизм, сопровождаемый парцелляцией, метафорой и эллипсисом («взять чемпионат»). Их конвергенция транслирует субъектно-модальные значения радости и гордости за команду, способствует реализации воздействующей функции газетного текста.

Парцелляция риторических вопросов повышает диалогизацию, создает иллюзию непосредственного общения: *Может, стоит начать говорить и о мудрости души? Об образовании души?* (АиФ. 26.10.2013). На высокий модальный потенциал риторического вопроса указывали и другие исследователи, усматривающие в нем яркое средство создания субъективности публицистического дискурса [Топтыгина 2011: 178]. Конвергируя с парцелляцией, риторический вопрос приобретает особую эмоциональную напряженность и выражает богатый набор субъективно-модальных значений.

Конвергентная зона парцеллированной конструкции может включать и другие приемы, в частности антитезу (1), повтор (2), сравнение (3) и др.: (1) *Роджер Федерер добавил к рекордам. А Серена Уильямс — к антирекордам* (Коммерсантъ. 31.05.2012); (2) *Нам угрожают радиоактивные коровы. А американцам — радиоактивные муравьи* (Коммерсантъ. 23.01.1999); (3) *Первое, что я очень скоро понял, спортсмены — как дети. Даже, скорее, как инопланетяне.* (АиФ. 14.02.2014). В примере 1 реализуется субъективно-модальное значение разочарования, в примере 2 — иронии, в примере 3 — обеспокоенности. Для выявления этих значений недостаточно обращения к анализу микроконтекста (самого высказывания), следует учитывать более широкий контекст (ССЦ, а в ряде случаев и всего текста).

Большинство приведенных выше примеров является заголовками газетных статей. Заголовок — «сильная, привлекающая максимальное внимание читателя» позиция в тексте [Чудинов 2003: 125], отражающая позицию автора статьи по поводу обсуждаемой проблемы. Парцеллированный заголовок имеет яркую субъективную направленность и выступает в роли синтаксического экспликатора авторской модальности, и, как мы видели, успешно транслирует различные субъектно-модальные смыслы.

Высокой степенью модальности обладают также парцеллированные заголовки, построенные на игре прямого и переносного значения слов. При прочтении основной час-

ти складывается впечатление, что автор-журналист употребляет его в прямом значении, однако парцеллят неожиданно высвечивает метафорическое значение и заставляет переосмыслить основную часть парцеллированного заголовка. Декодировать семантику такого заголовка можно только дочитав его до конца и ознакомившись со всей статьей: *Леонид Маевский вышел в поле. Став собственником Сибирского аграрного холдинга* (Коммерсантъ. 04.03.2013). *Ковалев опять парится. Теперь в Бутырке* (Коммерсантъ. 04.02.1999). *Член ГКЧП ждет приговора. Врачей* (Коммерсантъ. 10.10.1992)

Таким образом, семантика парцеллированной конструкции складывается из семантики самого высказывания, описывающего некоторый фрагмент действительности, «реального положения дел», на которую накладываются субъектно-модальные значения слов, словосочетаний, использованных в конструкции, субъектно-модальное значение самой конструкции и те значения, которые выявляются при анализе ее роли в тексте. Наиболее яркая палитра модальных значений наблюдается в парцеллятивной конвергентной зоне, где концентрация парцелляции и других стилистических приемов выводит на первый план выражение авторского восприятия действительности. Парцеллированная конструкция становится экспликатором позиции автора по отношению к описываемой ситуации, способствует актуализации наслаивающихся друг на друга модальных смыслов и мощным средством воздействия на эмоционально-волевою сферу адресата, способствует принятию им точки зрения автора.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Арутюнова Н. Д. Функции определенных в бытийных предложениях // Русский язык. Текст как целое и компоненты текста. XI Виноградовские чтения. — М.: Наука, 1982. С. 29—45.
2. Богоявленская Ю. В. Парцелляция в сильных позициях медиатекста // Политическая лингвистика. 2013. № 1. С. 128—132.
3. Валгина Н. С. Теория текста. — М.: Логос, 2003.
4. Ванников Ю. В. Явление парцелляции в современном русском языке: дис. ... канд. филол. наук. — М., 1965.
5. Ваулина С. С. Модальность как коммуникативная категория: некоторые дискуссионные аспекты исследования // Вестн. Балтийск. федер. ун-та им. И. Канта. 2013. № 8. С. 7—12.
6. Виноградов В. В. О категории модальности и модальных словах в русском языке // Исследования по русской грамматике: избр. тр. / В. В. Виноградов. — М.: Наука, 1975. С. 53—87.
7. Вольф Е. М. Грамматика и семантика прилагательного на материале иберо-романских языков. — М.: Наука, 1978.
8. Вольф Е. М. Функциональная семантика оценки. — М.: Наука, 1985.

9. Кукса И. Ю. Синтаксические экспликативы авторской модальности в газетном тексте (на материале «Санкт-Петербургских» и «Московских ведомостей» XVIII в.) // Политическая лингвистика. 2012. № 1. С. 190—194.

10. Кукса И. Ю. Сложноподчиненные предложения со значением условия как репрезентанты модальности в газетном тексте (на материале газеты «Санкт-Петербургские ведомости») // Вестн. Балтийск. федер. ун-та им. И. Канта. 2012. № 8. С. 18—24.

11. Плотникова М. В. Метафорическое представление образа любви в поэтическом дискурсе (на материале баллад Франсуа Вийона и их переводов на русский язык) // Вестн. ЧПГУ. 2012. № 3. С. 342—350.

12. Романова Т. В. Модальность. Оценка. Эмоциональность. — Н. Новгород : Изд-во НГЛУ, 2008.

13. Солганик Г. Я. О текстовой модальности как семантической основе текста // Структура и семантика художественного текста: доклады 7 Междунар. конф. МГОПУ. — М., 1999. С. 364—372.

14. Солганик Г. Я. Очерки модального синтаксиса. — М. : Флинта : Наука, 2010.

15. Топтыгина Е. Н. О конструктивно-синтаксическом способе выражения субъективной модальности в политическом дискурсе // Политическая лингвистика. 2011. № 2. С. 176—179.

16. Чудинов А. П. Метафорическая мозаика в современной политической коммуникации / Урал. гос. пед. ун-т. — Екатеринбург, 2003.

**Y. V. Bogoyavlenskaya**  
Ekaterinburg, Russia

### PARCELLATED CONSTRUCTIONS AS SYNTACTIC EXPLICATORS OF SUBJECTIVE MODALITY MEANINGS (BASED ON NEWSPAPER TEXTS)

**ABSTRACT.** *The cognitive trend in modern linguistics revived the interest of scholars to the category of modality – one of the key semantic categories linking the utterance with reality. It is a custom to distinguish objective modality (the relation of the utterance to the real world from the point of view of its reality/unreality) and subjective modality (the relation of the speaker to the contents of the utterance). Situational modality is also singled out by some scholars as a peripheral layer of objective modality making it more concrete from the point of view of reality, possibility, necessity and desirability of an action.*

*For a precise description of subjectivity in language G.Y. Solganik introduces the notion of modal syntax which is included in the same row with structural, communicative and semantic syntax while defining the role of the speaker. The presented article deals with subjective-modal meanings of a parcellated construction as an expression of the position and emotional attitude of the author. Parcellation is understood as a special method of communicative and stylistic organization of a text which is used to explicate the author's position, actualize modal meanings and intensify the effect of a newspaper text upon the reader. Final punctuation marks do not make the parcellated construction a separate sentence, but present an original punctuation-graphical aspect of a parcellated construction meant to concentrate the attention of the reader on the meaningful part of the utterance. Parcellated constructions in a newspaper text can translate a number of various subjective-modal meanings: dissatisfaction with lack of understanding, delight, respect of the opponent, pride, etc. In order to strengthen the expressiveness of a text authors resort to a convergence of various means of expression of modal meanings, i.e. to an interaction of units of different levels to perform a uniform function. The use of such means within a construction could be called a parcellated convergent zone in the framework of which a special modal field is formed.*

**KEYWORDS:** *subjective modality; parcellation; parcellated construction; newspaper text; parcellated convergent zone.*

**ABOUT THE AUTHOR:** *Bogoyavlenskaya Yulia Valerievna, Candidate of Philology, Associate Professor of Department of Romance Languages, Ural State Pedagogical University, Ekaterinburg, Russia.*

### LITERATURE

1. Arutyunova N. D. Funktsii opredeleniy v bytiynykh predlozheniyakh // Russkiy yazyk. Tekst kak tseloe i komponenty teksta. XI Vinogradovskie chteniya. — М. : Nauka, 1982. С. 29—45.

2. Bogoyavlenskaya Yu. V. Partsellyatsiya v sil'nykh pozitsiyakh mediateksta // Politicheskaya lingvistika. 2013. № 1. С. 128—132.

3. Valgina N. S. Teoriya teksta. — М. : Logos, 2003.

4. Vannikov Yu. V. Yavlenie partsellyatsii v sovremennom russkom yazyke : dis. ... kand. filol. nauk. — М., 1965.

5. Vaulina S. S. Modal'nost' kak kommunikativnaya kategoriya: nekotorye diskussionnye aspekty issledovaniya // Vestn. Baltiysk. feder. un-ta im. I. Kanta. 2013. № 8. С. 7—12.

6. Vinogradov V. V. O kategorii modal'nosti i modal'nykh slovakh v russkom yazyke // Issledovaniya po russkoy grammatike: izbr. tr. / V. V. Vinogradov. — М. : Nauka, 1975. С. 53—87.

7. Vol'f E. M. Grammatika i semantika prilagatel'nogo na materiale iberoromanskikh yazykov. — М. : Nauka, 1978.

8. Vol'f E. M. Funktsional'naya semantika otsenki. — М. : Nauka, 1985.

9. Kuksa I. Yu. Sintaksicheskie eksplikatory avtorskoy modal'nosti v gazetnom tekste (na materiale «Sankt-Peterburgskikh» i «Moskovskikh vedomostey» XVIII v.) // Politicheskaya lingvistika. 2012. № 1. С. 190—194.

10. Kuksa I. Yu. Slozhnopodchinennye predlozheniya so znacheniem usloviya kak reprezentanty modal'nosti v gazetnom tekste (na materiale gazety «Sankt-Peterburgskie vedomosti») // Vestn. Baltiysk. feder. un-ta im. I. Kanta. 2012. № 8. С. 18—24.

11. Plotnikova M. V. Metaforicheskoe predstavlenie obraza lyubvi v poeticheskom diskurse (na materiale ballad Fransua Viyona i ikh perevodov na russkiy yazyk) // Vestn. ChPGU. 2012. № 3. С. 342—350.

12. Романова Т. В. Модальность. Оценки. Эмоциональность. — Н. Новгород : Изд-во НГЛУ, 2008.

13. Солганик Г. Я. О текстовой модальности как семантической основе текста // Структура и семантика художественного текста: доклады 7 Междунар. конф. МГОПУ. — М., 1999. С. 364—372.

14. Солганик Г. Я. Очерки модального синтаксиса. — М. : Флинта : Наука, 2010.

15. Топтыгина Е. Н. О конструктивно-синтаксическом способе выражения субъективной модальности в политическом дискурсе // Политическая лингвистика. 2011. № 2. С. 176—179.

16. Chudinov A. P. Metaforicheskaya mozaika v sovremennoy politicheskoy kommunikatsii / Ural. gos. ped. un-t. — Ekaterinburg, 2003.

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

Ю. В. Богоявленская, А. Э. Буженинов  
Екатеринбург, Россия

### ПРЕЦЕДЕНТНОЕ ИМЯ «НАПОЛЕОН» В ИСТОРИЧЕСКОЙ ПАМЯТИ ФРАНЦИИ: ОПЫТ КОРПУСНОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

**АННОТАЦИЯ.** Прецедентное имя «Наполеон» рассматривается как прецедентный компонент исторической памяти Франции, национально-культурный код. Целью работы является семантико-когнитивное моделирование данного прецедентного концепта. При анализе специализированного корпуса французских медиатекстов применяется методологический аппарат семантико-когнитивного моделирования, дополненный элементами методики контекстологического и статистического анализа. Анализ речевых контекстов и обработка корпуса производится при помощи специальной компьютерной программы «Linguistica», позволяющей выявить идеализованную когнитивную модель прецедентного имени «Наполеон». Модель представляет собой структурированную совокупность дифференциальных признаков рассматриваемого прецедентного имени и отражает комплекс бытующих в медийном дискурсе Франции представлений об этой исторической личности. Анализ показывает, что чаще всего актуализируются такие характеристики Наполеона, как «император, потерпевший военное поражение», «выдающаяся/неординарная/харизматическая личность», «выдающийся государственный деятель», «реформатор социальной жизни», а также признаки, транслирующие в основном положительные характеристики. Применение методики пошагового диахронического анализа приводит к выводу, что семантико-когнитивные компоненты структуры данной модели не обладают стабильностью, они достаточно подвижны и становятся более или менее активными в тех или иных ситуациях, под воздействием тех или иных исторических, политических, идеологических, культурных факторов.

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:** Наполеон; историческая память; прецедентное имя; прецедентный концепт; национально-культурный код; медиадискурс.

**СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ:** Богоявленская Юлия Валерьевна, кандидат филологических наук, доцент кафедры романских языков, Уральский государственный педагогический университет; адрес: 620017, г. Екатеринбург, пр-т Космонавтов, 26, к. 465; e-mail : jvbog@yandex.ru.

**СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ:** Буженинов Александр Эдуардович, кандидат филологических наук, доцент кафедры романских языков, Уральский государственный педагогический университет; адрес: 620017, г. Екатеринбург, пр-т Космонавтов, 26, к. 465; e-mail : alexandrebougeninov@mail.ru.

В современных гуманитарных исследованиях заметен огромный интерес к проблеме исторической памяти, изучение которой ведется преимущественно в следующих направлениях: социологическом [Полянский], историческом [Репина 2004; Земцов 2014; Земцов 2015; Постникова 2014а; Постникова 2014б; Постникова 2012], политическом и психологическом [Сукало 2015; Евгеньева, Селезнева 2013]. Однако в последнее время историческая память все больше стала привлекать внимание лингвистов, применяющих к ее исследованию методы когнитивной лингвистики [Богоявленская, Чудинов 2015; Дронкина; Нахимова 2014; Нахимова, Постникова 2015; Плотникова 2012]. Такой синкретический подход все более свойственен современной науке, позволяя использовать различные методы и данные, способствует получению новых и ценных научных результатов.

В рамках настоящей работы под национальной исторической памятью понимается «комплекс представлений, суждений, мифов, стереотипов, образов, архетипов, образующих национальную историческую картину мира, включающую представления о течении истории, о наиболее ярких событиях, о героях и злодеях, о блистательных победах и трагических неудачах» [Нахимова 2014:

71], а также механизмы их формирования, актуализации и восприятия на современном этапе развития общества. Активное участие в перечисленных выше процессах принимают прецедентные феномены, с помощью которых происходит не только передача исторической информации по временному пространству, но и самоидентификация индивида, социальной группы или всего общества в целом. Прецедентные феномены участвуют в создании определенного образа нации, отдельного народа, личности, поскольку содержат информацию, влияющую позитивно или же негативно на этот образ.

Наряду с другими прецедентными компонентами национальной исторической памяти (высказываниями, текстами, ситуациями) прецедентные имена, отражающие реалии прошлого и «исторического» настоящего, соединяющие историю с текущим моментом, представляют собой интересный объект для исследования.

Одним из наиболее ярких образов французской и мировой истории является Наполеон I Бонапарт (1769-1821) — выдающаяся личность, блестящий полководец и политический деятель. Специалистами подсчитано, что с 1821 года в мире было опубликовано около 80000 книг, монографий,

специальных исследований, посвященных этой исторической личности. То есть более одной публикации в день! И это не случайно. Как подтвердит наше исследование, Наполеон является не только символом величия Франции, талантливым полководцем и выдающимся государственным деятелем, не только реформатором и диктатором, но и загадкой истории, мифом, а также ключом к пониманию современного мира. При этом Наполеон — это национально-культурный код, образ великого прошлого, постоянно живущий во французском национальном сознании, постоянно актуализирующийся и обновляющийся.

К изучению этого прецедентного феномена на материале русского и американского массмедийных корпусов обращались российские лингвисты Нахимова Е. А. и Елисеева С. В. По нашим данным лингвокогнитивный анализ данного прецедентного компонента национальной исторической памяти на материале французских медиатекстов прежде не предпринимался.

Итак, целью настоящего исследования является выявление семантико-когнитивной структуры компонента исторической памяти — прецедентного имени (концепта) «Наполеон» (традиционно термин «прецедентное имя» используется как при языковом, так и при концептуальном анализе. Термин «прецедентное имя» рассматривается как элемент языковой картины мира, вербально выраженная единица дискурса, знак, референтом которого является некая культурная реалия. Под прецедентным концептом понимается национально-детерминированное представление о культурно значимом объекте, компоненте национальной концептосферы). Решение этой задачи опирается на использовании методики, предложенной в трудах Е. А. Нахимовой [Нахимова 2013; Нахимова, Постникова 2015], восходящей к методике когнитивной дефиниции и профилирования польского этнолингвиста Е. Бартминьского. В нашей работе также применяется и развивается разработанная С. В. Елисеевой методика построения идеализированной когнитивной модели, под которой понимается целостное структурированное представление о свойствах и признаках объекта или явления, хранящееся в сознании и позволяющее при каждом индивидуальном обращении к объектам и явлениям реального мира идентифицировать их независимо от полноты набора тех или иных признаков [Елисеева 2010: 12].

Для исследования прецедентного имени «Наполеон» мы обратились к медиаисточникам — интернет-архивам периодической печати Франции: Express, Libération, Paris-

Match, Le Monde и др. Подобные архивы рассматриваются в корпусной лингвистике как специализированные масс-медийные оппортунистические полнотекстовые корпуса [Нахимова 2013: 49], использование которых позволяет: 1) собрать материал необходимого объема для решения поставленной исследовательской задачи, а также 2) максимально статистически точно описать специфику изучаемого феномена.

Обращение именно к этому типу документов обусловлено высокой социальной значимостью медийного дискурса, отражающего идеологические, ценностные, стереотипические ориентиры представителей лингвокультурных сообществ. СМИ играют роль медиаторов исторической памяти, актуализируют ее, выступают средством трансляции национально-культурных кодов.

Хронологические границы исследуемого материала охватывают период с 1 января по 30 июня 2015 г. и дают, таким образом, представление об актуальном содержании и характере функционирования прецедентного имени «Наполеон» в современном медийном дискурсе в рамках указанного временного среза.

Методом сплошной выборки из интернет-архивов указанной глубины было выделено 153 текста, в которых были зафиксированы 344 случая использования имени «Наполеон». Обработка материала и статистические процедуры осуществлялись с помощью программы Linguistica — современного технологического инструмента, предназначенного для создания специализированных лингвистических корпусов, обработки языкового материала и получения статистических данных (свидетельство о государственной регистрации № 2014660349 от 06.10.2014). Применение подобной программы значительно ускоряет обработку материала любого (неограниченного) объема, обеспечивает абсолютную точность получаемых статистических данных, позволяет создавать модели, «карты» и т. д. исследуемых лингвистических объектов, и, как следствие, повышает эффективность и качество получаемых научных данных.

Применяемая нами методика анализа строится на выполнении следующих этапов:

- 1) Введение текста в программу Linguistica, заполнение учетной карточки источника (название периодического издания, дата, автор);
- 2) Анализ текста и фиксирование каждого конкретного контекста, включающего исследуемое имя;
- 3) Выявление дифференциальных признаков, которые акцентируются в данном конкретном речевом контексте и построение

параметрического дерева, включающего все выделенные дифференциальные признаки;

4) Индексирование выделенного контекста по выявленным признакам; в случае их отсутствия — включение новых признаков в параметрическое дерево программы и индексирование контекста;

5) Верификация результатов (как формальная, так и содержательная);

6) Построение идеализованной когнитивной модели прецедентного имени «Наполеон». По окончании анализа текстов — открытие статистической страницы программы, содержащей количественные и процентные (по отношению к родительской группе и ко всему массиву контекстов) данные и активизация функции получения отчета о семантико-когнитивной структуре анализируемого прецедентного имени. В случае постановки дополнительных задач, решение которых должно осуществляться на ограниченном по тому или иному принципу материале, — наложение фильтров по источнику, хронологическому отрезку, автору и/или параметрическим признакам и получение соответствующего отчета.

7) Интерпретация полученных данных, формулирование выводов.

Анализ собранного материала позволил выделить 2 группы упоминаний данного имени. Первая группа объединяет четыре подгруппы имен собственных, не обозначающих Наполеона I Бонапарта: люди / персонажи, имеющие то же имя (4 упоминания); артефакты (7); градонимы (5), родственники / потомки Наполеона I Бонапарта (32).

Эта группа составляет 14% от всего массива контекстов. Довольно частотные упоминания имен родственников и потомков Наполеона в большей части случаев связано с недавними мероприятиями, проведенными в честь 200-летия битвы при Ватерлоо. На церемонию открытия празднества, реконструкцию боя и грандиозное световое шоу были приглашены Шарль Наполеон (Наполеон VII) и его сын, принц Жан-

Кристоф Наполеон, что широко освещалось во французской прессе. 36% этой подгруппы составляет упоминания о Наполеоне III, Луи-Наполеоне Бонапарте, известном племяннике Наполеона I, ставшим первым президентом Французской республики. После переворота 1851 г. он установил авторитарный полицейский режим и через год провозгласил себя императором Второй империи. Годы его правления сопровождалось развитием французской экономики и промышленности. Конец правлению Наполеона положила Франко-прусская война, в ходе которой император попал в плен и во Францию так и не вернулся [Napoléon III].

Данная группа не имеет прямого отношения к Наполеону Бонапарту, что исключает ее из дальнейшего анализа.

Далее следует группа контекстов, состоящая из двух подгрупп, в которых зафиксировано прецедентное имя «Наполеон» в денотативном (284 контекста, 96%) или коннотативном (12 контекстов, 4%) употреблении. Данные подгруппы указывают на неоднородность процесса актуализации рассматриваемого прецедентного имени. Денотативное употребление отсылает реципиента непосредственно к денотату прецедента, а коннотативное — к денотату другого феномена, апеллирует к уже имеющимся в когнитивной базе знаниям.

Как показывают вышеприведенные данные, подавляющая часть контекстов содержит прецедентное имя «Наполеон» в денотативном употреблении, т. е. данное имя обозначает именно Наполеона Бонапарта, уроженца Корсики, выдающегося полководца и государственного деятеля.

Последовательное выполнение этапов анализа позволило построить идеализованную когнитивную модель прецедентного имени «Наполеон», представляющую собой перечень актуализированных дифференциальных признаков, учитывающую как случаи денотативного, так и коннотативного употребления прецедентного имени.

**Таблица 1.** Структура идеализованной когнитивной модели прецедентного имени (концепта) «Наполеон».

Наполеон I Бонапарт	Кол-во контекстов	% по отношению к данному массиву
<b>В денотативном употреблении</b>	<b>284</b>	<b>95,95</b>
император, потерпевший военное поражение	20	7,04
выдающаяся / неординарная / харизматическая личность	17	5,98
выдающийся государственный деятель	14	4,93
реформатор социальной жизни	10	3,52
государственный деятель, установивший порядок в постреволюционной религиозной Франции	10	3,52
правитель, существенно изменивший архитектурный облик столицы	10	3,52
жестокий диктатор / тиран / деспот	9	3,17
великая личность / миф, являющийся ключом к пониманию современного мира	8	2,82

Наполеон I Бонапарт	Кол-во контекстов	% по отношению к данному массиву
расист, стремившийся к восстановлению рабства	8	2,82
муж, страстно любивший жену (Жозефину) / страдавший от ее измен	7	2,46
удачливый и уверенный полководец, победитель	7	2,46
отрекшийся от престола император, оказавшийся в ссылке на Эльбе	6	2,11
блестящий военный стратег	6	2,11
герой, обладающий исключительной славой и вызывающий всеобщее восхищение	6	2,11
человек, обладавший беспримерной смелостью	6	2,11
великая личность, вызывающая неоднозначную оценку	5	1,76
государственный деятель, возглавлявший Францию в к. 18 — н. 19 вв.	5	1,76
государственный деятель, символизирующий величие Франции	4	1,41
правитель, учредивший орден Почетного легиона	4	1,41
создатель свода законов — Кодекса гражданского права Франции	4	1,41
первый военный, захороненный в Пантеоне	4	1,41
мыслитель / создатель афоризмов	4	1,41
авантюрист, неуязвимый и властный, добившийся высокого положения только благодаря самому себе	4	1,41
выдающаяся историческая личность, вызывающая поклонение	4	1,41
амбициозный человек, рвавшийся к власти / умеющий воспользоваться обстоятельствами	4	1,41
блестящий ум / автодидакт / имеющий прекрасный вкус	4	1,41
суеверный человек / верящий не в Бога, а в высшие силы / в свою звезду	4	1,41
политик, укрепивший / спасший достижения Республики	4	1,41
первый государственный деятель, уравнивший еврейский культ с католическим	3	1,05
реформатор банковской сферы, основатель Французского банка	3	1,05
человек в сюртуке / в треуголке / в куртке с эполетами	3	1,05
государственный деятель, закончивший свои дни в ссылке	2	0,7
полководец, глава армии, которую победила Россия в 1812 г	2	0,7
личность, за которую часто себя выдают душевнобольные	2	0,7
захватчик / властитель, способный изменить мир	2	0,7
правитель, против которого устраивали заговоры / попытки убийства	2	0,7
человек, болезненно переживавший свое поражение / суицидальные мысли	2	0,7
любвеобильный мужчина, изменявший жене	2	0,7
великий человек, остававшийся обычным человеком	2	0,7
мантия императора в соответствии с традицией усыпана золотыми пчелками	1	0,35
непритязательный человек, не любивший почестей	1	0,35
<i>ПИ используется как ИС, указывает на соответствующий денотат</i>	60	21,13
<b>В коннотативном употреблении</b>	<b>12</b>	<b>4,05</b>
выдающийся человек, оставивший свой след в истории	7	58,33
честолюбивый генерал, стремящийся к захвату политической власти	2	16,67
полководец, потерпевший поражение в сражении	2	16,67
вспыльчивый, импульсивный и энергичный правитель	1	8,33
<i>Итого:</i>	296	100

Как показывают полученные данные, в структуре модели наблюдается профилирование различных компонентов концепта «Наполеон»: как социальных (политик, реформатор, военачальник, император), так и личностных, описывающие его интеллектуальные способности (блестящий ум, автодидакт) и характер (амбициозный, властный, смелый, любвеобильный). Очень редко актуализируется визуальный профиль: внешний вид Наполеона, элементы его одежды (атрибуты в терминологии Д. Б. Гудкова [Красных, Гудков, Захаренко, Багаева 1997]).

В период с 01.01.2015 по 30.06.2015 чаще всего актуализируются такие характеристики Наполеона как «император, потерпев-

ший военное поражение», «выдающаяся / неординарная / харизматическая личность», «выдающийся государственный деятель», «реформатор социальной жизни», а также признаки, транслирующие, в основном, положительные характеристики. Однако нам бы хотелось заострить внимание на нескольких моментах.

*Момент первый:* преобладание характеристики Наполеона как потерпевшего поражение (практически все связаны с разгромом его войск при Ватерлоо). Применение методики пошагового диахронического анализа, осуществляемого при помощи наложения хронологического (помесячного) фильтра программы и сопоставлении полученных

результатов дает основание утверждать, что данный признак актуален, в основном, для месяца июня 2015 г., когда, как уже отмечалось, праздновался двухсотлетний юбилей битвы при Ватерлоо, которая прочно ассоциируется в общественном сознании с поражением Наполеона в решающей битве,

что и объясняет высокое содержание этой характеристики в изучаемом хронологическом срезе. Лишь несколько контекстов корпуса содержат позитивную оценку результата этого сражения, связывая Ватерлоо с победой, а также с началом наполеоновского мифа.

**Таблица 2.** Данные пошагового диахронического анализа

Период	Количество актуализированного дифференциального признака
01.01.2015-31.01.2015	1
01.02.2015-28.02.2015	0
01.03.2015-31.03.2015	1
01.04.2015-30.04.2015	0
01.05.2015-31.05.2015	2
01.06.2015-30.06.2015	14

Таким образом, семантико-когнитивные компоненты структуры данной модели не обладают стабильностью, они достаточно подвижны и становятся более или менее активными в тех или иных ситуациях, под воздействием тех или иных исторических, политических, идеологических, культурных факторов.

В рамках статьи не представляется возможным осветить динамику всех остальных дифференциальных признаков, наполняющих структуру данной модели, равно как и многие другие вопросы, на которые можно ответить, опираясь на анализ смоделированного концепта. Однако необходимо отметить, что структура модели и показатели частотности каждого из выделенных признаков меняются при пошаговом диахроническом анализе материала.

*Момент второй:* использование прецедентного имени как имени собственного, указывающего на соответствующий денотат, которое составляет 21,13% от массива контекстов. Эта группа также интересна с той точки зрения, что ее появление в большей степени обусловлено описанным выше событием, в связи с которым пресса активно стала публиковать статьи в жанре *Récit* (рассказ), повествующих о битве при Ватерлоо, где главным героем выступает Наполеон.

*Момент третий:* соотношение положительной и отрицательно-окрашенной оценки прецедентного имени. Следует отметить, что в подавляющем количестве контекстов преобладает позитивная оценка (выдающийся, блестящий, беспримерный, первый, великий, укрепивший, харизматичный и т. д.). Реже встречаются негативные оценки (расист, тиран, деспот, диктатор, др.), которые, тем не менее, имеют довольно ощутимый удельный вес по отношению ко всему массиву. Таким образом, констатируем довольно ярко обо-

значенную полярную оценку. Не случайно также появление дифференциального признака «великая личность, вызывающая неоднозначную оценку», которая впитывает и отражает сложный и противоречивый характер отношения к национальному герою. В своих публикациях, бесконечно восхваляя и восторгаясь Наполеоном, авторы периодически, словно очнувшись, напоминают о том, что его победы и достижения построены на солдатской крови, на подавлении свободной мысли и жесткой диктатуре.

Также невозможно оставить без внимания и целый ряд актуализированных дифференциальных признаков, характеризующих Наполеона как обычного человека, подверженного простым человеческим слабостям, переживающим и, порой, страдающим.

Любопытно, что в обозначенный выше хронологическими рамками период ни разу не актуализировался дифференциальный признак «уроженец о. Корсика», который вполне можно было бы ожидать при анализе прецедентного имени «Наполеон». Также не зафиксировано ни одной апелляции к физическому портрету Наполеона (маленький рост, которым знаменит император, короткие ноги и т. д.).

Итак, анализ речевых контекстов и статистическая обработка исследуемого корпуса при помощи специальной компьютерной программы позволили выявить идеализованную когнитивную модель компонента французской исторической памяти — прецедентного имени «Наполеон». Модель представляет собой структурированную совокупность дифференциальных признаков рассматриваемого прецедентного имени и отражает комплекс представлений о Наполеоне, бытующих в медийном дискурсе Франции.

Хотя представленные результаты и выводы релевантны применительно к только

обозначенному хронологическому срезу, они, безусловно, имеют практическую ценность и могут служить опорой для последующих, более масштабных исследований. Думается, что расширение объема материала за счет привлечения иных источников (других периодических изданий, блогов, форумов, рекламы, иконографических документов и т. д.), расширение хронологических рамок этого материала, а также учет специфики источников позволил бы более точно обрисовать реальные общие (характерные для всех французов) и частные (для отдельных социальных / профессиональных групп) представления носителей французской лингвокультуры о Наполеоне и его месте в исторической памяти французского народа. Не менее полезным и перспективным представляется сопоставительное исследование данного компонента исторической памяти во французском и русском общественном сознании.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Богоявленская Ю. В., Чудинов А. П. Функционирование прецедентных высказываний во французском медиадискурсе // Вестн. Нижегород. лингвист. ун-та им. Н. А. Добролюбова. 2015. Вып. 29. С. 20—35.
2. Дронкина В. С. Прецедентная действительность // История современной России. URL: [http://prohistory.ru/ckeditor\\_assets/attachments/429/dronkina\\_v\\_s.pdf](http://prohistory.ru/ckeditor_assets/attachments/429/dronkina_v_s.pdf).
3. Евгеньева Т. В., Селезнева А. В. Политические представления в контексте исторической памяти: обращение к прошлому в ситуации кризиса идентичности // Изв. ТулГУ. Гуманитарные науки. 2013. № 3-1. С. 158—167.
4. Елисеева С. В. Прецедентные феномены, восходящие к французской культуре, в современной российской и американской прессе : автореф. дис. ... канд. филол. наук. — Екатеринбург, 2010.
5. Земцов В. Н. Память, убивающая прошлое (о праздновании юбилеев отечественной войны 1812 г. и заграничных походов русской армии 1813—1814 гг.) // Вопросы всеобщей истории. 2014. № 16. С. 167—182.
6. Земцов В. Н. Армия Наполеона: структуры межкультурных коммуникаций (по письмам солдат Великой армии 1812 года) // Политическая лингвистика. 2015. № 2 (52). С. 25—30.
7. Красных В. В., Гудков Д. Б., Захаренко И. В., Багаева Д. В. Когнитивная база и прецедентные феномены в системе других единиц и в коммуникации // Вестн. МГУ. Сер. 9: Филология. 1997. № 3. С. 62—75.
8. Нахимова Е. А. Использование корпусной методологии при сопоставительном изучении прецедентных имен // Политическая лингвистика. 2013. № 3. С. 48—56.
9. Нахимова Е. А. Прецедентные ситуации, связанные с деятельностью Наполеона Бонапарта, в российской национальной исторической памяти // Изв. Урал. федер. ун-та. Сер. 1, Проблемы образования, науки и культуры. 2014. № 2 (126). С. 71—80.
10. Нахимова Е. А., Постникова А. А. Наполеоновская эпоха в коммуникативной памяти России и Франции. — Екатеринбург, 2015.
11. Плотникова М. В. Прецедентные имена со сферой-источником «Политика» в «Балладе проклятий врагам Франции» Ф. Вийона // Политическая лингвистика. 2012. № 2 (40). с. 257—262.
12. Полянский В. С. Историческая память в этническом самосознании народов. URL: [http://ecsocman.hse.ru/data/289/137/1231/002\\_Polyanskij.pdf](http://ecsocman.hse.ru/data/289/137/1231/002_Polyanskij.pdf).
13. Постникова А. А. Наполеоновская эпоха в историческом политдискурсе современной Франции // Политическая коммуникация: перспективы развития научного направления (Екатеринбург, 26—28.08.2014). — Екатеринбург, 2014. С. 203—205.
14. Постникова А. А. Прецеденты Наполеоновской эпохи в коммуникативной памяти современной Франции: от «Аустерлица» до «Битвы» // Политическая лингвистика. 2014. № 3. С. 216—223.
15. Постникова А. А. Сражение при Березине в исторической памяти Франции // Новая и новейшая история. 2012. № 2. С. 53—63.
16. Репина Л. П. Историческая память и современная историография // Новая и новейшая история. 2004. № 3. С. 33—45.
17. Сукало С. А. Механизмы и символические практики сохранения и трансляции культурных кодов в российском политическом пространстве // Вестн. СПбГУКИ. 2015. № 2 (23). С. 124—128.
18. Napoléon III. URL: [https://fr.wikipedia.org/wiki/Napoléon\\_III](https://fr.wikipedia.org/wiki/Napoléon_III).

Y. V. Bogoyavlenskaya, A. E. Buzheninov  
Ekaterinburg, Russia

#### PRECEDENT NAME «NAPOLEON» IN THE HISTORICAL MEMORY OF FRANCE: EXPERIENCE OF CORPUS-BASED RESEARCH

**ABSTRACT.** *The precedent name «Napoleon» is considered as a precedent component of the historical memory of France, as a national and cultural code. The aim of the study is semantic and cognitive modeling of this precedent concept. The methodological means of semantic and cognitive modeling are applied in the analysis of special-purpose corpus of French media texts and are supplemented by elements of context and statistic methods. The analyses of speech contexts and the treatment of the corpus are made by means of the special computer program “Linguistica” permitting to reveal the idealized cognitive model of the precedent name «Napoleon». The model constitutes a structured assembly of features of this precedent name and reflects the complex of representations of this historical person in the mass media discourse of France. The analysis reveals that such Napoleon's characteristics as «emperor who suffered a defeat», «prominent / uncommon / charismatic personality», «prominent statesman», «reformer of social life» and features transmitting mainly positive characteristics are most frequently actualized. The application of the method of step-by-step diachronic analysis leads to the conclusion about the instability of the structural components of this model, they are enough mobile and become more or less active in one or another situations, under the influence of a certain historical, political, ideological and cultural factors.*

**KEYWORDS:** *Napoleon; historical memory; precedent name; precedent concept; national and cultural code; mass media discourse.*

**ABOUT THE AUTHOR:** *Bogoyavlenskaya Yulia Valerievna, Candidate of Philology, Associate Professor of Department of Romance Languages, Ural State Pedagogical University, Ekaterinburg, Russia.*

**ABOUT THE AUTHOR:** *Buzheninov Aleksandr Eduardovich, Candidate of Philology, Associate Professor of Department of Romance Languages, Ural State Pedagogical University, Ekaterinburg, Russia.*

#### LITERATURE

1. Bogoyavlenskaya Yu. V., Chudinov A. P. Funktsionirovaniye pretsedentnykh vykazivaniy vo frantsuzskom mediadiskurse // Vestn. Nizhegor. lingvist. un-ta im. N. A. Dobrolyubova. 2015. Vyp. 29. S. 20—35.
2. Dronkina V. S. Pretsedentnaya deystvitel'nost' // Istoriya sovremennoy Rossii. URL: [http://prohistory.ru/ckeditor\\_assets/attachments/429/dronkina\\_v\\_s.pdf](http://prohistory.ru/ckeditor_assets/attachments/429/dronkina_v_s.pdf).
3. Evgen'eva T. V., Selezneva A. V. Politicheskie predstavleniya v kon-tekste istoricheskoy pamyati: obrashchenie k proshlomu v situatsii krizisa identichnosti // Izv. TulGU. Gumanitarnye nauki. 2013. № 3-1. S. 158—167.
4. Eliseeva S. V. Pretsedentnye fenomeny, voskhodyashchie k frantsuzskoy kul'ture, v sovremennoy rossiyskoy i amerikanskoj presse : avtoref. dis. ... kand. filol. nauk. — Ekaterinburg, 2010.
5. Zemtsov V. N. Pamyat', ubivayushchaya proshloe (o prazdnovanii yubileev otechestvennoy voyny 1812 g. i zagranichnykh pokhodov russkoy armii 1813—1814 gg.) // Voprosy vseobshchey istorii. 2014. № 16. S. 167—182.
6. Zemtsov V. N. Armiya Napoleona: struktury mezhekul'turnykh kommunikatsiy (po pis'mam soldat Velikoy armii 1812 goda) // Politicheskaya lingvistika. 2015. № 2 (52). S. 25—30.
7. Krasnykh V. V., Gudkov D. B., Zakharenko I. V., Bagaeva D. V. Kognitivnaya baza i pretsedentnye fenomeny v sisteme drugikh edinit i v kommunikatsii // Vestn. MGU. Ser. 9: Filologiya. 1997. № 3. S. 62—75.
8. Nakhimova E. A. Ispolzovanie korpusnoy metodologii pri sopostavitel'nom izuchenii pretsedentnykh imen // Politicheskaya lingvistika. 2013. № 3. S. 48—56.
9. Nakhimova E. A. Pretsedentnye situatsii, svyazannye s deyatelnost'yu Napoleona Bonaparta, v rossiyskoy natsional'noy istoricheskoy pamyati // Izv. Ural. feder. un-ta. Ser. 1, Problemy obrazovaniya, nauki i kul'tury. 2014. № 2 (126). S. 71—80.
10. Nakhimova E. A., Postnikova A. A. Napoleonovskaya epokha v kommunikativnoy pamyati Rossii i Frantsii. — Ekaterinburg, 2015.
11. Plotnikova M. V. Pretsedentnye imena so sferoy-istochnikom «Po-litika» v «Ballade proklyatyi vragam Frantsii» F. Viyona // Politicheskaya lingvistika. 2012. № 2 (40). S. 257—262.
12. Polyanskiy B. C. Istoricheskaya pamyat' v etnicheskoy samosoznanii narodov. URL: [http://ecsocman.hse.ru/data/289/137/1231/002\\_Polyanskiy.pdf](http://ecsocman.hse.ru/data/289/137/1231/002_Polyanskiy.pdf).
13. Postnikova A. A. Napoleonovskaya epokha v istoricheskom politdis-kurse sovremennoy Frantsii // Politicheskaya kommunikatsiya: perspektivy razvitiya nauchnogo napravleniya (Ekaterinburg, 26—28.08.2014). — Ekaterinburg, 2014. S. 203—205.
14. Postnikova A. A. Pretsedenty Napoleonovskoy epokhi v kommunika-tivnoy pamyati sovremennoy Frantsii: ot «Austerlitsa» do «Bistro» // Politicheskaya lingvistika. 2014. № 3. S. 216—223.
15. Postnikova A. A. Srazhenie pri Berezhine v istoricheskoy pamyati Frantsii // Novaya i noveyshaya istoriya. 2012. № 2. S. 53—63.
16. Repina L. P. Istoricheskaya pamyat' i sovremennaya istoriografiya // Novaya i noveyshaya istoriya. 2004. № 3. S. 33—45.
17. Sukalo S. A. Mekhanizmy i simvolicheskie praktiki sokhraneniya i translyatsii kul'turnykh kodov v rossiyskom politicheskom prostranstve // Vestn. SPbGUKL. 2015. № 2 (23). S. 124—128.
18. Napoléon III. URL: [https://fr.wikipedia.org/wiki/Napoléon\\_III](https://fr.wikipedia.org/wiki/Napoléon_III).

**Статью рекомендует к публикации канд. филол. наук, доц. М. Б. Ворошилова.**

**В. А. Каменева, О. Н. Горбачева**  
Кемерово, Россия

**ГЛОБАЛЬНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМА.  
ВОЗДЕЙСТВУЮЩИЙ ПОТЕНЦИАЛ ВИЗУАЛЬНОГО ОЛИЦЕТВОРЕНИЯ  
И ОВЕЩЕСТВЛЕНИЯ В СОЦИАЛЬНОЙ ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМЕ**

**АННОТАЦИЯ.** В статье обозначены базовые характеристики глобальной социальной интернет-рекламы, дан детальный анализ специфики передачи невербальной информации в ней. Приведены данные обзора научных работ, посвященных изучению визуальных стилистических средств в рекламе. Основной целью ставилось обоснование законности выделения таких визуальных стилистических средств, как визуальное олицетворение и визуальное овеществление. На основе анализа социальной интернет-рекламы описан прагматический потенциал данных визуальных стилистических средств. При выполнении исследования применялся понятийно-терминологический аппарат и методы стилистики текста и теории интернет-коммуникации. Полученные результаты могут быть использованы для дальнейшего развития теории визуальной стилистики текста, при создании текстов социальной интернет-рекламы.

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:** социальная интернет-реклама; стилистика; олицетворение; овеществление; визуальные стилистические средства.

**СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ:** Каменева Вероника Александровна, доктор филологических наук, профессор кафедры английской филологии, Кемеровский государственный университет; адрес: 650000, г. Кемерово, ул. Красная, 6, корп. 6, к. 6404; e-mail: russia\_science@mail.ru.

**СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ:** Горбачева Ольга Николаевна, кандидат филологических наук, учитель иностранного языка, МОУ «Средняя общеобразовательная школа № 19»; адрес: 650001, г. Кемерово, ул. Назарова, 8; e-mail: olga-go2005@yandex.ru.

Процесс экономической, политической и культурной глобализации сопровождается, с одной стороны, возникновением глобальных социальных проблем, с другой — появлением различных глобальных средств и механизмов борьбы с ними. Среди упомянутых средств наиболее значимым является социальная интернет-реклама, направленная на глобального адресата. Обзор научной литературы по данному вопросу показал, что на сегодня ученые, как правило, исследуют социальную интернет-рекламу с позиций этнокультурной маркировки ее текстов [Freimuth 1985; Lynn 1974; Rotfeld 2002; Salmon 2003; Wallack 1995; Wolburg 2001] и не включают в исследования появившиеся так называемые этнически нейтральные тексты, тагетизирующие вопросы, решение которых значимо и актуально для доминирующего большинства участников интернет-коммуникации независимо от того, в какой части мира они проживают.

Анализ материала исследования (1500 текстов социальной интернет-рекламы баннерного типа) позволил сделать ряд выводов, подтверждающих наше предположение.

Во-первых, глобальная социальная интернет-реклама затрагивает социальные проблемы, решение которых важно не только для граждан страны, где были созданы эти тексты. К выявленным проблемам, поставленным в лист тагетирования, относятся: защита окружающей среды; безопасность на дорогах и на рабочем месте; предупреждение преступности; борьба с куре-

нием, наркоманией и алкоголизмом; пропаганда правильного питания; предупреждение заболеваний; призывы к толерантности, сохранению мира; пропаганда донорства; привлечение внимания к проблемам неимущих, пожилых и сирот; пропаганда значимости образования; коррекция поведения в общественном транспорте, семье и обществе. Как видно из приведенной информации, данная тематика не имеет этнокультурной маркировки и представляет круг проблем, которые волнуют жителей действительно большого количества стран.

Во-вторых, языком такой рекламы является английский, независимо от того какой язык является государственным в стране-создателе. Согласно полученным нами данным, разработкой такой рекламы занимаются Великобритания, США, Австралия, Новая Зеландия, Канада, Польша, Чехия, Греция, Германия, Ирландия, Франция, Бельгия, Испания, Италия, Португалия, Венгрия, Хорватия, Нидерланды, Финляндия, Швеция, Сербия, Швейцария, Турция, Индия, Филиппины, Колумбия, Венесуэла, Бразилия, ОАЭ, Ливан, Грузия, Израиль, Россия, Украина, Словакия, Румыния, Чили, Уругвай, ЮАР, Кения, Египет, Мозамбик, Ирак, Аргентина, Таиланд, Малайзия, Сингапур.

В-третьих, основную эмотивную нагрузку в текстах глобальной социальной интернет-рекламы несет невербально представленная информация. Являясь по своей сути креализованными, тексты социальной рек-

ламы инкорпорируют знаки различных семиотических систем [Bell 1990; Beasley 2002; Goldman 1996]. Отметим, что в социальной интернет-рекламе из-за ее направленности на глобальных адресатов, которые по определению могут принадлежать к различным лингвокультурам, с целью интенсификации воздействия и минимизации потери информации активно эксплуатируются так называемые визуальные стилистические средства.

Обзор научных работ, посвященных этому вопросу, позволил сделать вывод о возникновении научного интереса лингвистов к визуальной метафоре, визуальному сравнению и визуальной аллюзии. Особое внимание на данном этапе становления визуальной стилистики текста уделяется визуальной метафоре, анализ которой в основном проводится на материале коммерческой и социальной рекламы. Можно отметить наметившееся разделение исследований визуальной метафоры с позиций сравнения и субституции.

С позиций субституционального подхода визуальная метафора рассматривается как визуальная репрезентация одного понятия посредством другого (см. работы А. Г. Рапуто, В. Л. Авербуха и С. Н. Панкиной [Рапуто 2011; Averbukh 2001; 2006]) и выполняет, по нашему мнению, оценочную, аргументативную, агитационную, моделирующую, эстетическую и эвристическую функции, дополняя прагматический потенциал вербально представленной информации в тексте или фрагменте дискурса.

При сравнительном подходе визуальная метафора рассматривается как некий визуальный комплекс в тексте или фрагменте дискурса, инкорпорирующий два зрительных эмоционально окрашенных образа, напрямую соотносимых реципиентом с объектами визуализации [Большакова 2004; Сарна 2005] и выполняющий, по нашему мнению, среди прочих оценочную, агитационную, аргументативную и эстетическую функции в зависимости от коммуникативных целей текста. Придерживаясь субституционального подхода к определению метафоры, мы разграничиваем визуальную метафору и визуальное сравнение (подробнее см.: [Каменева 2014]).

Как упоминалось, помимо визуальной метафоры и визуального сравнения, выде-

ляют и визуальную аллюзию. Визуальная аллюзия — интегрированный в текст или фрагмент дискурса широко известный в глобальном мире образ из сферы политики, спорта, экономики и так далее, представленный в виде фотографии или рисунка, выполняющий в данном тексте или фрагменте дискурса ряд функций, среди которых, например, оценочная, функция интертекстуальности и текстовой связанности.

По нашему мнению, это неполный перечень визуальных стилистических средств, существующих и активно эксплуатируемых в современном сложном многоканальном и многоаспектном коммуникативном пространстве. В данной статье приведем данные, полученные при проведении исследования визуального олицетворения и визуального овеществления на материале текстов социальной интернет-рекламы нединамичного характера.

Согласно полученным данным, соотношение визуального овеществления по отношению к визуальному олицетворению составляет два к одному. Визуальное овеществление — визуализированная деперсонафикация образа человека и уподобление его таким предметам, которые вызывают у реципиента требуемые ассоциации. Как правило, объект, с помощью которого репрезентируется овеществление, напрямую соотносится с лексико-семантическим полем текста.

Рассмотрим примеры. Как видно из анализируемого текста социальной интернет-рекламы, призывающей бороться с пагубными привычками, визуальное овеществление представлено в виде расколотого образа девушки с бутылкой в руках, выходящей из клуба (см. рис. 1). Подобная деперсонафикация человека, злоупотребляющего спиртными напитками, позволяет вызвать требуемые ассоциации: «алкоголь = опасность = разрушение = социальное дно». В данном тексте визуальное овеществление выполняет ряд функций, соотносимых с общими коммуникативными целями всего текста, представленного визуальным овеществлением и вербальной частью: «Don't throw yourself away» («Не выбрось себя!»). Речь идет об оценочной функции, аргументативной, агитационной и функции текстовой связанности.



Рис. 1



Рис. 2

Текст социальной интернет-рекламы, призывающий соблюдать правила дорожной безопасности, содержит визуальное овеществление, данное в виде изображения ребенка, часть головы которого смята и сломана, как голова куклы (см. рис. 2). В сочетании с вербальной частью текста, гласящей о том, что «at 60km/h, it takes 8 meters more to stop than at 50. In town, car accidents don't just happen to cars (при скорости 60 км/ч тормозной путь длиннее на 8 метров, чем при 50. В городах в ДТП разбиваются не только машины)», реципиент легко выстраивает ассоциативный ряд: «превышение скорости = разбитые машины = сломанные жизни = смерть». Визуальное овеществление в данном тексте также выполняет оценочную функцию (нарушать правила дорожного движения плохо), аргументативную (нарушение правил дорожного движения разру-

шает не только машины, но и приводит к необратимым последствиям для некоторых участников дорожного движения), агитационную (давайте соблюдать правила дорожного движения) и функции текстовой связанности (визуальное овеществление дополняет вербальную часть текста, способствуя реализации коммуникативных целей всего текста социальной интернет-рекламы).

Визуальная персонификация — визуальная репрезентация неживого живым для создания требуемых ассоциаций у реципиента и реализации коммуникативных целей креолизованного текста.

Рассмотрим несколько примеров. В анализируемом тексте социальной интернет-рекламы, тагетирующей проблему лесных пожаров, дана визуальная персонификация. В тексте изображен огненный кулак, наносящий удар по городу, окруженному горящим

лесом (см. рис. 3), а в вербальной части читаем: «Since 1970 the number of forest fires has increased tenfold. Our planet is losing patience. Let's rethink» («С 1970 года число лесных пожаров увеличилось десятикратно. Наша планета теряет терпение. Давайте задумаемся над этим»). Реципиент легко выстраивает ассоциативный ряд: «неосторожное обращение с огнем в лесу = угроза всем = уничтожение лесов = разрушение городов». Визуальное олицетворение в данном тексте выполняет аргументативную функцию (несоблюдение правил обращения с огнем в лесу на природе всегда приводит к печальным последствиям), агитационную (давайте соблюдать правила обращения с огнем, находясь в лесу) и функции текстовой связанности.

Рассмотрим еще один пример. Текст социальной интернет-рекламы, привлекающий внимание к проблеме уничтожения тропических лесов, содержит визуальное олицетворение (см. рис. 4). Дерево, растущее в городской среде, персонифицировано и изображено с табличкой, гласящей: «Need mon-

ey for my family in the rainforest» («Подайте на содержание семьи в тропическом лесу»). Подобная персонификация позволяет вызвать требуемые ассоциации у реципиента: «уничтожение тропических лесов = угроза всему миру = необходимость действий». Визуальное олицетворение в анализируемом тексте социальной интернет-рекламы, помимо других, выполняет оценочную функцию (вырубка тропических лесов — это плохо), аргументативную (ответственность за разрушение тропических лесов лежит не только на тех, кто живет в джунглях, но и на жителях урбанизированной части мира), агитационную (необходимо действовать, пока не стало совсем поздно) и функции текстовой связанности.

Как показал анализ, тематика текстов социальной интернет-рекламы, в которых встречаются визуальное олицетворение и визуальное олицетворение, совпадают. К визуальному олицетворению и визуальному олицетворению в социальной рекламе прибегают в текстах:



Рис. 3



Рис. 4

- тагетирующих проблемы защиты окружающей среды;
- призывающих соблюдать правила дорожного движения водителей и пешеходов;
- пропагандирующих здоровый образ жизни и агитирующих бороться с плохими привычками.

Отметим, что совпадает и процентное соотношение по количеству употреблений в текстах визуального олицетворения и визуального о веществе по тематике. 80 % текстов, содержащих визуальное олицетворение или визуальное о веществе, тагетировать вопросы, относящиеся к защите окружающей среды. Оставшиеся 20 % текстов, инкорпорирующих визуальное олицетворение или визуальное о веществе, призывают соблюдать правила дорожного движения (10 %) и агитируют за здоровый образ жизни и отказ от пагубных привычек (10 %).

В заключение отметим, что новые коммуникативные реалии, связанные с техническим прогрессом, способствуют трансформации коммуникативных процессов и возникновению новых способов и форм передачи информации. Появление возможности воздействовать на глобального реципиента, который, как правило, более или менее владеет английским языком, но неоднороден по своей культурной принадлежности, приводит к созданию и активной эксплуатации в таких текстах и фрагментах дискурса визуальных стилистических средств.

#### ИСТОЧНИКИ

1. Adme. URL: [www.adme.ru](http://www.adme.ru).
2. Social-advertising. URL: [www.social-advertising.info](http://www.social-advertising.info).
3. The world of creative advertising. URL: [creativeadvertisingworld.com](http://creativeadvertisingworld.com).
4. Ads of the World. URL: [adsoftheworld.com](http://adsoftheworld.com).
5. Sepatu Bola Dan Jersey Bola. URL: [www.adsora.com](http://www.adsora.com).
6. Design Your Trust. URL: [designyourtrust.com](http://designyourtrust.com).
7. Social Ads. URL: [socialads.blogspot.ru](http://socialads.blogspot.ru).
8. Fast Company. URL: [www.fastcreate.com](http://www.fastcreate.com).
9. Greenpeace. URL: [www.stopgreenwash.org](http://www.stopgreenwash.org).
10. Let's Go Public! Ad Contest Gallery. URL: [arcticready.com/social/gallery](http://arcticready.com/social/gallery).
11. Whatsupkuwait.com. URL: [whatsupkuwait.com](http://whatsupkuwait.com).
12. Adland. URL: [adland.tv](http://adland.tv).
13. Best Ads. URL: [www.bestadsonTV.com](http://www.bestadsonTV.com).
14. Coloribus. URL: [www.coloribus.com](http://www.coloribus.com).
15. Elephant. URL: [www.elephantjournal.com](http://www.elephantjournal.com).
16. Act Responsible. URL: [www.act-responsible.org](http://www.act-responsible.org).
17. Enpundit. URL: [enpundit.com](http://enpundit.com).
18. Wonderful Machine. URL: [blog.wonderful-machine.com](http://blog.wonderful-machine.com).
19. Daily News. URL: [www.nydailynews.com](http://www.nydailynews.com).

#### ЛИТЕРАТУРА

20. Большакова Л. С. Метафора в англоязычном поликодовом тексте на материале британских и американских музыкальных видеоклипов : автореф. дис. ... канд. филол. наук. — Самара, 2008.
21. Каменева В. А., Горбачева О. Н. Визуальные стилистические средства в социальной интернет-рекламе, или Зарождение визуальной стилистики текста // Политическая лингвистика. 2014. № 2. С. 124—127.
22. Рапуго А. Г. Дескриптивное моделирование образного мышления при репрезентации дидактических объектов // Учен. зап. — М., 2011. Вып. 34. С. 114—116.
23. Сарна А. Визуальная метафора в дискурсе идеологии // Институт палітычных даследаванняў «Палітычная сфера». 2005. № 4. С. 55—60.
24. Averbukh V. L. Towards the Conceptions of Visualization Language and Visualization Metaphor // Proceedings of IEEE Symposia on Human Centric Computing Languages and Environments (2001, Sept. 5—7). — Stresa, Italy : IEEE, 2001. P. 390—391.
25. Averbukh V. L. The Specialized Systems of Scientific Visualization // AIP Conference Proceedings (Zababakhin Scientific Talks — 2005: International Conference on High Energy Density Physics). Aug. 3, 2006. Vol. 849. P. 481—486.
26. Beasley R., Danesi M. Persuasive Signs: the Semiotic of Advertising. — Berlin : Mouton de Gruyter, 2002.
27. Bell S. Semiotics and Advertising Research: A Case Study // Marketing Signs. 1990. Vol. 8. P. 1—6.
28. Freimuth V. S. Developing the public service advertisement for nonprofit marketing // Advances in Nonprofit Marketing / R. W. Belk (ed.). — Greenwich : JAI Press Inc., 1985. P. 55—93.
29. Goldman R., Papson S. Sign Wars: The Cluttered Landscape of Advertising. — New York : The Guilford Press, 1996.
30. Lynn J. R. Effects of persuasive appeals in public service advertising // Journalism Quarterly. 1974. Vol. 51. P. 622—630.
31. Rotfeld H. J. Misplaced marketing. The social harm of public service advertising // Journ. of Consumer Marketing. 2002. Vol. 19. № 6. P. 465—467.
32. Salmon C. T., Atkin C. Using media campaign for health promotion // Handbook of Health Communication / T. L. Thompson, A. M. Dorsey, K. I. Miller, R. Parrot (ed.). — Mahwah ; N. J. : Lawrence Erlbaum Associates, 2003. P. 449—472.
33. Wallack L., De Jong W. Mass media and public health: moving the focus from the individual to the environment // The Effects of the Mass Media on the Use and Abuse of Alcohol : Research Monograph / S. E. Martin (ed.). — Bethesda, MD : National Institute on Alcohol Abuse and Alcoholism. 1995. P. 253—268.
34. Wolburg J. M. Why television is the 'wrong' environment for public service advertising campaigns // Journ. of Consumer Marketing. 2001. Vol. 18, № 6. P. 471—473.

O. N. Gorbacheva, V. A. Kameneva  
Kemerovo, Russia

#### GLOBAL SOCIAL INTERNET ADVERTISING: MANIPULATIVE EFFECT OF VISUAL PERSONIFICATION AND OBJECTIFICATION

**ABSTRACT.** *The article outlines the basic characteristics of global social Internet advertising and provides a detailed analysis of the specific nature of transmission of non-verbal information in this type of advertising. The article carries a review of research works on visual stylistic means. The main aim of the current article is to prove the validity of identification of visual personification and objectification as visual stylistic means. The manipulative capacity of these visual stylistic means is described on the basis of analysis of social Internet advertising. The research is carried out using the terminology and methods of textual stylistics and the Internet communication theory. The obtained results can be used for further development of the theory of visual textual stylistics and for the creation of texts of social Internet advertisements.*

**KEYWORDS:** social Internet advertising, stylistics, personification, objectification, visual stylistic means.

**ABOUT THE AUTHOR:** Kameneva Veronika Aleksandrovna, Doctor of Philology, Professor of Department of English Philology, Kemerovo State University, Kemerovo, Russia.

**ABOUT THE AUTHOR:** Gorbacheva Olga Nikolayevna, Candidate of Philology, Teacher of Foreign Languages, Comprehensive school № 19, Kemerovo, Russia.

#### SOURCES

1. Adme. URL: www.adme.ru.
2. Social-advertising. URL: www.social-advertising.info.
3. The world of creative advertising. URL: creativeadvertisingworld.com.
4. Ads of the World. URL: adsoftheworld.com.
5. Sepatu Bola Dan Jersey Bola. URL: www.adsora.com.
6. Design Your Trust. URL: designyourtrust.com.
7. Social Ads. URL: socialads.blogspot.ru.
8. Fast Company. URL: www.fastcocrete.com.
9. Greenpeace. URL: www.stopgreenwash.org.
10. Let's Go Public! Ad Contest Gallery. URL: arcticready.com/social/gallery.
11. Whatsupkuwait.com. URL: whatsupkuwait.com.
12. Adland. URL: adland.tv.
13. Best Ads. URL: www.bestadsonstv.com.
14. Coloribus. URL: www.coloribus.com.
15. Elephant. URL: www.elephantjournal.com.
16. Act Responsible. URL: www.act-responsible.org.
17. Enpundit. URL: enpundit.com.
18. Wonderful Machine. URL: blog.wonderfulmachine.com.
19. Daily News. URL: www.nydailynews.com.

#### LITERATURE

20. Bol'shakova L. S. Metafora v angloyazychnom polikodovom tekste na materiale britanskikh i amerikanskikh muzykal'nykh videoklipov : avtoref. dis. ... kand. filol. nauk. — Samara, 2008.
21. Kameneva V. A., Gorbacheva O. N. Vizual'nye stilisticheskie sredstva v sotsial'noy internet-reklame, ili Zarozhdenie vizual'noy stilistiki teksta // Politicheskaya lingvistika. 2014. № 2. S. 124—127.
22. Raputo A. G. Deskriptivnoe modelirovanie obraznogo myshleniya pri reprezentatsii didakticheskikh ob"ektov // Uchen. zap. — M., 2011. Vyp. 34. S. 114—116.
23. Sarna A. Vizual'naya metafora v diskurse ideologii // Instytut palitychnykh dasledavannyaŷ «Palitychnaya sfera». 2005. № 4. S. 55—60.
24. Averbukh V. L. Towards the Conceptions of Visualization Language and Visualization Metaphor // Proceed-

ings of IEEE Symposia on Human Centric Computing Languages and Environments (2001, Sept. 5—7). — Stresa, Italy : IEEE, 2001. P. 390—391.

25. Averbukh V. L. The Specialized Systems of Scientific Visualization // AIP Conference Proceedings (Zababakhin Scientific Talks — 2005: International Conference on High Energy Density Physics). Aug. 3, 2006. Vol. 849. P. 481—486.

26. Beasley R., Danesi M. Persuasive Signs: the Semiotic of Advertising. — Berlin : Mouton de Gruyter, 2002.

27. Bell S. Semiotics and Advertising Research: A Case Study // Marketing Signs. 1990. Vol. 8. P. 1—6.

28. Freimuth V. S. Developing the public service advertisement for nonprofit marketing // Advances in Nonprofit Marketing / R. W. Belk (ed.). — Greenwich : JAI Press Inc., 1985. P. 55—93.

29. Goldman R., Papsion S. Sign Wars: The Cluttered Landscape of Advertising. — New York : The Guilford Press, 1996.

30. Lynn J. R. Effects of persuasive appeals in public service advertising // Journalism Quarterly. 1974. Vol. 51. P. 622—630.

31. Rotfeld H. J. Misplaced marketing. The social harm of public service advertising // Journ. of Consumer Marketing. 2002. Vol. 19. № 6. P. 465—467.

32. Salmon C. T., Atkin C. Using media campaign for health promotion // Handbook of Health Communication / T. L. Thompson, A. M. Dorsey, K. I. Miller, R. Parrot (ed.). — Mahwah ; N. J. : Lawrence Erlbaum Associates, 2003. P. 449—472.

33. Wallack L., De Jong W. Mass media and public health: moving the focus from the individual to the environment // The Effects of the Mass Media on the Use and Abuse of Alcohol : Research Monograph / S. E. Martin (ed.). — Bethesda, MD : National Institute on Alcohol Abuse and Alcoholism. 1995. P. 253—268.

34. Wolburg J. M. Why television is the 'wrong' environment for public service advertising campaigns // Journ. of Consumer Marketing. 2001. Vol. 18, № 6. P. 471—473.

*Статью рекомендует к публикации канд. филол. наук, доц. М. Б. Ворошилова.*

**Е. В. Горина**  
Екатеринбург, Россия

## ДИСКУРС ИНТЕРНЕТА В АСПЕКТЕ ВОЗДЕЙСТВИЯ НА ПОЛЬЗОВАТЕЛЯ

**АННОТАЦИЯ.** В статье раскрываются конституирующие признаки дискурса Интернета в аспекте воздействия на аудиторию. Среди конституирующих признаков сетевого дискурса рассматриваются когнитивность, интерактивность и вариативность. Вскрывается проблема влияния на процессы восприятия, интерпретации информации и самореализации пользователя в виртуальной сети. Рассматривается воздействующий эффект трансформированных в дискурсе Интернета текстовых категорий, таких как темпоральность, локальность, проблемность, авторство, адресность и событийность. Дискурс Сети предстает в виде глобального образования, состоящего из подчиненных ему субдискурсов. Субдискурсы, в свою очередь, образуют разные композиционные и содержательные конфигурации, оказывающие влияние на сознание и эмоции пользователей. Отдельно в статье рассматривается теория дискурсивной защиты и средства, обеспечивающие комфортную работу пользователя в Сети, оберегающие пользователя от коммуникативных неудач, лишние действия и оказывающие влияние на формирование дискурсивного контента Сети. Внимание уделяется вопросам ответственности за предоставляемые сведения в Интернете, ложности некоторых сетевых данных, избыточности информации, совмещению ролей автора и адресата, трансформации текста как элемента коммуникативной модели. Все указанные конституирующие признаки дискурса Интернета взаимосвязаны и оказывают воздействие на пользователя одновременно.

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:** дискурс; Интернет; воздействие; пользователь; субдискурс; когнитивность; интерактивность; вариативность.

**СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ:** Горина Евгения Владимировна, кандидат филологических наук, доцент кафедры русского языка и стилистики департамента «Факультет журналистики» Института гуманитарных наук и искусств Уральского федерального университета им. первого Президента России Б. Н. Ельцина; адрес: 620019, г. Екатеринбург, пр-т Космонавтов, 51; e-mail: gorina9@yandex.ru.

Дискурс Интернета отражает практически все, что окружает человека в реальной жизни. Думается, Интернет можно назвать технически организованной копией реальной действительности [Бабаева 2000; Горошко 2008; Лутовинова 2009; Скворцов 2009]. Мы предлагаем модель дискурса Сети, включающую пять конституирующих признаков, каждый из которых оказывает влияние на пользователя Мировой паутины. Все признаки дискурса Сети мы делим на две группы: внешние и внутренние. Внутренние признаки вскрывают глубинные процессы, которые формируют сам Интернет — к этим признакам мы относим когнитивность, вариативность, интерактивность. Внешние признаки показывают связь Глобальной сети с внешним миром, в который Интернет включен как элемент действительности. Внешними признаками мы считаем психологичность и социологичность [Горина 2014, 2015]. Обратимся к внутренним признакам, рассмотрим их суть и влияние на пользователей Интернета.

**Когнитивность** — это признак, вскрывающий жизнеподобие Сети, ее структурные и содержательные особенности. Разумеется, Интернет не живой организм, и жизнеподобие мы понимаем как идентичность Интернета реальной действительности, поскольку Сеть — это результат работы сознания человека, основанной на процессах восприятия, осознания окружающего мира, поэтому информационно-событийное поле дискурса Сети равно

информационно-событийному полю реальной жизни. С этим связаны структурные и содержательные особенности интернет-дискурса, оказывающие влияние на сознание и эмоции пользователя [Бабаева 2000; Горошко 2008; Лутовинова 2009].

Дискурс Интернета многотемен и многомерен. Многотемность выражается в том, что в Сети представлено огромное количество различных когнитивных сфер, которые взаимодействуют друг с другом. Сложность организации и разнообразие содержания Интернета позволяют говорить о нем как о глобальном дискурсе, состоящем из множества субдискурсов, каждый из которых представляет собой какую-либо смысловую зону, сферу деятельности человека. **Субдискурс** — это дискурсивное образование, подчиненное глобальному дискурсу Интернета. В Интернете мы встречаем разные субдискурсы: «Спорт», «Экономика», «Образование», «Политика», «Искусство», «Родительство», «Наука», «Садоводство», «Развлечения», «Коммерция», «Реклама» и т. п. Образно взаимодействие субдискурсов можно представить в виде многомерного дерева. Глобальный дискурс Интернета — это «ствол», множество «веток» — это субдискурсы, которые, в свою очередь, развиваются, дают «ростки» и «листья» — субдискурсы более мелкого порядка. Например, такой элемент глобального дискурса Интернета, как сайт Уральского федерального университета

(<http://urfu.ru/ru/>), входит в число сайтов, реализующих субдискурс «Образование» (наряду с сайтом УрФУ можно назвать сайты других вузов, сайт ВАКа, учебные порталы, онлайн-курсы и т. п.). При этом субдискурс «Образование», представленный на сайте УрФУ, можно разложить на составляющие субдискурсы второго порядка: «Преподавательская деятельность», «Научная деятельность», «Работа с абитуриентами» и т. п. Таким образом, субдискурсы образуют иерархию. Однако структурная организация глобального дискурса Сети указывает, что возможна известная доля самодостаточности субдискурсов на одной площадке (сайте, чате, форуме, портале, соцсети и т. п.). Например, тот же сайт УрФУ дает ссылку на социальную сеть «ВКонтакте», где существуют группы, часто неформально рассказывающие о жизни студентов в общежитии, учебе и особенно о деятельности, не имеющей никакого отношения к университету и образованию. В результате на одной площадке (сайт УрФУ) одновременно существуют субдискурсы «Образование» и «Развлечение», хотя последний и представлен в виде ссылки. Подобную связь субдискурсов мы предлагаем называть **когнитивным взаимодействием**, поскольку рядом оказываются разноплановые субдискурсы, представляющие в то же время единое информационное пространство. Когнитивное взаимодействие, многомерность в Сети подчеркивает жизнеподобие Интернета, названное выше.

Влияние структурно-содержательной системы Интернета на пользователя мы видим в явлении, которое называем когнитивным столкновением. **Когнитивное столкновение** — это намеренное наложение одного субдискурса на другой, подача одного субдискурса под видом другого. Запланированность столкновения субдискурсов позволяет говорить о воздействующем потенциале данного явления [Горина, Лазарева 2013; Горина 2014]. Например, сайт для девочек-подростков «Девичьи секреты» ([http://girls-secrets.com.ua/Sekrety\\_makiyazha](http://girls-secrets.com.ua/Sekrety_makiyazha)) представляет субдискурс «Девочки-подростки» в глобальном дискурсе Интернета. Этот субдискурс реализуется несколькими подчиненными ему субдискурсами второго порядка: «Здоровье девочки-подростка», «Уход за телом подростка», «Мода для подростков», «Отношения между подростками», «Макияж» и др. Когнитивное столкновение видно в совмещении субдискурса «Макияж» с субдискурсом «Реклама». В субдискурс «Макияж» включаются ссылки на сайты и баннеры, рекламирующие косметические товары. Параллельно с описанием правил макияжа в тек-

стах, представляющих субдискурс «Макияж», дается описание мест, где можно купить тот или иной товар, формулируется оценка какого-либо средства. Таким образом, пользователи приходят на сайт, чтобы узнать правила использования косметики, но параллельно получают рекламу группы товаров. При этом важно, что реклама незаметна, тематически оказывается близка основному субдискурсу. Такое намеренное столкновение различно ориентированных субдискурсов (познавательный-развлекательный для подростков и коммерческий) мы считаем воздействующим на сознание и эмоции пользователя. Комментарии читателей подчеркивают, что на их восприятие информации было оказано воздействие. Пользователь с ником «Алинузик» пишет: *«Клёво! Хочу себе такой тональник, как на картинке!»*. Пользователь с ником «Веро4ка» пишет: *«Да, это офигенный тон!»*. То есть в результате рекламы, примешанной к ведущему субдискурсу, пользователи сайта сделали выбор в пользу определенного косметического средства.

Когнитивность как конституирующий признак глобального дискурса Интернета показывает, что трансформировавшиеся текстовые характеристики (темпоральность, локативность, событийность, проблемность, авторство, адресность) тоже влияют на сознание, эмоции, поведение пользователя в Сети [Бабенко 2000]. Рассмотрим эти аспекты воздействующего интернет-дискурса.

Темпоральность указывает на сложность организации временного пространства Сети. Интернет часто называет время создания или размещения сообщения на сетевой странице, время событий, фактов, о которых идет речь в сообщении. Кроме того, материалы хранятся в виртуальных архивах, поэтому с сообщениями Сети можно ознакомиться значительно позже произошедших событий и создания о них текстов. Временное пространство Интернета сочетает различные временные пласты огромного количества событий, фактов, явлений, о которых дается информация на разных площадках Сети. Темпоральность позволяет пользователю проследить зарождение и развитие отношения авторов и других пользователей к тому или иному событию/факту. В Сети мы можем сравнивать материалы и видеть, как меняется отношение к предмету речи от момента возникновения текста до момента возврата к тому же предмету речи через некоторый временной отрезок. Так темпоральность показывает динамику отношения пользователей к предмету речи. Например, скандальное выступление «Pussi Riot» оце-

нивается в «Фейсбуке» как «цветочки в сравнении с тем, что творится на Украине». То есть ярко выраженная негативная оценка действий «Pussi Riot», встречаемая на многих площадках Сети в 2012 г., к 2015 приобретает оттенок положительный, если учесть заложенное в примере сравнение с военными действиями на востоке Украины.

Локация субдискурса на площадке Интернета (размещение субдискурса на определенном сайте, портале, в чате, на форуме, в соцсети или других площадках Интернета) тоже оказывает воздействие на аудиторию: для пользователя оказывается важной связь значения субдискурса и площадки, разместившей его. Локативность, таким образом, заложена в организации Сети: любая информация занимает свое место в Интернете, отвечает его требованиям (тематике, жанрам, выразительности, степени свободы выражения суждений и т. д.). Следовательно, локативность подчеркивает когнитивность глобального дискурса Интернета, оказывает влияние на восприятие адресатом той или иной информации на разных площадках.

Авторство показывает, что в Сети автор расширяет границы своего текста при помощи гиперссылок. Кроме того, Интернет позволяет автору подавать свое сообщение блоками, разными способами усиливать креолизацию сообщения. Автор часто бывает вынужден поддерживать обратную связь и порой бороться за авторские права. Более того, Интернет — это пространство, для которого понятие «автор» как создатель оригинального сообщения чрезмерно узко. Пользователи Сети так активно множат информацию (буквально или видоизменяя), что в итоге появляются понятия, отражающие разные варианты авторства: рерайтер, копипастер, копирайтер и т. п. Благодаря повторам, комментированию информации Интернет предстает в роли глобального коллективного и безличного автора, что приводит к снижению ответственности за передачу тех или иных сведений. Например, возникающие на просторах Сети фейки — заведомо лживые сообщения, конечно, создаются конкретным человеком, но в Сети множатся таким огромным количеством пользователей, так обильно комментируются, что авторство утрачивает для пользователя значение, а определенное отношение к предмету речи фейка формируется.

Адресность оказывает влияние на пользователя Сети, поскольку разнообразие сведений и площадок в Интернете заставляют пользователей быть более требовательными к содержанию сетевых страниц. Адрес-

ность сообщений в Сети напрямую связана с их локацией: площадка, на которой размещается информация, диктует автору приоритеты пользователей данной площадки, влияет на оформление реакций-комментариев адресата. Особая роль адресата видится в создании текста-интерпретации полученной в Сети информации. Адресат составляет индивидуальную конфигурацию интернет-дискурса, по-своему выбирая субдискурсы, информационные площадки, устанавливая между ними межтекстовые связи. Это явление Э. А. Лазарева называет коммуникативной модифицируемостью [Лазарева 1993], т. е. способностью адресата составлять собственную информационную картину реальности. В Интернете пользователи могут один и тот же факт интерпретировать по-разному, в зависимости от того, на каких площадках, от каких авторов они получали информацию. Например, информационная картина мира у читателей «Комсомольской правды — Киев» и «Комсомольской правды — Москва» относительно украинского конфликта будет принципиально разной, хотя факты (военные действия, доставка гуманитарного груза, эвакуация жителей и т. п.) в обоих изданиях будут представлены одни и те же, но с противоположными оценками. В зависимости от того, какой источник сведений выбирается, пользователь получает особое представление о реальности. Адресность оказывает влияние не только на структуру, но и на содержание субдискурсов в Сети, следовательно, на пользователей.

Событийность как текстовая категория оказывает сильное влияние на пользователя Интернета, поскольку событие в Сети раскрывается в большом количестве разных по форме сообщений (видео-, аудио-, вербальные или креолизованные тексты, иллюстрации, схемы, коллажи и т. д.). Событие подается в краткие сроки и с большим количеством деталей, анализируется с разных ракурсов, следовательно, можно говорить о подаче события в Интернете более развернуто, быстро и в большей степени объективно, нежели в иных средствах массовой коммуникации. Объективность, однако, не гарантирована, а является результатом усилий адресата (он может найти больше источников информации, сравнить разные точки зрения, отыскать мнения специалистов и т. п.), но, разумеется, не каждый пользователь способен или стремится к всестороннему анализу информации.

Событийность оказывает влияние на пользователя еще и потому, что Интернет дает возможность показать расширение зна-

чения события за счет иных сфер. Например, после материалов о каком-либо событии в интернет-СМИ предлагаются ссылки с общим названием «Об этом пишут...», «Об этом еще...», «С этим связано...» и т. п. — такие ссылки на другие площадки Сети указывают, что при раскрытии события в рамках одного субдискурса могут затрагиваться и другие субдискурсы. Это позволяет адресату оценить важность, объем и глубину субдискурса, увидеть логическую или ассоциативную связь события одного субдискурса с другими. Взаимодействие субдискурсов в случае расширения событийности сообщения часто указывается с помощью гиперссылок внутри текста или после него.

Проблемность — это еще одно основание для взаимодействия субдискурсов. Проблемность и событийность вскрывают такую особенность дискурса Сети, как тематическое расширение, возможное за счет логических связей, обнаружившихся между разными текстами одного субдискурса или между разными субдискурсами. Тексты в Сети связаны гиперссылками, образуя огромное информационное пространство. То есть текст, просматриваемый пользователем, тянет за собой другие тексты, те тоже содержат гиперссылки, и в результате предмет речи, заявленный в первом тексте, не просто расширяется, он может измениться и даже забыться пользователем, переключившимся на сторонние сообщения. Тематическое расширение характерно для Сети и оказывает сильное влияние на пользователя. При многотемности и гипертекстуальности Интернета внимание пользователя рассеивается, усложняются процессы фильтрации информации, классификации ее на приоритетную или второстепенную. Тематическое расширение, взаимодействие субдискурсов, например, приводит к беспокойству родителей, чьи дети пользуются Интернетом и могут случайно перейти по гиперссылкам с нейтрального или детского сайта на сайты с возрастным ограничением 18+.

Итак, когнитивность как внутренний конституирующий признак дискурса Интернета подчеркивает воздействующий потенциал Сети.

Второй конституирующий признак дискурса Сети — **интерактивность** — демонстрирует экспансию адресата, поскольку в Интернете человеку приходится совершать некие действия с информацией: открыть/закрыть, скопировать, удалить, комментировать, трансформировать, погрузить в новые контексты, поделиться и т. д. Сети свойственно чередование ролей автора/адресата, которое приводит к трансформации текста

как элемента коммуникативной ситуации. Текст становится объектом не только чтения, но и действия. Кроме того, при всей бесконечности Интернет сохраняет свою обозримость. Гиперссылки дают пользователю понимание структуры Сети, ее содержания. Гипертекстуальность облегчает работу пользователя в Сети, позволяет субдискурсам взаимодействовать, а все это ведет к влиянию на пользователя [Амзин 2012; Дедова 2008].

Рассуждая об интерактивности, следует отметить, что в Интернете действует **теория дискурсивной защиты**, которая подразумевает защиту пользователя от коммуникативных неудач, обеспечивает комфорт человеку при работе в Интернете [Лазарева, Горина 2010]. Теория дискурсивной защиты — это теория, вскрывающая набор элементов, средств, приводящих к качественной, продуктивной, менее конфликтной работе пользователя в Сети. Средства дискурсивной защиты (сегментация, интеграция, компрессия, повторы, семиотическое варьирование, внутренняя политекстуальность, параграфные элементы) демонстрируют дружелюбность Интернета к человеку, оптимизируют его работу в Интернете. Благодаря средствам дискурсивной защиты Интернет становится территорией дискурсивного и физического комфорта для пользователя. Кроме того, средства дискурсивной защиты сохраняют саму интернет-систему, а также поддерживают ее воздействующий потенциал. В результате активного использования средств дискурсивной защиты Интернет предстает в виде глобального креолизованного произведения, ориентированного на активизацию адресата.

Каждое средство дискурсивной защиты оказывает влияние на пользователя в Сети. Например, сегментация и интеграция структурируют документ, делают более понятной и привлекательной интернет-страницу. Компрессия позволяет сжать объемы информации до гиперссылки, т. е. разместить большое количество сведений на обозримом пространстве. Так компрессия защищает пользователя от информационного шума, который в Сети высок. Компрессия становится причиной заголовочного восприятия, так как современный пользователь Интернета часто ограничивается чтением заголовков, названий гиперссылок, рубрик, подписей под иллюстрациями, не открывая сам сетевой документ, не переходя на страницу, где размещен полноценный материал на заявленную в анонсах тему. Это приводит к поверхностному пониманию событий и фактов, снижает требовательность к качеству тек-

стов. Авторы в Интернете используют средства дискурсивной защиты, чтобы установить доверительные, дружеские отношения с адресатом. Средства дискурсивной защиты делают Сеть не просто понятной, но и привлекательной для аудитории, что усиливает ее воздействующий потенциал.

**Вариативность** (третий внутренний конституирующий признак дискурса Интернета) проявляет свой воздействующий потенциал в оформлении (параграфемные средства), содержании (повторы информации) и структуре (структура зависит от типа площадки, от процессов сегментации, интеграции и компрессии) субдискурсов [Перцов 2001]. Вариативность имеет положительную сторону для пользователя, поскольку предоставляет выбор информации и сетевых площадок. Каждый пользователь может выбрать тот вариант площадки, субдискурса, текста, который будет максимально отвечать его требованиям. Отрицательная сторона вариативности проявляется в избыточности материалов, поскольку человеческий мозг не приспособлен к обработке информационных массивов. Следовательно, вариативность снижает доверие аудитории к Интернету как глобальному автору, поскольку, например, истинные и фейковые материалы пользователь различить часто самостоятельно не может. Кроме того, избыточность вариантов информации часто приводит к раздражению, вызывает у пользователя желание вычеркнуть повторяемую информацию из информационной ленты, обратиться к информации, противоположной по духу. Так, например, пользователи сайта «Пикабу» реагировали на изобилие информации о военном перевороте на Украине 2014 г.: *«Ребятам, не надо писать о войне, давайте постить котиков!»*.

Параграфемные средства способствуют вариативности в Интернете и усиливают его воздействующий эффект. Благодаря средствам параграфематики одна и та же информация может выступать в разном статусе (официального, развлекательного, обучающего материала и т. д.). Средства графического, композиционно-пространственного оформления, широкая палитра иллюстраций — все это помогает пользователю ориентироваться в представленных вариантах, сигнализирует об их значимости [Бабаева 2000; Лазарева 2011; Кронгауз 2014].

Говоря о воздействующем потенциале Интернета, следует учесть, что все названные черты дискурсивного сетевого образования пересекаются между собой, дополняют друг друга и действуют одновременно.

Универсальные признаки интернет-дискурса позволяют раскрыть глубину и технологию воздействия Всемирной паутины на ее пользователей.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Амзин А. Новостная интернет-журналистика : учеб. пособие для студентов вузов. 2-е изд., испр. и доп. — М. : Аспект Пресс, 2012.
2. Бабаева Ю. Д., Войскунский А. Е., Смыслова О. В. Интернет: воздействие на личность // Гуманитарные исследования в Интернете. — М. : Терра-Можайск, 2000. С. 11—39.
3. Бабенко Л. Г., Васильев И. Е., Казарин Ю. В. Лингвистический анализ художественного текста : учеб. для вуз. по спец. «Филология». — Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2000.
4. Горина Е. В. Дискурсивная модель Интернета // Изв. Урал. федер. ун-та. Сер. 1: Проблемы образования, науки и культуры. 2015. № 2 (138). С. 22—30.
5. Горина Е. В. Манипулятивный потенциал конституирующих признаков Интернета // Изв. Урал. федер. ун-та. Сер. 1: Проблемы образования, науки и культуры. 2014. № 2 (126). С. 29—39.
6. Горина Е. В., Лазарева Э. А. Когнитивное взаимодействие и когнитивное столкновение в Интернете // Изв. Урал. федер. ун-та. Сер. 1: Проблемы образования, науки и культуры. 2013. № 1 (110). С. 48—56.
7. Горошко Е. И. Интернет-коммуникация: настоящее и будущее // О некоторых чертах цивилизации будущего. — М. : Изд-во МНЭПУ, 2008. С. 455—466.
8. Дедова О. В. Теория гипертекста и гипертекстовые практики в Рунете. — М. : МАКС Пресс, 2008.
9. Кронгауз М. А. Мем в русскоязычном Интернете: опыт деконструкции // Русский язык и новые технологии. — М. : Новое литературное обозрение, 2014. С. 87—99.
10. Лазарева Э. А. Параграфемные средства как опорные точки интернет-дискурса // Образ России в словаре и дискурсе: когнитивный анализ : тез. докл. и сообщ. Междунар. науч. конф. (29 сент. — 1 окт. 2011 г., Екатеринбург). — Екатеринбург, 2011. С. 11—114.
11. Лазарева Э. А. Системно-стилистические характеристики газеты. — Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 1993.
12. Лазарева Э. А., Горина Е. В. Теория защит А. А. Реформатского в современных средствах массовой коммуникации // Изв. Урал. федер. университета. Сер. 1: Проблемы образования, науки и культуры. 2010. № 4. С. 135—143.
13. Лутовинова О. В. Лингвокультурологические характеристики виртуального дискурса : дис. ... д-ра филол. наук : 10.02.19 / Лутовинова Ольга Васильевна. — Волгоград, 2009.
14. Перцов Н. В. Инварианты в русском словоизменении. — М. : Языки русской культуры, 2001.
15. Скворцов О. Г., Лазарева Э. А., Горина Е. В. Дискурс Интернета. — Екатеринбург, 2009.

**Y. V. Gorina**  
Ekaterinburg, Russia

#### INTERNET DISCOURSE: IMPACT UPON USERS

**ABSTRACT.** *The article reveals constitutive characteristics of the Internet discourse in terms of its influence on the audience. The constitutive characteristics of the Web discourse under consideration include its cognitive potential, interactivity and variability. The author outlines the problem of influence of the Internet discourse on the processes of perception, interpretation of information and self-realization of the user on the Web. The article also studies the effect of such text categories as temporality, locative and problematic nature, authorship, target orientation and eventfulness which are specifically transformed in the Internet discourse under consideration. The Web discourse is portrayed as a global formation comprising subordinate sub-discourses. Sub-discourses, in their turn, display different composition and content configurations that influence the users' minds and emotions. Special attention is paid to the theory of discursive protection and tools ensuing that the user can surf the Web in a comfortable way, saving him/her from communication failures or superfluous actions and influencing the discursive content of the Web. The article highlights the issues of responsibility for the information provided on the Internet, falsification of Network data, data redundancy, dual capacity as an author and its target and transformation of text as an element of communication model. These constitutive characteristics of the Internet discourse are all interconnected and simultaneously influence the user.*

**KEYWORDS:** *discourse; the Internet; impact; user; sub-discourse; cognitive; interactivity; variability.*

**ABOUT THE AUTHOR:** *Gorina Yevgenia Vladimirovna, Candidate of Philology, Associate Professor of Department of Russian and Stylistics, Faculty of Journalism, Ural Federal University named after the First President of Russia B.N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia.*

#### LITERATURE

1. Amzin A. Novostnaya internet-zhurnalistika : ucheb. posobie dlya studentov vuzov. 2-e izd., ispr. i dop. — M. : Aspekt Press, 2012.
2. Babaeva Yu. D., Voyskunskiy A. E., Smyslova O. V. Internet: vozdeystvie na lichnost' // Gumanitarnye issledovaniya v Internete. — M. : Terra-Mozhaysk, 2000. S. 11—39.
3. Babenko L. G., Vasil'ev I. E., Kazarin Yu. V. Lingvisticheskiy analiz khudozhestvennogo teksta : ucheb. dlya vuz. po spets. «Filologiya». — Ekaterinburg : Izd-vo Ural. un-ta, 2000.
4. Gorina E. V. Diskursivnaya model' Interneta // Izv. Ural. feder. un-ta. Ser. 1: Problemy obrazovaniya, nauki i kul'tury. 2015. № 2 (138). S. 22—30.
5. Gorina E. V. Manipulyativnyy potentsial konstituiruyushchikh priznakov Interneta // Izv. Ural. feder. un-ta. Ser. 1: Problemy obrazovaniya, nauki i kul'tury. 2014. № 2 (126). S. 29—39.
6. Gorina E. V., Lazareva E. A. Kognitivnoe vzaimodeystvie i kognitivnoe stolknovenie v Internete // Izv. Ural. feder. un-ta. Ser. 1: Problemy obrazovaniya, nauki i kul'tury. 2013. № 1 (110). S. 48—56.
7. Goroshko E. I. Internet-kommunikatsiya: nastoyashchee i budushchee // O nekotorykh chertakh tsivilizatsii budushchego. — M. : Izd-vo MNEPU, 2008. S. 455—466.
8. Dedova O. V. Teoriya giperteksta i gipertekstovye praktiki v Runete. — M. : MAKS Press, 2008.
9. Krongauz M. A. Mem v russkoyazychnom Internete: opyt dekonstruktsii // Russkiy yazyk i novye tekhnologii. — M. : Novoe literaturnoe obozrenie, 2014. S. 87—99.
10. Lazareva E. A. Paragrafemnye sredstva kak opornye tochki internet-diskursa // Obraz Rossii v slovare i diskurse: kognitivnyy analiz : tez. dokl. i soobshch. Mezhdunar. nauch. konf. (29 sent. — 1 okt. 2011 g., Ekaterinburg). — Ekaterinburg, 2011. S. 11—114.
11. Lazareva E. A. Sistemno-stilisticheskie kharakteristiki gazety. — Ekaterinburg : Izd-vo Ural. un-ta, 1993.
12. Lazareva E. A., Gorina E. V. Teoriya zashchit A. A. Reformatskogo v sovremennykh sredstvakh massovoy kommunikatsii // Izv. Ural. feder. universiteta. Ser. 1: Problemy obrazovaniya, nauki i kul'tury. 2010. № 4. S. 135—143.
13. Lutovinova O. V. Lingvokul'turologicheskie kharakteristiki virtual'nogo diskursa : dis. ... d-ra filol. nauk : 10.02.19 / Lutovinova Ol'ga Vasil'evna. — Volgograd, 2009.
14. Pertsov N. V. Invarianty v russkom slovoizmenenii. — M. : Yazyki russkoy kul'tury, 2001.
15. Skvortsov O. G., Lazareva E. A., Gorina E. V. Diskurs Interneta. — Ekaterinburg, 2009.

**Статью рекомендует к публикации д-р филол. наук, проф. Э. А. Лазарева.**

**Ю. В. Горшунов**  
Бирск, Россия

**Е. Ю. Горшунова**  
Москва, Россия

### ЭТНИЧЕСКИЕ ЯРЛЫКИ В РЕЧИ ДЕТЕЙ И ПОДРОСТКОВ АНГЛОЯЗЫЧНОГО МИРА

**АННОТАЦИЯ.** Рассмотрены некоторые этнические ярлыки и лежащие в их основе этнические стереотипы, распространенные в подростковой среде англоязычного сообщества. Этнические стереотипы являются разновидностью социальных. Социальный стереотип — это проявление склонности воспринимающего субъекта легко и быстро заключать воспринимаемого человека в определенные категории в зависимости от его возраста, пола, этнической принадлежности и профессии и в соответствии с этим приписывать ему качества, которые считаются типичными для людей этой социальной группы. Социальные стереотипы, не всегда являющиеся точными, выполняют важную когнитивную функцию: позволяют сократить время реагирования на изменяющуюся реальность, ускорить процесс познания. В тех случаях, когда стереотипы формируют ошибочные знания об этносе, они могут деформировать процесс межэтнического взаимодействия. Этнические стереотипы и ярлыки могут быть использованы в нарушение принципов речевого этикета, прагматических принципов кооперации, вежливости, политкорректности против этносов и этнофоров для их дегуманизации и дискредитации. Анализируемые и описываемые в статье ярлыки касаются представителей таких расовых, этнических и конфессиональных групп, как евреи, чернокожие, белокожие, арабы, мусульмане и другие. Авторы статьи снабжают анализируемые ярлыки социокультурным комментарием и по возможности иллюстративными контекстами употребления на материале словарей и произведений англоязычной художественной литературы. Отмечается зависимость яркости и распространенности этнических ярлыков от исторических и социальных факторов, прогнозируется появление в Великобритании новых этнических ярлыков с отрицательными коннотациями в связи с изменением миграционных потоков и этнической структуры рабочих на предприятиях.

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:** этнический ярлык; этнический стереотип; социальный стереотип; рифмованный сленг (РС).

**СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ:** Горшунов Юрий Владимирович, доктор филологических наук, профессор, Башкирский государственный университет (Бирский филиал); адрес: 452453, г. Бирск, ул. Интернациональная, 10; e-mail: gorshunov\_@rambler.ru.

**СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ:** Горшунова Елизавета Юрьевна, кандидат филологических наук, старший преподаватель Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (Москва); адрес: 119571, г. Москва, пр-т Вернадского, 82, стр. 1; e-mail: ms.gorshunova\_@gmail.com.

Широкое распространение в англоговорящем сообществе получили этнические стереотипы и ярлыки, основанные на антропологических характеристиках, мотивированные природно-ландшафтными и другими природными признаками, типичной трудовой деятельностью, гастрономическими и кулинарными предпочтениями характеризуемого этноса и т. д. [Горшунов, Горшунова 2005; Горшунов, Горшунова 2006а; Горшунов, Горшунова 2006б]. В данной статье мы рассмотрим некоторые этнические ярлыки и лежащие в их основе этнические стереотипы, бытующие и имеющие хождение в подростковой среде англоязычного и англоговорящего сообщества, мотивированные некоторыми из вышеуказанных оснований.

Известные американские исследователи социальной психологии Д. Кац и К. Брейли определяют этнический стереотип как «устойчивое представление, мало согласующееся с теми реалиями, которое оно стремится представить, и вытекающее из присутствующего человеку свойства сначала определить

явление, а потом уже его пронаблюдать» [цит. по: Katz, Braly 1933: 96].

Этнические стереотипы представляют собой разновидность социальных стереотипов, определяемых как специальные психологические образования, которые представляют собой упрощенные устойчивые представления о социальных категориях, например социальных группах, в том числе этнических группах, о характерных чертах этносов [Налчаджян 2004]. Социальный стереотип — это проявление склонности воспринимающего субъекта легко и быстро заключать воспринимаемого человека в определенные категории в зависимости от его возраста, пола, этнической принадлежности и профессии и в соответствии с этим приписывать ему качества, которые считаются типичными для людей этой социальной группы [Taguiri 1969].

Как отмечают авторы специального исследования массовой культуры, социальные стереотипы могут формироваться на основе возраста («Young people listen to the rock mu-

sic» — «Молодежь преимущественно слушает рок-н-ролл»), пола («Men want from women only one thing» — «Мужчины хотят от женщин только одного»), расы («Japanese are hard to be differentiated from one another» — «Японцы неотличимы друг от друга»), религии («Islam provokes terrorism» — «Ислам — религия террора»), профессии («All lawyers are bilkers» — «Все адвокаты — мошенники») и национальности («The Jews are greedy» — «Евреи жадные»). Существуют также стереотипы географические (например: «It is much safer to live in small towns» — «Жить в небольших городах безопаснее (чем в мегаполисах)»), вещевые (например: «The German cars are of the best quality» — «Автомобили, сделанные в Германии — самые качественные») и прочие [Nachbar, Lause 1992].

Хотя социальный стереотип не всегда отвечает требованию точности и дифференцированности восприятия субъектом социальной действительности, его наличие играет существенную роль в оценке человеком окружающего мира, поскольку позволяет резко сократить время реагирования на изменяющуюся реальность, ускорить процесс познания. В этом смысле стереотипы — важные инструменты познавательного процесса, выполняющие функцию экономии мышления. Вместе с тем, возникая в условиях ограниченной информации о воспринимаемом объекте, социальный стереотип может оказаться ложным и выполнять консервативную, а иногда и реакционную роль, формируя ошибочное знание людей и серьезно деформируя процесс межличностного взаимодействия.

Как известно, стереотипы и ярлыки могут быть использованы в нарушение принципов речевого этикета, принципов кооперации, вежливости и политкорректности против этносов и этнофоров для их дегуманизации и дискредитации. Этнические стереотипы, имеющие хождение среди населения по отношению к иммигрантам и иностранцам, отражают оценку людей чуждой для них культуры чуждого этноса. Исследователи этнических отношений констатируют, что народы и этнические группы фактически навешивают друг на друга ярлыки и обращают значительно меньше внимания на реальное поведение [Rouse 1982]. При этом представители различных групп стремятся отстаивать и преувеличивать свою позитивно-ценностную психологическую определенность на фоне других общностей.

Ниже рассмотрим некоторые стереотипные этнические представления о народах (их представителях) как носителях чуждой культуры в аспектах бытования и материализации

этих стереотипов в форме этнических ярлыков в англоязычном социуме в сознании и речи детей и подростков.

По отношению к евреям в речи детей и подростков проскальзывает негативно-оценочное определение *hookie*, намекающее на то, что якобы типичной чертой внешности еврея является крючковатый нос:

'They did it with the *hookies* years ago'  
'*Hookies*?'

'*Quarters to twos*, Stan calls them.' [A. N. Wilson, Scandal, 1983. Цит. по: Торн 1996: 249].

В цитируемом отрывке, помимо описательного характеризующего ярлыка *hookie*, присутствует этнический ярлык *Quarter to two*, созданный в рамках рифмованного сленга для обозначения еврея (a Jew).

В силу исторических условий евреи расселились по всему миру, и «еврейская» группа этнических прозвищ едва ли не самая представительная вообще. В нашей картотеке этнических ярлыков имеющие отношение к евреям и созданные в рамках рифмованного сленга (РС) составили два десятка, причем в основу этнических ярлыков положено не только этически нейтральное и потому сравнительно безобидное этническое название *Jew*, но и оскорбительные *ikey-mo* и *Yid* [Горшунова, Горшунов 2012].

Продолжая еврейскую тему, заметим, что английские дети используют прилагательное *Jewish* в значениях *mean*, *avaricious*, *penny-pinching* (алчный; жадный, скупой), вряд ли догадываясь о расистских импликациях: 'Come on, don't be *Jewish*, lend us some.' [Recorded, schoolgirl, Battersea, London, 1973; цит. по: Торн 1996: 275]. Глагол *jew* (someone) означает на сленге «перехитрить (в финансовой сделке)», «сбивать цену», «торговаться», «мошенничать», «извлечь для себя выгоду в ущерб другому» (to outmanoeuvre someone in a financial deal). Известно, что нацистская пропаганда представляла евреев как коррумпированный, нечестный и чужой народ, который угрожает миру, захватив контроль над банками и торговлей. На протяжении длительного периода европейской истории евреи олицетворяли товарно-денежные отношения в недрах натурального хозяйства. Не случайно имя «еврей» в сознании обывателя стереотипно связывается с ростовщичеством и вымогательством. Так как слово *Jew*, используя в значениях «обманщик, нечестный человек», «скупец», коннотирует отрицательные ассоциации, появилось выражение *Jewish person* как политкорректная альтернатива.

В полиэтничном обществе Великобритании в обиходе немало этнических ярлыков по отношению к небелым гражданам. Дети

могут обозвать чернокожего или цветного сверстника недружелюбным *chocolate drop* или просто *chocolate*.

В приводимом ниже эпизоде из романа М. Диккенс ссорятся два подростка, один из которых белый, а другой — «цветной», выходец из Вест-Индии:

— She wasn't crying.

— Was.

— Wasn't.

— Was, you *clot*!

— Wasn't you — you — Because of his friendship with Edgar, Frankie could not shout *Nigger* or any other of the deceptively innocent insults like *Hovis*, *Chocolate*, *Darkie*, so, he fell back on: "You *lousy Spade*." [Dickens M. *The Heart of London*: 151].

В сознании мальчика борются два начала — желание отстоять свою правоту в споре и обида на друга, который, в общем-то беззлобно, назвал его «олухом» (*clot*), требующая разрядки. Опасаясь оскорбить и унижить приятеля, его белый друг выбирает относительно мягкую форму оскорбления (*spade*), правда, снабжает ее обидным эпитетом *lousy* (паршивый). Мальчик мог бы выбрать одно из внешне безобидных, но провокационных, этнических прозвищ *Hovis*, *Chocolate*, *Darkie*, но остановился на *Spade*. Представим краткий социокультурный комментарий к названным ярлыкам.

Этнические ярлыки для чернокожего населения появились у англичан еще в XVIII в. Одно из них — покровительственное и снисходительное описание чернокожего человека *darky* — распространилось по всей Британской колониальной империи. Оно употреблялось по отношению к американским неграм, аборигенам Австралии, маори и другим темнокожим жителям (черный, чернокожий, негр, черномазый, негритос, абориген). Таким образом, это расистский термин. Ярлык *spade* мотивирован значением "the *black* symbol on a playing card resembling a heart-shaped leaf with a stem"; "the suit of cards so marked (usually the highest ranking of the four)" — пики, пиковая масть (*черная масть* с условным изображением наконечника копья) и карта пиковой масти. Метафорический перенос обозначения черной масти на негра основан на цвете кожи. Ярлык восходит к выражению 'as *black as the ace of spades*' и вошел в обиход в начале XX в. Потенциально оскорбительное в США, этническое прозвище *spade* лишено негативных коннотаций в Англии [Торн 1996: 481] и может восприниматься даже как ласковое (*affectionate*). Именно поэтому выбор Фрэнки пал на данное прозвище. Мотивирован цветом и ярлык *Hovis* (по фирменному названию пеклеванного хлеба, телереклама

которого пытается убедить потребителя, что этот вид *черного* хлеба выпекается по традиционной технологии: «*brown bread made in a simple, old-fashioned way*») [DELC 1999: 647]. Мотивирован цветом и ярлык *chocolate*.

В другом эпизоде из цитированного выше романа М. Диккенс подросток из благополучной семьи, участвовавший в нападении на иммигрантов и виновный в гибели человека, пытается оправдаться в глазах матери. Он неискренне говорит о своей любви к простому «рабочему люду» (*proles* ← *proletarians*), терпимости к «черномазым» (*coons*, a derogatory name for a Black person, *coon* ← *raccoon*), выдавая свое лицемерие и фальшь употреблением фамильярных или оскорбительных эпитетов и оскорбительных расистских этнических ярлыков:

'If you had to hit someone, why couldn't it have been a *white man*?' Edwina fretted for the tenth time.

'He got in my way. It didn't matter what colour he was. I hardly saw. He had the lousy nerve to shout at me, and — oh, it's so damned unfair! You accused me earlier of fostering class prejudices, and I *love the prole* — you know I do. Now it seems I've stirred up racial hatred as well. Me of all people! I've never had anything against *the coons*. There's flocks of people at college *blacker than the inside of your hat*. They're all right. They do not mix, of course [ibid.: 289—290].

По отношению к чернокожим, цветным или иностранцу вообще в речи школьников привилегированных школ Великобритании в ходу снисходительное и презрительное прозвище *pongo*, которое в военном жаргоне в речи моряков и летчиков употребляется снисходительно по отношению к пехотинцу (a soldier). Происхождение прозвища мотивировано обозначением обезьяны (denoting a large African ape: from Congolese *mpongo*). Слово может вызывать ассоциации с *pong* (stench, stink, a strong, unpleasant smell — вонь, резкий, неприятный запах).

По отношению к чернокожим подросткам используется также негативно-оценочное слово *oily*. Как полагает Тони Торн, *oily* могло быть создано слиянием негативно оценочных слов *oik* и *wally* [Торн 1996: 371—372]. Таким образом, оно омонимично общеизвестному слову — оценочному прилагательному *oily*, которое выступает синонимом слова *greasy* и наводит на мысль о лоснящейся (жирной) коже и о вкрадчивом, лстивом или неискреннем поведении чернокожих подростков. Обычно *oily* употребляется в значении «глупый, некультурный, простодушный человек». В школьном жаргоне *oik* может применяться по отношению к непопу-

лярному сверстнику или ученику из другой школы, а *wally* в современном употреблении может относиться к ученику, которого терпят только потому, что он выделяется из общей массы какими-то выдающимися качествами — спортивными успехами, интеллектом или внешностью. 'I don't want to walk down the street and have them shout, "Hey, *oily*" because of how I look.' [Recorded, black youth, London, 1989; цит. по: Торн 1996: 371—372].

Чернокожие дети (например, дети выходцев из Ямайки или бывших африканских колоний) и дети-азиаты, проживающие в Великобритании, в свою очередь, могут небрежно употребить по отношению к белым соученикам обращение *ice cream*. В речи детей из семей эмигрантов из западноафриканских стран можно услышать этнический ярлык *jumble* по отношению к белому человеку (искаженное произношение *John Bull*), который был особенно популярен в 50—60-х гг. прошлого века.

Нет ничего удивительного в том, что в англоязычном сообществе растет число негативных прозвищ и ярлыков для араба и мусульманина: это во многом объясняется изменившейся демографической ситуацией. Согласно проведенной в 2011 г. переписи населения, 4,8 % населения Англии и Уэльса составляют мусульмане, общее количество белых людей британского происхождения по сравнению с 2001 г. снизилось на 400 тысяч и в 2011 составило 80 %, что на 7 пунктов меньше показателя 2001 г. Белые люди британского происхождения составляют только 45 % населения Лондона по сравнению с 58 % в 2001 г. Англичане давно заметили, что одним из самых популярных имен новорожденных детей стало *Muhammad* (Мухаммад) [Зайцев 2007], которое впервые оказалось в этом списке в 2008 г., заняв 16-е место после обычных английских имен: *Jack, Oliver, Thomas, Harry, Joshua, Alfie, Charlie, Daniel, James, William, Samuel, George, Joseph, Lewis* и *Ethan*. Однако если принять во внимание различия в написании имени (например, *Muhammed, Muhamed, Muhammet, Muhmmad, Muhamad* и многие другие) и учитывать сложные (двойные) и производные этого имени (например, *Muhammad-Ibrahim*), то имя *Muhammad* выходит на второе место после имени *Jack*!

Среди негативных прозвищ и ярлыков для араба и мусульманина мы отметим только те, которые мотивированы культурными различиями. В арабском мире, как известно, мужчины (например, кочевники-бедуины) носят на голове платки или косынки, обмотав или завязав их вокруг головы. Традиция ношения подобных головных убо-

ров высмеивается в прозвищах *rag head, hankie-head, towel-head*, имеющих хождение в Англии по отношению к ближневосточным арабам. Эти прозвища известны и в Америке, где относительно недавно возникли новые ярлыки *handkerchief head* и *diaper head*. Прозвище *towel-head* употребляется как альтернатива более распространенному синониму *rag head*. Оно вошло в обиход в 1980-х гг. и приобрело особую популярность во время и после Войны в Персидском заливе 1991 г. (Gulf War of 1991), которая представляла собой военную акцию многонациональных вооруженных сил во главе с США, предпринятую для выведения войск Ирака из Кувейта.

Новым катализатором для роста антиарабских настроений в США и других странах мира послужил террористический акт 11 сентября 2001 г. в Нью-Йорке (иногда именуемый просто 9/11), ответственность за который лежит на террористической организации «Аль-Каида». В целом после драматических событий 11 сентября 2001 г. и Иракской войны население США недоброжелательно воспринимает, помимо Ирана и Ирака, и другие мусульманские страны — Саудовскую Аравию, Пакистан, Афганистан, Ливию, Палестинскую автономию.

Естественной реакцией на известные события 11 сентября 2001 г. стало возникновение в речи американских школьников новых этнически мотивированных ругательств типа *Osama Yo' Mama* («Усама твою мать»), *burka* («чадра»), *Taliban* «талибан, талиб» и других. Как язвительно заметил в газете «The Guardian» британский журналист Джулиан Борджер (Julian Borger), «сленг бен Ладена наводнил американские школы» («Bin Laden slang invades US schools»). Американские подростки на все лады издевались над Усамой бен Ладеном ("*Osama Yo' Mama*"), называли мусульманских или арабских детей «талибами» (*Talibans*) и спрашивали, не заболел ли он/она сибирской язвой (*anthrax*), если находили их поведение странным (*weird*). О раздражительном или обидчивом учителе говорили как о «террористе» (*such a terrorist*), а немодно одетую девочку могли спросить: "*Is that a burka?*" — «Это что, не чадра ли? Ты что, носишь паранджу?». Об устаревших вещах и старомодных представлениях стало модно говорить "*That's so September 10*" — «это просто 10 сентября» (*used on anyone obsessed with petty issues, or behind the times*). Дисциплинарное наказание, в частности оставление после уроков, приравнивается теперь к «полному джихаду»: *Detention and other disciplinary measures were reported as "total jihad"* [Borger 2002]. «Терро-

ристический юмор» и проблема американского подросткового сленга обсуждались на семинаре Международной ассоциации по изучению юмора (International Society for Humor Studies, ISHS) в рамках прошедшей летом 2002 г. в Италии 14-й ежегодной конференции.

Завершая рассмотрение проблемы бытования и хождения в подростковой среде англоязычного и англоговорящего сообщества некоторых этнических ярлыков и лежащих в их основе стереотипов, можно предположить, что в силу изменившейся демографической ситуации в Соединенном Королевстве, в результате миграции в Великобританию жителей из стран Центральной и Восточной Европы и расширения членства ЕС за счет таких европейских стран, как Румыния и Болгария, ощутимого присутствия польских, литовских и латышских мигрантов, которые на британских заводах иногда занимают до 50 % имеющихся рабочих мест, могут получить распространение новые ярлыки для новых категорий мигрантов как у взрослых, так и у подростков.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Горшунов Ю. В., Горшунова Е. Ю. Гастрономические символы наций и народов, лежащие в основе национальных и этнических прозвищ // Язык и литература в поликультурном пространстве. — Бирск, 2005. С. 408—410.

**Y. V. Gorshunov**  
Birsk, Russia

**E. Y. Gorshunova**  
Moscow, Russia

#### ETHNIC LABELS IN CHILDREN'S AND TEENAGE SPEECH OF THE ENGLISH-SPEAKING COMMUNITY

**ABSTRACT.** *The article deals with some ethnic labels and underlying ethnic stereotypes widely spread among teenagers of the English-speaking community. Ethnic stereotypes represent a variation of the social ones. A social stereotype is a certain tendency of the speaking subject to include the designated person into a category depending on the latter's age, sex, ethnic identity and profession and in accordance with this ascribe to him properties which are considered to be typical of people of the given social group. Social stereotypes, which are not always precise enough, perform an important cognitive function: they allow quickening reaction to the changing reality and accelerating the process of cognition. In cases when stereotypes form distorted images of an ethnic group they can deform the process of ethnic interaction. Ethnic stereotypes and labels could be used contrary to the principles of speech etiquette, pragmatic principles of cooperation, politeness and political correctness against ethnic groups and ethnofores for their dehumanization and discreditation. The analyzed and described labels refer to representatives of such racial, ethnic and confessional groups as Jews, black people, white people, Arabs, Muslims, etc. The authors of the article provide the labels under analysis with socio-cultural comments and in most cases with contexts illustrating their usage on the material of dictionaries and works of the English fiction. The article highlights the dependence of expressiveness and spread of ethnic labels on historical and social factors and predicts appearance in Britain of new ethnic labels with negative connotations in connection with changes in migration flow and ethnic structure of industrial workers.*

**KEYWORDS:** *ethnic label; ethnic stereotype; social stereotype; rhyming slang.*

**ABOUT THE AUTHOR:** *Gorshunov Yuri Vladimirovich, Doctor of Philology, Professor of Bashkir State University (Birsk Branch), Birsk, Russia.*

**ABOUT THE AUTHOR:** *Gorshunova Elizaveta Yurievna, Candidate of Philology, Senior Lecturer of Russian Academy of National Economy and State Service under the President of the Russian Federation, Moscow, Russia.*

2. Горшунов Ю. В., Горшунова Е. Ю. Этнические стереотипы и ярлыки, мотивированные цветом кожи // Актуальные проблемы филологии и методики преподавания иностранных языков : материалы Междунар. конф. — Новосибирск : НГПУ, 2006а. С. 32—38.

3. Горшунов Ю. В., Горшунова Е. Ю. Этнические прозвища, мотивированные природно-ландшафтными и природно-климатическими признаками // Наука в школе и вузе : материалы науч. конф. аспирантов и студентов. — Бирск : БирГСПА, 2006б. С. 131—133.

4. Горшунова Е. Ю., Горшунов Ю. В. Неявные формы расового и этнического оскорбления (на примере этнических ярлыков рифмованного сленга) // Вестн. Башкир. ун-та. 2012. Т. 17, № 1. С. 246—248.

5. Зайцев Б. В Британии все больше маленьких Мухаммедов // Эхо Планеты. 2007. № 24, июнь. С. 3—4.

6. Налчаджян А. А. Этнопсихология. — СПб. : Питер, 2004.

7. Borger J. Bin Laden slang invades US schools // The Guardian. 2002. 20 March.

8. DELC = Longman Dictionary of English Language and Culture. New Ed. second impression. 1999.

9. Katz D., Braly K. Racial Stereotypes in One Hundred College Students // Journ. of Abnormal and Social Psychology. 1933. Vol. 28. p. 280—290.

10. Nachbar J., Lause K. Popular Culture: An Introductory Text / Bowling Green State University. — Popular Press, 1992.

11. Royce A. Ethnic Identity. Strategies of Diversity. Bloomington : Indiana Univ. Pr., 1982.

12. Taguiri R. Person Perception // The Handbook of Social Psychology / J. Lindsay, E. Aronson. — New York, 1969. Vol. 3. P. 395—449.

## LITERATURE

1. Gorshunov Yu. V., Gorshunova E. Yu. Gastronomicheskie simvol'y natsiy i narodov, lezhashchie v osnove natsional'nykh i etnicheskikh prozvisch // Yazyk i literatura v polikul'turnom prostranstve. — Birs'k, 2005. S. 408—410.
2. Gorshunov Yu. V., Gorshunova E. Yu. Etnicheskie stereotipy i yarlyki, motivirovannyye tsvetom kozhi // Aktual'nye problemy filologii i metodiki prepodavaniya inostrannykh yazykov : materialy Mezhdunar. konf. — Novosibirsk : NGPU, 2006a. S. 32—38.
3. Gorshunov Yu. V., Gorshunova E. Yu. Etnicheskie prozvishcha, motivirovannyye prirodno-landshaftnymi i prirodno-klimaticheskimi priznakami // Nauka v shkole i vuze : materialy nauch. konf. aspirantov i studentov. — Birs'k : BirGSPA, 2006b. S. 131—133.
4. Gorshunova E. Yu., Gorshunov Yu. V. Neyavnyye formy rasovogo i etnicheskogo oskorbleniya (na primere etnicheskikh yarlykov rifmovannogo slenga) // Vestn. Bashkir. un-ta. 2012. T. 17, № 1. S. 246—248.
5. Zaytsev B. V Britanii vse bol'she malen'kikh Mukhammedov // Ekho Planety. 2007. № 24, iyun'. S. 3—4.
6. Nalchadzhyan A. A. Etnopsikologiya. — SPb. : Piter, 2004.
7. Borger J. Bin Laden slang invades US schools // The Guardian. 2002. 20 March.
8. DELC = Longman Dictionary of English Language and Culture. New Ed. second impression. 1999.
9. Katz D., Braly K. Racial Stereotypes in One Hundred College Students // Journ. of Abnormal and Social Psychology. 1933. Vol. 28. p. 280—290.
10. Nachbar J., Lause K. Popular Culture: An Introductory Text / Bowling Green State University. — Popular Press, 1992.
11. Royce A. Ethnic Identity. Strategies of Diversity. Bloomington : Indiana Univ. Pr., 1982.
12. Taguiri R. Person Perception // The Handbook of Social Psychology / J. Lindsay, E. Aronson. — New York, 1969. Vol. 3. P. 395—449.

**Статью рекомендует к публикации канд. филол. наук, доц. М. Б. Ворошилова.**

**Е. В. Дзюба**  
Екатеринбург, Россия

**О ВЛИЯНИИ ИДЕОЛОГИИ НА ФОРМИРОВАНИЕ КАТЕГОРИИ «ИНТЕЛЛЕКТ»  
В РУССКОМ ЯЗЫКОВОМ СОЗНАНИИ**

**АННОТАЦИЯ.** В статье рассматривается специфика категоризации интеллекта в русском языковом сознании, характерная для разных исторических эпох. Материалом исследования служат исторические и современные словари, фиксирующие состояние языка начиная с древнерусского периода и до настоящего времени. Посредством анализа дефиниций единиц лексико-семантического поля ИНТЕЛЛЕКТ описываются изменения смысловых и аксиологических компонентов рассматриваемой категории, обусловленные господствующей в определенный исторический период идеологией. Доказывается, что в период Русского Средневековья в сознании человека существовало глубоко религиозное представление о некоем триедином феномене «ум — душа — дух», которое было основано на вере и предполагало постижение единственно возможной истины — Божией; в эпоху Просвещения в России с развитием научного мышления начала формироваться собственно категория ИНТЕЛЛЕКТ, которая предполагала произведение умственной, аналитической деятельности. В статье также подчеркивается, что в период господства советской идеологии сложилось весьма неоднозначное, чаще негативное, отношение к людям, занимающимся интеллектуальной деятельностью; отмечается, что в постсоветский период произошла переоценка ценностей, интеллект стал трактоваться как национальное достояние, однако в последние годы актуализировался сугубо прагматический аспект: интеллигентов (культурно образованных людей, занимающихся интеллектуальной деятельностью) сменили интеллектуалы, служащие бизнесу и политике.

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:** когнитивная лингвистика; категоризация; языковое сознание; картина мира; идеология; интеллект.

**СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ:** Дзюба Елена Вячеславовна, кандидат филологических наук, доцент, докторант кафедры риторики и межкультурной коммуникации, Уральский государственный педагогический университет (Екатеринбург); 620017, г. Екатеринбург, пр-т Космонавтов, д. 26, к. 285; e-mail: elenacz@mail.ru.

Категория ИНТЕЛЛЕКТ для русской культуры, как и для любой другой, является константной (термин «константы» принадлежит Ю. С. Степанову [Степанов 1997]). Это значит, что категория формировалась в сознании народа на протяжении многих веков, она глубоко укоренена в ментальности людей как культурно значимая и всегда актуальная. Однако некоторые даже константные категории (особенно абстрактные, невещественные) способны претерпевать изменения как в содержательном, так и в аксиологическом аспектах. Очевидно, что многие категории — такие, например, как ПРИРОДНЫЕ СТИХИИ, ВРЕМЕНА ГОДА, ЧАСТИ ТЕЛА ЧЕЛОВЕКА и под. — являются жестко ограниченными в содержании, и их осмысление на сегодняшний день вряд ли может подчиняться идеологическому влиянию. Некоторые категории — такие, как ОВОЩИ, ФРУКТЫ, БЫТОВАЯ ТЕХНИКА, МУЗЫКАЛЬНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ, ЛЕКАРСТВЕННЫЕ СРЕДСТВА и под. — не являются жестко ограниченными по объему содержания, список членов данных категорий способен пополняться, что обусловлено веяниями времени: развитием научного знания, совершенствованием технологий и т. п. Появляются новые выведенные селекционерами сорта овощей и фруктов, развитие медици-

ны, фармакологии и химической промышленности способствует появлению все новых лекарственных препаратов, стремительное движение технической мысли наполняет жизнь человека все новыми предметами электронной техники. В сознании людей прошлого некоторые категории не существовали вовсе (КОМПЬЮТЕРНЫЕ ПРОГРАММЫ, КОСМИЧЕСКАЯ ТЕХНИКА, СРЕДСТВА МОБИЛЬНОЙ СВЯЗИ и под.). Иными словами, речь здесь идет о хронологическом факторе, влияющем на формирование категорий.

Совершенно иной статус имеют абстрактные категории, которые, казалось, свободны от влияния времени. Категории ДУХОВНОСТЬ, НРАВСТВЕННОСТЬ, ИНТЕЛЛЕКТ, ЧУВСТВА ЧЕЛОВЕКА и под. существуют с момента зарождения человеческого общества. В данном исследовании осуществляется попытка доказать, что константные категории (актуальные и значимые во все времена) нередко оказываются рамочными (термин также Ю. С. Степанова [Степанов 1997]), т. е. у таких категорий неизменной всегда остается общая содержательная канва, однако концептуальные и оценочные смыслы способны меняться в зависимости от той идеологии, которая господствует в тот или иной период развития общества. Выска-

занное положение будет проиллюстрировано на примере анализа дефиниций лексем смыслового поля ИНТЕЛЛЕКТ из русскоязычных лексикографических источников разных эпох.

Проследить изменение смысловой структуры и аксиологических характеристик категории ИНТЕЛЛЕКТ целесообразно с привлечением следующих источников: 1) «Материалов для словаря древнерусского языка по письменным памятникам» И. И. Срезневского (Санкт-Петербург, 1893. В 3 т.); 2) «Словаря Академии Российской» 1789—1794 гг. (URL: [www.philiprovich.ru](http://www.philiprovich.ru)); 3) «Толкового словаря живого великорусского языка» В. И. Даля; 4) толкового словаря русского языка, опубликованного под редакцией Д. Н. Ушакова; 5) «Словаря русского языка», выпущенного под ред. А. П. Евгеньевой; 6) «Толкового словаря русского языка» С. И. Ожегова и Н. Ю. Шведовой; 7) «Русского толкового словаря» В. В. Лопатина, Л. Е. Лопатиной; 8) «Толкового словаря русского языка начала XXI века», опубликованного под ред. Г. Н. Складневской.

Методика лексикографического описания категории ИНТЕЛЛЕКТ опирается на анализ лексем с корневыми морфемами *-ум-*, *-рассуд-*, *-мудр-* и т. п. (при этом частеречная принадлежность той или иной единицы часто не имеет принципиального значения для выявления того или иного смыслового компонента). Всего для исследования было собрано и проанализировано 2837 дефиниций к лексемам смыслового поля ИНТЕЛЛЕКТ, из них 346 словарных статей — из «Материалов...» И. И. Срезневского, 329 — из «Словаря Академии Российской», 455 — из «Толкового словаря живого великорусского языка» В. И. Даля, 402 — из «Толкового словаря русского языка» под ред. Д. Н. Ушакова, 411 — из «Словаря русского языка» под ред. А. П. Евгеньевой, 285 — из «Толкового словаря русского языка» С. И. Ожегова и Н. Ю. Шведовой, 205 — из «Русского толкового словаря» В. В. Лопатина и Л. Е. Лопатиной, 2 — из «Толкового словаря русского языка начала XXI века» под ред. Г. Н. Складневской.

Как уже подчеркивалось, одну из важнейших для русской ментальности категорий — ИНТЕЛЛЕКТ — необходимо рассматривать в соответствии с той системой ценностей, которая господствовала в определенный исторический период. Несомненно, содержание лингвоментальных феноменов со временем способно изменяться, эту идею отмечают многие современные исследователи: Н. А. Красавский [Красавский 2008], В. А. Маслова [Маслова 2007], Ю. С. Степанов [Степанов 1997] и др.

Каждая эпоха привносит что-либо свое, идеологически, политически, экономически, социально обусловленное, в содержание той или иной категории. Например, Русское Средневековье [1] с его религиозной доминантой накладывало совершенно определенный отпечаток на содержание категории ИНТЕЛЛЕКТ. Картина мира средневекового человека была полностью окрашена в религиозные тона, практически все культурное пространство того времени было подчинено христианскому мировидению [см. об этом: Вендина 2002; Гуревич 1976; Живов 2002; Лихачев 1958]. «Богословие представляло собой „наивысшее обобщение“ социальной практики человека средневековья, оно давало общезначимую знаковую систему, в терминах которой члены феодального общества осознавали себя и свой мир и находили его обоснование и объяснение», — замечает А. Я. Гуревич [Гуревич 1984: 11].

Очевидно, что и содержание категории ИНТЕЛЛЕКТ носило глубокий отпечаток духовно-религиозной культуры. Это четко прослеживается на примере значений слов *ум*, *сердце*, *душа*, *дух*, представленных в «Материалах...» И. И. Срезневского (лексема *интеллект* появится в русском языке значительно позже). У лексемы *умь* значение 'способность мыслить и познавать' занимает лишь вторую позицию, в то время как в современных словарях это значение зафиксировано как первое (ср. данные «Словаря русского языка» под ред. А. П. Евгеньевой): «ум — 1. Познавательная и мыслительная способность человека, способность логически мыслить»; данные «Толкового словаря русского языка» С. И. Ожегова, Н. Ю. Шведовой: «ум — 1. способность человека мыслить, основа сознательной, разумной жизни»).

Если в сознании современного носителя языка ментальная способность противопоставляется чувству, то для средневекового человека такого разделения не существует. Часто лексемы *ум*, *разум*, *дух*, *душа*, *сердце*, как это представлено в «Материалах...» И. И. Срезневского, употребляются в роли синонимов, что говорит об отсутствии в сознании средневекового человека четких границ между интеллектуальной, этической и эмоциональной сферами. Так, например, значение 'душа, совокупность духовных сил' объединяет слова *ум* в первом значении [2] (ср.: «умь — 1) душа, совокупность духовных сил»), *сердце* в третьем значении (ср.: «сердце — 3) дух, душа, средоточие жизненных сил человека, совокупность ощущений, мыслей и чувствований»), *разумный* в седьмом значении (ср.: «разумный — 7) относящийся к душе, духовный»). Встречаю-

щеется у И. И. Срезневского слово *великоумие* также имеет сему духовности (ср.: «великоумие, великоумити, то же, что *ερχ. μεγαλοφροειν* — имеющий возвышенный образ мыслей, великий духом, мужественный»).

Идея неотделимости ума как ментальной категории от чувства подтверждается и многочисленными контекстами, приведенными И. И. Срезневским в качестве иллюстраций к дефинициям: *Сын мой дочь вашу возлюбил умом; Душа сидит в голове и ум имеет, как светлое око, в себе; Целым своим умом пишу грамоту душевную; Душа, молитвенной сладости лишаемая, к расслаблению и умертвию умному* (т. е. умерщвлению ума) *приближается...* и др. (см. словарную статью *умъ* в «Материалах...» И. И. Срезневского). Понятия *ум, разум, дух, душа, сердце* имели общий компонент значения 'духовность'. Для человека средневекового периода категории интеллектуального, эмоционального и этического не осознавались как отдельные, самостоятельные, сливаясь в одно глубокое религиозное чувство. Человек древнерусского периода и сердцем, и душой, и умом стремился постигать Бога.

Ум не мыслится человеком средневековой Руси без Бога-Творца. С одной стороны, ум дается человеку Богом (ср.: *...Тогда открылся им ум, чтобы они разумели писание...; Ум свой имел от Бога...*), с другой стороны, только постигающий Бога человек (а в этом ему помогает ум, как светлое око) считается умным, ср.: *Будь понижен главою, высок умом, очи имея в земле, умнея в небесах* (т. е. опуская глаза в землю, умнея в небесах — о смирении, покорности, отсутствии гордыни, высокомерия для обретения высшей милости). А. Я. Гуревич подчеркивает, что некий «перводвигатель, высший разум, Бог, Творец, как бы эту сверхприродную силу ни называть... был... постулатом, настоятельнейшей потребностью всего видения мира и нравственного сознания» средневекового человека, без Бога «он был неспособен объяснить мир и ориентироваться в нем. То была — для людей средневековья — высшая истина, вокруг которой группировались все их представления и идеи, истина, с которой были соотнесены их культурные и общественные ценности, конечный регулятивный принцип всей картины мира эпохи» [Гуревич 1984: 6].

Лексическое значение 'способность мыслить, познавать, разум' занимает вторую позицию в «Материалах...» И. И. Срезневского, однако во многих контекстах сам процесс познания трактуется не столько как интеллектуальная процедура получения нового знания, как это представляется совре-

менному человеку, сколько как постижение Бога, постижение миропорядка, устроенного Богом, ср. контексты: *Тогда отверзся им ум, чтобы они понимали писание; Взглянув в небо умными очами, вздохнув из глубины сердца, произнес речь псаломскую* (см. дефиниции *умъ, умьныи*), см. также лексемы *богоразумие* и *богоразумение* (лат. *cognition Dei*), т. е. познание Бога. Даже слово *философ* имеет значение не просто 'ученый муж', но именно 'богослов'.

Однако это не означает, что в древнерусских текстах не используется понятие *ум* как концепт собственно интеллектуальной категории. Концептуальный смысл 'знание, ученость, приобретенные в результате образования, постижения наук' также оказывается актуальным. Так, в «Материалах...» И. И. Срезневского слово-концепт *умъ* оказывается эквивалентным греческому *ἐπιστήμη* (ср.: «ἐπιστήμη — знание, умение, наука» [Вейсман 1995]) и латинскому *sapientia* (ср.: «sapientia — 1) благоразумие, рассудительность, ум; 2) мудрость, знание; 3) философия» [Дворецкий 2006]). Однако это не дает полноценного основания утверждать, что в Русском Средневековье в сознании носителей языка была сформирована категория ИНТЕЛЛЕКТ, эту позицию занимало представление о некоем триединстве *душа — ум — дух*, которые сливались в единое религиозное чувство, направленное на постижение Божией Истины.

В этом же контексте формировалось понятие безумия, которое в культурной традиции Русского Средневековья трактовалось двойственно. Во-первых, безумие отождествляется с душевным расстройством, болезнью. В «Материалах...» И. И. Срезневского слово *безумьникъ* тождественно латинскому *insanus* ('нездоровый'). Душевное расстройство, как известно, часто проявляется во внешней агрессии, эмоциональной несдержанности, импульсивном поведении. Неумен тот, кто не сдержан, тот, кто *буянит*, находится в *буйстве*, т. е. не умеет подчинять свои чувства сдержанному разуму. Соответственно, умный человек представляется сдержанным, смиренным. В этом смысле понятие *ум* близко *благоразумию*, которое «было связано с целомудрием, здравомыслием и сдержанностью», т. е. «с таким состоянием духа человека, когда он ради сохранения внутренней гармонии способен подавить наплыв душевных чувств» [Вендина 2002: 233].

Нужно заметить, что в древнерусский период идея безумства имела культурологическую значимость, безумство было тождественно юродству. В «Материалах...» И. И. Срез-

невского слово *обезуметь* является синонимом лексемам *обуродети / обьюродети*. В «Этимологическом словаре...» М. Фасмера указывается, что до XIV в. используется слово *уродивъ*, позже — *юродивъ*. Очевидно, что *юродивый* и *урод* — однокоренные слова (ср.: «...др.-русс. *уродъ* 'слабумный, юродивый'» [Фасмер 1973]). Таким образом, *юродивый* — это безумный, сумасшедший лишь с точки зрения внешней характеристики. Так и *уродливый* в русском языке означает отсутствие внешней красоты, в некоторых диалектах русского языка и в некоторых славянских языках, например, польском, *уродливый* также относится к характеристике внешности, правда с положительной оценкой, в значении 'красивый'. Иными словами, *юродивый* — это безумец с точки зрения лишь обыденного, мирского сознания, так как поведение и внешний облик блаженного далеки от принятого в обществе.

По данным православной энциклопедии «Древо», аналогом слова *юродивый* было греческое *σαλός*, что означает 'глупый, безумный'. Юродивыми считался «сонм святых подвижников, избравших особый подвиг — юродство, подвиг изображения внешнего, т. е. видимого безумия с целью достижения внутреннего смирения. Юродивые отказывались ради Христа не только от всех благ и удобств земной жизни, но также часто и от общепринятых норм поведения в обществе...» [Древо...]. Г. П. Федотов отмечает, что высокое народное почитание юродства придает этой форме христианского подвижничества национальный русский характер. «Юродивый так же необходим для русской церкви, как секуляризованное его отражение, Иван-дурак, — для русской сказки. Иван-дурак, несомненно, отражает влияние святого юродивого, как Иван-царевич — святого князя», — поясняет исследователь [Федотов 1985: 192].

Таким образом, добровольное юродство являлось лишь видимым безумием, оно было необходимо блаженному для посмеяния со стороны окружающих людей и давало возможность разоблачать пороки властей предержавших. Это, вкуче с крайне аскетическим образом жизни (нищетою, наготою и т. п.), становилось особой формой смирения и гарантом спасения души. «В русской православной среде, — пишет в статье «Русские юродивые» преподобный Феодосий Кавказский, — юродивых почитали как *Божиих людей, блаженненьких*, на которых лежит особая Божественная благодать» [Преподобный Феодосий Кавказский].

Итак, изучение единиц лексико-смыслового поля ИНТЕЛЛЕКТ по «Материалам...» И. И. Срезневского позволило выявить сле-

дующее: Русское Средневековье не сформировало категории ИНТЕЛЛЕКТ как самобытной категории, предполагающей научное познание, совокупность аналитических действий, способность критически мыслить и т. д. Единое понятие *ум* — *душа* — *дух* для средневекового человека было в первую очередь категорией духовно-нравственной. Ум, вкуче с душой, духом, эмоциями, всецело подчинен религиозному чувству. Умом человек должен постигать Бога, отделять истину от лжи, чтобы в конечном итоге спасти душу. Для этого нужен здоровый ум, т. е. сдержанный, неимпульсивный, способный подавить стихийные чувства. Даже идея безумства (юродства) в Русском Средневековье трактуется как особая форма служения Богу.

Совершенно иной подход к трактовке концепции интеллекта, обусловленный веяниями эпохи Просвещения, можно наблюдать при анализе материалов «Словаря Академии Российской (1789—1794 гг.)». В данном словаре предлагается научная трактовка интеллекта: ум отождествляется с понятиями разума и рассудка (ср.: «*умный* — благоразумный, имеющий здравый рассудок, или основанный на здравом рассудке, рассудительный; *разум* — способность души, посредством которой человек, обдумывая, сравнивая предметы, может их понимать, об оных судить и выводить по рассмотрении и соображении следствия»). В словарных дефинициях представляется нерелигиозное понимание ума: указан результат умственной деятельности — постижение истины, однако под истиной не подразумевается Божественное начало, как это было в средневековый период (ср.: «*умствую* — посредством соображения в уме стараюсь постигнуть истину»). Смысловой компонент 'ум как способность к отвлеченному, умозрительному, априорному познанию' поддерживается лексемами *умозрение* (ср.: «*умозрение* — внимательное рассматривание качества и свойства вещи: умственное созерцание чего-нибудь; или проницание в общие истины»), *умственный* (ср.: «*умственный* — основанный на умствовании, на рассуждении») и др. В словаре также фиксируется смысловой компонент 'ум как образованность, багаж знаний': в контексте к слову *ум* (ср.: «Великий, проницательный, просвещенный умъ») и в толковании лексем *мудрый* (ср.: «*мудрый* — много знающий...») и *мудрец* (ср.: «*мудрец* — искусный в науках»). В данном словаре, в отличие от «Материалов...» И. И. Срезневского, фиксируется смысловой компонент 'скорость мыслительных процессов', отраженный лексемами *быстроумие* (ср.: «*быстроумие* — быстрый, проницательный, острый ум»), *бы-*

*строумный* (ср.: «*быстроумный* — одаренный пронизательным, острым, быстрым понятием, умом»), *быстроумно* (ср.: «*быстроумно* — остроумно»). Следует заметить, что значение данных лексем отражает связь ума и речи, так как под быстроумием понимается остроумие, которое, в свою очередь, часто трактуется как острословие (ср. контексты к словам *остроумный*, *остроумно*: «*Остроумные слова, речи. Остроумной ответ*»).

Идея интеллектуальной слабости, недостатка ума трактуется исключительно как болезнь (ср.: «*безуміе, безумство* — ...состояние того, кто имеет недостаток или повреждение рассудка») или как глупость, тупость (ср.: «*малоуміе* — недостаток ума, рассудка; *малоумный* — недостаточествующий в уме, в рассудке; *полоуміе* — слабый, помешанный ум; *полоумный* — малоумный, недостаточный, поврежденный умом; *слабоуміе* — слабый ум; *скудоуміе* — недостаток в уме, глупость; *тупоуміе* — непонятность, тупость ума»).

Анализ материалов «Словаря Академии Российской» показал, что к концу XVIII века категория ИНТЕЛЛЕКТ в светском и научном понимании была сформирована, но сама иноязычная единица все еще не вошла в словарь. Эта категория репрезентируется лексемами *ум*, *разум*, *рассудок*, которые обозначают умственную/мыслительную деятельность, результатом которой является постижение истины как единственно верного решения какого-либо вопроса. В словаре также фиксируется смысловой компонент 'ум как результат образованности, учености', сохраняется связь ума с нравственностью. Безумие отождествляется с болезнью, которая понимается как утрата рассудка, повреждение ума (при этом христианское понимание безумия как особой формы служения Богу не обозначено).

В «Словаре живого великорусского языка» В. И. Даля появляется лексема «интеллектуальный», ср.: ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ, *лат.* духовный, умственный, разумный; *противопол.* Вещественный, плотский, телесный, чувственный [Даль, электронный ресурс]. Первичным значением слова *ум* становится следующее: «*ум* — м. Общее название познавательной и заключительной способности человека». Этот же смысловой компонент фиксируется и в определениях других лексем, ср.: «*умозаключение* — вывод из рассуждений или силлогизм; *умствовать* — мыслить, размышлять, думать, об(раз)думывать, соображать в уме, в мыслях, думою, выводя заключение; философствовать; мечтать». Если ранее способность к особому, умозрительному видению, неэм-

пирическому восприятию чего-либо (сути вещей, проблем и т. п.) в основном понималась как способность постигать Божественную истину, то в поздний период стали акцентироваться иные смысловые компоненты, актуализирующие идею абстрактного и научного мышления, ср.: «*умозоркий, умозорный* — человек, который видит умом, духом далее, глубже других, остроум; *умозренье* — заключение умственное, по умствованию, догадка ума, мыслительный вывод, теория (противоп. *опыт, дело, практика, насущность*); *умозритель, умозрительница* — теоретик, строящий заключения свои на умственных догадках; *умно, умнее* — церк. умственно, духовно; мысленно, умозрительно; а priori, то есть по одному лишь заключению ума».

Однако нельзя утверждать, что в этот период развития языка утрачивается связь умственной способности с духовностью. В. И. Даль четко разграничивает сферы духовности и подчеркивает принадлежность ума именно к духовной сфере, ср.: «*ум* — м. Общее название познавательной и заключительной способности человека, это одна половина духа его, а другая нрав, нравственность, хотенье, любовь, страсти...» [Даль, электронный ресурс]. Так, В. И. Даль утверждает наличие двух разных, но взаимосвязанных сторон духовной сферы человека: интеллектуальной — с одной стороны, и эмоционально-нравственно-волевой — с другой стороны. При этом В. И. Даль разделяет в интеллектуальной сфере две степени: высшую, предполагающую отвлеченное мышление (разум, рассудок), и низшую, т. е. прикладную, обиходную, ср.: «*ум* — ...в тесном (то есть в узком — Е. Д.) значении ум или смысл, рассудок есть прикладная, обиходная часть способности этой (*ratio, Verstand*), низшая степень, а высшая, отвлеченная: разум (*intellectus, Vernunft*). Низшей степенью ума наделены и животные, высшей — только человек» [Даль, электронный ресурс]. Низшим В. И. Даль считает прикладной, бытовой ум, ум в его прагматическом смысле, им обладают и человек и животные; высшим автор словаря называет абстрактный, теоретический ум, которым наделен только человек, что и именуется интеллектом.

В «Словаре...» указана также обязательная составляющая ума — образованность, ср.: «*умник* м., *умница* общ. — Умный человек, образованный науками, ученый, с пронизательным умом и даром слова // рассудительный, разумный, опытный и мысленный человек, со здравым смыслом». Особое внимание следует обратить на смысловой компонент 'обладание даром слова'. В. И. Даль фиксирует распространенное у рус-

ского народа и, вероятно, справедливое представление о красноречии как об отличительной особенности именно умного человека.

Лингвистические словари XX в. (в частности, советского периода) также имеют некоторые специфические черты. Во-первых, очевидно влияние советской идеологии, что отражается на эмоционально-оценочных компонентах значений некоторой группы лексики, на формулировках некоторых дефиниций и т. д. Во-вторых, в сравнении с «историческими» словарями формулировки лексических значений предельно кратки и обобщенны: в словарях дается только понятийная составляющая лексем, входящих в смысловое поле ИНТЕЛЛЕКТ, коннотативные характеристики отмечаются в виде стилистических помет или имплицитно содержатся в иллюстративном материале.

Относительно семантического наполнения слов-концептов *ум*, *разум*, *рассудок*, *интеллект*, *мышление* словари XX в. («Словарь русского языка» под редакцией Д. Н. Ушакова, «Словарь русского языка» под редакцией А. П. Евгеньевой, «Словарь русского языка» С. И. Ожегова и Н. Ю. Шведовой) принципиально не различаются. Интеллект представляется в первую очередь как вид деятельности человека (ср.: «ИНТЕЛЛЕКТ — мыслительные способности человека, разум, уровень умственного развития; УМ — мыслительная способность, лежащая в основе сознательной, разумной деятельности; УМСТВЕННЫЙ — 1) прил., связанный с деятельностью ума, сознания, интеллектуальный»). При этом специфика данной деятельности определяется в виде процесса движения, развития мысли; векторность ментальной деятельности определяет направление развития ума, соответственно — способности человека в какой-либо интеллектуальной сфере (ср.: «УМОНАСТРОЕНИЕ — направленность ума, совокупность интересов в области интеллектуальной деятельности»).

В названных словарях утверждается смысловой компонент 'ум как способность к абстрактному познанию, не основанному на опыте' (ср.: «УМОЗРЕНИЕ — 1) познание действительности путем созерцания и теоретического размышления, в отрыве от практики и опыта; 2) абстрактное, не основанное на опыте рассуждение»).

Анализируемый лексикографический материал показал, что в структуре концептов категории ИНТЕЛЛЕКТ актуальны и другие признаки.

Темпоральный признак: ум — это не только сама мыслительная способность, но также скорость ментальных процедур (ср.:

«УМНЕТЬ — становиться умнее; ТЯЖЕЛОУМНЫЙ — медленный в решениях, не скоро соображающий»). Соответственно человек не только более глубокого, но и более «быстро» ума отличается от других и наделяется особым статусом, ср.: «УМНИЦА — 2) умный, выдающийся по уму человек».

Эмотивный признак: состояние ума является свидетельством определенного эмоционального состояния человека (ср.: «УМОПОМРАЧИТЕЛЬНЫЙ — чрезвычайный, крайний, такой, что трудно представить»). Активизация эмоциональных процессов в сознании человека подавляет интеллектуальные, что связано с повреждением ума, потерей ясности мысли (умопомрачением).

Оценочный признак: ум нередко становится объектом хвастовства, ср.: «УМНИЧАТЬ — говорить, стараясь выказать свой ум (*ирон.*); УМНИК — умничающий, старающийся выказать свой ум человек (*ирон.*)»; ум выступает как ненужное рассуждение, ср.: «УМСТВОВАНИЕ — 2) ненужное или слишком отвлеченное размышление, рассуждение (*разг. неодобр.*)».

Признак наличия/отсутствия «силы ума» (ср.: «СЛАБОУМИЕ — недостаточность умственных способностей, пониженная умственная деятельность как хроническая болезнь, идиотизм»).

Анализ данных словарей XX в. позволил выявить некоторые изменения в содержании категории ИНТЕЛЛЕКТ в сравнении с лексикографическим материалом прежних эпох. Так, например, указанные словари не фиксируют смысловой компонент 'ум как критерий нравственности', слово *высокоумный* перестало быть носителем нравственной оценки, перестало иметь религиозную окраску, но приобрело иронический оттенок, ср.: «ВЫСОКОУМНЫЙ — старающийся показаться очень умным (*книжн. иронич.*)». Не фиксируются некоторые смысловые компоненты, которые отмечались в более ранних словарях: не подчеркивается принадлежность ума к духовной (нравственной и эмоциональной) сфере; не выявляются гендерные предпочтения относительно мужского ума, как это было в древнерусский период. Появляются новые значения: 1) ум как признак, отличающий его носителя от других людей; 2) направление, сфера развития умственных способностей (ср.: *умонастрое*); 3) темпоральный признак, определяющий скорость мыслительных процессов; 4) ум как достоинство человека и/или предмет возможного хвастовства. Иными словами, трактовка содержания категории ИНТЕЛЛЕКТ в словарях XX в. носит, безусловно, светский и науко-ориентированный ха-

ракет. Однако некоторые дефиниции лексем смыслового поля ИНТЕЛЛЕКТ в данных словарях носят отпечаток советской идеологии: особенности советской ментальности либо отражаются на уровне дифференциальных сем, либо выявляются как оценочные характеристики в виде специфических стилистических помет, либо проявляются в выборе иллюстративного материала. Наиболее показательны в этом смысле зафиксированные в словарях XX в. единицы, называющие лиц, которые занимаются интеллектуальным трудом: *интеллигенция, интеллигент, интеллигентщина*.

В «Словаре русского языка» под редакцией Д. Н. Ушакова под интеллигенцией понимается «общественный слой работников умственного труда, образованных людей». Лексема имеет помету *книжное* и иллюстрируется соответствующим эпохе примером и контекстом: *Советская интеллигенция; „ — Ни один господствующий класс не обходился без своей собственной интеллигенции... Рабочий класс СССР также не может обойтись без своей собственной производственно-технической интеллигенции“* (И. В. Сталин). Очевидно, что контексты подобраны именно в соответствии с веяниями эпохи — из самых авторитетных источников (так, у единиц *мысль, мышление, логика* и др. контексты взяты из сочинений В. И. Ленина).

Слово *интеллигент* во втором значении имеет окраску презрительности, что проявляется и на уровне семантики, и на уровне стилистической окраски, ср.: «ИНТЕЛЛИГЕНТ — 2. То же, что человек, социальное положение которого характеризуется безволием, колебаниями, сомнениями (*презрит.*)», показателен и контекст: *Вот она, психология российского интеллигента: на словах он храбрый радикал, на деле он подленький чиновник (В. И. Ленин)*. Та же стилистика у формулировки значения к слову *интеллигентский*. Но наиболее показательны наличие в «Словаре...» единицы, имеющей следующую дефиницию: «ИНТЕЛЛИГЕНТЩИНА (нов. разг., презрит.). 1. собир. Интеллигенция, интеллигентные люди. *Собралась одна интеллигентщина*. 2. То же, что интеллигентство (но с большим презрением). *Его взгляды — сплошная интеллигентщина*». Представления о классовом расслоении общества и взгляд на интеллигенцию как на слабовольную, бездеятельную, но иногда и опасную из-за инакомыслия массу были весьма характерны для советского периода. Великие поэты и писатели гибли в тюрьмах и лагерях, их книги сжигались на кострах по приказаниям И. В. Сталина; Н. С. Хрущев, как известно,

иронично относился к творчеству художников и других деятелей культуры, а исследованиями ученых вообще пренебрегал, что драматично сказалось на его сельскохозяйственных экспериментах, которые часто заканчивались провалом.

Однако в более поздние годы картина меняется. В «Словаре русского языка» С. И. Ожегова и «Словаре русского языка» в 4 томах под ред. А. П. Евгеньевой уже не фиксируются стилистические пометы, отражающие негативную, презрительную оценку у слов *интеллигенция* и *интеллигент*. Лексема *интеллигенция* имеет следующее значение: «...социальная группа, состоящая из людей, обладающих образованием и специальными знаниями в области науки, техники, культуры и профессионально занимающихся умственным трудом» [Словарь русского языка 1981—1984]. Показателен и контекст, актуализирующий скорее позитивную эмоциональную окраску слова: «*Советская интеллигенция — неотъемлемая часть народа* (А. Н. Толстой, „Депутат-писатель“)». Однако лексема *интеллигентщина* все еще сохраняется в словаре со стилистической пометой *разговорное, ироническое* и с уточнением следующего характера: *...обычно о старой, буржуазной интеллигенции*. В «Словаре русского языка» И. С. Ожегова и Н. Ю. Шведовой эта лексема не приводится, но сохраняется, например, даже в последней редакции «Большого толкового словаря русского языка» С. А. Кузнецова [Большой толковый словарь... — электронный ресурс].

В «Толковом словаре русского языка начала XXI века: актуальная лексика», опубликованном под редакцией Г. Н. Складневской, смысловое поле ИНТЕЛЛЕКТ представлено лексемой *ум* в устойчивом сочетании *утечка умов* (= *утечка мозгов*) [Толковый словарь русского языка... 2006]. Автор фиксирует наиболее актуальную лексику в период конца XX — начала XXI в., подчеркивая главным образом изменения в языке и специфику функционирования имеющихся единиц в указанный период. Очевидно, что ключевые концепты рассматриваемой категории (*ум, мудрость, глупость* и под.) являются константными в русском языковом сознании, и вряд ли представление об уме, мудрости, глупости в последние десятилетия принципиально меняются. Однако, как было ранее указано, та или иная эпоха способна вносить свои, возможно, незначительные изменения и в константные ментальные образования либо акцентировать те или иные аспекты (компоненты) устоявшихся значений. Это произошло и с категорией ИНТЕЛЛЕКТ, у которой изменились аксиологические ха-

рактеристики. Выражение *утечка мозгов* актуализирует по крайней мере два смысловых компонента: оценочный и прагматический (интеллект является безусловной ценностью, результаты интеллектуальной деятельности одаренных людей приносят пользу обществу, потеря умов — метонимически «умных людей» — есть потеря возможности развития жизни общества в разных сферах? прежде всего в научной, в том числе технологической, но также в сфере экономики, гуманитарного знания и т. д.).

В России в период экономических неурядиц конца XX в. сложилась такая обстановка, которая способствовала так называемой *утечке мозгов* за рубеж, что и было отражено в словаре Г. Н. Складневской. Следует с сожалением констатировать, что выражение *утечка мозгов* обнажает еще одну сторону жизни, а главное — ментальности нашего общества. Показателен в этом смысле сам выбор лексемы *мозг* в данном устойчивом сочетании: не *утечка умов*, не *утечка интеллигенции*, а именно *мозгов*. В последнее время в СМИ, на форумах и блогах часто обсуждается вопрос о том, что время настоящей интеллигенции — духовно и нравственно богатой, культурно и профессионально высокообразованной части населения — проходит. В эпоху рыночных отношений пришло время не интеллигенции, а интеллектуалов-прагматиков, работающих на политику и/или бизнес (см. примеры публикаций на данную тему: [Беляев 2011; Греков; Петров] — и мн. др.).

В качестве обобщения следует указать, что отличительной особенностью категории ИНТЕЛЛЕКТ является то, что, оставаясь всегда актуальной для человеческого сознания, она с течением времени претерпевала серьезные изменения в плане содержания и оценочности. Данная категория отличается антиномичностью: с одной стороны, она константна как абстрактная категория, связанная с духовной жизнью человечества; с другой стороны, изменчива в плане содержания и аксиологии, т. е. зависима от мировоззрения общества в ту или иную эпоху. Данную категорию следует рассматривать в соответствии с той системой ценностей, которая господствует в определенный исторический период развития национальной ментальности. Так, в период Русского Средневековья категория ИНТЕЛЛЕКТ носила отпечаток религиозной идеологии: вряд ли вообще можно было говорить о категории ИНТЕЛЛЕКТ как таковой. В сознании древнерусского человека существовало представление о некоем триедином феномене *ум — душа — дух*, который предполагал постижение Бо-

жией истины, основанное, как известно, не на суждении или умозаключении, но на вере.

С конца XVIII в. (в эпоху Просвещения) с развитием собственно научного знания начала формироваться такая категория, которая предполагала произведение собственно умственной, аналитической деятельности.

В период господства советской идеологии определенной части лексики смыслового поля ИНТЕЛЛЕКТ (*интеллигенция*, *интеллигент*) дается весьма тенденциозное описание, ко многим словам (*мысль*, *мышление*, *логика* и др.) приводится сугубо специфичный для эпохи контекст (иллюстративный материал предлагается из источников классиков марксизма-ленинизма). Некоторым лексемам дается негативная оценка (используются стилистические пометы: *ироническое*, *презрительное* и др.).

В постсоветский период в лексикографической картине мира произошли изменения: оценочная коннотация слов *интеллект*, *ум*, *мозг* стала позитивной. В «Толковом словаре... начала XXI века» [Толковый словарь русского языка... 2006] делается акцент на аксиологическом и прагматическом аспектах категории ИНТЕЛЛЕКТ: ум становится ценностью, от которой зависит благополучие и развитие общества. Однако прагматический аспект становится столь значительным, что в смысловой структуре категории ИНТЕЛЛЕКТ постепенно затухает такой концепт, как ИНТЕЛЛИГЕНТНОСТЬ с его смысловыми компонентами 'духовность', 'нравственность', 'культурная образованность'; на его смену приходит концепт ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОСТЬ, весьма актуальный в области политики и бизнеса. Остается надеяться, что этот концепт не только сохранит такие смысловые компоненты, как 'наличие глубоких знаний', 'интеллектуальная креативность и мобильность', 'высокий профессионализм', но также восстановит прежние смысловые компоненты 'моральная чистоплотность', 'культурная образованность', 'духовное богатство'.

Анализ лексикографических источников разных исторических эпох показал, что смысловая структура и аксиологические характеристики некоторых абстрактных категорий могут меняться в зависимости от господствующей в обществе системы ценностей и социально-политического строя. Категория ИНТЕЛЛЕКТ, на примере которой рассматривалось высказанное положение, носит антиномичный характер: с одной стороны, эта категория константная, так как она духовно значима для общества и всегда актуальна, с другой — она способна содержательно и ценностно меняться, подчиняясь господствующей идеологии.

**ПРИМЕЧАНИЯ**

[1]. Следует оговориться, что термин *Средневековье* можно использовать не только для европейской, но и для отечественной историко-культурной традиции. Известный исследователь культуры Средних веков А. Я. Гуревич отмечает: «Спорным остается и вопрос о том, в какой мере понятие „Средние века“ приложимо к истории стран и народов за пределами Западной и Центральной Европы. Большинство историков склонно говорить о Средневековье применительно, собственно, только к этому региону. Однако получила известное распространение мысль о применимости термина «Средние века» к истории России XIII—XVII веков, равно как и к истории ряда стран Азии и Дальнего Востока, включая Индию, Китай и Японию» [Гуревич 2002: 40].

[2]. В «Материалах для словаря...» нет нумерации значений, так как это не итоговый вариант словаря, а лишь материалы для его составления. Однако в данной работе для удобства описания значения будут пронумерованы в соответствии с той последовательностью, которая предложена И. И. Срезневским. Безусловно, вопрос о принципе последовательности значений слова является спорным. Во-первых, очередность значений может быть обусловлена историческим принципом, т. е. вначале приводится материал из церковнославянских текстов, далее — из древнерусских; во-вторых, последовательность может зависеть от степени значимости той или иной дефиниции, т. е. первичное значение более употребительно, чем последующие. В данном случае, вероятно, возможно совмещение этих принципов.

**ЛИТЕРАТУРА**

1. Беляев В. А. Владимир Беляев: интеллигенция не умерла, она болеет. 2011. 15 марта. URL: <http://www.evening-kazan.ru/articles/vladimir-belyaev-intelligenciya-neverla-ona-boleet.html>.
2. Большой толковый словарь русского языка / гл. ред. С. А. Кузнецов. — СПб. : Норинт, 1998. Последняя ред. 2014 г. URL: <http://www.gramota.ru/slovari/info/bts/>.
3. Вейсман А. Д. Греческо-русский словарь. — М., 1991.
4. Вендина Т. И. Средневековый человек в зеркале старославянского языка. — М. : Индрик, 2002.
5. Греков А. Интеллигенция и бизнес // Блог Алексея Грекова. URL: <http://grekov.athens.kiev.ua/intelligentsiya-i-biznes/>.

6. Гуревич А. Я. Категории средневековой культуры. — М., 1984. URL: [http://www.gumer.info/bibliotek\\_Buks/Culture/Gurev/01.php](http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Culture/Gurev/01.php) (дата обращения: 14.07.2009).
7. Гуревич А. Я. Популярное богословие и народная религиозность средних веков // Из истории культуры средних веков и Возрождения. — М., 1976. С. 65—91.
8. Даль В. И. Толковый словарь живого великорусского языка : в 4 т. — СПб. : Диамант, 1996. URL: <http://dal.slovaronline.com> (дата обращения: 16.04.2015).
9. Дворецкий И. Х. Латинско-русский словарь. — М. : Рус. яз. — Медиа, 2006.
10. Древо : правосл. энцикл. URL : <http://drevo.pravbe.seda.ru/index.php?id=8774> (дата обращения: 12.07.2009).
11. Живов В. М. Особенности рецепции византийской культуры в Древней Руси // Разыскания в области истории и преемственности русской культуры. — М., 2002. С. 73—115.
12. Красавский Н. А. Эмоциональные концепты в немецкой и русской лингвокультурах : моногр. — М. : Гнозис, 2008.
13. Лихачев Д. С. Некоторые задачи изучения второго южнославянского влияния в России. — М., 1958.
14. Лопатин В. В., Лопатина Л. Е. Русский толковый словарь. — М. : ЭКСМО, 2006.
15. Маслова В. А. Когнитивная лингвистика. — М. : Флинта : Наука, 2007.
16. Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка. — М. : Азбуковник, 1999.
17. Петров Б. С. Интеллигент или интеллектуал? // Школа жизни : познават. журн. URL: <http://shkola.zhizni.ru/archive/0/n-9988/>.
18. Преподобный Феодосий Кавказский. Русские юродивые. URL : [http://pravorus.narod.ru/jitie\\_urodivie.htm](http://pravorus.narod.ru/jitie_urodivie.htm) (дата обращения: 15.05.2009).
19. Словарь Академии Российской 1789—1794 гг. URL:<http://www.philippovich.ru/Projects/ESAR/SAR/PD/FSAR/Framesetpdf.htm> (дата обращения: 11.06.2010).
20. Словарь русского языка : в 4 т. / АН СССР, Ин-т рус. яз. ; под ред. А. П. Евгеньевой. — М. : Русский язык, 1981—1984.
21. Срезневский И. И. Материалы для словаря древнерусского языка по письменным памятникам : в 3 т. — СПб., 1893.
22. Степанов Ю. С. Константы. Словарь русской культуры. Опыт исследования. — М., 1997.
23. Толковый словарь русского языка начала XXI века. Актуальная лексика / под ред. Г. Н. Складневской. — М. : Эксмо, 2006.
24. Толковый словарь русского языка : в 4 т. / под ред. проф. Д. Н. Ушакова. — М., 1935—1940.
25. Фасмер М. Этимологический словарь русского языка : в 4 т. — М., 1973.
26. Федотов Г. П. Юродивые // Святые Древней Руси. — Paris : YMCA-PRESS, 1985. С. 191—204.

**E. V. Dziuba**

**EKATERINBURG, RUSSIA**

**ON THE INFLUENCE OF IDEOLOGY UPON THE FORMATION OF THE CATEGORY “INTELLECT” IN RUSSIAN LINGUAL MENTALITY**

**ABSTRACT.** *The article deals with specific features of categorization of intellect in the Russian lingual mentality characteristic of different historical periods. The study is conducted on the material of historical and contemporary dictionaries which reflect the state of the Russian language from the Old Russian period to the present time. The article describes the changes in factual and axiological components of the category under study caused by the dominant ideology with the help of*

*definition of the units of the lexico-semantic field INTELLECT. The author argues that in medieval Russia there existed a deep religious belief in the minds of the people about a certain tripartite phenomenon intellect – soul – spirit, which was based on faith and provided the attainment of the only truth – the truth of God; in the epoch of Enlightenment in Russia with the development of scientific thinking there began to form the category of INTELLECT as such which involved a person in intellectual analytical activity. The article also stresses that a rather equivocal, very often negative attitude to the people engaged in intellectual activity was formed in the period of the rule of soviet ideology; it is noted that in the post-soviet period a revaluation of values took place and intellect began to be treated as a national asset, though a purely pragmatic approach has been actualized recently: intelligent people (culturally educated people engaged in intellectual activity) have been replaced by intellectuals serving the interests of business and politics.*

**KEYWORDS:** cognitive linguistics; categorization; lingual mentality; worldview; ideology; intellect.

**ABOUT THE AUTHOR:** *Dziuba Elena Vyacheslavovna, Candidate of Philology, Associate Professor, Doctor Degree Applicant of Department of Rhetoric and Intercultural Communication, Ural State Pedagogical University, Ekaterinburg, Russia.*

#### LITERATURE

1. Belyaev V. A. Vladimir Belyaev: intelligentsiya ne umerla, ona boleet. 2011. 15 marta. URL: <http://www.evening-kazan.ru/articles/vladimir-belyaev-intelligenciya-ne-umerla-ona-boleet.html>.
2. Bol'shoy tolkovyy slovar' russkogo yazyka / gl. red. S. A. Kuznetsov. — SPb. : Norint, 1998. Poslednyaya red. 2014 g. URL: <http://www.gramota.ru/slovari/info/bts/>.
3. Veysman A. D. Grechesko-russkiy slovar'. — M., 1991.
4. Vendina T. I. Srednevekovyy chelovek v zerkale staroslavianskogo yazyka. — M. : Indrik, 2002.
5. Grekov A. Intelligentsiya i biznes // Blog Alekseya Grekova. URL: <http://grekov.athens.kiev.ua/intelligentsiya-i-biznes/>.
6. Gurevich A. Ya. Kategorii srednevekovoy kul'tury. — M., 1984. URL: [http://www.gumer.info/bibliotek\\_Buks/Culture/Gurev/01.php](http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Culture/Gurev/01.php) (data obrashcheniya: 14.07.2009).
7. Gurevich A. Ya. Populyarnoe bogoslovie i narodnaya religioznost' srednikh vekov // Iz istorii kul'tury srednikh vekov i Vozrozhdeniya. — M., 1976. S. 65—91.
8. Dal' V. I. Tolkovyy slovar' zhivogo velikoruskogo yazyka : v 4 t. — SPb. : Diamant, 1996. URL: <http://dal.slovaronline.com> (data obrashcheniya: 16.04.2015).
9. Dvoret'skiy I. Kh. Latinsko-russkiy slovar'. — M. : Rus. yaz. — Media, 2006.
10. Drevo : pravosl. entsikl. URL : <http://drevo.pravbe.seda.ru/index.php?id=8774> (data obrashcheniya: 12.07.2009).
11. Zhivov V. M. Osobennosti retseptsii vizantiyskoy kul'tury v Drevney Rusi // Razyskaniya v oblasti istorii i predystorii russkoy kul'tury. — M., 2002. S. 73—115.
12. Krasavskiy N. A. Emotsional'nye kontsepty v nemetskoj i russkoy lingvokul'turakh : monogr. — M. : Gnozis, 2008.
13. Likhachev D. S. Nekotorye zadachi izucheniya vtorogo yuzhnoslavianskogo vliyaniya v Rossii. — M., 1958.
14. Lopatin V. V., Lopatina L. E. Russkiy tolkovyy slovar'. — M. : EKSMO, 2006.
15. Maslova V. A. Kognitivnaya lingvistika. — M. : Flinta : Nauka, 2007.
16. Ozhegov S. I., Shvedova N. Yu. Tolkovyy slovar' russkogo yazyka. — M. : Azbukovnik, 1999.
17. Petrov B. S. Intelligent ili intellektual? // Shkola zhizni : poznavat. zhurn. URL: <http://shkolazhizni.ru/archive/0/n-9988/>.
18. Prepodobnyy Feodosiy Kavkazskiy. Russkie yurodivye. URL: [http://pravorus.narod.ru/jitie\\_urodivie.htm](http://pravorus.narod.ru/jitie_urodivie.htm) (data obrashcheniya: 15.05.2009).
19. Slovar' Akademii Rossiyskoy 1789—1794 gg. URL: <http://www.philippovich.ru/Projects/ESAR/SAR/PDF/SAR/Framesetpdf.htm> (data obrashcheniya: 11.06.2010).
20. Slovar' russkogo yazyka : v 4 t. / AN SSSR, In-t rus. yaz. ; pod red. A. P. Evgen'evoy. — M. : Russkiy yazyk, 1981—1984.
21. Sreznevskiy I. I. Materialy dlya slovarya drevne-russkogo yazyka po pis'mennym pamyatnikam : v 3 t. — SPb., 1893.
22. Stepanov Yu. S. Konstanty. Slovar' russkoy kul'tury. Opyt issledovaniya. — M., 1997.
23. Tolkovyy slovar' russkogo yazyka nachala KhKhI veka. Aktual'naya leksika / pod red. G. N. Sklyarevskoy. — M. : Eksmo, 2006.
24. Tolkovyy slovar' russkogo yazyka : v 4 t. / pod red. prof. D. N. Ushakova. — M., 1935—1940.
25. Fasmer M. Etimologicheskiy slovar' russkogo yazyka : v 4 t. — M., 1973.
26. Fedotov G. P. Yurodivye // Svyatye Drevney Rusi. — Paris : YMCA-PRESS, 1985. S. 191—204.

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

**Р. И. Зарипов**  
Москва, Россия

## МЕТАФОРИЧЕСКИЕ ОБРАЗЫ РОССИИ ВО ФРАНЦУЗСКОМ ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ В КОНТЕКСТЕ ГРАЖДАНСКОЙ ВОЙНЫ НА УКРАИНЕ

**АННОТАЦИЯ.** Целью настоящего исследования ставится характеристика метафорических образов России во французском политическом дискурсе в контексте гражданской войны на Украине, а также анализ их манипулятивного воздействия на реципиента в ходе политической коммуникации. Методология настоящего исследования сложилась под влиянием теории метафорического моделирования и дескрипторной теории метафоры, а также опирается на достижения дискурс-анализа и отдельных отечественных представителей когнитивной лингвистики и лингвокультурологии. Используются методы когнитивно-дискурсивного и контекстуального анализа, моделирования, а также лингвостатистический метод.

Во французских политических текстах метафоры, создающие образ России, осуществляют такие манипулятивные функции, как навешивание ярлыков, мифотворчество, дезинформация и искажение реального положения вещей. По результатам проведенного исследования, которые могут использоваться при анализе метафорического моделирования во французском политическом дискурсе, выявлены основные лексико-семантические поля, единицы которых в процессе метафоризации формируют образы российской политической действительности. Отмечается, что использование метафорических выражений, обеспечивающих негативное восприятие реципиентом российских реалий, в течение уже достаточно длительного периода представляет собой неотъемлемую черту французского политического дискурса.

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:** метафора; политический дискурс; образ; концепт; метафорическое выражение; сфера-источник; понятийная область.

**СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ:** Зарипов Руслан Ирикович, кандидат филологических наук, кафедра французского языка, Военный университет Министерства обороны; адрес: 111033, г. Москва, ул. Волочаевская, д. 3/4; e-mail: Lieutenant-en-chef@ya.ru.

Использование метафоры как в межличностном общении, так и в массовой коммуникации позволяет субъекту речи не только обеспечивать правильное понимание реципиентом тех или иных фактов, явлений или действий. В ряде случаев (и это касается прежде всего политического дискурса) метафора становится орудием внедрения ложных истин, которые «навязываются нам политическими и религиозными лидерами, финансовыми воротилами, рекламой, средствами массовой информации» [Лакофф, Джонсон 2008: 187]. Особенность подобного рода метафор заключается в том, что они скрывают определенные аспекты реальной действительности. В результате «в области политики и экономики метафоры значат больше, так как они ограничивают рамки нашего существования. Скрывая существенное в политике и экономике, метафора может привести к деградации человека» [Там же: 252].

Отметим три формы ограничения рамок реальной действительности с помощью метафор. Во-первых, это перенасыщение передаваемого сообщения образно-метафорической информацией. В этом случае эмоции, чувства и образы мешают логическому восприятию реципиента и оказываются не менее убедительными, чем аргументы и доказательства. Во-вторых, это дезинформация, т. е. передача сообщений, искажающих с

помощью метафор реальную действительность, а в-третьих, это навязывание реципиенту субъективной, чаще всего образно-метафорической информации и замалчивание сведений, которые противоречат точке зрения субъекта речи.

Французские СМИ широко используют все эти формы ограничения реальности в ходе ведения информационной войны, направленной как против России в целом, так и против ее политики в отношении Украины. В СМИ постоянно подчеркивается, что *Moscou souffle le chaud et le froid depuis des mois dans la crise ukrainienne* («Вот уже несколько месяцев погоду в украинском кризисе делает Москва») [France 24. 05.09.2014]. Использованный фразеологизм должен убедить французского реципиента в том, что украинские события детерминированы именно вмешательством Москвы.

Российская внешняя политика во французской прессе обычно ассоциируется с именем президента Путина, а сам Путин характеризуется как важнейший участник мировой политики (актор), который может влиять и действительно влияет на процессы, происходящие в мире. Для характеристики подобных политических деятелей во французских СМИ часто используется игровая метафора (шахматы): *Le président Vladimir Poutine joue „comme à son habitude“ sur les deux tableaux: diplomatique et offensive* («Президент

Владимир Путин играет на двух досках: дипломатической и военной») [Boitiaux 2014].

Использование шахматной терминологии встречается довольно часто. Так, о военном конфликте России и Грузии в 2008 г. французский генерал В. Депорт (V. Desportes) пишет следующим образом: *Il a avancé ses pions et il a gagné* («Он продвинул вперед свои пешки и выиграл») [Le Parisien. 03.03.2014]. Мы буквально перевели слова генерала Депорта с целью точной передачи его слов. С нашей точки зрения, при переводе некоторых групп лексики следует избегать «образной избыточности», которая может нарушить стилистическое единство в языке перевода [Гак, Григорьев 2000: 362], хотя сделать это иногда бывает довольно трудно, ср.:

*Poutine c'est un joueur d'échecs, stratège... il domine le jeu international, il est en train d'avancer ses pions; est-ce qu'il est prêt à pousser immédiatement son cheval pour gagner, c'est pas sûr, mais il avance ses pions pour prendre sa place* («Путин — это шахматист, стратег... он лидирует в международной игре, он двигает вперед свои пешки; нельзя точно сказать, готов ли он немедленно сделать ход конем для победы, но он двигает вперед свои пешки, чтобы занять позицию») [Le Parisien. 03.03.2014].

В русских СМИ шахматная метафора встречается на порядок реже, чем во французских. Со своей стороны, использование шахматной метафоры во французском политическом дискурсе позволяет оценить фигуру самого игрока, который использует на международной арене различные средства для достижения победы. Более того, утверждая, что Путин стратег и шахматист, журналист подчеркивает, что он продумывает свои ходы и именно за счет этого добивается превосходства в «международной игре». Конечно, сравнение Путина с игроком в шахматы — не просто комплимент в его адрес, а оценка его как политика, которую адресовали прежде всего французской политической элите.

Довольно часто политическая деятельность во французских СМИ описывается в метафорах карточной игры. Приведем пример, в котором этот прием помогает лучше понять особенности противостояния России и НАТО:

*Oui, c'est un jeu dangereux parce qu'on ne sait pas avec certitude si Poutine a toutes les cartes en main. Mais le chef de l'État russe part de la constatation que l'Europe est en pleine crise économique, que les États-Unis sont occupés en Syrie et en Irak. Il sait pertinemment que l'Otan n'interviendra jamais. Il se*

*dit qu'il a une carte à jouer. Et qu'il doit la jouer maintenant* («Да, это опасная игра, потому что мы точно не знаем, есть ли у Путина все карты на руках. Но президент России исходит из того факта, что Европа находится в разгаре экономического кризиса, а США заняты Сирией и Ираком. Он прекрасно знает, что НАТО никогда не вмешается. Он понимает, что ему есть, с какой карты пойти. И что он должен с нее пойти сейчас же») [Boitiaux 2014].

Сравнение с карточной игрой позволяет подчеркнуть, что политика — это азартное противостояние, исход которого трудно предсказать. Многое здесь зависит от удачи, которая вполне может отвернуться от игрока.

Судя по контексту, «опасной» игра на Украине является не только для России, но и для Запада, что прослеживается через развертывание метафорической модели «КРИЗИС НА УКРАИНЕ — ЭТО ИГРА В КАРТЫ». Ситуация для обеих сторон непредсказуема, как и карточная игра.

Французские СМИ считают, что цель российского президента — удержать Украину от европейской интеграции: *Poutine veut maintenir le pays dans le giron moscovite* («Путин хочет удержать страну в лоне России») [Там же].

Концепт *giron* имеет значение «лоно, недра, нутро» [Гак, Ганшина 2006: 487]. Автор тем самым подчеркивает родство двух народов — украинского и русского, а Украину представляет как часть России. Таким образом, метафора родства поддерживает в данном случае авторские суждения о глобальной цели В. Путина.

Существует и иная интерпретация отношений России и стран СНГ, которая поддерживается метафорой из сферы-источника «Феодальные отношения» (в рамках более широкой монархической метафоры): *Poutine ne cache plus son désir de vassaliser les ex-Républiques soviétiques...* («Путин не скрывает своего желания сделать бывшие советские республики своими вассалами...») [Semo 2014].

В соответствии с такой трактовкой, Владимир Путин представляется в западных СМИ владыкой, царем, которому должны подчиняться лидеры всех других стран СНГ на правах местных «князьков-феодалов».

На Западе всегда очень подозрительно, если не враждебно, смотрели на сотрудничество стран СНГ с Россией, писали о том, что подобное сотрудничество может привести к подчинению этих стран России, их вассализации (*leur vassalisation*). К примеру, на Западе резко отрицательно относились к возможному вступлению Украины в Таможенный союз, так

как это фактически перечеркивало планы Запада в отношении Украины.

Отношения России и Запада также преподносятся неоднозначно. С одной стороны, в следующем заявлении главы французской дипломатии Л. Фабиуса Россия названа «другом»: *La Russie est traditionnellement notre amie. Nous souhaitons d'un ami traditionnel autre chose qu'un bruit de bottes* («Россия — наш традиционный друг. Мы желаем от традиционного друга иного, чем топот сапог») [Le Point. 02.03.2014].

Тем не менее метафора войны («топот сапог») создает яркий образ российской военной интервенции и «перекрывает» положительный эффект социоморфной метафоры «друг».

Отметим, что в приведенных словах главы внешнеполитического ведомства Франции нет каких-либо фактов, указывающих на военную активность России. Их заменяет военная метафора *bruit de bottes*, которая достаточно распространена во французском политическом дискурсе. Например: *Au bruit des bottes russes, les Occidentaux répondent par la pression diplomatique et politique...* («На топот русских сапог западные страны отвечают дипломатическим и политическим давлением...») [Le Parisien. 03.03.2014].

Отсутствие фактов маскируется военной метафорой. Вспоминается тот факт, что проведение референдума в Крыму находилось под серьезной угрозой. Перенос референдума на более близкий срок позволил западным СМИ одновременно говорить о стремлении Москвы присоединить Крым и одновременно умалчивать о стремлении самих крымчан войти в состав России. В условиях этого умолчания и появилась фраза: *A Moscou, le Blitzkrieg institutionnel du rattachement de la Crimée est presque terminé* («В Москве организационный блицкриг по присоединению Крыма почти завершен») [Le Parisien. 20.03.2014].

Метафорический перенос основывается на сравнении операций вермахта в годы Второй мировой войны с действиями России, которая якобы организовала в короткий срок необходимые операции по присоединению Крыма.

С помощью подобных метафор, как мы считаем, предпринимаются попытки переписать историю, в новом варианте которой ставится знак равенства не только между гитлеровской Германией и Советским Союзом, но и гитлеровским руководством и политическим руководством современной России: *Vladimir Poutine a-t-il enfilé les bottes d'Adolf Hitler?... l'ex-secrétaire d'État de Barack Obama relève une similitude entre la justification avancée par le président russe pour*

*envahir et sans doute annexer la Crimée — la protection de la population d'origine russe qui serait victime de mauvais traitements — avec celle mise en avant par le chancelier du IIIe Reich pour envahir la Tchécoslovaquie, puis la Pologne et qui était en effet le même: voler au secours des populations germaniques censées être asservies par d'odieux Slaves et autres peuples „inférieurs“... De même, si le Kremlin utilise les mêmes ficelles que les nazis, cela ne fait pas pour autant de Poutine l'héritier d'Hitler... Seul parallèle à faire: les Occidentaux risquent de faire preuve de la même lâcheté et du même aveuglement que face au Hitler des années 1936—38... personne ne peut raisonnablement penser que l'objectif ultime de Poutine est de lancer l'armée rouge à l'assaut de l'Europe occidentale* («Владимир Путин примеряет сапоги Адольфа Гитлера?.. бывший госсекретарь Барака Обамы обнаруживает сходство между поспешным оправданием президентом России захвата и, без сомнения, аннексии Крыма — защитой русского населения, которое якобы стало жертвой плохого обращения — и оправданием канцлером Третьего рейха захвата Чехословакии, затем Польши, которое было на самом деле тем же самым: броситься на помощь немецкому населению, поработанному ненавистными славянами и другими „низшими“ народами... Кроме того, если Кремль и использует те же трюки, что и нацисты, это еще не делает Путина наследником Гитлера... Необходимо провести лишь одну параллель: западные страны рискуют проявить ту же трусость и ту же слепоту, что и по отношению к Гитлеру в 1936—1938 годах... никто не может разумно подумать о том, что конечная цель Путина — бросить Красную армию на штурм Западной Европы») [Attal 2014].

В данном отрывке разворачивается ряд метафор: военные образы (*lancer l'armée rouge à l'assaut de l'Europe occidentale*) в сочетании с нацистскими номинациями (*Adolf Hitler, IIIe Reich, nazi*) дополняются скрытым сравнением с Советским Союзом («Путин — командующий Красной армией»). Стоит отметить, что Путин назван в приведенном отрывке «наследником» Гитлера. Это, по сути, метафора родства (завещатель, Гитлер, передает близкому человеку в наследство нацизм). В целом Путина изображают как второго после Гитлера нациста.

Театральная (цирковая) метафора *ficelles*, вопреки здравому смыслу и реальному положению вещей, заставляет реципиента мысленно сравнить «трюки» Гитлера по захвату европейских стран с нынешними действиями России.

Такая историческая параллель и неоднократное сравнение Путина и Гитлера (автономия) недвусмысленно дают получателю сообщения установку поставить между этими двумя фигурами знак равенства, а вслед за тем — между Россией и нацистской Германией. Цель «внедрения» таких «формул» в сознание людей — создание в западном мире образа врага и, как следствие, оправдание внешнеполитических шагов руководства западных стран в сторону создания международной напряженности и конфронтации.

В связи с кризисной обстановкой на Украине значительно ухудшились и российско-французские отношения. Министр иностранных дел Франции подчеркивает это, используя метафорический образ моста как инженерного сооружения, возведенного через водное препятствие с целью соединения двух берегов: *Cela veut dire concrètement que les ponts seront coupés sur beaucoup de sujets* [Le Parisien. 03.03.2014]. Выражение *couper (brûler) les ponts* означает «сжечь за собой мосты» [Гак, Ганшина 2006: 843]. Таким образом, разрыв экономических и иных связей с Россией преподносится в виде «уничтожения» мостов.

Схожий образ, характеризующий «отдаление» Запада от России, — ров, т. е. искусственное сооружение, глубокая, широкая канава. «Вырыть» такую «канаву» — то же самое, что и «разрушить мосты», т. е. разорвать всяческие связи, прекратить диалог между странами. По мере того как растут противоречия, пропасть между странами «расширяется»: *Crimée: le fossé se creuse / Le fossé entre les Occidentaux et Moscou s'est encore creusé* («Крым: пропасть увеличивается / Пропасть между западными странами и Москвой стала еще шире») [Le Parisien. 20.03.2014; Le Point, 08.07.2014].

Символом резкого ухудшения отношений Москвы и Парижа в связи с украинским кризисом стали универсальные десантные вертолетоносцы «Мистраль», на строительство и поставку которых Россия заключила контракт в 2011 г. С принятием антироссийских санкций Западом эта сделка по инициативе французской стороны оказалась под угрозой. Во французских политических текстах эти военные корабли стали, по аналогии с древнегреческим мифом о суде Париса, называть настоящим «яблоком раздора» (*pomme de discorde*) в отношениях Франции и России: *Les Mistral sont les navires de la discorde* («Мистрали — корабли раздора») [France 24. URL: <http://webdoc.france24.com/mistral-russie-navires-saint-nazaire/>].

В ответ на самостоятельные внешнеполитические шаги России западные страны

ввели так называемые «санкции», на которые Россия ответила своими. Образ противостояния между Россией и западными странами получил устойчивый милитарный характер, поэтому во французских политических текстах современная ситуация освещается в первую очередь как «война»: санкционная (*guerre de sanctions*), торговая (*guerre commerciale*), словесная (*guerre des mots*) и т. п.

*La guerre des sanctions franchit un cap / Guerre de sanctions entre Russie et Occident* («Санкционная война принимает новый оборот / Санкционная война между Россией и Западом») [Le Parisien 20.03.2014; Le Parisien 21.03.2014].

Речевое представление «противостояния» Запада и России — спортивное состязание, единоборство (спортивная метафора): *Dans le bras de fer diplomatique comme sur le terrain, la Russie apparaît de son côté souvent avec un coup d'avance / ...la Russie et l'Occident sont engagés dans un bras de fer diplomatique et économique à propos de l'Ukraine* («Как и на месте событий, в дипломатическом противостоянии Россия часто наносит упреждающий удар / ...Россия и Запад вовлечены в дипломатическое и экономическое противостояние в связи с Украиной») [Le Point 01.03.2014; Le Point 09.08.2014].

Выражение *avoir un bras de fer* означает «обладать сильной властью, железной волей». Частный случай — конструкция *bras de fer* — «армрестлинг», т. е. борьба, в которой противники стараются положить на стол руку другого. В переносном значении *bras de fer* — «состязание, борьба» [Гак, Ганшина 2006: 134]. Примечательно, что с помощью этой спортивной метафоры изображается дипломатическая «борьба» России не только с западными странами, но и с Киевом. В целом Россия преподносится в СМИ Франции как страна-агрессор и сторона конфликта, поддерживающая «террористов» и «сепаратистов» на юго-востоке Украины, и как страна, находящаяся с последней в противостоянии.

В ряде случаев авторами политических текстов предпринимаются попытки охарактеризовать отношения России и Запада через изображение первой в качестве наказываемого субъекта (социоморфная метафора). Так, санкции часто преподносятся в качестве «карательного инструмента», цель которого — наказать Россию «за непослушание». В этом случае мы наблюдаем употребление глагола *punir* и такого производного от него, как прилагательное *punitif* — *sanctions punitives: Punie pour avoir annexé la Crimée, la Russie n'a pas été invitée cette*

*année à la table des grandes puissances, réunies en ce moment en G7 à Bruxelles / Les 28 sont décidé de punir Vladimir Poutine pour l'aide qu'il apporte aux groupes séparatistes dans l'Est de l'Ukraine* («В качестве наказания за аннексию Крыма Россия в этом году не была приглашена к столу ведущих держав, собравшихся сейчас на саммит „Большой семерки“ в Брюсселе / Европейский союз полон решимости наказать Владимира Путина за помощь, которую он оказывает сепаратистским группам на востоке Украины») [Dorman 2014; RFI, 05.03.2014].

При освещении происходящих на Украине событий в политических текстах важное место занимает метафоризованная военная лексика, применяемая для показа конфликтности ситуации (война, боевые действия, столкновения — наивысшая степень конфликтности между субъектами). Принятие антироссийских санкций также изображается чаще всего с помощью милитарных образов. Так, бытующий в русском политическом дискурсе образ «санкционной дубины» [РИА «Новости». 02.07.2014; URL: <http://rusnovosti.ru/programms/prog/341109/344259/>] во французском политическом дискурсе эквивалентен выражению *arme des sanctions* («санкционное оружие»). «Обнажить» его (*dégainer*) и «ударить» (*frapper*) им — значит его применить [Le Parisien. 06.03.2014; Le Point. 08.08.2014].

Однако принятие санкций против России нередко самими французскими СМИ ассоциируется с самострелом. Это объясняется тем, что у Европейского союза значительные экономические связи с Россией, и наносить ущерб этим связям — значит нанести серьезный вред самому себе, что сродни «выстрелу себе в ногу»: *Comment sanctionner la Russie sans toutefois se tirer une balle dans le pied d'un point de vue économique?... Pas facile. D'autant que les 28 sont divisés sur*

*l'attitude à adopter face aux visées expansionnistes du tsar Poutine...* («Как наложить санкции на Россию, не навредив себе экономически?... Нелегко. Тем более что страны ЕС расходятся в своих позициях по вопросу их принятия в ответ на экспансионистские цели царя Путина...») [Le Parisien. 20.03.2014].

В некоторых французских политических текстах отражаются американские концептуальные представления о ситуации вокруг принятия санкций. Так, в статье, опубликованной в «Паризьен», с помощью социоморфной метафоры создается образ межличностных отношений между тремя субъектами — ЕС, США и Россией, где первые два — это «закадычные друзья», а последний пытается их поссорить — «вбить клин» между ними: *Pour le chef de l'Etat américain, Moscou „a fait un mauvais calcul“ en pensant enfoncer „un coin“ entre les Etats-Unis et l'Union européenne...* («По словам президента США, Москва „просчиталась“, рассчитывая вбить клин между США и Европейским союзом») [Le Parisien. 26.03.2014].

В украинском вопросе США и ЕС едины, подчеркивает президент США. И если Россия иногда называется «другом» Запада, то такая номинация выглядит в данном контексте не очень убедительно. Совсем иначе предстает «дружба» Европейского союза и США — здесь они «не разлей вода», особенно в вопросе координации общих действий в ответ на «агрессию России».

«Агрессия» России в отношении Украины чаще всего преподносится через антропоморфные образы сферы-источника «Прием пищи». То есть воссоединение Крыма с Россией во французских СМИ преподносится не как возвращение исконных земель по добровольному желанию их жителей, а как акт «проглатывания» (*engloutir, avaler*) и «поглощения» (*absorption*) пищи. Ср.:

<p><i>La Crimée engloutie par la Russie</i>  <i>L'Ukraine continue à s'éloigner de la Russie dans le sillage de l'absorption de la Crimée... Les dirigeants de l'UE, réunis aujourd'hui et demain à Bruxelles, sont en quête d'une riposte crédible et unie face à la Russie, qui vient d'avalier la péninsule ukrainienne.</i>          [Le Parisien. 20.03.2014; Le Parisien. 26.03.2014]</p>	<p>Крым, проглоченный Россией          Украина продолжает отдаляться от Москвы после потери («поглощения») Крыма.          Руководство ЕС, в течение сегодняшнего и завтрашнего дня заседающее в Брюсселе, находится в поисках солидного и сплоченного ответа на действия России, которая только что „проглотила“ украинский полуостров</p>
---	---

Сказанное полностью искажает реальное понимание ситуации и преподносит ее в самом негативном свете: Россия изображается страной-агрессором, а сам Крым — провинцией, судьбой которой распорядились без ее ведома. Соответственно, намерения

нашей страны принять полуостров в состав России сравниваются с «аппетитом», т. е. с физиологическим ощущением потребности в пище (антропоморфная метафора): *Le gouvernement intérimaire ukrainien craint que Vladimir Poutine et ses appétits territoriaux*

*ne se sentent à l'abri de représailles sérieuses après que l'Union européenne et les États-Unis n'aient pris que des sanctions limitées contre Moscou* («Временное правительство Украины опасается, что Владимир Путин с его территориальными аппетитами избежит серьезного наказания после того, как Европейский союз и Соединенные Штаты приняли лишь ограниченные санкции против Москвы») [Le Parisien. 24.03.2014].

Действия России вокруг ситуации на Украине нередко метафорически преподносятся и через иные антропоморфные образы, например, мускулов и зубов: *Ces derniers mois, c'est d'abord à propos de l'Ukraine que Vladimir Poutine a montré ses muscles / Ukraine: les Occidentaux font des exercices militaires, la Russie montre les dents* («Последние месяцы Владимир Путин демонстрировал свою силу, в первую очередь в вопросе вокруг ситуации по Украине / Запад проводит на Украине военные учения, Россия огрызается») [Douagan 2014; Le Parisien 09.08.2014].

Во французских СМИ эти образы подкрепляются актуальным на фоне резкого обострения отношений между Россией и Западом образом сибирского медведя (природоморфная метафора): *Face à l'ours russe, les Occidentaux font bloc pour éviter une guerre aux portes de l'Europe...* («Противостоя русскому медведю, западные страны сплотились с тем, чтобы избежать войны на пороге Европы») [Le Parisien. 03.03.2014]).

Действительно, с помощью образа медведя, который является стереотипным символом России, французские СМИ представляют реципиенту Россию мощной, грозной, неуправляемой. Во многом такой образ призван вызвать у потенциального адресата чувство страха и оправдать нарастание напряженности и повышение западными странами оборонных расходов за счет налогоплательщиков. Примечательно, что в приведенном фрагменте Россию за Европу не считают — «порогом» Старого Света выступает Украина.

Позиция России и лично Владимира Путина авторами французских политических текстов в связи с украинским кризисом обозначается как критическая. По их мнению, Россия находится «на краю пропасти»: *La Russie „au bord du gouffre“ / Vladimir Poutine en terrain miné sur les plages du Débarquement* («Россия на краю пропасти» / «Владимир Путин на минных полях Нормандии») [Le Point. 08.08.2014; Semo 2014].

Данные метафоры используются с целью тенденциозно представить реальное положение вещей. С помощью метафор авторы французских политических текстов целенаправленно представляют Россию в тя-

желом положении, вопреки тому факту, что она проводит взвешенную и самостоятельную внешнюю политику. И в русском, и во французском языке слово «пропасть» в переносном значении определяется как нечто опасное и грозящее гибелью [URL: <http://slovarozhegova.ru/word.php?wordid=24701>], как и милитарная метафора «минное поле».

По результатам исследования, основанного на материалах более 100 печатных и электронных политических текстов на французском языке, можно заключить, что в контексте гражданской войны на Украине образ России формируется посредством негативных оценок. Анализ более 400 метафорических выражений сферы-мишени «Россия», привести которые полностью не представляется возможным, показывает, что французскими СМИ, вопреки объективной действительности, целенаправленно создается образ России как страны-агрессора, виновной в разжигании конфликта стороны.

Использование во французском политическом дискурсе большого количества метафор с отрицательной коннотацией, характеризующих Россию и ее действия, вызвано желанием западных кругов негативно представить российскую политическую действительность. Это делается с целью дискредитации власти и изображения ситуации в нашей стране посредством пейоративной лексики. Фактически создание негативных метафорических образов есть не что иное, как элемент борьбы Запада против нашей страны, цель которого — не только изменить режим в России, но и вынудить ее отказаться от защиты своих национальных интересов.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Гак В. Г., Ганшина К. А. Новый французско-русский словарь. 11-е изд., стер. — М.: Рус. яз.-Медиа, 2006.
2. Гак В. Г., Григорьев Б. Б. Теория и практика перевода. Французский язык. — М.: Интердиалект+, 2000.
3. Лакофф Дж., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем. Изд. 2-е. — М.: Изд-во ЛКИ, 2008.
4. МИД РФ считает неэффективной политику санкций в отношении Ирана // РИА «Новости». — URL: <http://ria.ru/politics/20130207/921764490.html> (дата обращения: 25.09.2014).
5. Толковый словарь Ожегова. URL: <http://slovarozhegova.ru/word.php?wordid=24701> (дата обращения: 20.08.2014).
6. Attal S. Hillary Clinton voit elle aussi du Hitler en Poutine // France 24. URL: <http://www.france24.com/fr/20140306-hillary-clinton-adolf-hitler-vladimir-poutine-ukraine-crimee-russie-etats-unis-bhl/> (дата обращения: 17.08.14).
7. Boitiaux C. Ukraine: le «double jeu dangereux» de Vladimir Poutine // France 24. URL: <http://www.france24.com/fr/20140828-ukraine-russie-poutine-double-jeu-dangereux-separatistes-donetsk-est-novoazovsk/> (дата обращения: 09.09.2014).

8. Crimée: escalade des sanctions entre l'Occident et la Russie // Le Parisien. URL: <http://www.leparisien.fr/international/crimee-nouvelle-guerre-de-sanctions-entre-l-occident-et-la-russie-20-03-2014-3691027.php> (дата обращения: 17.08.2014).

9. Crimée: «La Russie est seule», selon Barack Obama // Le Parisien. URL: <http://www.leparisien.fr/international/crimee-la-russie-est-seule-selon-barack-obama-26-03-2014-3711251.php> (дата обращения: 17.08.2014).

10. Crimée: le fossé se creuse, «il n'y a plus de G8», dit Merkel // Le Parisien. URL: <http://www.leparisien.fr/flash-actualite-monde/crimee-le-fosse-entre-kiev-et-moscou-se-creuse-l-ue-prepare-une-riposte-20-03-2014-3690525.php> (дата обращения: 17.08.2014).

11. Crimée: le fossé se creuse, le sommet UE-Russie de Sotchi est annulé // Le Parisien. URL: <http://www.leparisien.fr/flash-actualite-monde/crimee-le-fosse-se-creuse-le-sommet-ue-russie-de-sotchi-est-annule-20-03-2014-3691121.php> (дата обращения: 16.07.2014).

12. Dorman V. Ukraine: Vladimir Poutine à l'Ouest // Libération. URL: [http://www.liberation.fr/monde/2014/06/04/ukraine-vladimir-poutine-a-l-ouest\\_1033760](http://www.liberation.fr/monde/2014/06/04/ukraine-vladimir-poutine-a-l-ouest_1033760) (дата обращения: 20.09.2014).

13. Douaran M. Le. Ukraine: les Occidentaux font des exercices militaires, la Russie montre les dents // L'Express. URL: [http://www.lexpress.fr/actualite-monde/europe/ukraine-les-occidentaux-font-des-exercices-militaires-la-russie-montre-les-dents\\_1575115.html?xtmc=russie&xtcr=19](http://www.lexpress.fr/actualite-monde/europe/ukraine-les-occidentaux-font-des-exercices-militaires-la-russie-montre-les-dents_1575115.html?xtmc=russie&xtcr=19) (дата обращения: 07.10.2014).

14. Guerre de sanctions entre Russie et Occident // Le Parisien. URL: <http://www.leparisien.fr/espace-premium/actu/guerre-de-sanctions-entre-russie-et-occident-21-03-2014-3692521.php> (дата обращения: 17.08.2014).

15. La Russie assure avoir repoussé un sous-marin américain // Le Point. URL: [http://www.lepoint.fr/monde/la-russie-assure-avoir-repousse-un-sous-marin-americain-09-08-2014-1852647\\_24.php](http://www.lepoint.fr/monde/la-russie-assure-avoir-repousse-un-sous-marin-americain-09-08-2014-1852647_24.php) (дата обращения: 22.09.2014).

16. Les Mistral de la discorde // France 24. URL: <http://webdoc.france24.com/mistral-russie-navires-saint-nazaire/index.html> (дата обращения: 09.09.2014).

17. L'Europe face au cas Poutine // Le Parisien. URL: <http://www.leparisien.fr/espace-premium/actu/l-europe-face-au-cas-poutine-20-03-2014-3688725.php> (дата обращения: 17.08.2014).

18. Pologne-Russie: les craintes de Varsovie // Radio Française Internationale. URL: <http://www.rfi.fr/emission/20140805-pologne-russie-ukraine-craintes-varsovie/> (дата обращения: 02.10.2014).

19. Poutine en quête d'un rôle // Le Parisien. URL: <http://www.leparisien.fr/espace-premium/fait-du-jour/poutine-en-quete-d-un-role-09-08-2014-4054785.php> (дата обращения: 07.10.2014).

20. Semo M. Vladimir Poutine en terrain miné sur les plages du Débarquement // Libération. URL: [http://www.liberation.fr/monde/2014/06/05/vladimir-poutine-en-terrain-mine-sur-les-plages-du-debarquement\\_1034765](http://www.liberation.fr/monde/2014/06/05/vladimir-poutine-en-terrain-mine-sur-les-plages-du-debarquement_1034765) (дата обращения: 19.09.2014).

21. Semo M. Un conflit en voie d'expansion // Libération. URL: [http://www.liberation.fr/monde/2014/09/02/un-conflit-en-voie-d-expansion\\_1092431](http://www.liberation.fr/monde/2014/09/02/un-conflit-en-voie-d-expansion_1092431) (дата обращения: 10.09.2014).

22. Ukraine: des pourparlers pour un cessez-le-feu s'ouvrent à Minsk // France 24. URL: <http://www.france24.com/fr/20140905-ukraine-pourparlers-cessez-le-feu-minsk-russie-porochenko-obama-hollande-poutine-donetsk-marioupol/> (дата обращения: 09.09.2014).

23. Ukraine: Donetsk sous les obus, craintes d'une intervention russe // Le Point. URL: [http://www.lepoint.fr/monde/ukraine-donetsk-sous-les-obus-craintes-d-une-intervention-russe-08-08-2014-1852491\\_24.php](http://www.lepoint.fr/monde/ukraine-donetsk-sous-les-obus-craintes-d-une-intervention-russe-08-08-2014-1852491_24.php) (дата обращения: 22.09.2014).

24. Ukraine: les craintes d'une intervention russe s'accroissent // Le Point. URL: [http://www.lepoint.fr/monde/ukraine-les-craintes-d-une-intervention-russe-s-accentuent-07-08-2014-1852023\\_24.php](http://www.lepoint.fr/monde/ukraine-les-craintes-d-une-intervention-russe-s-accentuent-07-08-2014-1852023_24.php) (дата обращения: 17.08.2014).

25. Ukraine: les Européens menacent la Russie de sanctions // Le Parisien. URL: <http://www.leparisien.fr/flash-actualite-monde/ukraine-les-europeens-privilegient-le-dialogue-pour-faire-reculer-la-russie-03-03-2014-3639425.php> (дата обращения: 29.09.2014).

26. Ukraine: les Occidentaux pris de court par la Russie // Le Point. URL: [http://www.lepoint.fr/monde/ukraine-les-occidentaux-pris-de-court-par-la-russie-01-03-2014-1796880\\_24.php](http://www.lepoint.fr/monde/ukraine-les-occidentaux-pris-de-court-par-la-russie-01-03-2014-1796880_24.php) (дата обращения: 22.09.2014).

27. Ukraine: l'Otan accuse Moscou de «menacer la paix en Europe», le G8 en question // Le Point. URL: [http://www.lepoint.fr/monde/ukraine-l-otan-accuse-moscou-de-menacer-la-paix-en-europe-le-g8-en-question-02-03-2014-1797022\\_24.php](http://www.lepoint.fr/monde/ukraine-l-otan-accuse-moscou-de-menacer-la-paix-en-europe-le-g8-en-question-02-03-2014-1797022_24.php) (дата обращения: 29.08.2014).

28. Ukraine: Obama a appelé Poutine et justifié les sanctions contre la Russie // Le Parisien. URL: <http://www.leparisien.fr/international/ukraine-les-europeens-a-bruxelles-pour-trouver-une-reponse-a-la-crise-06-03-2014-3648241.php> (дата обращения: 22.09.2014).

29. Un intense bras de fer diplomatique // Le Parisien. URL: <http://www.leparisien.fr/espace-premium/fait-du-jour/un-intense-bras-de-fer-diplomatique-03-03-2014-3637445.php> (дата обращения: 15.07.2014).

30. Un sommet nucléaire éclipsé par un G7-sanction contre Moscou // Le Parisien. URL: <http://www.leparisien.fr/flash-actualite-monde/un-sommet-nucleaire-eclipse-par-un-g7-sanction-contre-moscou-24-03-2014-3703839.php> (дата обращения: 29.09.2014).

31. URL: <http://rusnovosti.ru/programms/prog/341109/344259/> (дата обращения: 04.11.2014).

**R. I. Zaripov**  
Moscow, Russia

#### **METAPHORICAL IMAGES OF RUSSIA IN FRENCH POLITICAL DISCOURSE IN THE CONTEXT OF CIVIL WAR IN UKRAINE**

**ABSTRACT.** *The goal of the presented research is the description of metaphorical images of Russia in the French political discourse in the context of the civil war in Ukraine as well as the analysis of its manipulative effect upon the recipient through political communication. The research methodology has been formed under the influence of the theory of metaphorical modeling and the metaphor descriptor theory, as well as the achievements of discourse analysis and the works of some representatives of the Russian cultural and cognitive linguistics.*

*Metaphorical images of Russia in French political texts perform manipulative functions such as labeling, myth-making, disinformation and falsification of reality. The results of the undertaken research, which could be used in French political discourse*

*metaphorical modeling analysis, suggest that certain lexico-semantic fields serving as sources of metaphorical images of Russian political reality could be identified. It is noted that the use of metaphorical expressions, creating negative images of the Russian realia for the recipient, has been a permanent feature of the French political discourse for quite a long time.*

**KEYWORDS:** *metaphor; political discourse; image; concept; metaphorical expression; source domain; conceptual field.*

**ABOUT THE AUTHOR:** *Zaripov Ruslan Irikovich, Candidate of Philology, Military University of the Defense Ministry (French Language Department); Moscow, Russia.*

#### LITERATURE

- Gak V. G., Ganshina K. A. *Novyy frantsuzsko-russkiy slovar'*. 11-e izd., ster. — M. : Rus. yaz.-Media, 2006.
- Gak V. G., Grigor'ev B. B. *Teoriya i praktika perevoda. Frantsuzskiy yazyk*. — M. : Interdialekt+, 2000.
- Lakoff Dzh., Dzhonson M. *Metafori, kotorymi my zhivem*. Izd. 2-e. — M. : Izd-vo LKI, 2008.
- MID RF schitaet neeffektivnoy politiku sanktsiy v otnoshenii Irana // RIA «Novosti». — URL: <http://ria.ru/politics/20130207/921764490.html> (data obrashcheniya: 25.09.2014).
- Tolkovyy slovar' Ozhegova. URL: <http://slovar.ozhegova.ru/word.php?wordid=24701> (data obrashcheniya: 20.08.2014).
- Attal S. Hillary Clinton voit elle aussi du Hitler en Poutine // France 24. URL: <http://www.france24.com/fr/20140306-hillary-clinton-adolf-hitler-vladimir-poutine-ukraine-crimee-russie-etats-unis-bhl/> (data obrashcheniya: 17.08.14).
- Boitiaux C. Ukraine: le «double jeu dangereux» de Vladimir Poutine // France 24. URL: <http://www.france24.com/fr/20140828-ukraine-russie-poutine-double-jeu-dangereux-separatistes-donetsk-est-novoazovsk/> (data obrashcheniya: 09.09.2014).
- Crimée: escalade des sanctions entre l'Occident et la Russie // Le Parisien. URL: <http://www.leparisien.fr/international/crimee-nouvelle-guerre-de-sanctions-entre-l-occident-et-la-russie-20-03-2014-3691027.php> (data obrashcheniya: 17.08.2014).
- Crimée: «La Russie est seule», selon Barack Obama // Le Parisien. URL: <http://www.leparisien.fr/international/crimee-la-russie-est-seule-selon-barack-obama-26-03-2014-3711251.php> (data obrashcheniya: 17.08.2014).
- Crimée: le fossé se creuse, «il n'y a plus de G8», dit Merkel // Le Parisien. URL: <http://www.leparisien.fr/flash-actualite-monde/crimee-le-fosse-entre-kiev-et-moscou-se-creuse-l-ue-prepare-une-riposte-20-03-2014-3690525.php> (data obrashcheniya: 17.08.2014).
- Crimée: le fossé se creuse, le sommet UE-Russie de Sotchi est annulé // Le Parisien. URL: <http://www.leparisien.fr/flash-actualite-monde/crimee-le-fosse-se-creuse-le-sommet-ue-russie-de-sotchi-est-annule-20-03-2014-3691121.php> (data obrashcheniya: 16.07.2014).
- Dorman V. Ukraine: Vladimir Poutine à l'Ouest // Libération. URL: [http://www.liberation.fr/monde/2014/06/04/ukraine-vladimir-poutine-a-l-ouest\\_1033760](http://www.liberation.fr/monde/2014/06/04/ukraine-vladimir-poutine-a-l-ouest_1033760) (data obrashcheniya: 20.09.2014).
- Douaran M. Le. Ukraine: les Occidentaux font des exercices militaires, la Russie montre les dents // L'Express. URL: [http://www.lexpress.fr/actualite/monde/europe/ukraine-les-occidentaux-font-des-exercices-militaires-la-russie-montre-les-dents\\_1575115.html?xtmc=russie&xtcr=19](http://www.lexpress.fr/actualite/monde/europe/ukraine-les-occidentaux-font-des-exercices-militaires-la-russie-montre-les-dents_1575115.html?xtmc=russie&xtcr=19) (data obrashcheniya: 07.10.2014).
- Guerre de sanctions entre Russie et Occident // Le Parisien. URL: <http://www.leparisien.fr/espace-premium/actu/guerre-de-sanctions-entre-russie-et-occident-21-03-2014-3692521.php> (data obrashcheniya: 17.08.2014).
- La Russie assure avoir repoussé un sous-marin américain // Le Point. URL: [http://www.lepoint.fr/monde/la-russie-assure-avoir-repousse-un-sous-marin-americain-09-08-2014-1852647\\_24.php](http://www.lepoint.fr/monde/la-russie-assure-avoir-repousse-un-sous-marin-americain-09-08-2014-1852647_24.php) (data obrashcheniya: 22.09.2014).
- Les Mistral de la discorde // France 24. URL: <http://webdoc.france24.com/mistral-russie-navires-saint-nazaire/index.html> (data obrashcheniya: 09.09.2014).
- L'Europe face au cas Poutine // Le Parisien. URL: <http://www.leparisien.fr/espace-premium/actu/l-europe-face-au-cas-poutine-20-03-2014-3688725.php> (data obrashcheniya: 17.08.2014).
- Pologne-Russie: les craintes de Varsovie // Radio Française Internationale. URL: <http://www.rfi.fr/emission/20140805-pologne-russie-ukraine-craintes-varsovie/> (data obrashcheniya: 02.10.2014).
- Poutine en quête d'un rôle // Le Parisien. URL: <http://www.leparisien.fr/espace-premium/fait-du-jour/poutine-en-quete-d-un-role-09-08-2014-4054785.php> (data obrashcheniya: 07.10.2014).
- Semo M. Vladimir Poutine en terrain miné sur les plages du Débarquement // Libération. URL: [http://www.liberation.fr/monde/2014/06/05/vladimir-poutine-en-terrain-mine-sur-les-plages-du-debarquement\\_1034765](http://www.liberation.fr/monde/2014/06/05/vladimir-poutine-en-terrain-mine-sur-les-plages-du-debarquement_1034765) (data obrashcheniya: 19.09.2014).
- Semo M. Un conflit en voie d'expansion // Libération. URL: [http://www.liberation.fr/monde/2014/09/02/un-conflit-en-voie-d-expansion\\_1092431](http://www.liberation.fr/monde/2014/09/02/un-conflit-en-voie-d-expansion_1092431) (data obrashcheniya: 10.09.2014).
- Ukraine: des pourparlers pour un cessez-le-feu s'ouvrent à Minsk // France 24. URL: <http://www.france24.com/fr/20140905-ukraine-pourparlers-cessez-le-feu-minsk-russie-porochenko-obama-hollande-poutine-donetsk-marioupol/> (data obrashcheniya: 09.09.2014).
- Ukraine: Donetsk sous les obus, craintes d'une intervention russe // Le Point. URL: [http://www.lepoint.fr/monde/ukraine-donetsk-sous-les-obus-craintes-d-une-intervention-russe-08-08-2014-1852491\\_24.php](http://www.lepoint.fr/monde/ukraine-donetsk-sous-les-obus-craintes-d-une-intervention-russe-08-08-2014-1852491_24.php) (data obrashcheniya: 22.09.2014).
- Ukraine: les craintes d'une intervention russe s'accroissent // Le Point. URL: [http://www.lepoint.fr/monde/ukraine-les-craintes-d-une-intervention-russe-s-accentuent-07-08-2014-1852023\\_24.php](http://www.lepoint.fr/monde/ukraine-les-craintes-d-une-intervention-russe-s-accentuent-07-08-2014-1852023_24.php) (data obrashcheniya: 17.08.2014).
- Ukraine: les Européens menacent la Russie de sanctions // Le Parisien. URL: <http://www.leparisien.fr/flash-actualite-monde/ukraine-les-europeens-privilegient-le-dialogue-pour-faire-reculer-la-russie-03-03-2014-3639425.php> (data obrashcheniya: 29.09.2014).
- Ukraine: les Occidentaux pris de court par la Russie // Le Point. URL: [http://www.lepoint.fr/monde/ukraine-les-occidentaux-pris-de-court-par-la-russie-01-03-2014-1796880\\_24.php](http://www.lepoint.fr/monde/ukraine-les-occidentaux-pris-de-court-par-la-russie-01-03-2014-1796880_24.php) (data obrashcheniya: 22.09.2014).
- Ukraine: l'Otan accuse Moscou de «menacer la paix en Europe», le G8 en question // Le Point. URL: [http://www.lepoint.fr/monde/ukraine-l-otan-accuse-moscou-de-menacer-la-paix-en-europe-le-g8-en-question-02-03-2014-1797022\\_24.php](http://www.lepoint.fr/monde/ukraine-l-otan-accuse-moscou-de-menacer-la-paix-en-europe-le-g8-en-question-02-03-2014-1797022_24.php) (data obrashcheniya: 29.08.2014).
- Ukraine: Obama a appelé Poutine et justifié les sanctions contre la Russie // Le Parisien. URL: [http://www.leparisien.fr/monde/ukraine-obama-a-appelle-poutine-et-justifie-les-sanctions-contre-la-russie-01-03-2014-1796880\\_24.php](http://www.leparisien.fr/monde/ukraine-obama-a-appelle-poutine-et-justifie-les-sanctions-contre-la-russie-01-03-2014-1796880_24.php) (data obrashcheniya: 22.09.2014).

[www.leparisien.fr/international/ukraine-les-europeens-a-bruxelles-pour-trouver-une-reponse-a-la-crise-06-03-2014-3648241.php](http://www.leparisien.fr/international/ukraine-les-europeens-a-bruxelles-pour-trouver-une-reponse-a-la-crise-06-03-2014-3648241.php) (data obrashcheniya: 22.09.2014).

29. Un intense bras de fer diplomatique // Le Parisien. URL: <http://www.leparisien.fr/espace-premium/fait-du-jour/un-intense-bras-de-fer-diplomatique-03-03-2014-3637445.php> (data obrashcheniya: 15.07.2014).

30. Un sommet nucléaire éclipsé par un G7-sanction contre Moscou // Le Parisien. URL: <http://www.leparisien.fr/flash-actualite-monde/un-sommet-nucleaire-eclipse-par-un-g7-sanction-contre-moscou-24-03-2014-3703839.php> (data obrashcheniya: 29.09.2014).

31. URL: <http://rusnovosti.ru/programms/prog/341109/344259/> (data obrashcheniya: 04.11.2014).

***Статью рекомендует к публикации д-р филол. наук, проф. Л. А. Гаврилов.***

С. В. Киселева, Т. С. Росянова  
Санкт-Петербург, Россия

### СПЕЦИФИКА ВЕРБАЛИЗАЦИИ КОНЦЕПТА «POLITICAL MARKETING» В СОВРЕМЕННОМ АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

**АННОТАЦИЯ.** В статье обсуждаются особенности терминологической вербализации междисциплинарного англоязычного концепта «political marketing», находящегося на стыке маркетинга и политики. Рассмотрение политических концептов и их внутренней структуры относится к числу важнейших направлений политической лингвистики и предполагает выделение составляющих уровней концепта и отношений между ними. Исследование способов вербализации концепта основывается на признании того факта, что язык выявляет и объективирует то, как мир увиден и понят человеческим разумом и как он категоризован сознанием. Для концептов, функционирующих в сфере науки, наибольшую значимость приобретает понятийно-информационный компонент, представленный терминами и терминологическими словосочетаниями.

Политический маркетинг противопоставляется маркетингу, который применяется в бизнесе (commercial marketing, business marketing), и в то же время сравнивается с ним. Концепт political marketing представляет интерес своей многомерностью, и его когнитивная интерпретация дает возможность осознать представления англосаксонского этноса о рационализации электорального процесса в рамках современной рыночной системы экономики. Изучение концептов и их структуры помогает глубже понять суть явлений окружающего мира и исследовать тайны познания и осмысления мира народами.

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:** политическая лингвистика; политический маркетинг; термин; концепт; междисциплинарный концепт; уровни концепта; понятийно-информационный компонент концепта.

**СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ:** Киселева Светлана Владимировна, доктор филологических наук, профессор, департамент иностранных языков, национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» (Санкт-Петербург, Россия); адрес: 190008, г. Санкт-Петербург, ул. Союза Печатников, д.16; e-mail: svkiseljeva@bk.ru.

**СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ:** Росянова Татьяна Сергеевна, кандидат филологических наук, доцент, кафедра экономического английского языка № 2, Санкт-Петербургский государственный экономический университет; адрес: Санкт-Петербург, Россия; e-mail: rosyanova@mail.ru.

Политическая сфера является объектом пристального внимания специалистов различных научных дисциплин. В последнее время возрос интерес лингвистов к политическим коммуникациям, языку политики, политической метафоре и политической риторике, предвыборным агитационным текстам, лексическим и стилистическим особенностям инаугурационных речей, аксиологическим аспектам политических текстов. По словам А. П. Чудинова, политическая сфера является важной частью национальной культуры, а языковая картина политического мира представляет собой сложное объединение ментальных единиц (например, концептов, стереотипов, сценариев, концептуальных полей, ценностей и др.) [Чудинов 2009: 35].

Перспективные научные направления в последние годы создаются в междисциплинарной зоне соприкосновения нескольких областей знания. Подобным образом сформировалась новая научно-практическая дисциплина «Политический маркетинг», которая использует достижения таких наук, как политология, психология, социология, демография и др.

Целью настоящей статьи является анализ результатов терминологической вербализации англоязычного концепта *political*

*marketing*, находящегося на стыке маркетинга и политики, в англоязычных профессиональных изданиях. Изучение концепта *political marketing* представляет существенный интерес как для политической лингвистики, так и для экономической лингвистики, которая в настоящее время также активно развивается.

За последнее десятилетие возрос интерес к политическому маркетингу в Европе, Соединенных Штатах и во всем мире. Мы обращаемся к исследованию междисциплинарного концепта *political marketing*, который выражает стремление политиков гарантированно выигрывать на политической арене, используя PR-технологии и достижения современного маркетинга. В центре политического маркетинга лежит идея ориентации на рынок, подчеркивающая, что партиям следует понимать запросы общества и реагировать на них.

Под концептом, вслед за Е. С. Кубряковой, мы понимаем оперативную содержательную единицу памяти, ментального лексикона, концептуальной системы мозга, своей картины мира, отраженной в человеческой психике [Кубрякова 1996: 90]. Ю. С. Степанов трактует концепт как сумму представлений, понятий, знаний, ассоциа-

ций, переживаний, которые сопровождают слово или понятие. Концепты — предмет эмоций, симпатий и антипатий, столкновений и противоборства.

Поскольку концепт — это мыслительная и ненаблюдаемая категория, то это дает большой простор для ее толкования. По мнению Е. С. Кубряковой, исследование способов вербализации концепта основывается на утверждении, что язык выявляет и объективирует то, как увиден и понят мир человеческим разумом, как он преломлен и категоризован сознанием [Кубрякова 1997: 37—38]. Большинство исследователей предлагает рассматривать следующие компоненты структуры концептов: образно-перцептивный, понятийно-информационный и ценностно-интерпретационный. Для концептов, функционирующих в сфере науки, наибольшую значимость приобретает понятийно-информационный компонент, представленный терминами и терминологическими словосочетаниями.

Изучение концептов и их структуры помогает глубже понять суть явлений окружающего мира и исследовать тайны познания и осмысления мира народами. Поэтому А. П. Чудинов считает, что рассмотрение отдельных политических концептов относится к числу важнейших направлений политической лингвистики [Чудинов, Будаев 2007: 91].

По мнению Н. Н. Болдырева, концептуальная информация, которую кодирует язык, является наиболее существенной, и именно концепт определяет семантику языковых единиц, используемых для его выражения [Болдырев 2001: 26]. По Н. Н. Болдыреву, выявление внутренней структуры простых и сложных ментальных объектов лежит в основе всех видов и типов концептуального анализа и предполагает выделение некоторых составляющих и определенных отношений между ними [Болдырев 2010: 34].

Концепт *political marketing* представляет собой результат творческого синтеза теории, стратегии и практики. В толковом словаре терминов маркетинга *политический маркетинг* определяется следующим образом: «*Marketing designed to influence consumers about political issues, particular candidates for public office, or public issues. Although political marketing uses many of the same techniques that other forms of marketing*

*do, it is actually used to promote a concept or an idea, rather than a specific product or service, and to motivate people to vote for that idea*» [DMT 2000: 425].

Дефиниция Американской маркетинговой ассоциации (AMA) акцентирует, что назначение политического маркетинга заключается в том, чтобы воздействовать на целевой электорат: «...to influence target audiences to vote for a particular person, party, or proposition. Attempts by an individual or organization only to educate or change attitudes are not political marketing» [marketingpower.com]. Согласно дефиниции «Толкового словаря правительства и политики Великобритании», «*Political marketing concerns the way in which business organisations seek to gain a market advantage by carefully tailoring their product to popular requirements and promoting it in such a way as to maximise sales. Political marketing is about the way in which political bodies adapt and employ business-marketing concepts and techniques in order to help them fulfil their objectives*» [Watt 2007: 196].

Политический маркетинг противопоставляется маркетингу, который применяется в бизнесе (*commercial marketing, business marketing*) и в то же время сравнивается с ним. Например:

• *Political marketing has developed in parallel with commercial marketing through the course of the 20th century, with the commercial world of marketing informing the worlds of political and referendum marketing, and vice versa* [bokus.com].

Термины *политическая коммуникация, политический маркетинг* и *политическая реклама (political communication, political marketing, political advertising)* находятся друг с другом в гипо-гиперонимических отношениях. Термин *political communication* представляет собой гипероним, тогда как термин *political marketing* является гипонимом. Следующий ярус иерархических семантических отношений составляет пара терминов *political marketing* и *political advertising*, причем в этом случае гиперонимом является *political marketing*, а гипонимом — термин *political advertising: political communication → political marketing → political advertising*.

Основные субъекты политического маркетинга схематично представлены на рисунке.

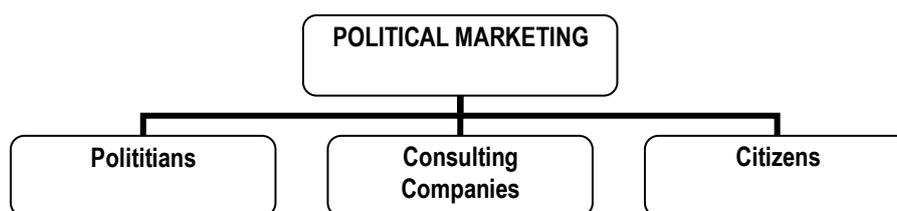


Рис.

Очевидно, что в репрезентации концепта *political marketing* следует ожидать вербализованного присутствия всех трех субъектов политического маркетинга. Для целей настоящего исследования актуальна вербализация концепта специалистами, которые осуществляют развитие технологий политического маркетинга.

При анализе материала нами были отобраны и классифицированы термины, терминологические словосочетания, высказывания, тексты, эксплицирующие концепт *political marketing* в английских и американских источниках. В результате базового семантического сегментирования были рассмотрены основные семантические уровни, составляющие структуру данного концепта. Для анализа в данной статье нами были отобраны следующие десять уровней концепта *Political marketing: historical level, theoretical level, territorial level, strategic level, functional level, practical level, political-legislative level, psychological level, axiological level, metaphorical level*.

### 1. Historical level

Впервые термин «*political marketing*» был применен в 1956 г. политологом Стенли Келли в работе, посвященной анализу профессионализации избирательных кампаний в США. По словам Маргарет Скэммелл из Лондонской школы экономики, в научный обиход словосочетание «*political marketing*» было введено группой ученых из Великобритании, Германии и США, которые попытались укрепить его как отчетливую субдисциплину, проводя регулярные конференции и публикуя соответствующие статьи [Scammel 1999: 718].

История и эволюция «политического маркетинга» (*evolution of political marketing*) эксплицируется в многочисленных научных статьях, монографиях и справочных материалах и представлена, например, следующими словосочетаниями: *political marketing evolution, political marketing history, history of campaign advertising, history and evolution of online campaigns, historical origins of presidential campaign marketing* и др. Например:

- *It is generally accepted that **political marketing** started to become a cornerstone of political campaigns when, in the 1952 pres-*

*idential election, the American Republican Party hired a first-rate marketing consultant, Thomas Rosser Reeves Jr., who managed Dwight D. Eisenhower's successful transformation from an army general to a civilian commander in chief [communicationencyclopedia.com].*

- *If **political marketing** in practice is about **the art of persuasion** then it could be argued that this goes back to the days of Aristotle [Savigny 2009: 801].*

### 2. Theoretical level

Развитие научной теории политического маркетинга (*political marketing theory*) приводит, во-первых, к созданию научных классификаций и моделей, поиску элементов стратегии и тактики, разработке принципов и методов для применения в практике избирательных кампаний и т. п. Теоретические принципы политического маркетинга вербализуются в текстах различными словосочетаниями: *electoral political marketing, governmental political marketing, international political marketing, political marketing methods, three-stage model of evolution, secondary level of the general political marketing model, third level model of international political choice behaviour, Lees-Marshment's Theory of Comprehensive Political Marketing* и др. Например:

- *For the first time in publication, the paper establishes a **theoretical model** which provides a framework of the **three aspects of political marketing**, that is **electoral political marketing (EPM), governmental political marketing (GPM) and international political marketing (IPM)** [onlinelibrary.wiley.com].*
- *Our innovative **cultural adaptation model of political marketing** transcends language and culture and after millions of multilingual voter and donor direct contacts, our experience has taught us that it works anywhere [tasapolitical.com].*

Во-вторых, теоретический уровень концепта *political marketing* содержит разнообразные эксплицированные научные дефиниции терминов, как в текстах статей и монографий, так и в толковых словарях. Например:

- ***Political marketing research** is interdisciplinary and research in this area is broad,*

focusing on, for instance, how marketing may create value for the **political consumer**; how it can increase citizens' engagement with the **political process** in democratic societies around the world; and how advances in marketing theory may have an impact on **political communication and discourse** [academyofmarketing.org].

В-третьих, научные монографии и статьи в специализированных журналах («Journal of Political Marketing», «Political studies», «American Journal of Political Science», «Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing», «Journal of Marketing Analytics») содержат большое количество функционирующих трехкомпонентных и четырехкомпонентных словосочетаний, включающих в себя терминологический компонент *political marketing* и соотносимых с развитием теоретических концепций: *political marketing practice, political marketing topics, political marketing literature, political marketing management, political marketing revolution, political marketing effectiveness, political marketing engagement, political relationship marketing, political marketing management, political marketing techniques* и др. Например:

- While the **political marketing literature** draws attention to political actors and voters, clearly they do not operate in this minimally defined context. Moreover, given the prescriptive nature of some of the **political marketing literature**, this might suggest a one-way relationship where marketers are able to influence politicians and politicians simply able to influence the electorate [Savigny 2009: 808].

Двухэлементный терминологический компонент *political marketing* встречается в многокомпонентных терминологических словосочетаниях или терминологических кластерах: *international political marketing research, political marketing research agenda, political marketing planning process, political campaign marketing sector, a cost-effective political campaign marketing strategy, political social media marketing strategy, key political marketing decision makers* и др. Например:

- **Political marketing planning process** aims to determine how to generate and retain public support for party policies and programmes [Baines, Harris 2002: 7].

### 3. Territorial level

Территориальный уровень восприятия политического маркетинга на уровне разных стран и континентов обуславливает функционирование в текстах многочисленных многокомпонентных субстантивных словосочетаний с главными составляющими эле-

ментами *political marketing*. Дифференциация политического маркетинга на зональные составляющие актуализирует социокультурную специфику национальных избирательных кампаний.

При классификации высказываний были отобраны примеры, включающие указания на обширную географию действия политического маркетинга. Так, в частности, словосочетания *international political marketing, global political marketing, political marketing in the United States, local political marketing, political marketing in the Greek context, European style of political marketing* и подобные вербализуют территориальный уровень концепта *political marketing*, определяя пространство разворачивающейся политической борьбы. Например:

- *The practice of **International Political Marketing** can be seen increasingly in the foreign relations of independent states* [onlinelibrary.wiley.com].
- ***Global political marketing** is a comprehensive analysis of why, how and with what affect parties use **political marketing** in a range of political systems — presidential, parliamentary, two and multi-party, and established and emerging democracies* [onlinelibrary.wiley.com].

### 4. Strategic level

Под стратегией политического маркетинга понимаются технологии убеждения: «*Political marketing strategy, generally, is a series of persuasional techniques deployed in competitive situations to construct and reinforce a political entity's image, products and persons*» [Osugwu 2008: 800]. В выборке терминологических словосочетаний и кластеров встречаются следующие единицы: *political marketing strategy, political social media marketing strategy, a cost-effective political campaign marketing strategy, strategic components associated with political marketing campaigns, a marketing planning model for political parties, marketing planning for political parties* и т. д. Например:

- ***Political marketing strategy, specifically, seeks to describe how political entities and persons attempt to market their programmes, policies, persons and ideas to the relevant publics, while being sensitive to the realities of the political environment*** [Osugwu 2008: 800].

Стратегический анализ необходим на политической арене. Из классической коммерческой теории маркетинга в политический маркетинг заимствуется идея о положении партий или кандидатов, которые обозначаются как *market leader, market*

*challenger, market nicher.* Так, например, **Market leaders should permanently defend their position. To gain the voters' attention and trust a market leader should be creative, friendly and reputable.** Второй по популярности у электората кандидат должен использовать агрессивные и атакующие стратегии: **A challenger's performance depends on using various attack strategies to improve and maintain its position over a long period of time. In competitive terms, the challenger's role is to „depose the leader“, by using active strategies that „require an aggressive approach“** [Butler, Collins 1996: 40].

По мнению Н. Н. Цыцаркиной, социальные отношения подразделяются на отношения кооперации и конфликта, которые являются двумя неотъемлемыми сторонами жизни общества и системы общественных отношений. Конфликтные отношения представляют собой столкновение конкурирующих сторон с целью осуществления своих интересов, приводящее к тому, что реализация интересов одной из сторон оказывается под угрозой [Цыцаркина 2012: 11]. Политические партии в период избирательных кампаний находятся в социальных отношениях конфликта, поскольку, по словам А. П. Чудинова, «в политической сфере целью является борьба за власть» [Чудинов 2009: 29].

### 5. Functional level

Экспертами политического маркетинга рассматриваются его отдельные элементы. При этом, в частности, различными авторами выделяются различные функции: *product function, distribution function, result function, information function, financial function, cost function, communication function, news management function, fund raising function, parallel campaign management function, internal cohesion management functions.* Например:

- **Information function:** *the political marketing should provide the voters with the needed information for their decision. Party's and candidate's history, intentions and programmes should be made public [gb3group.com].*
- **Distribution function:** *delivering the right message to the right target market is crucial. The marketers have to make sure that the message suits the distribution channel and the target audience [gb3group.com].*

Одной из ведущих функций политического маркетинга является коммуникационная. Политическая коммуникация в публичной политической деятельности представляет собой форму осуществления профессиональной и общественной деятельности политических лидеров и активистов, и наибо-

лее яркий пример такой деятельности — это предвыборная агитация [Чудинов 2009: 30].

### 6. Practical level

Технологии и методы политического маркетинга, сходные во многом с аналогичными технологиями коммерческого маркетинга, предоставляют обширный маркетинговый инструментарий. Практический уровень концепта *political marketing* вербализуется в публицистических и научных текстах, посвященных результатам избирательных кампаний, разнообразными словосочетаниями: *demographic research, tactics, tools and techniques, prior electoral data, powerful targeting weapon, social media tools, propaganda, political marketing messages, political marketing tools, political branding, presidential election staffs, political and public affairs campaigns, segmentation of the voting market, segmentation of relevant voting groups, federal election campaigns, voter group targeting, targeted campaign message.* Например:

- **Technological developments, refinement of marketing strategies,** *advice from international strategists, and greater availability of information about voters' lifestyle choices and consumer trends have meant that, in practice, voters are now segmented into much smaller groups, leading to a much more specific individualized refining of the targeted campaign message [Savigny 2009: 807].*
- **There are many different types of polls that candidates rely upon, including benchmark surveys, trial heat surveys, tracking polls, cross-sectional and panel surveys, and exit polls** [Asher 1998].

Политическое сознание отдельного человека, социума или нации в целом в значительной степени определяется системой ценностей, жизненных приоритетов и стереотипов. Практика политического маркетинга использует особенности массового сознания для оказания влияния на политические настроения в обществе.

### 7. Political-legislative level

Государство законодательно регулирует проведение избирательных кампаний, устанавливает сроки, ограничения, регламенты и т. п. Политическая реклама (*political advertising*), которая является составной частью политической коммуникации, характеризуется тем, что меньше регулируется по сравнению с коммерческой. Кроме того, кандидатам разрешается критиковать друг друга и выдвигать контраргументы, что является недопустимым для деловой рекламы. Например:

- **The Information Commissioner's Office issued guidelines on political marketing in**

*March warning that it must follow the same strictures as commercial activity, especially with regard to data permissions* [marketing week.co.uk].

- **Political advertisers** are not subject to comparable voluntary guidelines. First Amendment protections make it virtually impossible to impose involuntary restraints on the content of **political advertising** [stanford.edu].

Для разных штатов США правила проведения выборов несколько различаются. Например:

- Every year, the **California Department of Transportation** removes **political campaign signs** from road for violating the department's **political sign regulations** [goarticles.com].

Специальные исследования, как отмечает А. П. Чудинов, показывает, что агрессивность политической коммуникации резко возрастает в периоды, когда политическое решение должны принять широкие массы граждан. Вместе с тем агрессивность заметно снижается, когда политические соперники вынуждены действовать совместно [Чудинов 2009: 53].

### 8. Psychological level

Поведенческие особенности и предпочтения избирателей и конкурирующих партий, психологические черты самих кандидатов, их сильные и слабые стороны анализируются и корректируются в соответствии с целями избирательной стратегии. По мнению экспертов, назначением политического маркетинга является воздействие на индивидуумов: *Political marketing is designed to influence individuals about political candidates, political issues, and campaigns* [Lees-Marchment 2001]. На практике подобное воздействие осуществляется путем политической рекламы. Например:

- **Political advertising in electoral campaigns** is, ultimately, aimed at **persuading voters** to do what the person paying for the advertisements wants them to do—that is, to vote **for** a particular candidate, which means not voting for any other candidates [Berger 2011: 112].

Вербализация психологического уровня концепта *political marketing* приводит к использованию в текстах таких словосочетаний, как *behavior of political parties, candidate's strengths and weaknesses, electoral behavior, voting behaviour, party positioning and voter group targeting, political choice behaviour, tactical voting behaviour, elite-level political behaviour, image, voters' interaction with parties and candidates, political public relations, voter*

*profiling* и т. д. Позиционирование политических партий и кандидатов в уме избирателей, создание необходимого имиджа является ключевым элементом работы маркетологов. Например:

- *Parties also need to maintain and enhance their **image** and policies outside the election cycle, if they are to succeed in the current political climate* [Baines, Harris 2002: 7].

В результате эффективной работы политических маркетологов электорат чувствует положительное эмоциональное состояние:

- *We want candidates who **reassure** us, who **give us hope**, who are **compassionate** toward the poor and disadvantaged, who **make us feel proud** about where we live and about America. We **like to feel** that our candidates are like us and aware of people like us, even though they may be quite far removed — in distance and socioeconomic status — from us* [Berger 2011: 120].

Следует отметить, что сторонники оппозиции акцентируют негативные аспекты информации, а сторонники партии власти, напротив, стремятся привлечь внимание к позитивным событиям и представить их как результат правильной политики руководства. «Ситуацией владеет тот, кто лучше может ее интерпретировать в своих интересах» [Чудинов 2009: 66].

### 9. Axiological level

Оценочность как категория и способы выражения оценки в языке широко изучаются в работах последних лет. Оценочный характер семантики значительного количества общественно-политических терминов не подлежит сомнению. По словам Н. Н. Болдырева, оценочная категоризация представляет собой результат пересечения двух концептуальных систем, отражающих физическую и идеальную сторону восприятия человеком окружающего мира. При оценочной категоризации точкой отсчета является человек и его шкала ценностей [Болдырев 2002: 21].

Оценочный уровень концепта *political marketing* включает несколько составляющих. Так, например, по результатам каждой электоральной кампании проводится оценка полученных результатов и их соответствие намеченным стратегиям, планам и ожиданиям. В литературе анализируются эффективные политические кампании и причины их успеха. Соответствующие терминологические словосочетания эксплицируют оценки разных типов: **successful online political marketing, unique component of political marketing, effective political marketing, powerful political marketing campaigns, successful marketing strategy**. Например:

- *The most **successful online political marketing** campaigns are run by political organizations that understand the power of engagement and the need to meet their target audience on a variety of levels [politicalwebscience.com].*

Кроме того, оценке подвергается также уникальность электоральных проектов, а также рассматривается их финансовая сторона. Например:

- *The **million dollar political marketing campaigns** sometimes push more citizens away than they gather [politicalwebscience.com].*

Далее, консалтинговые фирмы, выполняющие заказы по организации избирательных кампаний, рекламируют результаты своей работы в позитивных тонах. Например:

- *Some of the **greatest commercial strategies for social engagement** can be applied to generate **powerful political marketing campaigns** [politicalwebscience.com].*

Помимо положительных оценок, политический маркетинг получает и критическое отношение исследователей.

- ***Political marketing** has become a flourishing business and some think that the status of consumer-citizens it attaches to people **minimizes their ability to make correct political decisions** [gb3group.com].*

И, наконец, *морально-этическая сторона* политического маркетинга (*ethics of political marketing*) рассматривается как обществом, так и политиками. Так, например, критикуется сама идея «продавать кандидатов как овсяные хлопья» (*The idea that you can merchandise candidates for high office like breakfast cereal is the **ultimate indignity** to the democratic process* (Democratic candidate Adlai Stevenson, Speech at the Democratic National Convention, 1956 [quotes.dictionary.com])). С одной стороны, на законодательном уровне различных штатов происходит регулирование политической рекламы, с другой стороны, профессионалы из мира коммерческой рекламы также делают попытки воздействовать на этичность процесса избирательных кампаний. Например:

- *The **Texas Election Law** requires certain disclosures and notices on **political advertising**. The law also prohibits certain types of misrepresentation in **political advertising** and **campaign communications** [ethics.state.tx.us].*
- *The current state of **political advertising** has aroused considerable concern within the world of **commercial advertising**. Major advertising firms and professional associations have widely deplored the lack of*

*accountability of **political advertisers** and their unwillingness to adhere to a **code of ethics** [stanford.edu].*

Парадоксы политической этики (*political ethics*) и многочисленные моральные дилеммы вызывают к жизни специальные исследования, рассматривающие политическую жизнь и ее различные аспекты, том числе и этику практики политического маркетинга (*Ethics of Political Marketing Practices*):

- *Across the centuries significant **moral dilemmas** arise more frequently within the **political arena** than they do anywhere else. Power seems to invite its practitioners to do what would be unthinkable to them in ordinary life [jstor.org].*

Наличие оценочного компонента в структуре концепта *political marketing* на современном этапе его развития обусловлено рядом факторов, а именно: морально-этическим, идеологическим и коммерческим. При этом следует подчеркнуть, что важнейшим основанием оценочности в структуре концепта *political marketing* является его теснейшее соприкосновение с реалиями политической жизни. Как отмечает А. П. Чудинов, отражение процессов и изменений социальной жизни в языке политики не беспристрастно — оно почти постоянно оценочно [Чудинов 2009: 113].

## 10. Metaphorical level

Метафорические образы играют важную роль в развитии политической ситуации [Чудинов, Будаев 2007: 97]. Область политики сама по себе изобилует метафорами, которые активно исследуются когнитивистами. Хлесткие запоминающиеся фразы, которые мгновенно становятся популярными цитатами, весьма характерны для политической риторики. Милитарная метафора в политике является классикой. В политическом маркетинге образный язык и метафоры используются в рекламных продуктах для заказчиков-политиков (*political advertising, political communication in election campaigns*). Сам политический маркетинг сравнивается с супружеством, кандидаты рекламируются подобно мылу, партию республиканцев уподобляют футболистам, а демократов — шахматистам и т. д. Например:

- *For Lees-Marshment (2001) **political marketing** is the outcome of the **marriage between marketing and politics** and, empirically, „it represents the permeation of the **political arena** by marketing“ [Lees-Marshment 2001].*
- *Kotler and Levy (1969) argued that marketing is not something that is confined to business practice, but „**political contests***

*remind us that candidates are marketed as well as soap*" [Savigny 2009: 802].

- *If politics were like high school, Republicans would be the football stars and Democrats would be chess club captains* [news.wustl.edu].

Политики неоднократно сравниваются с актерами, играющими роли:

- **Political marketing**, as practice, has been a method through which **political actors** have responded to, and **played a role** in reconstituting this changing environment [Savigny 2009: 813].

Политический маркетинг сравнивается с инструментом фрейминга, с неким транспортным механизмом. Например:

- **Political marketing** can be understood as an instrument that frames political campaigns in the eyes of voters. **Positioning is the vehicle** which allows the candidate to convey his **image** to voters in the best light possible [Baines, Harris 2002: 7, 12].

В публикациях встречаются популяризованные определения политического маркетинга, которые похожи в большей степени на рекламные лозунги: «*Political Marketing: Sending the best message to the best voter at the best price*» — или «крылатые фразы» в его пользу: «The government's policies are like cornflakes — if they are not marketed they will not sell».

Политическая реклама содержит большое количество агитационных метафор и является инструментом, который позволяет политикам взывать к большому количеству аполитичных людей. Следует отметить, однако, что метафоры, встроенные в политическую рекламу, относятся к концепту *political advertising*, а не *political marketing*, и требуют отдельного анализа в будущих исследованиях.

Подводя итоги настоящей работы, необходимо подчеркнуть, что изучение экономических и политических концептов, в отличие от анализа лингвокультурологических концептов, имеет не столь продолжительную историю. Как представляется, наибольшим препятствием на пути углубления в концептосферу экономики, например, является необходимость рассмотрения терминологической базы, которая составляет большую часть вербализованной концептуальной информации. [Киселева, Росянова 2013: 57]. Что касается концептов междисциплинарных специальностей, как, например, исследованного нами концепта *political marketing*, то они обладают сложной структурой, и их ментальная природа представляется более диффузной и подвижной, чем у «чистых» экономических или политических концептов.

Поскольку концепты внутренне организованы по полемому принципу, междисциплинарность концепта создает синергию значимых смыслов, закрепленных в языковом сознании и коммуникативном поведении.

Концепт *political marketing* представляет интерес своей многомерностью, и его когнитивная интерпретация дает возможность осознать представления англосаксонского этноса о рационализации электорального процесса в рамках современной рыночной системы экономики. Для дальнейших исследований нам представляется актуальным обсуждение концептов *political communication* и *political advertising*, которые связаны с концептом *political marketing* родо-видовыми отношениями и также относятся к междисциплинарным концептам.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Болдырев Н. Н. Композиционная семантика как следствие оценочной категоризации мира // Композиционная семантика : материалы 3-й Междунар. шк.-семинара по когнитив. лингвистике. — Тамбов : Изд-во ТГУ, 2002.
2. Болдырев Н. Н. Концепт и значение слова // Методологические проблемы когнитивной лингвистики. — Воронеж : ВГУ, 2001.
3. Болдырев Н. Н. Проблемы концептуального анализа // Когнитивные исследования языка. — Тамбов : Изд-во ТГУ им. Державина. Вып. 6 : Междунар. конгр. по когнитивной лингвистике : сб. материалов (29 сент. — 1 окт. 2010 г.).
4. Будаев Э. В., Чудинов А. П. Основные этапы развития и направления политической лингвистики // Язык. Текст. Дискурс : науч. альманах Ставропол. отд-ия РАЛК / под ред. проф. Г. Н. Манаенко. — Ставрополь : Изд-во ПГЛУ, 2007. Вып. 5.
5. Киселева С. В., Росянова Т. С. Семантическое наполнение концепта Competition (конкуренция) // Изв. С.-Петербур. ун-та экономики и финансов. 2013. № 1 (79).
6. Кубрякова Е. С. Части речи с когнитивной точки зрения. — М., 1997.
7. Кубрякова Е. С., Демьянков В. З., Панкрац Ю. Г., Лузина Л. Г. Краткий словарь когнитивных терминов. — М. : Изд-во МГУ им. М. В. Ломоносова, 1996.
8. Современная политическая коммуникация : учеб. пособие. / отв. ред. А. П. Чудинов / Урал. гос. пед. ун-т. — Екатеринбург, 2009.
9. Цыцаркина Н. Н. Объективация концептосферы социальных отношений в современном английском языке : автореф. дис. ... д-ра филол. наук. — СПб., 2012.
10. Asher H. B. Polling and the public: What every citizen should know. 4th ed. — Washington, DC : Congressional Quarterly Pr., 1998.
11. Baines P. R., Harris Ph., Lewis B. R. Political marketing planning process // Marketing Intelligence & Planning. 2002. Vol. 20, No. 1.
12. Berger A. A. Ads, Fads and Consumer Culture: Advertising's Impact on American Character and Society. — N. Y., 2004.
13. Butler P., Collins N. Strategic analysis in political markets // European Journ. of Marketing. 1996. Vol. 30, No. 10/11.

14. Dictionary of Marketing Terms. 3 ed. — New York, 2000. (DMT). (Barron's Educational Series).

15. Lees-Marshment J. The Marriage of Politics and Marketing // Political Studies. 2001. Vol. 49, No. 4.

16. Savigny H. Political Marketing // The Oxford Handbook of British Politics. — OUP, 2009.

17. Scammell M. Political marketing: lessons from political science // Political Studies. 1999. Vol. 47.

18. Watts D. A Glossary of UK government and politics. — London, 2007.

19. Osuagwu L. Political marketing: conceptualisation, dimensions and research agenda // Marketing Intelligence & Planning. 2008. Vol. 26, No. 7.

**S. V. Kiseljeva, T. S. Rosyanova**

Saint-Petersburg, Russia

### SPECIFIC FEATURES OF VERBALIZATION OF THE CONCEPT "POLITICAL MARKETING" IN MODERN ENGLISH

**ABSTRACT.** *The article discusses the specific features of terminological verbalization of the interdisciplinary English-language concept "political marketing", belonging both to marketing and politics. Discussion of political concepts and their internal structure is among the most important areas of political linguistics and involves the identification of the component levels of the concept and the establishment of relationships between them. The study of concept verbalization methods in the article is based on the recognition of the fact that language identifies and objectifies how the world is seen and understood by the human mind, and how it is categorized by human consciousness. For the concepts, functioning in the sphere of science, the informative conceptual component, made up by terms and terminological phrases, is the most important.*

*Political marketing is opposed to marketing, which is used in business (commercial marketing, business marketing), and at the same time is compared with it. The concept of political marketing is of interest due to its multidimensionality, and its cognitive interpretation gives an opportunity to understand the views of the Anglo-Saxon ethnos on rationalization of the electoral process in the framework of the modern market economy. The study of concepts and their structure could provide an insight into the essence of world phenomena and help to explore the mysteries of cognition and understanding of the world by the humankind.*

**KEYWORDS:** *political linguistics; political marketing; term; concept; interdisciplinary concept; levels of concept; notional-informational component of the concept.*

**ABOUT THE AUTHOR:** *Kiseljeva Svetlana Vladimirovna, Doctor of Philology, Professor, Department of Foreign Languages, NRU «Higher School of Economics», Saint-Petersburg, Russia.*

**ABOUT THE AUTHOR:** *Rosyanova Tatiana Sergeevna, Candidate of Philology, Associate Professor, Department of Economic English № 2, Saint-Petersburg State University of Economics, Saint-Petersburg, Russia.*

### LITERATURE

1. Boldyrev N. N. Kompozitsionnaya semantika kak sledstvie otsenochnoy kategorizatsii mira // Kompozitsionnaya semantika : materialy 3-y Mezhdunar. shk.-seminara po kognitiv. lingvistike. — Tambov : Izd-vo TGU, 2002.

2. Boldyrev N. N. Kontsept i znachenie slova // Metodologicheskie problemy kognitivnoy lingvistiki. — Voronezh : VGU, 2001.

3. Boldyrev N. N. Problemy kontseptual'nogo analiza // Kognitivnye issledovaniya yazyka. — Tambov : Izd-vo TGU im. Derzhavina. Vyp. 6 : Mezhdunar. kongr. po kognitivnoy lingvistike : sb.materialov (29 sent. — 1 okt. 2010 g.).

4. Budaev E. V., Chudinov A. P. Osnovnye etapy razvitiya i napravleniya politicheskoy lingvistiki // Yazyk. Tekst. Diskurs : nauch. al'manakh Stavropol. otd-ya RALK / pod red. prof. G. N. Manaenko. — Stavropol : Izd-vo PGLU, 2007. Vyp. 5.

5. Kiseleva S. V., Rosyanova T. S. Semanticheskoe napolnenie kontsepta Competition (konkurentsia) // Izv. S.-Peterb. un-ta ekonomiki i finansov. 2013. № 1 (79).

6. Kubryakova E. S. Chasti rechi s kognitivnoy tochki zreniya. — M., 1997.

7. Kubryakova E. S., Dem'yankov V. Z., Pankrats Yu. G., Luzina L. G. Kratkiy slovar' kognitivnykh terminov. — M. : Izd-vo MGU im. M. V. Lomonosova, 1996.

8. Sovremennaya politicheskaya kommunikatsiya : ucheb. posobie. / otv. red. A. P. Chudinov / Ural. gos. ped. un-t. — Ekaterinburg, 2009.

9. Tsytarkina N. N. Ob"ektivatsiya kontseptosfery sotsial'nykh otnosheniy v sovremennom angliyskom yazyke : avtoref. dis. ... d-ra filol. nauk. — SPb., 2012.

10. Asher H. B. Polling and the public: What every citizen should know. 4th ed. — Washington, DC : Congressional Quarterly Pr., 1998.

11. Baines P. R., Harris Ph., Lewis B. R. Political marketing planning process // Marketing Intelligence & Planning. 2002. Vol. 20, No. 1.

12. Berger A. A. Ads, Fads and Consumer Culture: Advertising's Impact on American Character and Society. — N. Y., 2004.

13. Butler P., Collins N. Strategic analysis in political markets // European Journ. of Marketing. 1996. Vol. 30, No. 10/11.

14. Dictionary of Marketing Terms. 3 ed. — New York, 2000. (DMT). (Barron's Educational Series).

15. Lees-Marshment J. The Marriage of Politics and Marketing // Political Studies. 2001. Vol. 49, No. 4.

16. Savigny H. Political Marketing // The Oxford Handbook of British Politics. — OUP, 2009.

17. Scammell M. Political marketing: lessons from political science // Political Studies. 1999. Vol. 47.

18. Watts D. A Glossary of UK government and politics. — London, 2007.

19. Osuagwu L. Political marketing: conceptualisation, dimensions and research agenda // Marketing Intelligence & Planning. 2008. Vol. 26, No. 7.

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

**Е. В. Коняева**  
Екатеринбург, Россия

### СОДЕРЖАНИЕ И ВАРИАТИВНОСТЬ ИДЕОЛОГИЧЕСКОГО КОНЦЕПТА «ДРУЖБА НАРОДОВ»

**АННОТАЦИЯ.** *Изменения социального строя неизбежно ведут к появлению новых концептов, переосмыслению, деактуализации или исчезновению старых. Изменение национальной политики государства после Октябрьской социалистической революции обусловило появление нового идеологического концепта «Дружба народов», который стал основой новых взаимоотношений между всеми народами СССР. В статье рассматриваются структура и содержание идеологического концепта «Дружба народов», реализующегося в философских и идеологических текстах того периода, а также реинтерпретация данного концепта в сознании обычных советских людей. Проводится сопоставление основных черт концепта «Дружба народов», существующего в сознании представителей разных национальностей, живших в Советском Союзе, и когнитивных признаков концепта «Дружба»; первые были выявлены на основе социологических исследований, вторые выделены нами при исследовании лингвистических научных работ, посвященных этому концепту, ассоциативных экспериментов с его стимулами-репрезентантами, а также лексикографических источников. Анализ показывает, что концепт «Дружба народов» в процессе реинтерпретации постепенно терял идеологическое ядро и приобретал когнитивные признаки, сближающие его с концептом «Дружба», а в постперестроечный период утратил прежний смысл и в настоящее время означает лишь «дружеские отношения между представителями разных народов России».*

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:** идеологема; политический концепт; дружба народов; конструкт; когнитивный признак.

**СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ:** *Коняева Елена Вячеславовна, старший преподаватель, кафедра иностранных языков, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина; адрес: 620002, г. Екатеринбург, ул. С. Ковалевской, 5, к. 616; e-mail: ekonyaeva@mail.ru.*

Концептосфера — динамичное явление, которое находится в процессе постоянного развития. Концепт, будучи ее частью, «представляет собой принципиально вариативную единицу: его содержание модифицируется под воздействием культурно-исторических, социальных, возрастных, гендерных, дискурсивных факторов» [Крючкова 2009: 5].

Наиболее значительным изменениям концепты подвергаются в эпохи серьезных социально-экономических и политико-идеологических потрясений. В XX в. наша страна пережила две такие революции — Октябрьскую революцию 1917 г. и перестройку в конце XX — начале XXI в. Изменения социального строя неизбежно ведут к появлению новых концептов, переосмыслению или деактуализации (а иногда и к исчезновению) старых.

Одним из важных политических концептов советского периода был концепт «Дружба народов». После Октябрьской революции 1917 г. кардинально изменилась национальная политика нового государства, что и обусловило появление такого идеологического понятия, как *дружба народов*. Оно легло в основу новых взаимоотношений между всеми народами СССР и предполагало «всестороннее братское сотрудничество и взаимопомощь наций и народностей» [Философский энциклопедический словарь 1983]. При этом предполагалось «экономическое, политическое и культурное» сотрудничество между нациями, а взаимопомощь должна была осуществляться на «равноправных и добро-

вольных началах» [Философская энциклопедия 1960—1970]. Таким образом, в сознании людей и речевом обиходе появилась новая идеологема — «дружба народов», которая стала элементом идеологической системы и служила целям ее репрезентации, обладая в то же время ярко выраженной положительной эмоционально-оценочной коннотацией.

Е. Г. Малышева [Малышева 2009: 35] и другие ученые предлагают считать идеологему многоуровневым концептом особого типа, поэтому мы можем отнести понятие «Дружба народов» к концептам и рассматривать особенности его содержания и вариативности с этой точки зрения.

Следует отметить, что концепт «Дружба народов» в сознании жителей советского государства возник не спонтанно, это был скорее некий искусственно созданный идеологический конструкт, призванный обеспечить объединение народов большого многонационального государства. В частности, в статье С. В. Лурье «„Дружба народов“ в СССР: национальный проект или пример спонтанной межэтнической самоорганизации?» дружба народов рассматривается как инструмент построения общества нового типа, нацеленный на решение насущных политических задач и отвергающий прошлое, первый проект «многонациональной общности», по которому, одновременно пробуждая и подавляя национальное самосознание, предполагалось создать совокупность наций [Лурье 2011]. Искусственность

данного конструкта подтверждается и совершенно четкими определениями, которые давались ему в философских и идеологических работах того времени (см. выше). При этом указывались политическая (социалистический строй), экономическая (общественная собственность на средства производства) и теоретическая (интернационалистическая теория марксизма-ленинизма) основы дружбы народов [Научный коммунизм 1983].

Поскольку в основе концепта «Дружба народов» лежит соответствующий социально-идеологический конструкт, то признаки данного конструкта, выявленные на базе философских и идеологических текстов соответствующего периода (в данном случае [Философская энциклопедия 1960—1970; Философский энциклопедический словарь 1983; Научный коммунизм 1983]), можно считать ядерными когнитивными признаками (КП) рассматриваемого концепта. Они формулируются следующим образом:

1. Единство народов.
2. Равенство народов.
3. Сотрудничество между народами.
4. Взаимопомощь народов.
5. Добрая воля, объединяющая народы.
6. Общие интересы разных народов.
7. Совместная деятельность народов (строительство социализма, совместная борьба против общего врага в Великой Отечественной войне).
8. Свобода и независимость народов.

Носителем дружеских отношений в рамках исследуемого концепта были нации, составляющие единую межэтническую сущность — советский народ.

Впоследствии, начав функционировать в сознании обычных советских людей, конструкт «Дружба народов» модифицировался: он приобрел новые признаки, которые целесообразно считать периферийными, поскольку они наслаивались на уже существовавшее идеологическое ядро.

Чтобы продемонстрировать, каким образом этот проект реализовался на уровне обычных представителей советского народа в их повседневной жизни, т. е. в «низовой форме» [Лурье 2011], С. В. Лурье провела в Санкт-Петербурге интервьюирование, которому «были подвергнуты по 15 членов диаспор: армяне, грузины, дагестанцы, литовцы, немцы, татары, украинцы, финны, все респонденты старше 40 лет, знающие советскую действительность не понаслышке» [Там же]. Представители национальных меньшинств были выбраны для опроса с целью выяснить, что они видели «„нерусскими“ глазами, концентрируясь на не очень важном для русских и абстрагируясь от того,

что казалось русским первостепенным» [Там же]. Проведенный опрос позволил автору сделать вывод о том, что «общество — это самоорганизующаяся (зачастую спонтанно) структура» и в полиэтнических государствах сценарии межэтнических отношений «формируются „снизу“, в процессе взаимоотношений этнических групп», при этом происходит реинтерпретация спущенной «сверху» программы. Таким же образом идеологический концепт «Дружба народов» в сознании обычных людей деидеологизировался и персонифицировался, сближаясь с уже существующим в сознании людей концептом «Дружба».

В данной работе мы поставили задачу путем анализа ответов респондентов С. В. Лурье выявить основные черты концепта «Дружба народов», существующего в сознании представителей разных национальностей, живших в Советском Союзе. Эта задача представляется актуальной, поскольку понятие *дружба народов* сохраняет свою релевантность и в настоящее время, что подтверждается, в частности, его распространенностью в сети Интернет: запрос ДРУЖБА НАРОДОВ в разных поисковых системах («Google», «Яндекс») дает от полумиллиона до четырех миллионов ссылок на разные ресурсы.

Содержательные признаки концепта «Дружба народов» целесообразно интерпретировать как когнитивные признаки (КП) концепта и сопоставить их с КП концепта «Дружба», выделенными нами при исследовании лексикографических источников и лингвистических научных работ, посвященных этому концепту, а также в ходе ассоциативных экспериментов с его стимулами-репрезентантами.

Такое исследование проводилось с разными, но взаимосвязанными целями: во-первых, для того, чтобы определить степень реинтерпретации идеологического концепта «Дружба народов» в сознании представителей разных наций, составлявших советское государство, во-вторых, для того, чтобы выяснить, можно ли считать идеологический концепт «Дружба народов» самостоятельным концептом, смежным с этико-регулятивным концептом «Дружба», либо только частью последнего, характерной для социально-политической жизни советских людей.

Проведенный анализ выявил следующие содержательные компоненты концепта «Дружба народов», реализованного в сознании конкретных представителей советского народа. Дружба народов предполагает:

- 1) общение между народами («это было общество, в котором люди общались»; «людям было интересно общаться»);

2) отсутствие конфликтов между ними («проблем не было. Абсолютно»; «национальных отношений в Союзе не было ни в каких сферах, ни в компаниях, ни в быту»);

3) искренний взаимный интерес друг к другу («еще было интересней, людям было интересно общаться»);

4) равенство представителей разных народов («я этого не видела, этого неравенства»; «мне, находящемуся в инонациональном окружении, об этом никто не напоминал, меня принимали за своего»);

5) взаимопонимание между ними («взаимопонимание между представителями разных народов было полное»; «кажется, честь, мораль разные, и ассоциации с этими словами разные, и, несмотря на это, мы все равно друг друга понимали»; «мы понимаем друг друга, это только так кажется, что не понимаем, на самом деле мы друг друга прекрасно понимаем»);

6) уважительное отношение (уважение) к человеку другой национальности («оскорблений в адрес своей национальности не встречал»; «никаких нетактичности не припоминаю»; «в национальном отношении советское общество было безнациональным (в данном случае «было безнациональным», очевидно, означает отсутствие межнациональных конфликтов. — Е. К.), к людям относились с уважением»);

7) совместную деятельность народов («дружба народов выражалась в фестивалях, конференциях, симпозиумах, что позволяло узнавать друг друга»; «проводили декады наших поэтов, были связи в спорте»);

8) совместное времяпрепровождение («обычай соблюдали только разве что в дружеских компаниях — тосты, песни, танцы»);

9) Единство людей разных национальностей («да не было их — этих межнациональных отношений. Было общество. И все»; «мы жили так дружно, что наши обряды и традиции так переплелись с другими народами и все перемешалось»; «общий язык, понимание другого»);

10) положительную оценку феномена «дружба народов» и инонациональных друзей («у многонационального общества, мне кажется, что одни только преимущества»; «каждая нация несет в себе много хорошего, и ее слияние с другими дает положительный эффект»);

11) общую историю, культуру, традиции наций, объединенных в рамках СССР («мои дедушки и прадедушки воевали за Россию»; «я, лично, больше ощущаю себя россиянином, потому что воспитаны мы все-таки на Пушкине, Лермонтове»; «историю России, безусловно, принимали за свою, ведь

мы здесь родились, и наши предки жили здесь»; «дружба была реальной. Наши отцы были фронтовиками»).

Советский человек, носитель дружеских отношений в рамках «дружбы народов», расценивался респондентами как патриот, как человек хороший, тактичный, дружелюбный, как гордый и свободный в своем выборе: «готовый помочь человек — советский человек»; «тактичный человек — советский человек»; «советский человек — это человек гордый, за свою страну», «советский человек был свободен в выборе. Он мог для себя решить, что ему надо, и сделать это»; «понятие „советский человек“ заключало в себе гордость», «в советском человеке заложено все совершенное, и на сегодня нет формации, которая могла бы дать больше, чем понятие „советский человек“». Приведенные выше высказывания свидетельствуют о том, что советский человек является для респондентов некой идеализированной абстракцией, прототипическим образом носителя практически идеальных отношений между представителями разных наций СССР.

Сопоставление провозглашенных и реально существующих в сознании людей признаков дружбы между народами показало, что соответствие наблюдается только по двум из них — «равенство» и «единство» дружащих народов; при этом стоит заметить, что это соответствие не полное, поскольку респонденты, по-видимому, все-таки имели в виду не единство народов и равенство между ними, а равенство и единство людей разных национальностей в рамках межличностных дружеских отношений.

Это позволяет говорить о достаточно серьезной разнице между «дружбой народов», как одним из принципов построения советского государства (официальный взгляд) и «дружбой народов», реализовавшейся в отношениях между конкретными представителями этих народов. Интересно, что эту разницу ощущают и сами респонденты («если и были недостатки, то на уровне руководства, мы простые люди и нам жилось хорошо»; «национальная политика властей шла параллельно со всей народной жизнью, мало пересекаясь»).

Таким образом, «спущенные» сверху принципы дружбы народов, которые регламентировали отношения между целыми нациями, на уровне обычных представителей этих народов реализовались как характеристики гораздо более личных, персонифицированных отношений, связывающих их друг с другом, — отношений обычной дружбы. Поэтому логично предположить, что эти от-

ношения не выходили за рамки этико-регулятивного концепта «Дружба». Далее будет сделана попытка доказать это предположение путем сопоставления выявленных в данной статье признаков концепта «дружба народов» и КП концепта «Дружба».

КП концепта «Друг» («Дружба») выявлялись по четырем источникам:

1) по работам таких ученых, как Е. В. Урысон (2000), А. Вежбицкая (2001), А. Д. Шмелев (2002), А. О. Арапова (2004), М. А. Хизова (2005), О. М. Лунцова (2007), в которых подробно рассматривались разные аспекты указанного концепта;

2) по данным «Русского ассоциативного словаря» Ю. Н. Караулова, в котором представлены результаты массового ассоциативного эксперимента, проведенного в 1988—1996 гг. Участниками эксперимента стали студенты разных специальностей вузов России в возрасте 17—25 лет. Критерии, на основании которых отбирались респонденты, должны были дать возможность прогнозировать на ближайшие 20—30 лет некоторые характеристики массового сознания носителей русского языка [РАС 2002, т. 1: 755];

3) по данным собственного ассоциативного эксперимента. В этом ассоциативном эксперименте участвовали студенты 1 и 2 курса УГТУ-УПИ (от 16 до 23 лет; основной возраст (у 90 % опрошенных) — от 17 до 20 лет);

4) по данным словарей — толковых (С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова, С. Кузнецов и др.), идеографических (словари под ред. Л. Г. Бабенко, А. П. Евгеньева и др.), словообразовательных (Т. Ф. Ефремова, В. В. Лопатин) и иных. Все они были изданы в 1981—2008 гг.

Материалы для исследования подбирались так, чтобы максимально полно изучить концепт «Дружба» на разных уровнях сознания (научном, обыденном и обыденно-научном) и на разных хронологических срезах (конец XX — начало XXI в.). Целью анализа вышеуказанных источников было выявление когнитивных признаков концепта «Дружба».

Все выявленные когнитивные признаки (КП) были обобщены, что позволило определить классификационные когнитивные признаки концепта (ККП), служащие для концептуализации исследуемого явления и отражающие параметры (аспекты) его категоризации.

КП (101 признак), образующие содержание концепта «Дружба», классифицировались по нескольким уровням абстракции, что обусловило выделение классификационных признаков II, более высокого, и I (35 призна-

ков), более низкого, уровней абстракции. Самый высокий уровень абстракции включал только 9 признаков, которые будут кратко рассмотрены ниже, наряду с составляющими их КП.

КП характеризуют носителя дружеских отношений (определяют его сущность, физические и количественные характеристики, поведение друзей и их отношения), сами дружеские отношения (их качественные характеристики, длительность, основу, виды), а также дают позитивную и/или негативную оценку отношений и их участников. Однотипные КП объединяются в ККП.

Анализ субментальных модификатов концепта «Дружба» — модификатов обыденного и обыденно-научного сознания — выявил, что КПП «онтологическая сущность друга» может включать два содержательных признака: «живое существо» / «неживой объект». Первый признак объединяет все, что принадлежит к растительному или животному миру, в том числе человека, второй признак — все, что к ним не принадлежит: предметы (*телефон, машина*), явления (*сон, беэ*) и т. п. Анализ показал, что на уровне научного сознания прототипическим участником дружеских отношений является человек [Арапова 2005: 165]. Идеологический концепт «Дружба народов» (как и его персонифицированный модификат) включает КП, которые можно отнести к данному КПП: «народы СССР» для первого и «советский человек» — для второго.

ККП «внешние и физические характеристики друга» включает такие признаки, как «пол» и «возраст». В целом считается, что другом может быть и мужчина, и женщина, и ребенок. КП концепта «Дружба народов», которые могли бы принадлежать к данному ККП, выявлены не были.

Согласно ККП «количество друзей», последнее может быть определенным («один друг») или неопределенным: неопределенно малым («несколько друзей») или неопределенно большим («много друзей»). Анализ текстов социологических интервью с носителями русского языка конца XX — начала XXI в., посвященных дружбе, подтверждает это. К. Федорова отмечает, что дружба «может связывать несколько человек, в равной степени вовлеченных в „процесс дружбы“». Иными словами, дружба принципиально поливалентна — дружить могут как двое, так и одновременно трое, четверо, пятеро и т. д. человек» [Федорова 2009: 88—89]. При этом «в орбиту дружеских отношений могут вовлекаться не только индивидуумы, но и целые группы» [Там же]. КП концепта «Дружба народов», которые могли бы принадлежать к

данному ККП, выявлены не были, очевидно, потому, что сама сущность этого концепта подразумевает вовлеченность всех народов или всех советских людей в подобную систему отношений, которая иначе теряет свой смысл.

ККП «отношения между друзьями» является одним из самых дифференцированных, определяя характер дружеских отношений («неофициальность»), их обоюдность («взаимность»), исключительность («избирательность отношений»), «обособленность круга друзей»), гармонию («согласие»), равенство друзей («равенство во всех отношениях», «равенство как отсутствие соперничества», «социальное равенство»), их близость, нравственные («надежность», «доверие»), количественные («сила и глубина», «стойкость и прочность») и эмоциональные особенности («теплота», «эмоциональный позитивизм»). Особое место в дружеских отношениях занимает «близость»: это «близость вообще», «близость территориальная», «духовная», «эмоциональная», «психологическая», «профессионально-деятельностная», «родственная». Близость может способствовать формированию дружеских отношений или формироваться на их основе.

К этому ККП принадлежат такие КП концепта «Дружба народов», как КП «равенство» и «уважение».

ККП «основы дружбы» включает представления о ее общих основах (например, «сходство между друзьями»), а также об интеллектуальных («хорошее знание друг друга», «понимание»), онтологических («совместные экзистенциальные ситуации», «совместные испытания», «необходимость чувства защищенности и безопасности», «стремление к счастью», «стремление к выгоде»), исторических («общинность сознания русского народа»), этических («добронравие человека», «морально-нравственное совершенствование человека»), теистических («бог как источник дружбы», «святость дружбы») причинах появления и существования друзей и дружбы. Основы дружбы могут быть обусловлены чисто внешними причинами — «совместными экзистенциальными ситуациями»; внешними причинами, которые, воздействуя на сознание, приобретают статус внутренних — «общинность сознания русского народа»; собственно внутренними причинами — «стремление каждого человека к счастью», которое невозможно для русского человека в одиночку.

Основы дружбы народов несколько иные: прежде всего деятельностные («сотрудничество», «общие интересы»), культурно-исторические («общая история, культура, традиции»), осознанно волевые («доб-

рая воля»), толерантность («отсутствие конфликтов [межнациональных]», «единство») и иные.

ККП «поведение друзей» включает признаки, характеризующие модальность поведения друга («готов вести себя как друг», «должен вести себя как друг», «испытывает потребность вести себя как друг», «расположен вести себя как друг»), наличие/отсутствие прагматизма в поведении друзей («материальный, эмоциональный, духовный обмен» между друзьями / «альтруизм», «бескорыстие», «прощение», «сострадание»), другие особенности поведения («искренность», «забота», «откровенность», «преданность»), формы поведения друзей («общение», «совместное приятное времяпрепровождение», «помощь», «защита», «забота»).

К данному ККП можно отнести КП концепта «Дружба народов»: «общение», «помощь», «взаимопомощь» и «совместное времяпрепровождение».

ККП «оценка друга/дружбы» включает признаки, характеризующие как положительную («нравственную, общую, эмоциональную оценку» и «оценку как понимание значимости дружбы»), так и отрицательную оценку (только «нравственную»). Оценка концепта «Дружба народов» целиком положительна.

ККП «темпоральные характеристики дружбы» включает представления об этапности дружбы и ее «конкретизированной или неконкретизированной длительности». Для концепта «Дружба народов» этот ККП не является релевантным, очевидно, потому, что эта дружба должна была существовать, пока существует такая общность, как советский народ (т. е. всегда).

Наибольшую когнитивную сложность в концепте «Дружба» имеет такой ККП-II, как «отношения между друзьями» (КП «помощь», «доверие», «общение», «правдивость», «преданность», «бескорыстность», «откровенность», «длительность», «равенство», «стойкость» и т. п.). Это свидетельство отнесенности исследуемого концепта к сфере межличностных отношений, регулирования их: его содержание составляет совокупность норм и правил поведения в рамках дружеских отношений. Иначе говоря, концепт «Дружба» является этическим и регулятивным / преспективным (представляет собой совокупность норм и правил поведения в обществе), идеологическим (характеризует представления и взгляды на жизнь общества) и коммуникативным (характеризует связи, возникающие между людьми в процессе общения) концептом.

**Таблица.** Сопоставление КП идеологического и персонифицированного модификатов концепта «Дружба народов» и ККП — II концепта «Дружба»

ККП — II концепта «Дружба»	КП идеологического концепта «Дружба народов»	КП персонифицированного концепта «Дружба народов»
Онтологическая сущность друга	<i>«народы»*</i> в составе СССР	<i>«советский человек»</i>
Внешние и физические характеристики друга	—	—
Количество друзей	—	—
Поведение друзей	«взаимопомощь»	«общение», «помощь» и «совместное времяпрепровождение»
Отношения между друзьями	«равенство»	«равенство», «уважение»
Оценка друга / дружбы	—	«положительная оценка»
Темпоральные характеристики дружбы	—	—
Основы дружбы	<i>«сотрудничество», «добрая воля», «общие интересы», «единство», «совместная деятельность», «свобода и независимость»</i>	«взаимопонимание», «совместная деятельность», «взаимный интерес»
Виды дружбы	по равноправию	по равноправию

\* Выделенные курсивом КП при анализе концепта «Дружба» выявлены не были, но их можно соотнести с определенными ККП — II этого концепта.

Сопоставление КП и ККП межличностного концепта «Дружба» и КП концепта «Дружба народов», выявленных на основе анализа данных опроса представителей диаспор национальных меньшинств, проживающих в Санкт-Петербурге, описанного в статье С. В. Лурье, показало следующее.

Большая часть выявленных признаков концепта «Дружба народов» (6 КП: «общение», «равенство», «взаимопонимание», «совместная деятельность», «совместное приятное времяпрепровождение», «положительная оценка») соответствуют уровню когнитивных признаков межличностного концепта «Дружба». В таблице соотносятся КП концепта «Дружба народов» и ККП — II концепта «Дружба».

Анализ данных таблицы показывает, что, во-первых, не все ККП — II концепта «Дружба» релевантны для концепта «Дружба народов», во-вторых, наиболее когнитивно проработанным оказался признак «поведение друзей», что указывает на регулятивный характер этого концепта, в-третьих, четыре признака («отсутствие конфликтов [межнациональных]», «единство», «общая история, культура, традиции») в ККП концепта «Дружба» не входят, так как связаны с международными отношениями. Например, «искренний взаимный интерес» у народов, плохо знакомых с укладом жизни и традициями

друг друга, или «общая история, культура, традиции» у народов, которые долго живут на одной территории и защищают общие интересы.

Сопоставление идеологического и персонифицированного концептов «Дружба народов» показывает, что 75 % КП первого связаны с основами дружбы: «сотрудничество», «добрая воля», «общие интересы», «единство», «совместная деятельность», «свобода и независимость». По одному КП включены в ККП «отношения между друзьями» (равенство) и «поведение друга» (взаимопомощь). Наличие КП «равенство» также позволяет добавить к ККП «виды дружбы» КП «равноправие».

Следует отметить, что коренная разница между концептом «Дружба народов» и концептом «Дружба», по-видимому, лежит не в когнитивных признаках, которые в основном соотносятся, а в том, кем в сущности является друг, т. е. в носителе дружеских отношений. Общности, которые рассматриваются в качестве носителей дружеских отношений в рамках модификатов концепта «Дружба народов», достаточно абстрактны и обширны (народы СССР и советский человек). Именно этим может объясняться нерелевантность для этого концепта некоторых ККП, выявленных для концепта «Дружба» — «внешние и физические характеристики дру-

га», «количество друзей», «оценка дру-га/дружбы» и т. д. Если друзьями можно считать всех, то вопрос о внешности друга и количестве друзей решается сам собой.

Проведенное исследование позволяет сделать следующие выводы.

1. Концепт «Дружба народов» появился после Октябрьской социалистической революции в виде идеологического конструкта, призванного обеспечить объединение народов многонационального государства, каким являлся Советский Союз.

2. Восемь выявленных признаков этого конструкта (единство, равенство, сотрудничество, взаимопомощь народов, добрая воля и т. п.) стали ядром концепта, на которое наслаивались периферийные признаки, не имеющие явного идеологического контекста и характеризующие межличностные дружеские отношения представителей разных народов СССР. В тот период этот концепт, если пользоваться классификацией идеологом Е. Г. Малышевой [Малышева 2009: 37], представлял собой идеологический концепт-гештальт с положительным аксиологическим модусом.

3. Впоследствии, в перестроечный и постперестроечный периоды, когда изменившийся социальный строй привел к исчезновению или редукции релевантных для прежней политической системы концептов, концепт «Дружба народов» практически лишился своего идеологического ядра, по своему содержанию сблизился с межличностным концептом «Дружба». При этом коренное различие между концептами определяется типом носителей дружеских отношений. Сейчас концепт «Дружба народов» можно считать концептом-понятием со смешанным аксиологическим модусом.

4. Стоит заметить, что если для россиян (принадлежащих к народам, отличным от русских) старше 40 лет «дружба народов» является образцовым понятием, то для более молодых носителей языка она теряет свою релевантность: сравнение данных ассоциативного эксперимента, положенного в основу РАС, и собственного эксперимента со студентами УГТУ-УПИ показало, что удельный вес реакции *народов* на стимул *дружба* снизился на 15,9 % (с 16,6 % в РАС до 0,6 % в собственном ассоциативном эксперименте).

5. Несмотря на то что концепт «Дружба народов» и в настоящее время актуален, понятен всем, часто встречается в разных контекстах (названия фильмов, ресторанов, журналов, названиях вузов), он утратил идеологическую окраску и в настоящее время характеризует лишь «дружеские отноше-

ния между представителями разных народов России».

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Арапова О. А. Концепт «Дружба»: системный и функционально-когнитивный анализ : дис. ... канд. филол. наук. — М. : РГБ, 2005.

2. Бабаева Е. В. Лексическое значение слова как способ выражения культурно-языкового концепта // Языковая личность: культурные концепты. — Волгоград ; Архангельск, 1996. С. 25—33.

3. Бабушкин А. П. Концепты разных типов в лексике и фразеологии и методика их выявления // Методологические проблемы когнитивной лингвистики / под ред. И. А. Стернина. — Воронеж : Изд-во Воронеж. гос. ун-та, 2001. С. 52—57.

4. Беляевская Е. Г. Модель и моделирование в лингвистических исследованиях (традиционный подход vs когнитивный подход) // Принципы и методы когнитивных исследований языка : сб. науч. тр. / отв. ред. Н. Н. Болдырев; Федер. агентство по образованию ; Тамб. гос. ун-т им. Г. Р. Державина ; Общероссийская общественная организация «Российская ассоциация лингвистов-когнитологов». — Тамбов: Изд-во ТГУ им. Г. Р. Державина, 2008. — С. 98—110.

5. Болдырев Н. Н. Концепт и значение слова // Методологические проблемы когнитивной лингвистики / под ред. И. А. Стернина. — Воронеж : Изд-во Воронеж. гос. ун-та, 2001. С. 25—35.

6. Болдырев Н. Н. Принципы и методы когнитивных исследований языка // Принципы и методы когнитивных исследований языка : сб. науч. тр. / отв. ред. Н. Н. Болдырев ; Федер. агентство по образованию ; Тамб. гос. ун-т им. Г. Р. Державина ; Общерос. общественная организация «Российская ассоциация лингвистов-когнитологов». — Тамбов : Изд-во ТГУ им. Г. Р. Державина, 2008. — С. 11—29.

7. Гладарев Б. Социологический анализ дружбы: перспектива сетевого подхода // Дружба: очерки по теории практик : сб. ст. / науч. ред. О. В. Хархордин. — СПб. : Изд-во Европейского ун-та в Санкт-Петербурге, 2009. С. 114—186.

8. Демьянков В. З. «Концепт» в философии языка и в когнитивной лингвистике // Концептуальный анализ языка: современные направления исследования : сб. науч. тр. / РАН. Ин-т языкознания ; Мин-во образ. и науки РФ ; ТГУ им. Г. Р. Державина ; редкол.: Е. С. Кубрякова (отв. ред.), Е. М. Позднякова (зам. отв. ред.) и др. — М. ; Калуга : ИП Кошелев А. Б., 2007. С. 26—33.

9. Залевская А. А. Концепт как достояние индивида // Слово. Текст. Избранные труды. — М., 2005. С. 234—244.

10. Коняева Е. В. Концепт ДРУГ по данным лексикографических источников // Язык и культура : сб. ст. — Екатеринбург : УГТУ-УПИ, 2009. С. 76—80.

11. Коняева Е. В. Принципы анализа модификаторов концепта // Современные коммуникации: язык. Человек. Общество. Культура : сб. ст. — Екатеринбург : Изд-во УМЦ УПИ, 2010. С. 78—84.

12. Коняева Е. В. Роль анализа значения слова в исследовании структуры и содержания концепта // Современные коммуникации: язык. Человек. Об-

шество. Культура : сб. ст. — Екатеринбург : Изд-во УМЦ УПИ, 2012. С. 75—78.

13. Крючкова Н. В. Концепт — референция — коммуникация. — Саратов : ИП Баженов, 2009.

14. Лурье С. В. «Дружба народов» в СССР: национальный проект или пример спонтанной межэтнической самоорганизации? 2011. URL: <http://demoscope.ru/weekly/2011/0475/analit02.php> (дата обращения: 2.06.2015).

15. Мальшева Е. Г. Идеологема как лингвокогнитивный феномен: определение и классификация // Политическая лингвистика. 2009. № 30. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/ideologema-kak-lingvokognitivnyy-fenomen-opredelenie-i-klassifikatsiya> (дата обращения: 04.06.2015).

16. Научный коммунизм : слов. / В. В. Александров, А. А. Амвросов, Е. А. Ануфриев и др. ; под

ред. А. М. Румянцева. 4-е изд., доп. — М. : Политиздат, 1983. URL: <http://tapemark.narod.ru/kommunizm/037.html> (дата обращения: 2.06.2015).

17. Федорова К. Разговоры друзей, разговоры о друзьях, разговоры о дружбе // Дружба: очерки по теории практик : сб. ст. / науч. ред. О. В. Хархордин. — СПб. : Изд-во Европейского ун-та в Санкт-Петербурге, 2009. С. 81—113.

18. Философская энциклопедия : в 5 т. / под ред. Ф. В. Константинова. — М. : Советская энцикл., 1960—1970. URL: <http://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/92002> (дата обращения: 2.06.2015).

19. Философский энциклопедический словарь / гл. ред.: Л. Ф. Ильичёв, П. Н. Федосеев, С. М. Ковалёв, В. Г. Панов. — М. : Советская энциклопедия, 1983. URL: <http://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/92002> (дата обращения: 2.06.2015).

**E. V. Konyaeva**

Ekaterinburg, Russia

#### CONTENT AND VARIABILITY OF THE IDEOLOGICAL CONCEPT “FRIENDSHIP AMONG PEOPLES”

**ABSTRACT.** *Changes of a social system inevitably lead to emergence of new concepts and to reconsideration, deactualization, or disappearance of the old ones. The change in the national policy of the state after the October Socialist Revolution caused the emergence of a new ideological concept «Friendship among peoples» which became the basis of new relationships between all the peoples in the USSR. The article addresses the structure and content of the ideological concept «Friendship among peoples» which are represented in philosophical and ideological texts of that period, as well as the reinterpretation of this concept in the minds of ordinary Soviet people. The article carries out a comparison of the main characteristics of the concept «Friendship among peoples» existing in the minds of representatives of different nationalities living in the Soviet Union and the cognitive signs of the concept «Friendship»; the characteristics of the former are studied by means of sociological research, the latter have been figured out by the author on the basis of analysis of linguistic literature devoted to this concept, association experiments with its representatives, as well as the study of lexicographic sources. The analysis shows that the concept «Friendship among peoples» in the course of its reinterpretation has gradually lost its ideological core and got the cognitive signs which bring it closer to the «Friendship» concept, and after Perestroika in Russia it lost its previous meaning and now means only «friendly relations between representatives of different peoples in Russia».*

**KEYWORDS:** *ideologeme, political concept, friendship among peoples, construct, cognitive sign.*

**ABOUT THE AUTHOR:** *Konyaeva Elena Vyacheslavovna, Senior Lecturer of Department of Foreign Languages, Ural Federal University named after the First President of Russia B.N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia.*

#### LITERATURE

1. Arapova O. A. Kontsept «Druzhba»: sistemnyy i funktsional'no-kognitivnyy analiz : dis. ... kand. filol. nauk. — М. : RGB, 2005.

1. Babaeva E. V. Leksicheskoe znachenie slova kak sposob vyrazheniya kul'turno-yazykovogo kontsepta // Yazykovaya lichnost': kul'turnye kontsepty. — Volgograd ; Arkhangelsk, 1996. S. 25—33.

2. Babushkin A. P. Kontsepty raznykh tipov v leksike i frazeologii i metodika ikh vyyavleniya // Metodologicheskie problemy kognitivnoy lingvistiki / pod red. I. A. Sternina. — Voronezh : Izd-vo Voronezh. gos. un-ta, 2001. S. 52—57.

3. Belyaevskaya E. G. Model' i modelirovanie v lingvisticheskikh issledovaniyakh (traditsionnyy podkhod vs kognitivnyy podkhod) // Printsipy i metody kognitivnykh issledovaniy yazyka : sb. nauch. tr. / otv. red. N. N. Boldyrev; Feder. agentstvo po obrazovaniyu ; Tamb. gos. un-t im. G. R. Derzhavina ; Obshcherossiyskaya obshchestvennaya organizatsiya «Rossiyskaya assotsiatsiya lingvistov-kognitologov». — Tambov : Izd-vo TGU im. G. R. Derzhavina, 2008. — S. 98—110.

4. Boldyrev N. N. Kontsept i znachenie slova // Metodologicheskie problemy kognitivnoy lingvistiki / pod red. A. Sternina. — Voronezh : Izd-vo Voronezh. gos. un-ta, 2001. S. 25—35.

5. Boldyrev N. N. Printsipy i metody kognitivnykh issledovaniy yazyka // Printsipy i metody kognitivnykh issledovaniy yazyka : sb. nauch. tr. / otv. red. N. N. Boldyrev ; Feder. agentstvo po obrazovaniyu ; Tamb. gos. un-t im. G. R. Derzhavina ; Obshcheros. obshchestvennaya organizatsiya «Rossiyskaya assotsiatsiya lingvistov-kognitologov». — Tambov : Izd-vo TGU im. G. R. Derzhavina, 2008. — S. 11—29.

6. Gladarev B. Sotsiologicheskii analiz druzhby: perspektiva setevogo podkhoda // Druzhba: ocherki po teorii praktik : sb. st. / nauch. red. O. V. Kharkhordin. — SPb. : Izd-vo Evropeyskogo un-ta v Sankt-Peterburge, 2009. S. 114—186.

7. Dem'yankov V. Z. «Kontsept» v filosofii yazyka i v kognitivnoy lingvistike // Kontseptual'nyy analiz yazyka: sovremennyye napravleniya issledovaniya : sb. nauch. tr. / RAN. In-t yazykoznaneya ; Min-vo obraz. i nauki RF ; TGU im. G. R. Derzhavina ; redkol.: E. S. Kubryakova (otv. red.), E. M. Pozdnyakova (zam. otv. red.) i dr. — М. ; Kaluga : IP Koshelev A. B., 2007. S. 26—33.

8. Zalevskaya A. A. Kontsept kak dostoyanie individa // Slovo. Tekst. Izbrannyye trudy. — М., 2005. S. 234—244.

9. Konyaeva E. V. Kontsept DRUG po dannym leksikograficheskikh istochnikov // Yazyk i kul'tura : sb. st. — Ekaterinburg : UGTU-UPI, 2009. S. 76—80.

10. Konyaeva E. V. Printsipy analiza modifikatov kontsepta // Sovremennyye kommunikatsii: yazyk.

Chelovek. Obshchestvo. Kul'tura : sb. st. — Ekaterinburg : Izd-vo UMTs UPI, 2010. S. 78—84.

11. Konyaeva E. V. Rol' analiza znacheniya slova v issledovanii struktury i sodержaniya kontsepta // *Sovremennye kommunikatsii: yazyk. Chelovek. Obshchestvo. Kul'tura : sb. st. — Ekaterinburg : Izd-vo UMTs UPI, 2012. S. 75—78.*

12. Kryuchkova N. V. Kontsept — referentsiya — kommunikatsiya. — Saratov : IP Bazhenov, 2009.

13. Lur'e S. V. «Druzhba narodov» v SSSR: natsional'nyy proekt ili primer spontannoy mezhetnicheskoy samoorganizatsii? 2011. URL: <http://demoscope.ru/weekly/2011/0475/analit02.php> (data obrashcheniya: 2.06.2015).

14. Malysheva E. G. Ideologema kak lingvokognitivnyy fenomen: opredelenie i klassifikatsiya // *Politicheskaya lingvistika. 2009. № 30.* URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/ideologema-kak-lingvokognitivnyy-fenomen-opredelenie-i-klassifikatsiya> (data obrashcheniya: 04.06.2015).

15. Nauchnyy kommunizm : slov. / V. V. Aleksandrov, A. A. Amvrosov, E. A. Anufriev i dr. ; pod red. A. M. Rumyantseva. 4 e izd., dop. — M. : Politizdat, 1983. URL: <http://tapemark.narod.ru/kommunizm/037.html> (data obrashcheniya: 2.06.2015).

16. Fedorova K. Razgovory družey, razgovory o druž'yakh, razgovory o družbe // *Druzhba: ocherki po teorii praktik : sb. st. / nauch. red. O. V. Kharkhordin. — SPb. : Izd-vo Evropeyskogo un-ta v Sankt-Peterburge, 2009. S. 81—113.*

17. *Filosofskaya entsiklopediya : v 5 t. / pod red. F. V. Konstantinova. — M. : Sovetskaya entsikl, 1960—1970.* URL: <http://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/92002> (data obrashcheniya: 2.06.2015).

18. *Filosofskiy entsiklopedicheskiy slovar' / gl. red.: L. F. Il'ichev, P. N. Fedoseev, S. M. Kovalev, V. G. Panov. — M. : Sovetskaya entsiklopediya, 1983.* URL: <http://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/92002> (data obrashcheniya: 2.06.2015).

***Статью рекомендует к публикации д-р филол. наук, проф. Т. В. Попова.***

**М. В. Терских, Е. Д. Малёнова**  
Омск, Россия

### ИМИДЖ РЕГИОНА: ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ (РОССИЙСКИЙ И ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ)

**АННОТАЦИЯ.** В статье представлен научный обзор отечественных и зарубежных подходов к понятию «имидж территории». Авторы посредством сопоставительного анализа выделяют ключевые положения современных исследований, посвященных региональному имиджмейкингу, рассматривают базовые методики реконструирования имиджа территории. Результатом исследования стали следующие выводы: 1) на современном этапе развития регионов происходит постепенный переход от стихийного к целенаправленно формируемому образу; 2) отечественные и зарубежные имиджеологи подчеркивают важность комплексного подхода к реконструированию имиджа, связанного с необходимостью представить собственный, зеркальный, объективный и другие формы имиджа, определить специфику и причины несоответствия восприятия территории внутренней и внешней аудитории и пр.; 3) при изучении бренд-капитала территории исследователи подчеркивают многослойность имиджа региона, который, по сути, представляет собой совокупность большого количества взаимовлияющих и взаимообусловленных элементов политики, культуры, географии, истории и т. п., поэтому при реконструировании имиджа региона важно учитывать каждый из представленных «слоев»; 4) в качестве основных источников материала для реконструирования имиджа региона исследователи рекомендуют прибегать к опросу информантов (субъективные представления людей о той или территории) и к анализу медиатекстов. В результате при реконструировании имиджа региона целесообразным представляется прибегать в первую очередь к следующим методам: опросу, ассоциативному эксперименту, контент-анализу.

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:** имидж; регион; территория; брендинг; имиджмейкинг.

**СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ:** Терских Марина Викторовна, кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры теоретической и прикладной лингвистики, факультет филологии и медиакоммуникаций, Омский государственный университет им. Ф. М. Достоевского; 644077, Россия, г. Омск, пр-т Мира, 55а, 2-й корп., каб. 124; e-mail: terskih@mail.ru.

**СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ:** Малёнова Евгения Дмитриевна, кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры английской филологии, факультет иностранных языков, Омский государственный университет им. Ф. М. Достоевского; 644077, Россия, г. Омск, пр-т Мира, 55а, 2-й корп., каб. 110а; e-mail: malenovae@mail.ru.

Позиционирование региона в настоящее время стало весьма актуальным объектом исследований специалистов самых разнообразных научных направлений: экономики, связей с общественностью, политологии, лингвистики и др.

В последнее десятилетие XX в. с децентрализацией власти в стране регионы стали более самостоятельны. В 1992 г. в России был принят закон о внешнеэкономической деятельности, дающий право субъектам Федерации самостоятельно заключать международные договоры. Сегодня у регионов существует возможность самостоятельно развиваться на международной арене и наращивать собственные связи. Проблема конкуренции и самоидентификации регионов стала острой и насущно, как никогда ранее. В складывающихся экономико-политических условиях «регионы начинают все сильнее конкурировать между собой за свободные ресурсы, инвестиции, квалифицированную рабочую силу» [Методы повышения... 2006].

Территориальное позиционирование еще более актуально в рамках мирового процесса глобализации. Мировое пространство становится все более открытым. Экономисты отмечают свободное движение денеж-

ных потоков и возрастающую ценность информации. В условиях информационного рынка требования к его участникам возрастают. Россия пока не в состоянии предложить мировому сообществу большое количество привлекательных территориальных брендов. Тем не менее многие регионы уже давно обеспокоены вопросами имиджа и проводят политику позиционирования. Такие тенденции нетрудно заметить, например, у Томской, Новосибирской области, Красноярского края и других.

Цель данной статьи — представить сопоставительный анализ научных подходов к понятию «имидж территории» в российской и зарубежной исследовательской практике, уточнить дефиницию «имидж региона», рассмотреть основные методики реконструирования имиджа территории.

Толковый словарь иноязычных слов Л. П. Крысина определяет регион как «часть страны, которая отличается от других какими-либо свойствами (экономико-географическими условиями, национальным составом населения и т. п.)» [Крысин 2005: 656]. Очевидно, что регион представляет собой достаточно сложный объект PR (по сравнению с фирмой или товаром), который включает

большое количество различных составляющих, от людей и организаций до географии и истории. Поэтому представление о таком сложном комплексе — в идеале — не должно формироваться стихийно.

За последние два десятилетия отечественная имиджелогия накопила достаточно репрезентативный теоретический материал, в том числе связанный с изучением имиджа территорий. А. П. Панкрухин предлагает следующее определение рассматриваемого нами в рамках данной статьи понятия: «...имидж территории — это совокупность эмоциональных и рациональных представлений, вытекающих из сопоставления всех признаков территории, собственного опыта людей и слухов, влияющих на создание определенного образа» [Панкрухин 2004: 9].

Схожее толкование дает И. С. Важенина, раскрывая при этом признаки территории: «имидж территории — это набор убеждений и ощущений людей, которые возникают по поводу природно-климатических, исторических, этнографических, социально-экономических, политических, морально-психологических и других особенностей данной территории» [Важенина 2006: 52].

Как отмечает В. Кирдин, «имидж региона — это символически выраженное представление о своеобразии и специфике территории, ее репутации, сформировавшейся в общественном мнении» [Кирдин 2006]. При этом, на наш взгляд, автор сталкивается в одном определении как разные понятия, так и разные подходы к территориальному имиджу. Во-первых, несмотря на то, что имидж и репутация тесно связаны между собой и влияют друг на друга, следует все-таки разграничивать эти понятия. Так, репутация, в отличие от имиджа, формируется в течение достаточно долгого периода и в меньшей степени контролируется. Она включает ценностные убеждения и *устойчивое мнение* о территории, которое складывается на основе полученной информации и личного опыта.

Во-вторых, В. Кирдин, говоря о «символически выраженном представлении», сближает имидж с брендом. В рамках этого понятия территория рассматривается как потенциальный бренд с набором символических признаков. А. Чумиков, М. Бочаров, В. Музыкант и другие исследователи выделяют такое представление об имидже в отдельный подход — брендинговый.

И. С. Важенина определяет брендинг территории как «процесс формирования и управления брендом; он включает в себя его создание, усиление, продвижение, обновление, возможное репозиционирование, ребрендинг» [Важенина 2006: 55]. На наш

взгляд, создание имиджа первично, потому что бренд региона, как устойчивый набор ожиданий и эмоций, формируется *на основе* ярко выраженного позитивного имиджа территории.

Существует точка зрения, что брендинг — одна из технологий маркетинга. Однако Д. Гавра и А. Савицкая выделяют маркетинговый подход к формированию имиджа территории в качестве самостоятельного. Исследователи считают, что данный подход очень широк, а «собственно имиджевому блоку в рамках предложенной концепции не хватает целостности — он распылен в различных маркетинговых стратегиях» [Гавра, Савицкая 2008].

Традиционно выделяют следующие стратегии маркетинга территории: маркетинг имиджа, маркетинг привлекательности, маркетинг инфраструктуры, маркетинг персонала, населения. В рамках маркетинга имиджа акцент делается на такой важной составляющей имиджа региона, как совокупность конкурентных преимуществ. Это прежде всего работа с потребительскими ценностями. Регион, таким образом, выступает как продукт потребления. При этом «маркетинг имиджа ограничивается коммуникационными мероприятиями, которые должны продемонстрировать открытость территории» [Гавра, Савицкая 2008].

Кроме названных подходов к формированию имиджа территории, выделяют также геополитический. В рамках данной концепции Д. Замятин рассматривает территориальный имидж как совокупность образов (геокультурных, геополитических и т. д.), которые находятся по отношению друг к другу в определенной зависимости. В структуру входит стержневой образ, предполагающий «ветвления», а также вторичные и «поддерживающие образы». Таким образом, данный подход «подразумевает позиционирование региона как особое географическое пространство со своими качественными характеристиками, как особый историко-географический образ» [Замятин 2000].

Д. Гавра и А. Савицкая считают, что геополитический подход «оперирует в большей степени абстрактными и весьма масштабными категориями, что затрудняет его применимость на практике» [Гавра, Савицкая 2008]. По мнению авторов, имиджевый подход наиболее точно отвечает задачам PR. В рамках данного подхода рассматривается модель территориального имиджа, разработанная Э. Галумовым. По мнению исследователя, внешний имидж страны (территории) — это совокупность поочередно наслаиваемых друг на друга образов: политико-

географического образа, природно-ресурсного образа, цивилизационно-культурного образа, социоментального образа народа, производственно-экономического образа и национально-ценностного образ. В рамках каждого образа автор выделяет различные компоненты, которые в совокупности достаточно полно отражают имидж территориального образования.

Руководствуясь имиджевым подходом, отметим, что имидж региона является управляемым инструментом, который обеспечивает регион узнаваемостью и, выделяя его из ряда других, способствует притоку ресурсов. Как отмечает К. А. Кузина, «в некоторых сферах общественной жизнедеятельности, таких как мировая политика, международные отношения, именно имидж становится основной информацией об объекте» [Кузина 2008: 114]. Поэтому столь важно решать задачу территориального имиджа и на государственном уровне.

Д. Чижов считает, что «стратегический имидж региона — это образ, который следует сконструировать для обеспечения эффективного позиционирования региона и увеличения его положительной известности и популярности в среде стратегических целевых групп» [Чижов 2006].

Представление и образ территории формируется на основе собственного опыта и в результате воздействия средств массовой информации, литературы и киноиндустрии. В ситуации, когда информации недостаточно, массовое сознание в первую очередь усваивает стереотипные представления через опять же опосредованные источники. Вследствие влияния различных факторов (личный опыт, индивидуальное восприятие, слухи и т. д.) представление о территории может не совпадать у разных людей. Сама территория может иметь *смешанный имидж*, когда разные аспекты образа территории могут выступать как ее положительными, так и отрицательными характеристиками.

Помимо смешанного, в литературе также выделяют следующие виды имиджа территории:

- устойчиво положительный;
- негативный/отрицательный;
- чрезмерно привлекательный;
- слабо выраженный;
- застойный;
- противоречивый.

Вне зависимости от вида имидж складывается из определенных характеристик, которые и определяют территориальную индивидуальность. Анализ литературы позволяет выделить такие характеристики. Во-первых, это **объективные особенности**

**местности:** географические и природные, исторические, социальные, культурные. Во-вторых, это **особенности экономического развития:** инфраструктура, инвестиционный потенциал, финансовые ресурсы. В-третьих, это **особенности политической и организационно-правовой сферы:** законодательство, эффективность управления, репутация руководства и роль лидера региона. Кроме этого, выделяют также развитость научной сферы, транспорта, архитектуры и т. д. При этом большую роль играют визуальные символы территории (герб, флаг): они важны в коммуникативном аспекте.

В рамках данной работы важными остаются характеристики, которые в первую очередь влияют на формирование внешнего имиджа территории. Так, по результатам опроса более чем в 50 государствах, республиках и городах мира А. Е. Кирюнин выявил основные структурные компоненты имиджа региона [Кирюнин 2000: 37]:

1. Природно-географическая составляющая.

2. Культурная составляющая. Это совокупность представлений о регионе, связанных с материальными и духовными ценностями. Сюда также относятся такие сферы, как экономика, политика, религия, искусство и др. Обычно самые яркие ассоциации связаны с памятниками архитектуры региона (статуя Свободы — Америка, Эйфелева башня — Париж, Кремль — Россия, «Родина-мать» — Волгоград).

3. Этническая составляющая. Другими словами, это люди, которые населяют территорию, их образ, особенности национального характера.

4. Историческая составляющая. Представления об известных исторических событиях, связанных с регионом.

Таким образом, регион чаще всего ассоциируется с географическим положением, культурой, народом, природой и историей. Именно эти характеристики помогают аудитории отличать одну территорию от другой, потому они должны быть задействованы при формировании территориального имиджа.

Формирование имиджа — это комплексный процесс, который необходимо начинать с выявления целевой аудитории. Принято разделять целевую аудиторию на внешнюю и внутреннюю. К внутренней, в первую очередь, относятся жители региона, а также остальные «традиционные» сегменты (СМИ, власть, бизнес и т. д.), выделяемые в зависимости от целей и задач. К внешней аудитории обычно относят инвесторов, туристов, внешние СМИ.

В научной литературе разработаны этапы формирования имиджа. Подходы могут

различаться в зависимости от объекта имиджа (товар, услуга, организация, личность, территория) и видения автора. Однако они содержат общие опорные этапы, без которых невозможно грамотное и обоснованное осуществление данного процесса.

Т. Гринберг в статье «Образ страны или имидж государства: поиск конструктивной модели» представила универсальный алгоритм формирования международного имиджа для имиджевых программ любого уровня [Гринберг 2008]. Данный алгоритм также применим для формирования имиджа территории.

Первый этап представляет собой оценку ситуации — это стадия анализа и исследований. Исследования, как отмечает Т. Гринберг, должны прежде всего фокусироваться на изучении параметров имиджа и текущего образа субъекта (тех представлений, которые сформировались у аудитории). При оценке текущего имиджа необходимо также выявить основные стереотипы. Кроме этого, в систему оценки имиджа, по мнению автора, могут входить такие характеристики, как длительность существования имиджа, четкость и устойчивость имиджа, уровень позитивности/негативности.

На втором этапе необходимо соотнести текущий имидж с позитивными ожиданиями, выбрать основу для формируемого имиджа (набор имиджевых характеристик). В силу того что имидж не полностью соответствует реальности, в алгоритм формирования имиджа необходимо включить также дополнительные характеристики, ретуширующие его образ. Далее, на третьем этапе, необходимо выявить отличительные преимущества среди других объектов — это этап позиционирования. На заключительном этапе осуществляется *выбор и разработка коммуникативных стратегий продвижения характеристик имиджа*.

Теперь обратимся к зарубежному опыту изучения брендинга территорий, что позволит нам рассмотреть подходы к имиджу региона в сопоставительном аспекте.

В исследованиях европейских и американских ученых под имиджем территории традиционно понимается «общее представление о продукте, произведенном на территории страны, основанное на предшествующих представлениях о продуктах, произведенных на территории этой страны, а также на достоинствах и недостатках маркетинга этого продукта» [Roth, Romero 1992: 480]. С другой стороны, имидж территории трактуется как «совокупность образных, рациональных и информационных представлений человека о конкретной территории» [Ingrid, Eroglu 1993: 193].

В ряде работ исследователи делают акцент на противопоставлении категорий «свой» — «чужой», утверждая, что имидж территории должен быть интерпретирован на основании особенности взаимоотношений субъекта формирования имиджа, т. е. человека, выносящего суждение о той или иной территории, и объекта формирования имиджа — непосредственно территории [Klerpe, Mossberg 297: 2005].

По мнению венгерской исследовательницы Барбары Дженес, подобные расхождения в понимании имиджа коренятся в смешении нескольких понятий: имидж продукта (Product Image), имидж территории (Country Image) и имидж страны-производителя (Country of Origin Image) [Jenes 2008: 66]. Нет никаких сомнений в том, что между этими тремя понятиями существует тесная взаимосвязь, они в некоторой степени пересекаются и накладываются друг на друга, однако было бы неверным поставить между ними знак равенства. Имидж территории, в отличие от имиджа продукта и имиджа страны-производителя, является многомерным конструктом, формирующимся на основании личного опыта индивида и его представлений о той или иной территории, под влиянием информации о территории, полученной посредством различных каналов. В числе таких каналов Барбара Дженес называет политику (внешнюю и внутреннюю), телекоммуникации, развлекательный контент (фильмы) и слухи [Jenes 2008: 67].

Таким образом, имидж территории (региона) представляет собой многослойное образование, включающее в себя ряд разнообразных элементов: «национальные символы, цвета, одежду; типичные для этой территории постройки, музыку, литературные произведения, особенности политического устройства государства, обычаи, историческое наследие и многое другое» [Jenes 2008: 67].

С другой стороны, необходимо различать так называемый «собственный имидж» (self-image) и «зеркальный имидж» (mirror image) территории, которые принципиально отличаются друг от друга. На этом аспекте постоянно делается акцент и в работах отечественных исследователей, поскольку данный подход позволяет представить имидж территории панорамно, определить пути корректировки и нейтрализации негативных стереотипов, связанных с восприятием региона.

Под собственным имиджем понимаются представления о территории, возникающие в сознании людей, эту территорию населяющих. Зеркальный имидж отражает представления людей о чужой территории, чужой

стране, чужой культуре [Jenes 2012: 2]. Само собой разумеется, что методология изучения этих разновидностей имиджа территории будет существенно различаться, что приводит исследователей к необходимости разработки нового методологического аппарата.

Столь неоднозначное понимание имиджа территории стало причиной появления большого количества разнообразных методик измерения и реконструкции такого имиджа. Это традиционные методы маркетинговых исследований, а также методы, применяемые в рамках мультидисциплинарных исследований, с привлечением методологического аппарата социологии, политологии, психологии, лингвистики и т. п.

Большинство исследователей применяет шкалы измерений, позволяющие описать имидж конкретной территории. Материал, используемый для анализа, собирается в процессе опросов информантов. Результаты таких измерений носят субъективный, дескриптивный характер, так как имидж реконструируется на основании субъективных представлений людей о той или иной территории.

Одной из популярных шкал является шкала, используемая для реконструирования имиджа страны-производителя, предложенная Моханом Пишароди и Рави Парамесуараном (Pisharodi, R Mohan and Ravi Parameswaran). Шкала состоит из 40 категорий, которые ранжируются по 10 дескрипторам. Эта шкала была разработана для выявления особенностей поведения потребителей в условиях мультинациональных рынков сбыта продукции и учитывала экономические, политические и культурные особенности страны-источника, а также особенности восприятия конкретного продукта [Bearden 1999: 62].

Похожим инструментом для реконструирования имиджа территории воспользовались Ингрид Мартин и Севжин Ероглу (Martin, Ingrid M., Eroglu, Sevgin). Они выделили четыре приоритетных фактора концептуализации имиджа: политика, экономика, технология и социальная привлекательность территории [Martin, Eroglu 1993: 194]. В процессе проведения исследования из перечня приоритетных факторов была исключена социальная привлекательность, так как данный фактор напрямую коррелировал с тремя остальными. Посредством использования семантической дифференциальной шкалы, состоящей из 14 категорий, исследователям удалось доказать эффективность применения подобного инструмента измерения имиджа территории.

Барбара Дженес при изучении процессов реконструирования и измерения имиджа

территории предлагает использовать комплексную модель бренд-капитала территории (country equity model, SEM), применяя методологию структурного моделирования, основанную на шести основных факторах, влияющих на формирование того или иного имиджа территории: экономике, политике, истории, культуре, географии и факторах окружающей среды [Jenes 2012: 207].

Данная методология позволила исследовательнице рассмотреть имидж территории в свете его многомерности, определить степень комплексного влияния тех или иных факторов на формирование имиджа, причем учитывалось как положительное, так и отрицательное воздействие этой совокупности факторов на сформированный имидж территории.

В итоге автор создает комплексную модель бренд-капитала территории, которая включает в себя имидж территории, базовые знания об этой территории, ассоциации, связанные с территорией, а также степень лояльности по отношению к данной территории [Jenes 2012: 209]. Причем каждая из составляющих этой модели тесно связана с остальными элементами, оказывая прямое и косвенное влияние на каждую из рассмотренных переменных.

Несколько иной подход избрали Ингеборг Клеппе и Лена Моссберг (Kleppe, Ingeborg Astrid, Mossberg, Lena), обратившиеся в ходе реконструирования имиджа территории к медийному дискурсу. Авторами были отобраны несколько крупнейших газет различных стран, в статьях которых встречались частые упоминания о Норвегии (имидж именно данной территории реконструируется в исследовании). Посредством контент-анализа все упоминания о Норвегии были разделены на тему и подтемы в соответствии с существующими шкалами измерения имиджа территории, которые упоминаются выше. Целью исследования было выявление неких «информационных моделей», связанных с рассматриваемой территорией, отдельных ее черт и признаков, отраженных в газетных статьях и позволяющих получить понимание имиджа данной территории [Kleppe, Mossberg 2005: 299].

В результате исследователи пришли к интересному выводу о необходимости соблюдения осторожности в использовании обобщающих шкал измерения имиджа территории, так как такие шкалы, помимо дескриптивных характеристик имиджа, должны отражать как минимум оценочные и относительные качества имиджа территории [Kleppe, Mossberg 2005: 301].

Таким образом, сопоставительный анализ российского и зарубежного опыта опре-

деления имиджа территории и выявления методик его реконструирования позволил нам прийти к следующим результатам.

1. На современном этапе развития регионов происходит постепенный переход от стихийного к целенаправленно формируемому образу. Подчеркнем, что, с нашей точки зрения, только во втором случае целесообразно говорить о формировании имиджа: имидж — это всегда результат телеологического процесса. По этой причине работа по формированию имиджа связана с рядом последовательных этапов: изучением текущего образа/имиджа, разработкой желаемого имиджа региона с учетом поставленной задачи и специфики целевой аудитории, разработкой стратегии позиционирования и продвижения имиджа территории и т. п.

2. Как российские, так и зарубежные специалисты-имиджеологи подчеркивают важность комплексного подхода к реконструированию имиджа, связанного с необходимостью представить собственный, зеркальный, объективный и другие формы имиджа, определить специфику и причины несовпадения восприятия территории внутренней и внешней аудиторией и пр.

3. Говоря о бренд-капитале территории, исследователи подчеркивают многослойность имиджа региона, который, по сути, представляет собой совокупность большого количества взаимовлияющих и взаимообусловленных элементов политики, культуры, географии, истории и т. п., поэтому при реконструировании имиджа региона важно учитывать каждый из представленных «слоев».

4. В качестве основных источников материала для реконструирования имиджа региона исследователи рекомендуют прибегать к опросу информантов (субъективные представления людей о той или территории) и к анализу медиатекстов. Таким образом, медиадискурс предстает и как источник информации о текущем имидже региона, и как инструмент его корректировки и формирования желаемого имиджа. В результате при реконструировании имиджа региона целесообразным представляется прибегать в первую очередь к следующим методам: опросу, ассоциативному эксперименту, контент-анализу.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Важенина И. С. Имидж и репутация территории как основа продвижения в конкурентной среде // *Маркетинг в России и за рубежом*. 2006. № 6. С. 49—57.

2. Гавра Д. П., Савицкая А. С. Структурная модель имиджа государства/региона для внешних и внутренних аудиторий. 2008. URL: [http://www.statebrand.ru/rabochie\\_materialy](http://www.statebrand.ru/rabochie_materialy) (дата обращения: 24.07.2014).

3. Гринберг Т. Образ страны или имидж государства: поиск конструктивной модели // *Медиаскоп*. 2008. № 2. URL: <http://www.mediascope.ru/node/252> (дата обращения: 12.02.2015).

4. Замятин Д. Географическое пространство и ментальность: генезис и модификации географических образов. 2000. URL: <http://www.ruthenia> (дата обращения: 12.09.2014).

5. Кирдин В. Имидж регионов: базовые определения // *Publicity*. 2006. № 1. С. 12—15.

6. Кирюнин А. Е. Имидж региона как интериоризация культуры. — М.: Книжный дом «Университет», 2000.

7. Крысин Л. П. Толковый словарь иноязычных слов. — М.: Эксмо, 2005.

8. Кузина К. А. Роль СМИ в формировании имиджа Каспийского региона: дис. ... канд. полит. наук. — Астрахань, 2008.

9. Методы повышения инвестиционной привлекательности субъекта Федерации: бренды регионов и их продвижение. 2006. URL: [http://www.marketologi.ru/docs/edu/reg\\_brand.html](http://www.marketologi.ru/docs/edu/reg_brand.html) (дата обращения: 12.02.2015).

10. Панкрухин А. П. Маркетинг территорий: маркетинг региона // *Маркетинг в России и за рубежом*. 2004. № 2. С. 9—11.

11. Bearden W. O., Netemeyer R. G. *Handbook of Marketing Scales: Multi-Item Measures for Marketing and Consumer behavior research*. — SAGE Publications, 1999.

12. Jenes B. Theoretical and practical issues in measuring country image dimensions and measurement model of country image and country brand: Ph.D. Dissertation / Corvinus Univ. of Budapest Doctoral School of Business Administration. — Budapest, 2012.

13. Jenes B. Reconsidering the measurement of country image — theory and practice // *FIKUSZ 2008 Business Sciences — Symposium for Young Researchers: Proceedings*. — Óbuda University, Keleti Faculty of Business and Management, 2008. P. 65—80.

14. Kleppe I. A., Mossberg L. Country Image: a Reflection of the Significance of the Other // *Advances in Consumer Research*. 2005. Vol. 32 / eds. Geeta Menon and Akshay R. Rao. — Duluth, MN: Association for Consumer Research. P. 295—301.

15. Martin I. M., Eroglu S. Measuring A Multi-Dimensional Construct // *Country Image, Journal of Business Research*. 1993. № 28 (3). P. 191—210.

16. Roth M. S., Romeo J. B. Matching Product Category and Country Image Perceptions: A Framework for Managing Country-of-Origin Effects // *Journ. of International Business Studies*. 1992. № 23. P. 477—497.

**E. D. Malenova, M. V. Terskikh**  
Omsk, Russia

#### IMAGE OF A REGION: THEORETICAL ASPECT (RUSSIAN AND FOREIGN EXPERIENCE)

**ABSTRACT.** *The paper presents a scientific review of Russian and foreign approaches to the concept of “the image of a territory”. The authors use comparative analysis to define the key points of the modern research focused on regional image making considering basic methodologies of reconstruction of the image of a territory. In the summary, the authors come to several conclusions: 1) there is a gradual transfer from spontaneous to purposeful formation of an image; 2) both Russian and foreign specialists in imageology point out that image reconstruction should be performed using a complex approach to present a self-image, a mirror image, an objective image and other types of images, as well as to detect specific features and causes of differences of the region image perception by internal and external audiences; 3) in the course of the territory brand capital research the image of a region is seen as a multi-level formation composed of an entity of interconnected elements: politics, culture, geography, history, etc, thus it is necessary to take into account each of the said levels during the process of the country image reconstruction; 4) the main sources for the region image reconstruction are surveys (subjective perception of a definite territory) and media-text analysis. As a result, the authors conclude that the most effective methodologies for region image reconstruction are surveys, association experiment and content analysis.*

**KEYWORDS:** *image; country; region; branding; image-making.*

**ABOUT THE AUTHOR:** *Malenova Evgenia Dmitrievna, Candidate of Philology, Associate Professor of Department of English Philology, Faculty of Foreign Languages, Omsk State University named after F. M. Dostoevsky, Omsk, Russia.*

**ABOUT THE AUTHOR:** *Terskikh Marina Viktorovna, Candidate of Philology, Associate Professor of Department of General and Applied Linguistics, Faculty of Philology and Media Communications, Omsk State University named after F.M. Dostoevsky, Omsk, Russia.*

#### LITERATURE

1. Vazhenina I. S. Imidzh i reputatsiya territorii kak osnova prodvizheniya v konkurentnoy srede // Marketing v Rossii i za rubezhom. 2006. № 6. S. 49—57.

1. Gavra D. P., Savitskaya A. S. Strukturnaya model' imidzha gosudarstva/regiona dlya vneshnikh i vnutrennikh auditoriy. 2008. URL: [http://www.statebrand.ru/rabochie\\_materialy](http://www.statebrand.ru/rabochie_materialy) (data obrashcheniya: 24.07.2014).

2. Grinberg T. Obraz strany ili imidzh gosudarstva: poisk konstruktivnoy modeli // Mediaskop. 2008. № 2. URL: <http://www.mediascope.ru/node/252> (data obrashcheniya: 12.02.2015).

3. Zamyatin D. Geograficheskoe prostranstvo i mental'nost': genezis i modifikatsii geograficheskikh obrazov. 2000. URL: <http://www.ruthenia> (data obrashcheniya: 12.09.2014).

4. Kirdin V. Imidzh regionov: bazovye opredeleniya // Publicity. 2006. № 1. S. 12—15.

5. Kiryunin A. E. Imidzh regiona kak interiorizatsiya kul'tury. — M.: Knizhnyy dom «Universitet», 2000.

6. Krysin L. P. Tolkovyy slovar' inoyazychnykh slov. — M.: Eksmo, 2005.

7. Kuzina K. A. Rol' SMI v formirovanii imidzha Kaspiyskogo regiona : dis. ... kand. polit. nauk. — Astrakhan', 2008.

8. Metody povysheniya investitsionnoy privlekatel'nosti sub"ekta Federatsii: brendy regionov i ikh prodvizhenie. 2006. URL: [http://www.marketologi.ru/docs/edu/reg\\_brand.html](http://www.marketologi.ru/docs/edu/reg_brand.html) (data obrashcheniya: 12.02.2015).

9. Pankrukhin A. P. Marketing territoriy: marketing regiona // Marketing v Rossii i za rubezhom. 2004. № 2. S. 9—11.

10. Bearden W. O., Netemeyer R. G. Handbook of Marketing Scales: Multi-Item Measures for Marketing and Consumer behavior research. — SAGE Publications, 1999.

11. Jenés B. Theoretical and practical issues in measuring country image dimensions and measurement model of country image and country brand : Ph.D. Dissertation / Corvinus Univ. of Budapest Doctoral School of Business Administration. — Budapest, 2012.

12. Jenés B. Reconsidering the measurement of country image — theory and practice // FIKUSZ 2008 Business Sciences — Symposium for Young Researchers: Proceedings. — Óbuda University, Keleti Faculty of Business and Management, 2008. P. 65—80.

13. Kleppe I. A., Mossberg L. Country Image: a Reflection of the Significance of the Other // Advances in Consumer Research. 2005. Vol. 32 / eds. Geeta Menon and Akshay R. Rao. — Duluth, MN : Association for Consumer Research. R. 295—301.

14. Martin I. M., Eroglu S. Measuring A Multi-Dimensional Construct // Country Image, Journal of Business Research. 1993. № 28 (3). R. 191—210.

15. Roth M. S., Romeo J. B. Matching Product Category and Country Image Perceptions: A Framework for Managing Country-of-Origin Effects // Journ. of International Business Studies. 1992. № 23. P. 477—497.

**Статью рекомендует к публикации канд. филол. наук, доц. М. Б. Ворошилова.**

**Н. В. Новиков**  
Москва, Россия

## ПОЛИТИЗАЦИЯ ФРАНКОЯЗЫЧНЫХ СПОРТИВНЫХ СМИ. ВЛАСТЬ ПОЛИТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА

**АННОТАЦИЯ.** Средства массовой информации, взявшие на себя функции формирования общественного мнения, оказались сами подвержены влиянию извне и перестали справляться со своей основной функцией, а именно ретрансляцией актуальных событий, и превратились в инструмент влияния современной политики. СМИ превращаются в посредника между политикой и обществом, становятся новым медиатором актуальных политических интересов.

Предметная сфера «Спорт», освещаемая как сугубо спортивными изданиями, так и изданиями общей направленности, представляет в настоящее время один из наиболее политизированных секторов общественных интересов. В спортивный дискурс, т. е. языковую сферу спортивных журналистов, проникают элементы политического дискурса — сферы политических интересов, соглашений и конфликтов. В результате формируется политизированный массмедийный спортивный дискурс, по сути являющийся провокативным дискурсом. Массмедийный спортивный дискурс попадает под влияние политического дискурса и становится зависимым от него, что проявляется в обращении спортивной журналистики к следующим тематическим блокам: политика и общество; кризисы и конфликты; дискриминация и расизм. Анализируется арсенал средств, позволяющих спортивным журналистам манипулировать сознанием реципиента и проводить определенные политические взгляды (подмена понятий, лексика с отрицательными коннотациями, ирония). Демонстрируется, как журналисты позволяют себе резкие политические выпады, недопустимые для отраслевых, спортивных изданий. Отмечаются даже нарушения общепризнанных международных принципов профессиональной этики журналистов.

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:** политизация; манипулирование; массовое сознание; медиатор; медийный спортивный дискурс.

**СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ:** Новиков Николай Валерьевич, аспирант, кафедра романской филологии, Институт иностранных языков, Московский городской педагогический университет; адрес: 117648, г. Москва, мкр. Чертаново Северное, 4; e-mail: niko1933@yandex.ru.

В условиях современного развития общества в связи с внедрением новых медiateхнологий значительно ускорился процесс развития СМИ. Влияние СМИ, сумевших адаптировать современные технологии под требования массмедиа, распространилось на все сферы общественных интересов современного мира, а язык СМИ — их основное оружие — тем самым превратился в средство массовой коммуникации. «Массовая коммуникация — это новая языковая реальность, находящаяся в центре современных языковых процессов» [Язык СМИ и политика 2012: 12]. В условиях этой новой лингвистической реальности СМИ взяли на себя функции «формирования общественного мнения, создания определенного идеологического фона, пропаганды той или иной системы ценностей» [Добросклонская 2005: 19].

Стремление современных СМИ воздействовать на общественное сознание, охватывая большее количество социальных сфер, сделало их, в свою очередь, подверженными влиянию извне. Активно проявляются завуалированные, а иногда и открытые попытки контролировать ход массмедийных процессов. Тем самым СМИ перестают справляться со своей основной функцией, а именно ретрансляцией актуальных событий, и превращаются в инструмент влияния современной политики. Речь идет о политизации, которая проявляет себя (в том числе и

на языковом уровне) как «усиление влияния политики на другие сферы жизни; придание политического звучания сколько-нибудь значительным вопросам общественной жизни; повышение роли государства в жизни общества» [Электронный словарь политических терминов]. Исходя из этого определения, СМИ превращаются в посредника между политикой и обществом, становятся новым медиатором актуальных политических интересов.

Процесс политизации массмедиа обусловлен отличительными особенностями современных СМИ, смежными с политической сферой, такими как:

- 1) публичность, т. е. открытость для массового потребления;
- 2) наличие новых технических средств, обусловливающих наличие публичного контакта с неограниченным кругом потребителей;
- 3) коммуникативная направленность;
- 4) однонаправленность взаимодействия от адресанта к адресату, невозможность перемены их ролей;
- 5) потребность вызвать интерес у актуальной аудитории и привлечь новых потенциальных слушателей, зрителей и читателей (в зависимости от видов СМИ) [Нелюбин, Борисов 2012].

Вышеуказанные черты свойственны в равной степени всем секторам современной информационной прессы, как политическим

и экономическим новостным сводкам, так и спортивным.

СМИ всегда выступают в роли ретранслятора информации, связанной либо с одной конкретной предметной сферой (специализированная пресса), или же с несколькими сферами (общественно-политические издания). Предметная сфера «Спорт», освещаемая как сугубо спортивными изданиями, так и изданиями общей направленности, представляет в настоящее время один из наиболее политизированных секторов общественных интересов. Это обусловлено прежде всего тем, что спорт имеет общий со сферой политики принцип — принцип соперничества. Именно «соревновательный дух», противостояние *свои/чужие* — вот что в равной степени характеризует современную политическую и спортивную жизнь. Под *своими* в данном случае понимается близкая адресату политическая сторона или же поддерживаемая адресатом спортивная команда, в роли же *чужих* выступают политические или спортивные оппоненты. В обоих случаях оппозиция носит ярко выраженный характер. Степень напряженности спортивного противостояния нарастает, например, на соревнованиях международного уровня на первом плане оказывается имидж страны, ее престиж на международной арене. Именно тогда политика вторгается в спортивную жизнь, а спортивная оппозиция *соратник/соперник* трансформируется в сугубо политическую оппозицию *друг/враг*. Данный вид оппозиции ярко проявляется на страницах современных печатных спортивных изданий, вовлеченных в процесс политизации.

Как известно, образующим ядром СМИ, в том числе и спортивных, является язык, а значит, любое влияние на нынешнюю практику массмедиа осуществляется на лингвистическом уровне, т. е. посредством дискурсивного влияния. Так, в спортивный дискурс, т. е. языковую сферу спортивных журналистов, проникают элементы политического дискурса — сферы политических интересов, соглашений и конфликтов. Таким образом, в спортивную сферу массмедиа проникают стратегии речевого манипулирования, в основе которых лежат интенции адресантов, свойственные, как правило, сфере современной политики. Формируется политизированный массмедийный спортивный дискурс, по сути являющийся *провокативным дискурсом*, т. е. «типом интенционального дискурса, за актом речи в котором скрываются реальные или имитируемые внутренние психологические состояния адресантов» [Степанов 2007: 71]. В данном случае «с помощью той или иной стратегии адресант

имеет возможность воздействовать на принятие решений воспринимающего сообщество, побудить партнера по коммуникации начать, изменить, закончить какую-либо деятельность» [Фирсова 2013: 37]. К такому же выводу приходит и А. П. Чудинов, говоря о том, что управление массовым сознанием через публичный дискурс означает управление действиями адресата [Чудинов 2007: 71]. Данные стратегии являются составной частью информационной войны, понимаемой нами как «вербальная война» [Романова 2012: 58], т. е. война, реализующаяся путем использования определенных языковых знаков, в том числе и в предметной сфере «Спорт».

Факт политизации спорта, а следовательно, и медийного спортивного дискурса, отмечают многие журналисты, которые, кстати, и являются ретрансляторами политической мысли на страницах печатных спортивных изданий. Так, журналист французской газеты *Le Monde* Удо Меркель отмечает, что спорт уже давно утратил свою моральную «невинность» («...Le sport a perdu depuis bien longtemps son innocence morale»), а следовательно, стал зависеть от политических настроений в стране и мире [Le Monde]. Процесс политизации в конкретной предметной сфере неминуемо находит отражение в связанном с ней дискурсивном поле. Таким образом, массмедийный спортивный дискурс попадает под влияние политического дискурса и становится зависимым от колебания его значений, которое проявляется в подразделении по типам политической направленности на следующие разделы:

- *политика и общество;*
- кризисы и конфликты;
- дискриминация и расизм.

Для понимания того, как политизация исследуемого дискурсивного поля проявляет себя на практике, обратимся к примерам.

### ПОЛИТИКА И ОБЩЕСТВО

В интервью французскому ежедневнику *Equipe* Мишель Платини, президент УЕФА (UEFA), отрицает политизированность своей организации: *l'UEFA ne fait pas de politique*; но он не смог не признать наличия политического влияния на спорт в мире. Статусный спортсмен отмечает, что бойкотирование спортивного мероприятия (чемпионата Европы 2012 г.) носит именно политический характер. При этом спортивный чиновник отметил, что бойкотируют не спортивные организации, а страну-организатора, т. е. решение о бойкотировании было принято на государственном уровне: *Certains pays d'Europe de l'Ouest ont décidé un boycott*

*politique, certains d'Europe de l'Est on dit qu'il ne feraient pas de boycott, chacun est dans son rôle, la France (qui a décidé d'un boycott politique) est dans son rôle, que les Ukrainiens ne boycottent pas, c'est dans leur rôle. / Некоторые страны Западной Европы приняли решение о политическом бойкотировании, некоторые восточноевропейские страны, напротив, бойкотировать Чемпионат не будут. Каждая сторона поступает так, как считает приемлемым для себя: Франция бойкотирует, а Украина нет [Le Quire].*

Тем самым четко обозначается адресант — властные структуры. Инициатива политического бойкота спортивного мероприятия исходит не от спортивных комитетов, не от журналистов-медиаторов. Таким образом, снимается ответственность со спортивной организации за негативные политические процессы и перекладывается на плечи правительства. В приведенном примере значимыми представляются наименования самих адресантов — общенациональные наименования: *la France (qui a décidé d'un boycott politique) est dans son rôle, que les Ukrainiens ne boycottent pas*. Так у адресанта создается впечатление, что стремление к бойкотированию или отказу от него — народное желание, а не позиция немногочисленной группы политических элит.

Защита прав секс-меньшинств уже давно превратилась в политический инструмент влияния в предметной сфере «Спорт». Журналист французской газеты *L'Équipe* отмечает, что 52 олимпийских чемпиона собираются открыто противостоять законам чужой страны (России), запрещающей пропаганду однополых браков: *Bien décidés à faire „annuler“ la loi qui interdit toute „propagande homosexuelle“ en Russie, cinquante-deux athlètes olympiques, anciens et actuels, se sont unis pour dénoncer la politique actuelle du président russe Vladimir Poutine. / Приняв решение заставить российское руководство отменить закон, запрещающий любую пропаганду гомосексуализма на территории России, пятьдесят два прошлых и нынешних олимпийцев объединились с целью денонсировать актуальную политику президента РФ Владимира Путина [Le Quire].*

По сути, демонстрируется недопустимая ангажированность, направленная на подрыв традиционных ценностей населения Российской Федерации. Современная политика Евросоюза, поддерживающего секс-меньшинства, отражена в выражении *dénoncer la politique actuelle du président russe Vladimir Poutine*, что подчеркивает политизированность события. При этом сам журналист выступает

только как ретранслятор чужого мнения (олимпийцев), сохраняя нейтралитет.

Однако журналист издания *Libération*, комментируя Олимпийские игры 2014 г. и затрагивая ту же тематику, позволяет себе весьма резкие высказывания в адрес российской власти по поводу того же вопроса секс-меньшинств (*une loi antigay* — антигейский закон): *Soixante-dix-huit ans plus tard, Vladimir Poutine, lui, choisit de persécuter les homos. Et une fois de plus, le CIO ferme les yeux.<...> Incroyable qu'on puisse s'étonner des scandales qui entourent l'organisation des Jeux de Sotchi „Corruption, désastre écologique, esclavagisme...“ / Спустя шестьдесят восемь лет Владимир Путин решает подвергнуть гонениям гомосексуалистов. И мало того, МОК (Международный олимпийский комитет) закрывает на это глаза. Можно только подивиться скандалам, развернувшимся вокруг организации Игр в Сочи: „Коррупция, экологическая катастрофа, рабовладельчество...“ [Liberation].*

Критикуя как президента Путина, так и Олимпийский комитет, журналист не просто дает личную оценку, а буквально призывает Олимпийский комитет поменять свою точку зрения, т. е. отбросить присущий спортивным комитетам политический нейтралитет, а у читателя вызывает негативные эмоции и скептицизм по отношению к Олимпийским играм в Сочи, используя лексические единицы, несущие отрицательную коннотацию: *Corruption, désastre écologique, esclavagisme*.

Подобная позиция обусловлена леворадикальной направленностью газеты *Libération*, политической ангажированностью, следовательно, медиальный дискурс данного издания представляет собой языковой репрезентант ярко выраженных политических интенций.

В текстах статей, относящихся к предметной сфере «Спорт», часто подвергаются критике крупные госкорпорации, взаимодействующие со спортивной сферой. Так, после объявления компанией «Газпром» начала обширной поддержки молодежного футбола по всему миру на компанию обрушилась критика с обличительно-политическим подтекстом со стороны журналистов. Журналист издания «Le Monde» сопоставляет Газпром, 50 % акций которого принадлежит Российскому государству, с СССР, руководство которого также, по мнению журналиста, использовало спорт в своих целях: *En 1963, l'URSS avait ouvert l'oléoduc de l'amitié, alimentant les „pays frères“ depuis les champs de pétrole de la mer Caspienne. Un demi-siècle plus tard, le géant russe du gaz, Gazprom, a*

*inauguré „le Football pour l'amitié“. / В 1963 году СССР открыл нефтепровод дружбы для снабжения братских стран топливом с нефтяных месторождений Каспийского моря. Спустя полвека российский газовый гигант „Газпром“ торжественно положил начало „Футболу для дружбы“.*

Журналист иронизирует, предлагая для данной спортивной компании следующий лозунг, являющийся по сути издевательством над советским прошлым России: *Enfants de tous pays, unissez-vous avec Gazprom ! - Дети всей страны, объединяйтесь вместе с „Газпромом“!*

Выискивая политический подтекст, журналист политизирует статью, цитируя весьма резкие комментарии своих украинских коллег и лично развивая по ходу статьи подобный политизированный подход: *C'est un outil de promotion de la Russie dans le monde qui s'inscrit dans une grande ambition géopolitique, dans la lignée de l'expansionnisme russe du XXI<sup>e</sup> siècle. Et aujourd'hui un moyen de compenser une image dégradée par l'annexion de la Crimée. / Это средство продвижения России на мировой арене, которое вписывается в огромные геополитические амбиции, в курс русского экспансионизма XXI века [Le Monde]. Журналист, опираясь на мнения своих не менее ангажированных коллег, использует подмену понятий, искажая истинные установки спортивной программы, оказывая тем самым влияние на восприятие адресата.*

### КРИЗИСЫ И КОНФЛИКТЫ

Сирийский политический кризис 2011 г. не оставили без внимания даже спортивные журналисты. Вслед за своими коллегами из изданий общей направленности спортивные журналисты более осторожно, через призму действий статусных спортсменов, но все же дают оценку действиям сирийского руководства в лице лидера страны Башара Асада. Комментируя этапы карьеры известного французского тренера Клода Ле Руа, журналист издания *L'Equipe* попутно характеризует действия сирийского руководства как репрессивные и кровавые, послужившие поводом для прекращения тренерской деятельности Клода Ле Руа в Сирии ввиду неприятия им режима Асада. При этом журналист не цитирует дословно слова самого спортсмена, а дает, по сути, собственную оценку: *L'ancien sélectionneur du Cameroun...avait signé en mars dernier un contrat de deux ans avec la Syrie, un pays qu'il avait quitté fin avril pour marquer son opposition à la répression sanglante du pouvoir local contre les opposants au régime de Bachar El-Assad. /*

*Бывший тренер сборной Камеруна по футболу, заключивший в марте контракт на два года, расторгнул его в апреле и покинул страну, чтобы выразить свое неприятие кровавой репрессивной политики местных властей по отношению к оппозиционерам, выступающим против режима Башара Асада [Le Quire].*

Имя ныне покойного ливийского лидера Муаммара Каддафи по-прежнему используется журналистами (в том числе и спортивными) в негативном смысле. Статья, посвященная назначению нового главы Федерации футбола Ливии — Ануэра аль-Тохани — начинается со следующих слов: *Al-Tachani premier président élu... / Аль-Тохани — первый избранный президент Федерации футбола Ливии. Журналист намекает на изменения, произошедшие в Ливии после смены режима, на демократизацию страны. Далее следует довольно резкий комментарий, который спортивный журналист не имеет права себе позволять на страницах авторитетного спортивного (а не политического) издания: *Anouer al-Tachani a été élu dimanche soir à la tête de la Fédération libyenne de football à l'occasion d'un vote impliquant l'Assemblée générale et plus d'une centaine de clubs. Après le règne despotique de l'ancien dirigeant Mouammar Kadhafi sur le football libyen durant des années, il devient le premier président élu aux commandes de la FLF depuis sa création en 1962. / Ануэр аль-Тохани был избран в это воскресенье главой Федерации футбола Ливии в ходе голосования, проведенного в Генеральной ассамблее и более чем в ста футбольных клубах. После длительного деспотического царствования над ливийским футболом бывшего руководителя государства Муаммара Каддафи аль-Тохани становится первым избранным президентом ФФЛ с момента ее основания в 1962 году [Le Quire]. Журналист не просто характеризует спортивную политику бывшего руководителя страны, его политический режим, но и искажает статус бывшего ливийского лидера, называя его политический режим «царствованием», что не соответствует действительности. Одним из международных принципов профессиональной этики в журналистике, выработанных в ходе 4-й консультативной встречи ЮНЕСКО (1983), является «объективное освещение событий». Только в случае соблюдения такого принципа «общественность имеет возможность формирования картины реально происходящих событий через доступ к достоверной информации, в которой корни и природа событий, процесс развития и нынешнее состояние фактов отражены максимально**

объективно» [Международные принципы...]. Поэтому подобный комментарий свидетельствует о нарушении норм журналистской этики, что недопустимо для журналиста вне зависимости от официальной позиции властей в отношении ливийского кризиса.

Ситуация на Украине с февраля 2014 г. приковывает пристальное внимание всего мира. Спортивная сфера не смогла остаться вне украинского кризиса и сопряженных с ним конфликтов. Журналист франкоязычного информационного электронного издания *Full news info* дает следующую информацию: *Deux parlementaires russes ont adressé une lettre ouverte au président de la FIFA, lui demandant de retirer les Etats-Unis des pays membres de la FIFA. Selon un site d'information russe, Newsru, cette demande des deux parlementaires russes est une réponse à celle de deux sénateurs américains qui demanderaient, par une pétition, l'exclusion de la Russie de la coupe du monde 2014, à cause de son action en Ukraine, notamment en Crimée. / Два российских парламентария открыли открытое письмо президенту ФИФА с просьбой лишить членства в федерации Соединенные Штаты Америки. Как сообщает электронное информационное агентство „Newsru“, данное обращение является ответом на схожие действия двух американских сенаторов, подавших петицию с требованием исключить Россию из участия в Кубке мира 2014 года ввиду действий России на территории Украины, в частности в Крыму [Full-news.info].*

Из данного примера следует, что политическое противостояние на уровне парламентариев США и России отражает зеркальную попытку обеих сторон втянуть спортивную международную организацию (*la FIFA*) в сферу политики. Сам же журналист при этом иронизирует над актуальной политической ситуацией, называет противостояние России и США «*армрестлингом*» (*le bras de fer*), не высказывая, однако, открыто собственных предпочтений: *Crise Ukrainienne : le bras de fer entre la Russie et les Etats-Unis gagne le football*. Фразема *le bras de fer*, относящаяся к предметной сфере «Спорт», приобретает сугубо политическое значение, а именно значение политического конфликта, противостояния.

Журналист *Liberation*, говоря о Паралимпиаде в Сочи, представил свое видение кризиса на Украине: *Vladimir Poutine manie l'humour à froid. Vendredi, peu avant la cérémonie d'ouverture des Jeux paralympiques de Sotchi, il a déclaré espérer que la com-pétition «pourra apaiser les tensions autour de l'Ukraine», un pays dont la Russie occupe*

*militairement une partie du territoire depuis une semaine... Sous la pression du Comité international paralympique (CIP), les athlètes ukrainiens ont finalement annoncé qu'ils ne boycotteraient pas l'événement... / Холодный юмор Владимира Путина. В пятницу, незадолго до начала церемонии открытия Паралимпийских игр в Сочи, он сделал заявление, в котором выразил надежду, что соревнование „поможет смягчить напряженность вокруг Украины“, страны, часть территории которой российские войска оккупировали в течение недели... Под давлением Международного параолимпийского комитета украинские спортсмены в конечном итоге заявили, что не будут бойкотировать данное спортивное мероприятие [Liberation].*

Автор статьи абсолютно уверен в присутствии Вооруженных сил РФ на территории Украины (*la Russie occupe militairement une partie du territoire depuis une semaine*). Данный факт подается как общеизвестный, несмотря на то что сам адресант не приводит каких-либо объективных доказательств, а значит, используемые им лексические средства есть именно проявление политической ангажированности. Тем не менее рядовой читатель может принять вышеозначенную «будничную» информацию как непреложную истину.

Следует также отметить использование имени российского президента в политизированных статьях. Речь идет о факте прецедентности. В современных медиатекстах «важное место занимают прецедентные имена, то есть широко известные имена собственные, которые используются в тексте не только для обозначения конкретного человека (ситуации, города, организации и др.), но и в качестве своего рода культурного знака, символа определенных качеств, событий, судеб» [Крючкова 2009: 31]. Имя *Vladimir Poutine* превратилось в прецедентное имя, имя президента, ставшего символом политического оппонента во французских изданиях либеральной направленности. Распространение подобной тенденции связано с Олимпийскими играми 2014 г. в Сочи, приковавшими пристальное внимание франкоязычных СМИ: *JO de Sotchi : „Caprices de tsar“ ou „Jeux de Poutine“? / Олимпийские игры в Сочи: „Царские капризы“ или „Игры Путина“? [Le Nouvel Observateur]*. Происходит подмена понятий, намеренное искажение журналистом статуса российского президента. Сквозь призму Олимпийских игр журналист пытается представить его как самодержца, диктатора. Подобная стратегия реализуется за счет четко выверенного на Западе шаблона, состоящего

из трёх основных положений [Зарипов 2014: 124]: 1) Владимир Путин — диктатор во главе полицейского государства; 2) всякое оппозиционное Владимиру Путину движение — это демократическое движение, и Россия только выиграет от того, что кто-то другой возглавит государство, кем бы этот кто-то ни был; 3) всякое действие правоохранительных или судебных органов против подобного оппозиционного движения — преследование, а упомянутый оппозиционер — образец добродетели.

В этой связи становится очевидно, что дискредитация имени статусного политика обусловлена выверенными политическими установками; четко прослеживается политизация рассмотренных примеров.

### ДИСКРИМИНАЦИЯ И РАСИЗМ

Футбол представляет собой самый политизированный вид спорта. И политизация в основном исходит не от госструктур и спортивных комитетов, а от болельщиков, которые, на первый взгляд, не имеют абсолютно никакого отношения к политической сфере. Многие футбольные фанаты в ряде европейских стран формируют нацистские группировки. Например, «L'Equipe» констатирует: *Le Borussia Dortmund a annoncé vendredi l'interdiction de stade pour huit supporters locaux appartenant „à une organisation d'extrême droite interdite. / Руководство клуба „Боруссия Дортмунд“ в эту пятницу объявило, что для восьмерых местных болельщиков, принадлежащих „к запрещенной праворадикальной организации“, будет введен запрет на посещение стадиона [8].* Подчеркивается, что экстремистские организации запрещены законодательством, т. е. политика государства Германии является значимым фактором для руководства футбольного клуба.

Расистские настроения футбольных болельщиков часто влекут за собой серьезные санкции со стороны спортивных комитетов: *Le Real de Madrid a été sanctionné vendredi par l'UEFA à cause du déploiement en tribune d'un drapeau comportant un symbole nazi... L'image a fait le tour de la planète, déclenchant un vaste mouvement antiraciste. Mais il reste du boulot. / УЕФА оштрафовал мадридский „Реал“ за развешивание на трибуне баннера с нацистской символикой... Фотография данного действия спровоцировала антирасистские выступления во всем мире. Но все еще есть над чем работать [Le Quire].* Интересен заключительный комментарий самого журналиста. Несмотря на краткость высказывания, в нем явно выражено недовольство подобными проявлениями политических взглядов во время футбольных

матчей. Журналист считает, что антифашистская программа реализуется не в полной мере и по-прежнему «*есть над чем работать*» (*il reste du boulot*). Адресант явно обозначил свою антифашистскую позицию.

Однако не только болельщики являются адресантом расистских высказываний и жестов, но и сами спортсмены: *En privant le Croate Josip Simunic du Mondial 2014 pour avoir fêté la qualification de son équipe par des cris fascistes la Fifa a donné le ton lundi du durcissement de sa politique de lutte contre le racisme et autres formes de discrimination dans les stades. / Не допустив хорвата к участию в чемпионате мира 2014 г. за то, что тот, выкрикивая нацистские речовки, выражал радость победы своей команды на отборочных соревнованиях, ФИФА обозначил ужесточение своей политики в борьбе против расизма и прочих форм дискриминации на стадионах [Le Figaro].* Так начинается одна из статей во французском ежедневнике *Le Figaro* о фашистских выкриках хорватского спортсмена на международном соревновании. Международный футбольный комитет FIFA признает наличие расово-политической ангажированности спортсмена и обязуется принять жесткие меры по пресечению подобных акций. Так или иначе международная спортивная организация оказывается втянутой в политические процессы. Сам же журналист остается нейтрален и без комментариев передает вышеизложенные факты.

Медийный спортивный дискурс динамичен, представляет собой полидискурсивное образование и меняется под влиянием более сильных видов дискурса, к которым можно отнести политический дискурс. Влияние данного вида дискурса на медийный спортивный дискурс оказалось столь значительным, что последний зачастую теряет свою основную коммуникативную направленность и превращается в лингвистический инструмент влияния современной политики.

Для аргументированного доказательства данного положения был проведен анализ корпуса статей, относящихся к предметной сфере «Спорт», взятых из крупных электронных французских изданий, таких как *L'Equipe, Le Figaro, Le Monde, Le Nouvel Observateur* за период 2011—2014 гг.

Использованные материалы проанализированы с учетом экстралингвистических факторов, задающих особый характер коммуникации и определяющих категорию политизации печатного материала.

Анализ корпуса отобранных примеров подтвердил тот факт, что в языковом пространстве предметной сферы «Спорт» получило развитие новое направление дискур-

са, а именно политизированный спортивный дискурс. Выделять его как самостоятельный институциональный дискурс представляется возможным ввиду наличия у него специфических характеристик, а также специфических участников коммуникации. Особенность данного дискурса состоит в двойственности сфер его использования: сфера современной политики и сфера современного спорта. Однако в политизированном спортивном медиадискурсе политика является доминантой. Спортивный аспект в рамках данного вида дискурса занимает второстепенное положение. Такой дискурс реализуется в контексте передачи информации, носящей интегрированную адресантом политическую интенцию и манипулятивный аспект, выраженные языковыми средствами. Адресант чаще всего выступает в роли медиатора, реже — ретранслятора (во втором случае акцент на манипулирование снимается), адресат, как правило, известен, определен направленностью издания. Политизированный медийный спортивный дискурс всегда детерминирован актуальными социально-политическими условиями, его использование обусловлено разным уровнем политической напряженности в стране, ряде стран или мире, а основной целью его использование является манипулирование сознанием потенциального адресата.

#### ИСТОЧНИКИ

1. Международные принципы профессиональной этики в журналистике. URL: <http://www.mediasprut.ru/info/pravo/moral.shtml#prinzip>.
2. Электронный словарь политических терминов. URL: <http://www.polit-slovar.ru/>.
3. Le Monde : официальный сайт журнала. URL: <http://www.lemonde.fr>.
4. L'Equipe : официальный сайт журнала. URL: <http://www.lequipe.fr>.

**N. V. Novikov**  
Moscow, Russia

#### POLITICIZATION OF FRENCH SPORTS MEDIA: THE POWER OF POLITICAL DISCOURSE

**ABSTRACT.** *Modern mass media, having taken upon themselves the function of public opinion formation, have turned out to be subject to influence from outside and have ceased to perform their basic function, i.e. they no longer translate real events but present an instrument of influence by modern policy making. Mass media are turning into a mediator between the politicians and the society; they become a new mediator of urgent political interests.*

*The topic "Sports", covered both by sports publications proper and general subjects publications, presents nowadays one of the most politicized sectors of social interest. The sports media discourse, i.e. the language sphere of sports journalists, is permeated by elements of political discourse – the sphere of political interests, agreements and conflicts. As a result, a politicized mass media sports discourse, which is really a provocative discourse, begins to be formed. The mass media sports discourse falls under the influence of the political discourse and becomes dependant on it which is reflected in the turn of sports journalism to the following topics: politics and society; crises and conflicts; discrimination and racism; etc. The article analyzes the arsenal of means allowing sports reporters manipulating the recipient's consciousness and promoting certain political ideas (substitution of notions, words with negative connotations, irony, etc.). The article also demonstrates how journalists take the liberty of making sharp political accusations, inadmissible for specialized sports publications. It is noted that even breaches of commonly accepted international principles of professional ethics of journalists take place.*

**KEYWORDS:** *politicization; manipulation; collective consciousness; mediator; sports media discourse.*

**ABOUT THE AUTHOR:** *Novikov Nikolay Valerievich, Post-graduate Student of Department of Romance Philology, Institute of Foreign Languages, Moscow City Pedagogical University, Moscow, Russia.*

5. Libération : официальный сайт журнала. URL: <http://www.liberation.fr/>.

6. Full-news.info. URL: <http://www.full-news.info>.

7. Le Figaro : официальный сайт журнала. URL: [www.lefigaro.fr](http://www.lefigaro.fr).

8. Le Nouvel Observateur : официальный сайт журнала. URL: <http://tempsreel.nouvelobs.com>.

#### ЛИТЕРАТУРА

9. Добросклонская Т. Г. Вопросы изучения медиатекстов: опыт исследования современной английской медиаречи. 2-е изд. — М.: УРСС Эдиториал, 2005.

10. Зарипов Р. И. Метафорические образы российской власти во французском политическом дискурсе // Политическая лингвистика. 2014. № 3. С. 124—128.

11. Крючкова Т. М. Прецедентные имена, взятые из произведений Н. В. Гоголя, в современном художественном тексте // Науч. вестн. Воронеж. гос. арх.-строит. ун-та. Современные лингвистические и методико-дидактические исследования. 2009. Вып. 5. С. 30—33.

12. Нелюбин Д. В., Борисов К. Е. СМИ как инструмент влияния в политическом процессе. 2012. URL: <http://katpop.narod.ru/txt/smi.htm>.

13. Романова Т. В. Словесный экстремизм: манипулятивные речевые технологии // Журналистика и культура русской речи. — М.: Изд-во МГУ, 2012. Т. 62, № 2. С. 56—68.

14. Степанов В. Н. Экстралингвистические характеристики языка средств массовой информации // Язык средств массовой информации : сб. обзоров / РАН. ИНИОН. Центр гуманитар. науч.-информ. исслед. Отд. языкознания ; отв. ред. Н. Н. Трошина. — М., 2007.

15. Фирсова М. А. Языковая агрессия как специфический элемент речевого имиджа Михаила Леонтьева // Науч. вестн. Воронеж. гос. арх.-строит. ун-та. Современные лингвистические и методико-дидактические исследования. 2013. Вып. 9. С. 36—41.

16. Чудинов А. П. Политическая лингвистика : учеб. пособие. 2-е изд., испр. — М.: Флинта : Наука, 2007.

17. Язык СМИ и политика / под ред. Г. Я. Солганика ; фак. журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова. — М.: Изд-во Моск. ун-та, 2012.

## SOURCES

1. Mezhdunarodnye printsipy professional'noy etiki v zhurnalistike. URL: <http://www.mediasprut.ru/info/pravo/moral.shtml#prinzip>.
2. Elektronnyy slovar' politicheskikh terminov. URL: <http://www.polit-slovar.ru/>.
3. Le Monde : ofitsial'nyy sayt zhurnala. URL: <http://www.lemonde.fr/>.
4. L'Equipe : ofitsial'nyy sayt zhurnala. URL: <http://www.lequipe.fr/>.
5. Libération : ofitsial'nyy sayt zhurnala. URL: <http://www.liberation.fr/>.
6. Full-news.info. URL: <http://www.full-news.info>.
7. Le Figaro : ofitsial'nyy sayt zhurnala. URL: [www.lefigaro.fr](http://www.lefigaro.fr).
8. Le Nouvel Observateur : ofitsial'nyy sayt zhurnala. URL: <http://tempsreel.nouvelobs.com>.

## LITERATURE

9. Dobrosklonskaya T. G. Voprosy izucheniya mediatekstov: opyt issledovaniya sovremennoy angliyskoy mediarechi . 2-e izd. — M. : URSS Editorial, 2005.
10. Zariyov R. I. Metaforicheskie obrazy rossiyskoy vlasti vo frantsuzskom politicheskom diskurse // Politicheskaya lingvistika. 2014. № 3. S. 124—128.
11. Kryuchkova T. M. Pretsedentnye imena, vzyatyie iz proizvedeniy N. V. Gogolya, v sovremennom khudo-

zhestvennom tekste // Nauch. vestn. Voronezh. gos. arkh.-stroit. un-ta. Sovremennye lingvisticheskie i metodiko-didakticheskie issledovaniya. 2009. Vyp. 5. S. 30—33.

12. Nelyubin D. V., Borisov K. E. SMI kak instrument vliyaniya v politicheskom protsesse. 2012. URL: <http://katpop.narod.ru/txt/smi.htm>.

13. Romanova T. V. Slovesnyy ekstremizm: manipulyativnye rechevye tekhnologii // Zhurnalistika i kul'tura russkoy rechi. — M. : Izd-vo MGU, 2012. T. 62, № 2. S. 56—68.

14. Stepanov V. N. Ekstralingvisticheskie kharakteristiki yazyka sredstv massovoy informatsii // Yazyk sredstv massovoy informatsii : sb. obzоров / RAN. INION. Tsentr gumanit. nauch.-inform. issled. Otd. yazykoznaniiya ; otv. red. N. N. Troshina. — M., 2007.

15. Firsova M. A. Yazykovaya agressiya kak spetsificheskiiy element rechevogo imidzha Mikhaila Leont'eva // Nauch. vestn. Voronezh. gos. arkh.-stroit. un-ta. Sovremennye lingvisticheskie i metodiko-didakticheskie issledovaniya. 2013. Vyp. 9. S. 36—41.

16. Chudinov A. P. Politicheskaya lingvistika : ucheb. posobie. 2-e izd., ispr. — M. : Flinta : Nauka, 2007.

17. Yazyk SMI i politika / pod red. G. Ya. Solganika ; fak. zhurnalistiki MGU imeni M. V. Lomonosova. — M. : Izd-vo Mosk. un-ta, 2012.

*Статью рекомендует к публикации д-р филол. наук, проф. Л. Г. Викулова.*

**В. Б. Петров**  
Магнитогорск, Россия

### НРАВСТВЕННЫЕ ЦЕННОСТИ В ПОЛИТИЧЕСКОЙ ТРАГИКОМЕДИИ М. БУЛГАКОВА «АДАМ И ЕВА»

**АННОТАЦИЯ.** Пьеса Михаила Булгакова «Адам и Ева» рассматривается в контексте философских исканий начала XX в. Проблема России, ее настоящего и будущего является одной из глобальных в сознании российской интеллигенции. При этом пафосные интонации, преобладающие в литературе социалистического реализма, оттеняются эсхатологическими настроениями как в философских, так и в художественных произведениях первой трети XX в. У философов они вытекали из попыток объяснить смысл современной истории, у писателей — из стремления понять происходящее. Эти мысли пронизывают «Смысл творчества» Н. Бердяева, «Взвихренную Русь» А. Ремизова, «Адама и Еву» М. Булгакова.

В статье анализируются система образов булгаковской пьесы, их связь с мировоззренческими (политическими, идеологическими и философскими) предпочтениями автора, прослеживаются сквозные мотивы и определяется роль булгаковской пьесы в творчестве писателя. Булгаков писал о своем стремлении «стать беспристрастно над красными и белыми» и художественно отобразить мир с позиций вечных ценностей: добра, истины и красоты. Принимая революцию как совершившийся факт, писатель стремится развенчать видимые ее пороки и утвердить непреходящую ценность общечеловеческих истин.

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:** Булгаков; «Адам и Ева»; интеллигенция; революция и эволюция; нравственные ценности.

**СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ:** Петров Василий Борисович, доктор филологических наук, профессор, Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (Магнитогорский филиал).

Проблемы настоящего и будущего России, ее политического самоопределения на рубеже XIX — XX веков находились в центре внимания многих российских философов и писателей. Мир, расколотый надвое, отразившись в их умонастроениях, предопределил противоречивость его оценки. Социально-исторический фон времени определялся тремя тенденциями: эсхатологическими настроениями, распространением социалистических идей и пересмотром системы ценностей. Так, символичное название сборника «Вехи» (1909) определило общий пафос статей, посвященных критике идеологии и мировоззренческих позиций революционно-демократической интеллигенции. В противовес политическому радикализму и атеистическому материализму, с одной стороны, и идеализации народных масс, с другой, «веховцы» провозгласили примат духовной жизни над общественной, предпочитая нравственную революцию революции социальной. «Душа интеллигенции <...>, — писал С. Булгаков, — есть <...> ключ к грядущим проблемам русской государственности...» [Булгаков С. Н.: 45]. С точки зрения авторов сборника, залогом единства интеллигенции и народа должна стать ее нравственная ответственность за судьбы народа и страны, опора на традиции народной жизни.

Переломное значение Октябрьской революции, характеризующееся кризисным состоянием мира и личности, столкновением политических, идеологических и философских теорий, пересмотром нравственно-эстетических концепций на фоне великих

научных открытий и социальных утопий, всецело ощутили А. Блок и А. Белый, А. Ремизов и М. Осоргин, Н. Клюев и М. Волошин; О. Мандельштам и М. Булгаков.

В статье «Крушение гуманизма» А. Блок писал: «Движение, исходной точкой и конечной целью которого была человеческая личность, могло расти и развиваться до тех пор, пока личность была главным двигателем европейской культуры, <...> когда на арене европейской истории появилась новая движущая сила — на личность, а масса, — наступил кризис гуманизма» [Блок: 94]. В письме Правительству СССР Михаил Булгаков говорит о своем стремлении в смутное время гражданской усобицы «стать беспристрастно над красными и белыми» [Булгаков М. А. 1930: 5, 6] и художественно воссоздать (пересоздать) мир с позиций вечных ценностей: добра, истины и красоты. И в этом он смыкается с авторами «Вех».

Едва ли можно согласиться с распространенным среди литературоведов мнением о нечеткости мировоззрения Булгакова, о двойственности его отношения к революции и советской действительности<sup>[1]</sup>. Словно предвидя этот будущий упрек, художник заметил, что основное в его сатирических повестях — это «глубокий скептицизм в отношении революционного процесса, происходящего в моей отсталой стране, противопоставление ему излюбленной и Великой Эволюции...» [Булгаков 1930 : 4]. Принимая революцию как совершившийся факт, писатель стремится развенчать видимые ее пороки и утвердить непреходящую ценность общече-

ловеческих истин. «Двойственность» Булгакова, скорее, в другом, — в ощущении трагической неизбежности «вживания в современность».

Проблема России, ее настоящего и будущего является одной из глобальных, извечно занимающих сознание российской интеллигенции. Что есть Россия? Ужели — «деревня», где «по Сеньке и шапка, по холопу и барин» (И. Бунин)?! Или же «птица—тройка» (Н. Гоголь), в которую возможно «только верить» (Ф. Тютчев)?! Пафосно-патетические интонации, доминирующие в официально признанной литературе социалистического реализма, оттеняются эсхатологическими настроениями как в философских, так и в художественных произведениях первой трети XX века. У философов они вытекают из попыток объяснить смысл современной истории, у писателей — из стремления понять происходящее. Так рождаются «Смысл творчества» Н. Бердяева, «Взвихренная Русь» А. Ремизова, «Адам и Ева» М. Булгакова.

Источником эсхатологических мотивов в пьесе «Адам и Ева» (1931), посвященной теме исторической судьбы новой России, становится поруганная человечность, отступление от христианских заповедей. Неприятие Булгаковым революционных перемен, желание противопоставить им логику общечеловеческих истин, впервые определенно проявившееся в «Роковых яйцах» и «Собачем сердце»<sup>[2]</sup>, в мифологизированной форме антиутопии проецируются здесь на историю человечества.

В «Адаме и Еве», как и в «Белой гвардии», Булгаков предпосылает произведению два эпиграфа, намечая тем самым трагическое противостояние идей: классовой ненависти и всеобщего мира. И если «предсказание» первого эпиграфа (усеченной цитаты из «Книги Бытия»<sup>[3]</sup>) почти буквально реализуется в последующем апокалипсическом развитии событий, то смысл второго (инструкция по применению боевых газов<sup>[4]</sup>) становится точкой отсчета для их оценки.

Имена главных действующих лиц, вынесенные в заглавие пьесы, поначалу воспринимаются как знак рождения нового мира (Книга Бытия). Однако сразу же бросается в глаза нарочитая «нестыковка деталей»: «АДАМ» имеет другое имя и фамилию (Николай Красовский), по убеждениям он — коммунист, по профессии — инженер-мостостроитель; «ЕВА» учится на курсах по изучению иностранного языка и тоже отнюдь не библейского происхождения (Войткевич). Третьим центральным фрагментом мозаики человеческих взаимоотношений, разру-

шающим складывающийся стереотип библейского прочтения пьесы, становится академик Ефросимов. Описывая внешний вид Александра Ипполитовича, манеру держаться, автор акцентирует его чужаковатость, чужеродность окружающему [Булгаков М. А. Т. 3: 467-468]. Сама обстановка первого появления героя обнаруживает удивительное сочетание буффонады и предощущения трагедии: даже свою фамилию Ефросимов вспоминает по аналогии с боевыми отравляющими газами: «Ах, господи! Это ужасно!.. Как же, чёрт, фамилия? Известная фамилия. На эр... на эр... Позвольте: цианбром... фенилди-хлор-арсин... Ефросимов!» [Булгаков М. А. Т. 3 : 469].

Первая реплика Адама, обращенная к Еве («А чудная опера этот «Фауст»...» [Булгаков М. А. Т. 3: 466]) перекликается со вступительной ремаркой («...громкоговоритель, из которого течет звучно и мягко «Фауст» из Мариинского театра. Во дворе изредка слышна гармоника...» [Булгаков М. А. Т. 3: 466]) и постепенно погружает героев в дьявольский карнавал, о котором они в тот момент еще не догадываются.

По мнению Е. Булгаковой, протоконфликтом пьесы является сугубо личная история [см. Булгакова]. Однако тривиальный любовный треугольник (Адам — Ева — Ефросимов) отнюдь не устраивает автора, который не только стремится к полисемантическому прочтению пьесы, но и все время ведет игру с читателем, опрокидывая логику его житейских представлений. Булгаков ориентируется на ассоциативное восприятие архетипической основы, справедливо полагая, что отдельные «новые» штрихи позволят ему «возродить» библейский миф в новой трагикомическо-карнавальской оболочке.

Трагикомическое переосмысление мотивов библейского Потопа и Апокалипсиса позволяет автору собрать вместе таких разных персонажей, как убежденный «коммунист» Адам и «беспартийная» Ева, бывший член профсоюза и вечный хулиган Захар Маркизов, литератор-конъюнктурщик Пончик-Непобеда, красный авиатор Дараган и академик Ефросимов. Воистину Ноев ковчег!

«Адам и Ева» логически продолжают «Роковые яйца», расширяется лишь масштаб социальных катаклизмов. Перед нами вновь кабинетный ученый, мотив катастрофы и некий таинственный луч, появление которого можно объяснить как отголоском реальных событий<sup>[5]</sup>, так и влиянием «Войны миров» Г. Уэллса. Тем более, что начало второго акта — описание мертвого Ленинграда — выдержано в традициях «Войны миров». Зловещие картины отравленного

города, горы трупов и полубезумная Ева — вот последствия применения «солнечного газа». И только аппарат Ефросимова дарует «облученным» жизнь, воскрешает умирающего окровавленного, покрытого язвами, глухого и слепого Дарагана.

Войну, как и любое другое насилие, Михаил Булгаков считает «хронической болезнью человечества» [Соловьев 2012], социальной патологией, источником которой является тоталитарная власть. «Адам и Ева» в этой связи воспринимается своего рода предостережением, обращенным к современникам и потомкам. Безумием Вальпургиевой ночи <sup>[6]</sup>, сном разума, который «рождает чудовищ» (Ф. Гойя), представляется Ефросимову обуревающая мир всеобщая ненависть: «Война будет потому, <...> что при прочтении газет <...> волосы шевелятся на голове, и кажется, что видишь кошмар <...>. Что там напечатано? «Капитализм необходимо уничтожить». Да? А там — *(указывает куда-то вдаль)* — а там что? А там напечатано — «Коммунизм надо уничтожить». Кошмар!» [Булгаков М. А. Т. 3: 472]. Даже волшебный луч Ефросимова не в состоянии противодействовать злу, которое уже тем сильнее, что базируется на абсолютно новой «классовой морали», не предполагающей всеобщего гуманизма.

Создавая «Адама и Еву», Булгаков, очевидно, опирался не только на религиозно-философские учения русских космистов, но и на одну из популярных в среде интеллигенции книг — «Закат Европы» Освальда Шпенглера. Об этом свидетельствует сходство историософских раздумий Освальда Шпенглера («всемирная история есть принципиально бессмысленная смена рождения расцветания, упадка отдельных культур» [цит. Франк : 529]) и рассуждений булгаковских персонажей.

ЕФРОСИМОВ... Я боюсь идей! Всякая из них хороша сама по себе, но лишь до того момента, пока старичок — профессор не вооружит ее технически <...>, поставит на пробирке черный крестик, чтоб не спутать, и скажет: «Я сделал, что умел. Остальное — ваше дело. Идеи, столкнитесь!» [Булгаков М. А. Т. 3 : 473].

ПОНЧИК... Вот она, наша пропаганда, вот оно, уничтожение всех ценностей, которыми держалась цивилизация... Терпела Европа... Терпела-терпела, до потом вдруг как ахнула!.. Погибайте, скифы! [Булгаков М. А. Т. 3: 511].

М. Булгакова привлекала и мысль О. Шпенглера о том, что господство политики является признаком вырождения культуры.

Если история имеет смысл, а значит и ценность, то она представляет собой либо прогресс, либо регресс человека и человечества. При этом причины регресса усматривались либо в «природе» самого человека, либо в действии каких либо иных «надчеловеческих сущностей»: судьбы (в античную эпоху), дьявола (в Средние века). В самой теории прогресса Н. Бердяев и С. Булгаков усматривали распространенную идею <sup>[7]</sup> «унавоживания» предстоящей гармонии жизнями предшествующих поколений. Словно отвечая этой теории, С. Франк пишет: «Неужели можно признать осмысленной роль навоза, служащего для удобрения и тем содействующего будущему урожаю? <...> человек в роли навоза вряд ли может чувствовать себя удовлетворенным и свое бытие осмысленным» [Франк: 507]. Тревогу за судьбы человечества и человечности высказывал и Вл. Соловьев в статье «Христос воскрес!», где в противовес прагматикам-материалистам провозглашалась первичность, самоценность духовного начала, смыслом которой является «решительная победа живого духа над смертью» [Соловьев 1993: 104]. Характеризуя проблему переоценки ценностей в эпоху социальных потрясений, А. Шопенгауэр заметил: «И этот мир, эту суматоху измученных и истерзанных существ, которые живут только тем, что пожирают друг друга; этот мир, где всякое хищное животное представляет собою могилу тысячи других и поддерживает свое существование целым рядом чужих мученических смертей <...> этот мир хотели приспособить к лейбницевской системе оптимизма и продемонстрировать его как лучший из возможных миров. Нелепость вопиющая!» [Шопенгауэр: 72]. Булгаков не был склонен к столь пессимистическим выводам, ему более близки взгляды С. Франка и Вл. Соловьева, однако становление Единого Государства не могло не внушать ему тревоги.

Чудесное спасение воспринимается героями пьесы по-разному. Для одних это возможность продолжить начатое, для других — новый шанс в жизни, возможность нравственной переоценки. Так, сцену «воскрешения» Дарагана перебивает пародийный эпизод с Пончиком-Непобедой и Маркизовым.

«ПОНЧИК... Господи! Господи! (Крестится.) Прости меня за то, что я сотрудничал в «Безбожнике». Прости, дорогой Господи!.. Я сотрудничал в «Безбожнике» по легкомыслию. Скажу тебе одному, Господи, что я верующий человек до мозга костей и ненавижу коммунизм. И даю тебе обещание перед лицом мертвых, если ты научишь меня, как уйти из города и сохранить жизнь, — я... (Вынима-

ет рукопись.) Матерь Божия, но на колхозы ты не в претензии?.. Ну что особенного? Ну, мужики были порознь, ну, а теперь будут вместе. Какая разница, Господи? Не пропадут они, окаянные!..» [Булгаков М. А. Т. 3: 491].

В связи с образом «литератора» Павла Апостоловича<sup>[8]</sup> Пончика-Непобеды поднимается проблема подлинного и конъюнктурного творчества, ставшая одной из центральных в «закатном романе» Булгакова. Пончик-Непобеда в пьесе становится трагическим комментатором отнюдь не комических событий. И если Маркизов ищет объяснение происходящему в Библии<sup>[9]</sup>, то и дело цитируя ее и обнаруживая параллели с настоящим, то Пончику не дает покоя собственная рукопись. Вот Пончик-Непобеда, сравнивая свой опус со статьей Марьяна-Рощина, награждает своего собрата по литературному цеху весьма нелестными эпитетами:

ПОНЧИК (*поглядев в газету*). Какая сволочь! А! <...> Нет, вы послушайте! (*Читает в газете*). «...Там, где когда-то хилые поля обрабатывали голодные мужики графа Шереметьева...» Ах, мерзавец! (*Читает*) «...теперь работают колхозницы в красных повязках...». <...> Сукин сын! [Булгаков М. А. Т. 3: 476]. Оба персонажа напоминают клоунов в балагане, за который другие расплачиваются жизнью.

В споре между командиром истребительной эскадрильи Дараганом и Ефросимовым автор явно принимает сторону последнего. Ефросимов не приемлет так называемого «революционного гуманизма», который во имя большевистской идеи допускает едва ли не уничтожение всего человечества. Психологию «классового безумия» достаточно точно характеризует Е. Трубецкой в работе «Смысл жизни»: «Все прониклись мыслью, что в интересах коллективных, национальных все дозволено. — И в результате расшатались все нравственные навыки. Мысль об убийстве перестала казаться страшной. Вера в безусловную ценность человеческой жизни исчезла, уступив место чисто утилитарным оценкам жизни и личности. Не стало больше безусловных святынь в жизни» [Трубецкой : 460-461]. Революционная логика Дарагана явно противоречит логике общечеловеческой.

ДАРАГАН... Когда восстановится жизнь в Союзе, ты получишь награду за это изобретение. (*Указывает на аппарат*.) О, какая голова! После этого ты пойдешь под суд за уничтожение бомб, и суд тебя расстреляет [Булгаков М. А. Т. 3: 508].

Соотнесенность принципов классовой борьбы с библейскими истинами позволяет

автору высветить нравственно-философскую сторону происходящего. Гротеск в данном случае помогает показать абсурдность классовых противоречий перед лицом абсолютных и вечных ценностей. Стремясь противопоставить идее казарменного коммунизма человеческую индивидуальность<sup>[10]</sup>, Булгаков утверждает высшую ценность — ЧЕЛОВЕЧЕСКУЮ ЛИЧНОСТЬ, и в этом ему близок Н. Бердяев: «Мы должны бороться за новое общество, которое признает высшей ценностью человека, а не государство, общество, нацию» [Бердяев 1993: 316].

Возникающий в пьесе мотив «жизнь — сон» меняет местами реальное и кажущееся, и эту противоестественность постоянно ощущают герои. Все здесь имеет не столько бытовой, сколько символический смысл (например, чудесное спасение Адама и Евы, или Маркизов, который подобно архангелу Гавриилу, возвещает о конце света звуком трубы).

Функцию авторской оценки драматург доверяет Еве, которая нужна «для исполнения добра в материальном мире, ибо только ею просветляется и укрощается недобрая тьма этого мира» [Соловьев 1990: 128]. Вопреки потоку обвинений в адрес Ефросимова, «в равной мере равнодушного и к коммунизму, и к фашизму» [Булгаков М. А. Т. 3: 505], Ева произносит: «Я вот сижу и вдруг начинаю понимать, что лес и пение птиц, и радуга — это все реально, а вы с вашими испуганными криками — нереально... Это вы мне все снитесь!» [Булгаков М. А. Т. 3: 506]. Эта реплика перекликается с последними словами Серафимы в «Беге».

Подобно Маргарите из последнего романа Булгакова, Ева готова на все ради Ефросимова — своего мастера. В подтексте пьесы звучит мотив ПОКОЯ как одной из главных нравственных ценностей<sup>[11]</sup>.

ЕВА. ...Я слышу — война, газ, чума, человечество, построим здесь города... Мы найдем человеческий материал! А я не хочу никакого человеческого материала, я просто хочу людей, а больше всего одного человека. А затем и домик в Швейцарии, и будь прокляты идеи, войны, классы, стачки... [Булгаков М. А. Т. 3: 515, 516].

Это рожденная Апокалипсисом новая история человечества в основе которой неизменная ценность — ЛЮБОВЬ. И хотя внешне финал пьесы не столь уж драматичен (ДАРАГАН (Ефросимову): «Ты жаждешь покоя? Ну что же, ты его получишь!.. Живи где хочешь. Весь земной шар открыт, и визы тебе не надо» [Булгаков М. А. Т. 3: 521]), булгаковский герой, да и сам автор, не испытывают чувства удовлетворения («ЕФРО-

СИМОВ. Мне надо одно — чтобы ты перестал бросать бомбы, — и я уеду в Швейцарию» [Булгаков М. А. Т. 3 : 521]).

Булгаков, подобно Ефросимову, считает одной из абсолютных ценностей, особенно для творческой личности, СВОБОДУ. В письме Булгакова Правительству СССР читаем: «Я обращаюсь к гуманности советской власти и прошу меня, писателя, который не может быть полезен у себя, в отечестве, великодушно отпустить на свободу» [Булгаков М. А. 1930]. А в послании Секретарю ЦИК Союза ССР А. С. Енукидзе эта просьба звучала еще более определенно: «прошу разрешить мне вместе с женой моей Любовью Евгеньевной Булгаковой выехать за границу...» [Булгаков М. А. — Секретарю ЦИК]. Булгаков писал Горькому [Булгаков М. А. — Горькому] и даже Сталину [см. Ляндерс : 134-139], но... Ни автору, ни его герою не удается обрести свободу: «А может быть, правда, пустить вас за границу? — спросил Иосиф Виссарионович, явно провоцируя телефонного собеседника. — Что, мы вам очень надоели?» [цит. Ляндерс: 139]. «Эх, профессор, профессор!.. Ты никогда не поймешь тех, кто организует человечество, — в той же тональности изрекает Дараган. — Ну что ж... Пусть по крайней мере твой гений послужит нам! Иди, тебя хочет видеть генеральный секретарь!» [Булгаков М. А. Т. 3: 522].

В то же время Булгаков изменил бы самому себе, если бы мечта героя «покинуть край, где мы так страдали»<sup>[12]</sup> не имела в пьесе своего трагифарсового выражения. Так, Пончик-Непобеда искушает Маркизова и предлагает ему «бежать на Запад, в Европу! Туда, где города и цивилизация...» [Булгаков М. А. Т. 3: 511]. Однако даже в откровенно сатирическом эпизоде, наряду с балаганным кривлянием персонажа, звучат близкие автору суждения горе—литератора: «Вот к чему привел коммунизм!... <...>. Вот к чему привело столкновение с культурой <...>. Смотрите все на Пончика-Непобеду, который был талантом, а написал подхалимский роман!» [Булгаков М. А. Т. 3: 511, 514]. И эта последняя фраза помогает понять Пончика-Непобеду как трагикомическую фигуру, продолжающую типологический ряд, который тянется от «Записок на манжетах» (автобиографический герой) через «Багровый остров» (Дымогацкий) к «Мастеру и Маргарите» (Бездомный).

В новых социальных условиях, по справедливому замечанию Н. Бердяева, «метафизика демократизма признает положительной ценностью <...> чисто механическую идею равенства и с ней связывает пафос справедливости. Но равенство само по себе

не есть ценность. Равенство — это, когда во имя его убиваются качества и отвергается величие индивидуальности» [Бердяев 1983: 492]. И многие писатели, в том числе и Михаил Булгаков, предпочли противопоставить безликому «Мы» нравственно определенное «Я».

#### ПРИМЕЧАНИЯ

[1]. В отдельных работах встречаются упреки в конформизме [Золотоносов 1989, Золотоносов 1990] и в утопичности булгаковского миропонимания [Красавченко 1991].

[2]. Достаточно вспомнить реплику профессора Преображенского «Никакой контрреволюции. Кстати, вот еще слово, которое я совершенно не выношу. Абсолютно неизвестно — что под ним скрывается? Черт его знает! Так я и говорю: никакой этой самой контрреволюции в моих словах нет. В них здравый смысл и жизненная опытность [Булгаков М. А. Т. 1: 373].

[3]. «...не буду больше поражать всего живущего, как Я сделал: впредь во все дни земли сеяние и жатва не прекратятся» [Булгаков М. А. Т. 3: с.465]. Ср.: в книге Бытия [VIII: 21, 22].

[4]. «Участь смельчаков, считавших, что газа бояться нечего, всегда была одинакова — смерть!» [Булгаков М. А. Т. 3: 465].

[5]. По свидетельству В. Букреева (одноклассника М. Булгакова), во время наступления большевиков на Киев в 1918 году «было отпечатано и расклеено большое количество объявлений: предупреждались граждане города, что против наступления будут применяться лучи смерти» [цит. Чудакова: 100].

[6]. Не случайно в первом акте автор настойчиво (шесть раз) упоминает оперу «Фауст».

[7]. От сатирической фантазмагии романа Е. Замятина «Мы» до трагического толстовского вопроса: Великая Россия — «навоз под пашню»?

[8]. Своего рода ученик, «апостол» при Ефросимове предваряет образ поэта Бездомного — «ученика» при мастере («Мастер и Маргарита»).

[9]. Не случайно «Книга Бытия» стала настольной для Маркизова.

[10]. Яркие примеры — в произведениях Е. Замятина и А. Платонова.

[11]. Этот мотив начинается в «Беге» и находит логическое завершение в «Мастере и Маргарите».

[12]. Сатирически этот мотив звучит в «Зойкиной квартире».

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Бердяев Н. А. Философия свободы. Смысл творчества. М., 1983.

2. Бердяев Н. А. О назначении человека: Опыт парадоксальной этики. — М. : Республика, 1993.

3. Блок А. А. Крушение гуманизма / А. А. Блок: собр. соч.: в 8 т. М. ; Л. : ГИХЛ, 1963. Т. 6. С. 93-115.

4. Булгакова Е. С. Дневник Елены Булгаковой: сост., текстол. подготовка и коммент. Лосева В.,

Яновской Л. ; вступ. ст. Яновской Л. М. : Кн. пала-та, 1990.

5. Булгаков М. А. Избранные сочинения : в 3 т. М. ; СПб.: Литература-Кристалл, 1997. Т. 1.

6. Булгаков М. А. Избранные сочинения : в 3 т. М. СПб.: Литература-Кристалл. 1997. Т. 3.

7. Булгаков М. А. — Горькому А. М. / РГБ, ОР, ф. 562, карт. 19, ед. хр. 20.

8. Булгаков М. А. — Правительству СССР. 28 марта. 1930 / РГБ, ОР, ф. 562, карт. 19, ед. хр.30.

9. Булгаков М. А. — Секретарю ЦИК Союза СССР / РГБ, ОР, ф. 562, карт. 19. ед. хр. 20.

10. Булгаков С. Н. Героизм и подвижничество // Вехи. Интеллигенция в России: сб. статей. М, 1991. С. 43-84.

11. Золотонос М. «Родись второрождением тайным...»: Михаил Булгаков: позиция писателя и движение времени // Вопр. литературы. 1989. № 4. С. 149—182.

12. Золотонос М. «Взамен кадильного куреня...»: Булгаковедение в канун столетия со дня рождения писателя: Проблемы, тенденции, идеи // Дружба народов. 1990. № 11. С. 247—262.

13. Красавченко Т. Н. Булгаков в своем отечестве: О литературоведении 80-х годов и не только о нем // М. Булгаков: к 100-летию со Дня рождения: 1891 —

1991: сб. обзоров. М. : ИНИОН АН СССР. 1991. С. 35 — 86.

14. Ляндерс С. Русский писатель не может жить без Родины // Вопр. литературы. 1966. № 9.

15. Соловьев В. Стихотворения. Эстетика. Литературная критика / Владимир Соловьев; сост., ст., коммент. Н. В. Котрелева. М. : Книга, 1990.

16. Соловьев В. Христос воскрес! // Русский космизм : антол. филос. мысли; сост. и предисл. к текстам С. Г. Семеновой, А. Г. Гачевой; примеч. А. Г. Гачевой. М. : Педагогика-пресс, 1993.

17. Соловьев В. Оправдание добра / отв. ред. О. А. Платонов. М. : Институт русской цивилизации; Алгоритм, 2012.

18. Трубецкой Е. Н. Смысл жизни. М. : Тип. т-ва И. Д. Сытина, 1918.

19. Франк С. Л. Смысл жизни // Смысл жизни: антол.; ред. сост. Н. К. Гаврюшин. М. : Прогресс-Культура, 1994.

20. Чудакова М. О. Жизнеописание Михаила Булгакова. — 2-е изд., доп. М. : Книга, 1988.

21. Шопенгауэр А. Мир как воля и представление // Шопенгауэр А. Избранные произведения / сост., авт. вступ. ст. и примеч. И. С. Нарский. М. : Просвещение, 1992.

**V. B. Petrov**

Magnitogorsk, Russia

#### MORAL VALUES IN THE POLITICAL TRAGICOMEDY BY MIKHAIL BULGAKOV “ADAM AND EVE”

**ABSTRACT.** *The play by Mikhail Bulgakov «Adam and Eve» is studied in the context of the philosophical pursuit of the early twentieth century. The problem of Russia, its present and its future, is one of global dilemmas in the minds of the Russian intelligentsia. And the intonations of pathos that predominate in the literature of socialist realism, are shaded by eschatological sentiment in philosophical and literary works of the first third of the twentieth century. With philosophers, this mood follows from attempts to explain the meaning of the modern history, with writers – from a desire to understand what is happening. These thoughts permeate «The Meaning of Creativity» by N. Berdyaev, «Vzvikhennaya Rus» by A. Remizov and «Adam and Eve» by Mikhail Bulgakov.*

*The article analyzes the system of images of Bulgakov's plays and their relationship to world outlook (political, ideological and philosophical) preferences of the author, traces the basic motives and defines the role of Bulgakov's plays in the context of the writer's creative activity. Mikhail Bulgakov wrote about his desire to «be dispassionately above the red and the white» and to reflect in his art the world from the standpoint of eternal values: goodness, truth and beauty. Taking the revolution as a fait accompli, the writer tries to debunk its visible flaws and secure the enduring value of universal truths.*

**KEYWORDS:** *Bulgakov; «Adam and Eve»; intelligentsia; revolution and evolution; moral values.*

**ABOUT THE AUTHOR:** *Petrov Vasily Borisovich, Doctor of Philology, Professor, Russian Academy of National Economy and Public Administration under the President of the Russian Federation (Magnitogorsk branch), Magnitogorsk, Russia.*

#### LITERATURE

1. Berdyaev N. A. *Filosofiya svobody. Smysl tvorchestva.* М., 1983.

2. Berdyaev N. A. *O naznachanii cheloveka: Opyt paradoksal'noy etiki.* — М. : Respublika, 1993.

3. Blok A. A. *Krushenie gumanizma / A. A. Blok: sobr. soch.: v 8 t. М. ; L. : GIKhL, 1963. Т. 6. S. 93-115.*

4. Bulgakova E. S. *Dnevnik Eleny Bulgakovoy: sost., tekstol. podgotovka i komment. Loseva V., Yanovskoy L. ; vступ. st. Yanovskoy L. M. : Кн. palata, 1990.*

5. Bulgakov M. A. *Izbrannye sochineniya : v 3 t. М. ; SPb.: Literatura-Kristall, 1997. Т. 1.*

6. Bulgakov M. A. *Izbrannye sochineniya : v 3 t. М. ; SPb.: Literatura-Kristall. 1997. Т. 3.*

7. Bulgakov M. A. — Gor'komu A. M. / RGB, OR, f. 562, kart. 19, ed. khr. 20.

8. Bulgakov M. A. — Pravitel'stvu SSSR. 28 marta. 1930 / RGB, OR, f. 562, kart. 19, ed. khr.30.

9. Bulgakov M. A. — Sekretaryu TsIK Soyuz SSSR / RGB, OR, f. 562, kart. 19. ed. khr. 20.

10. Bulgakov S. N. *Geroizm i podvizhnichestvo // Vekhi. Intelligentsiya v Rossii: sb. statey. М, 1991. S. 43—84.*

11. Zolotonosov M. «Rodis' vtororozhden'em tainym...»: Mikhail Bulgakov: pozitsiya pisatelya i dvizhenie vremeni // Vopr. literatury. 1989. № 4. S. 149—182.

12. Zolotonosov M. «Vzamen kadi'l'nogo kuren'ya...»: Bulgakovvedenie v kanun stoletiya so dnya rozhdeniya pisatelya: Problemy, tendentsii, idei // Дружба народов. 1990. № 11. S. 247—262.

13. Krasavchenko T. N. Bulgakov v svoem otechestve: O literaturovedenii 80-kh godov i ne tol'ko o nem // M. Bulgakov: k 100-letiyu so Dnya rozhdeniya: 1891 — 1991: sb. obzorov. M. : INION AN SSSR. 1991. S. 35—86.

14. Lyanders S. Russkiy pisatel' ne mozhet zhit' bez Rodiny // Vopr. literatury. 1966. № 9.

15. Solov'ev V. Stikhotvoreniya. Estetika. Literaturnaya kritika / Vladimir Solov'ev; sost., st., komment. N. V. Kotreleva. M. : Kniga, 1990.

16. Solov'ev V. Khristos voskres! // Russkiy kosmizm : antol. filos. mysli; sost. i predisl. k tekstam S. G. Semenovoy, A. G. Gachevoy; primech. A. G. Gachevoy. M. : Pedagogika-press, 1993.

17. Solov'ev V. Opravdanie dobra / otv. red. O. A. Platonov. M. : Institut russkoy tsivilizatsii; Algoritm, 2012.

18. Trubetskoy E. N. Smysl zhizni. M. : Tip. t-va I. D. Sytina, 1918.

19. Frank S. L. Smysl zhizni // Smysl zhizni: antol.; red. sost. N. K. Gavryushin. M. : Progress-Kul'tura, 1994.

20. Chudakova M. O. Zhizneopisanie Mikhaila Bulgakova. — 2-e izd., dop. M. : Kniga, 1988.

21. Shopengauer A. Mir kak volya i predstavlenie // Shopengauer A. Izbrannye proizvedeniya / sost., avt. vstup. st. i primech. I. S. Narskiy. M. : Prosveshchenie, 1992.

***Статью рекомендует к публикации д-р филол. наук, доц. Т. Е. Абрамзон.***

**А. А. Постникова**  
Екатеринбург, Россия

### НАПОЛЕОНОВСКАЯ ЭПОХА В ИСКУССТВЕ И МУЛЬТИМЕДИЙНОМ ПРОСТРАНСТВЕ ФРАНЦИИ

**АННОТАЦИЯ.** Автор преследовала цель выявить особенности образа Наполеоновской эпохи в искусстве и мультимедийном пространстве Франции. Используя методологию «коммуникативной памяти», автор проанализировала образ французского императора в художественной литературе, рекламе, кино, компьютерных играх. Образ Наполеона активно используется в искусстве, формирующем массовые представления об исторических событиях. В последние годы появилось огромное количество компьютерных игр, посвященных Наполеоновской эпохе и позволяющих игрокам не только проникнуться духом того времени, но и предложить возможную альтернативу развитию событий прошлого. Так искусство и тесно связанное с ним, особенно сегодня, мультимедийное пространство продлевают виртуальную жизнь Наполеона. Писатели, режиссеры, маркетологи стремятся создать героический образ Наполеоновской эпохи. Они либо воспевают победы императора, либо оправдывают его поражения. Художественная литература оживляет Бонапарта не только в исторической памяти, но и в политическом пространстве, проводя аналогии между Наполеоном и Саркози. В виртуальном пространстве компьютерных игр Наполеон всегда положительный герой; он либо дает задание, помогает раскрыть тайны, либо же игроки участвуют в сражении на его стороне. Реклама использует Наполеона в качестве известного бренда, воздействуя на массовое представление французов об этой эпохе. Так искусство и мультимедийное пространство способствуют сохранению в умах и душах французов великой имперской идеи, которая, как полагают многие, является залогом будущего Франции. Данная статья может быть использована в исследовании репрезентаций власти в культурной памяти и мультимедийном пространстве.

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:** политический дискурс; образ Наполеона; общественное сознание; реклама; литература; кино.

**СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ:** Постникова Алёна Александровна, кандидат исторических наук, доцент, кафедра всеобщей истории, Уральский государственный педагогический университет; адрес: 620017, г. Екатеринбург, пр-т Космонавтов, 26; e-mail: alina33\_07\_87@mail.ru.

В символизации исторических событий одну из главных ролей всегда играло искусство. В последнее время огромное влияние на французское общество стала оказывать художественная литература и мультимедиа, которые, как правило, стремятся героизировать Наполеоновскую эпоху (впервые вопрос об образе Наполеона во французском искусстве в российской науке поставил историк В. Н. Земцов [Земцов 2014]).

О воздействии искусства на формирование в восприятии французов образа Наполеона и его времени свидетельствует один недавний нашумевший факт. В 2005 г. вышла книга «Преступление Наполеона» К. Рибба [Ribbe 2005]. Этот историко-литературный очерк был посвящен восстановлению Наполеоном рабства на островах Гваделупа и Санто-Доминго в 1802 г. Рибб привел факты, свидетельствующие о жестоком уничтожении Бонапартом противников рабства в этих французских колониях. Книга вызвала широкий резонанс: историческое общество обрушилось с критикой на автора, а национальные меньшинства Франции, со своей стороны, поддержали Рибба. Ожесточенные споры вокруг имени Наполеона, спровоцированные книгой, в конечном итоге заставили президента Ж. Ширака дистанцироваться от празднования 200-летнего юби-

лея битвы под Аустерлицем. В свою очередь, основная часть интеллектуального сообщества, не разделившая подобную позицию власти, начала кампанию по воссозданию героического облика Наполеоновской эпохи.

Значимая роль в популяризации истории Первой империи принадлежит французскому писателю М. Галло, который написал серию романов, посвященных этому периоду. Важнейшей своей задачей он считает героизацию прошлого Франции, что наиболее ярко проявилось в его романе «Солнце Аустерлица» [Gallo 1997]. М. Галло представил Наполеона как некоего мессию, призванного закрепить лучшие достижения Французской революции. По мнению писателя, именно с переворота 18—19 брюмера, открывшего Наполеону путь к власти, и начинается история великой Франции. Автор постепенно подводит читателя к идее о закономерности того пути, который Франция прошла к установлению империи. По его мнению, искусство и периодическая печать, а не только успешная внешняя политика консула, стали теми факторами, благодаря которым в общественном сознании и возник героический образ Наполеона Бонапарта, что в конечном итоге привело к установлению империи. М. Галло отметил, что французское общество окончательно объединилось вокруг идеи

Данная статья написана в рамках государственного задания № 2014 / 392 (проект № 1900 «Политическая лингвистика: метафоричность, прецедентность и креолистичность»).

императорской власти только после победы под Аустерлицем. Этим сражением писатель и завершает свой роман.

Закат Империи Наполеона Галло описал в романе «Смерть на Святой Елене» [Gallo 1997]. Но повествование в нем начинается с Русской кампании 1812 г., которая, по мнению писателя, стала поворотным событием Наполеоновской эпохи. Сама же кампания, как считает писатель, была начата Наполеон исключительно ради сохранения мира в Европе. Вслед за многими историками Галло утверждает, что Наполеона победила лишь «русская зима». Завершается роман сценами пребывания императора на о. Святой Елены. Автором разделяется, и вполне оправданно, традиционная версия смерти бывшего императора.

В отличие от Галло, другой французский писатель, С. Леи, позволил себе немного пофантазировать, предположив, что Наполеон не умер тогда на острове [Simon 2005]. Сюжет его романа основан на истории о заговоре бонапартистов, которые якобы помогли Наполеону бежать с острова в образе корабельного кока. Император, дескать, стремился достичь Парижа и, объединившись со своими верными друзьями, совершить государственный переворот. Однако ситуация неожиданно кардинально изменилась: двойник Наполеона на о. Святой Елены отказался себя раскрыть, в то время как Бонапарт в Париже стал вести жизнь простого французского обывателя, да еще и влюбился в обычную женщину. В 1821 г. двойник Наполеона на острове умер, а он сам наконец-то получил возможность вернуться к прежней жизни великого правителя. Однако Наполеон отказывается от этого, предпочтя судьбу простого человека. Перед читателем вновь встают вечные вопросы о человеческом счастье, величии, наконец, о соотношении мифа и истории.

Большой популярностью у французской публики продолжают пользоваться романы П. Рамбо, в творчестве которого наполеоновская тематика всегда занимала центральное место. Свой новый роман он издал к двухсотлетию провозглашения Империи [Rimbaud 2004]. Начав повествование с подготовки к церемонии коронации, он попытался воспроизвести каждый час, а то и мгновения, жизни императора в день 2 декабря 1804 г. В 8 часов утра Наполеон начал процедуру одевания, не уставая при этом возмущаться по поводу дороговизны императорских одежд, убеждая себя и других, что вынужден облачиться в новое одеяние только ради Франции. В 10 часов императорский кортеж под звуки пушечных выстрелов поки-

нул дворец Тюильри. Вдоль улиц, по которым проезжал император, все дома были украшены, толпы людей приветствовали кортеж, воздух оглашался приветственными криками. Наполеон и Жозефина прибыли к Нотр-Даму только к 11 часам, где и состоялось великое событие коронации, в деталях описанное П. Рамбо. Писатель обратился и к тому, как эта церемония отразилась в живописи, показав тем самым, благодаря чему коронация Наполеона вошла в число главных легенд истории Первой империи.

Писатель обратился к императорской символике и в книге «Хроника правления Николаса I», посвященной сопоставлению образов императора Наполеона и президента Н. Саркози [Rimbaud 2013]. Весьма символична была и обложка книги; на ней был изображен Саркози в образе Наполеона на перевале Сен-Бернар (известная картина Ж. Л. Давида).

В первых главах романа автор прямо заявил о том, что президент необоснованно возмнил себя «императором». Страницы книги заполняют сатирические фразы: «Наш Любимый Монарх», «Его Эффективное Величество»... Последняя глава называется «Могила Николаса», в которой автор благодарит правителя за то, что он проиграл выборы и наконец-то ушел с политической сцены.

Наибольшую известность П. Рамбо принесли романы, посвященные военным походам Наполеона. Гонкуровскую премию он получил за роман «Сражение», в котором описал битву под Эсслингом, проигранную Наполеоном. В интервью газете «Лекс-пресс» Рамбо объяснил выбор сюжета тем, что ему хотелось реализовать мечту Бальзака, желавшего написать, но не написавшего роман об этом сражении [Rimbaud P.]. Обратившись к мемуарам, автор дал описание битвы под Эсслингом 21 и 22 мая 1809 г. глазами ее участников — Стендаля, маршала Ланна, хирурга Ж. Д. Ларрея и многих других [Rimbaud 1997].

После публикации этого романа Рамбо продолжил «историю поражений» Наполеона в своей книге «Падал снег», в которой описал полное трагизма отступление Великой армии из России. Ориентируясь на традицию европейских писателей XIX в., Рамбо попытался передать переживания солдат на том горьком пути из России. Сделав героями своего романа Наполеона, французских маршалов и простых солдат, романист убедительно показал, сколь достойным было поведение воинов Великой армии в последние дни Русской кампании 1812 г. [Rimbaud 2000]. Описывая события на Березине, автор с восторгом написал о Наполеоне: «Он

рисковал судьбой своей империи, но не отдал победу врагу» [Rimbaud 2000: 236]. В целом творчество П. Рамбо и М. Галло демонстрирует неизменность интереса творческой публики к эпохе Наполеоновских войн.

В 2008 г. вышла еще одна книга, предложившая сравнительный анализ эпохи Наполеона и «эпохи» Саркози. Это «Марш консула» Алена Дюхамеля [Duhamel 2009]. По мнению автора, президент представляет собой Бонапарта эпохи консульства. Он энергично реформирует страну, пытаясь вызвать серьезную трансформацию французских традиций. Как и Бонапарт, Саркози постепенно укреплял вертикаль власти. Однако, по мнению автора, его стремление создать единую государственную идеологию авторитарными методами не находило поддержки в обществе. Как и Рамбо, А. Дюхамель пришел к мысли о том, что Саркози без всяких на то оснований просто «играет в Наполеона».

Роман П. Рамбо «Падал снег» вдохновил писателя Ж. К. Дамамма на создание историко-литературного очерка об отступлении Великой армии из России. Перед взором читателя проходит серия картин борьбы французского солдата за честь и страны, и императора. Кульминацией этого истинного сражения за сохранение человеческого достоинства, по мнению писателя, стали события на Березине [Damamme 2009]. Используя преимущественно французские мемуары и письма, он попытался описать события на Березине в своего рода историко-антропологическом ключе, сиюсь понять и почувствовать трагедию человека как такового. Уделив внимание только тем военным действиям, в которых приняли участие французы, Дамамм все же упомянул роль немецких и польских солдат. «В сражении на правом берегу немцы и поляки проявили героизм», — написал он [В. Жискар Д'Эстен]. Итог событиям на Березине писатель подвел одной емкой фразой: «Мы спасли честь своей армии» [В. Жискар Д'Эстен].

В сознании французов продолжают сохраняться иллюзии, связанные с представлением о том, что если бы Наполеон «не увяз» в снегах России, то Франция до сих пор управляла бы миром. Именно это, по нашему мнению, способствует постоянной актуализации во французской художественной литературе сюжетов отступления из России. Одним из проявлений этой «иллюзии» стал выход книги экс-президента Франции В. Жискар Д'Эстена «Победа Великой армии». Ключевая мысль этого фантазийного произведения, которое может быть отнесено к жанру «исторической альтернативы», за-

ключается в том, что если бы Наполеон не задержался в Москве на длительный срок, то он одержал бы победу над Россией и создал в конечном итоге крепкий и жизнеспособный Европейский союз [В. Жискар Д'Эстен].

Наполеоновская эпоха остается излюбленным объектом внимания также и для кинематографа. Важным событием в истории французского кино стал выход в начале XX в. фильма «Наполеон», который является на сегодняшний день самым дорогим европейским телевизионным мини-сериалом. Наряду с военными победами и поражениями Наполеона, включая сражения под Прейсиш-Эйлау, Ватерлоо, Аустерлицем и отступление Великой армии из России, в фильме найдла отражение и личная жизнь Наполеона: его брак и развод с Жозефиной Богарне, брак с Марией-Луизой, романы с Элеонорой Денюэль и Марией Валевской.

Образ Наполеона, представленный в фильме, вызывает страх, уважение и сострадание одновременно. В качестве отправной точки сюжетной линии авторы кинокартины представили одну из сцен пребывания Наполеона на о. Святой Елены. Затем фильм возвращает зрителей в начало карьеры правителя, и перед ним предстают картины Итальянской, Египетской кампаний, переворот 18 брюмера... Авторы картины (режиссер Ив Симано, автор сценария — Галло) пытаются внушить зрителю мысль о том, что Бонапарт, который никогда не сдается и который неизменно заражает своей энергией окружающих — это была именно та личность, в которой жизненно нуждалась Франция. Кинокартина постепенно убеждает зрителя в том, что появление именно этой личности на политической сцене поистине спасло Францию от череды кровавых событий революции, ставших для нее подлинной катастрофой.

Эпизоды, рисующие этапы внутренней политики Наполеона в период консульства, призваны были, по замыслу создателей фильма, показать, как главный герой продвигался к убеждению в необходимости утвердить единоличную власть. Постепенно зритель начинает наблюдать, как происходила трансформация самой личности Наполеона, как он начинал концентрироваться прежде всего на вопросах утверждения собственного престижа. В этом плане показательным моментом фильма стал сюжет казни герцога Энгиенского. Несмотря на просьбы членов семьи Бонапарта пощадить отпрыска Бурбонов, Наполеон все же решил на «убийство». В фильме было показано, какие духовные терзания испытал консул в ночь казни. Когда Жозефина спросила у Наполеона, зачем он совершил это злодеяние,

то услышала в ответ: «Если бы Бурбон попросил о пощаде...»

Многие кадры фильма оказались посвящены периоду расцвета Империи. Перед взорами зрителя проходит торжественная церемония коронации Наполеона, которая вдруг неожиданно перевоплощается в сцену создания Ж. Давидом огромного живописного полотна, запечатлевающего этот сюжет для истории. Наконец, подлинным апогеем империи Наполеона авторы фильма представили создание им под эгидой Франции единой Европы, ставшей якобы подлинным спасением для народов, ее населяющих.

Изображая битвы эпохи, авторы сделали акцент на проявлении солдатами наполеоновской армии небывалых примеров воинской и человеческой доблести. Развязывая войну с Россией, Наполеон лишь преследовал цели укрепления положения Франции в мире и объединения вокруг нее европейских стран. Весьма симптоматично прозвучали в фильме слова, произнесенные обер-штаб-лейстером императора А. Коленкуром: «Вся Европа стала французской!» Но эту европейскую идиллию нарушила Русская кампания, закончившаяся почти полным распадом Великой армии.

Впрочем, режиссер фильма, не преследуя целью детально показать войну с Россией, воплотил на экране лишь памятный образ тех событий — отступление Великой армии по бескрайним заснеженным просторам. На этом пути французы оказались во власти природной стихии. Но и здесь, в ситуации безысходности, французские солдаты помогают друг другу, оказывают своим собратьям помощь. Как бы на контрасте с этими сценами человеколюбия появляются на экране злые казаки, подлинные дикари, с наслаждением убивающие слабых безоружных французских солдат.

В завершающих частях фильма, посвященных гибели Первой империи, отчетливо звучит мысль о том, что человеческие ценности превыше побед и славы. Так, в кампании 1814 г., когда союзные войска подходили к Парижу, весьма показательной стала встреча Наполеона с француженкой, которая обвиняет его в гибели сыновей на войне. Император отвечает: армия сражалась и сражается за честь Родины.

Несмотря на полную трагичности завершение наполеоновской эпопеи, авторы фильма сглаживают это тем фактом, что, дескать, свое поражение император принял достойно. Символично звучат слова Наполеона после поражения под Ватерлоо: «Я сделал все возможное, чтобы исцелить раны революции».

Французское искусство всегда стремилось и стремится к тому, чтобы «продлить» жизнь императору, и наиболее значительную роль в этом сыграл кинематограф. К двухсотлетию со дня смерти Наполеона на экраны вышел фильм «Новое платье императора», посвященный, казалось бы, последним дням жизни Наполеона. Однако оказывается, что Наполеон на о. Святой Елены поменялся местами с поваром Эженом Ленорманом. Заговорщики-бонапартисты задумывают вернуть Наполеона в Париж, оставив на острове Святой Елены его двойника. Под видом моряка Эжена Ленормана Наполеон отправляется в Париж, а настоящий Эжен Ленорман начинает вести себя, как венценосный узник. По дороге в Париж Наполеон заезжает в Ватерлоо. С удивлением он обнаруживает, что поле битвы значительно изменилось и стало туристическим объектом. Все идет не так, как планировалось. Наполеон опаздывает на встречу со сторонниками, а его вечно пьяный двойник упорно не желает расставаться с понравившейся ему ролью. И когда настоящий Наполеон добирается до Парижа, ему никто не верит: приюты для умалишенных переполнены «наполеонами». Он остается в доме вдовы лейтенанта Трюшо и через какое-то время в нее влюбляется. Внезапно по Парижу разносится новость, что император умер на о. Святой Елены. Наступает момент, когда Наполеон вновь может объявить себя императором, но он уже начинает сомневаться, нужно ли это делать. Прелесть жизни обычного человека, настоящая любовь оказываются сильнее, чем жажда власти.

Теме возрождения императора в облике обычного человека посвящен также французский фильм «Месье N», вышедший на экраны в 2003 г. Кинокартина воспроизвела сюжеты ссылки Наполеона на о. Святой Елены. Но начинается фильм с воспоминаний императора о своих деяниях. Особенно памятной для бывшего императора оказывается Русская кампания, поражение в которой не дало ему возможности реализовать идею европейского единства. По поводу же причин этого поражения Наполеон заявляет так: «Нас победил мороз, а вовсе не люди».

Далее в картине пересекаются две сюжетные линии: пребывание императора на острове и образы Парижа 1840 г., когда тело Наполеона перевозят во Францию. Повествование идет от лица английского офицера Хескута, который в течение двух лет находился рядом с бывшим императором на острове Святой Елены. В 1819 г. он был вынужден покинуть остров. Известие же о смерти Наполеона показалось Хескуту весьма со-

мнительным. В 1840 г., когда он оказывается в Париже на церемонии перезахоронения праха императора, воспоминания нахлынули на него. Хескут решает восстановить события последних дней жизни Наполеона, для чего расспрашивает тех, кто застал час смерти царственного узника — французских генералов Бертрана и Монтолона, английского губернатора Гудсона Лоу. Оказывается, что никто из них не видел императора в последние дни, а информация, которую они предоставили, оказалась довольно противоречивой.

Хескуту приходит в голову идея о том, что Наполеон мог сбежать. Он узнает, что Бетси вышла замуж за американца по фамилии Абель. Предположив, что под этим именем мог скрываться император, Хескут едет в США, находит дом Бетси. Увидев ее издалека, он останавливается и спрашивает у слуги, где находится мистер Абель. Узнав, что хозяин дома скончался 4 года назад, Хескут внезапно пугается того, чтобы идти дальше в поисках истины. Так авторы фильма оставляют тайну для нас, зрителей, неразгаданной.

Наполеоновская эпоха стала не только «местом памяти», но и частью жизни французов, что в очередной раз подтвердил фильм «Завтра на рассвете». Главный герой Матье Гибе, известный пианист, вынужден оставить жену и сына для того, чтобы ухаживать за своей больной матерью. Общее горе сближает его с братом Полем, который занимается военно-исторической реконструкцией. Вслед за братом Матье погружается в мир Наполеоновских войн, в котором действуют жесткие правила защиты чести. На первый взгляд, для него это всего лишь игра. Однако с течением времени погружение в иную эпоху серьезно изменяет его отношение и к миру «реальному».

Театры Франции также не остались равнодушными к Наполеоновской эпохе. До сих пор пользуется популярностью у публики музыкальный спектакль «Наполеон» с участием французского певца С. Лама в заглавной партии [Napoleon]. Начинается спектакль сценой апогея славы Наполеона, победой под Аустерлицем [S. Lama]. Но основная часть спектакля посвящена времени кризиса Первой империи — Русской кампании 1812 г. Центральной сценой спектакля стала картина Бородинской битвы. Накануне сражения Лама в образе Наполеона исполнил песню, в которой говорится о любви и преданности армии своему императору. Неожиданно раздался голос Александра I. Русский император спрашивает, на что рассчитывает Наполеон. Французский же император уверенно отвечает: «Я рассчитываю только на успех». Как правило, после этого в зале раздаются громкие

аплодисменты. Так через двести лет после исторических событий на сцене французского театра вновь разгорается «битва». Она длится мгновение, но это мгновение пронзительно отражает особенность национального восприятия французами тех давних событий. Русская армия покидает поле битвы и освобождает Наполеону дорогу на Москву. Великая армия, упоенная победой, входит в русскую столицу, но мгновенно растворяется в дыме пожаров. После этого публика видит только отступление из России, сопровождаемое песней «Грусть» [S. Lama].

Музыкальное творчество является одним из важных факторов формирования памяти французов о Наполеоновской эпохе. И во французской музыке нашла отражение прежде всего катастрофа Великой армии в России. Обращение именно к этому сюжету обусловлено, на наш взгляд, двумя основными факторами. Во-первых, ставшим уже традиционным для европейцев призывом к предотвращению военных конфликтов. Во-вторых, естественным желанием заявить о мужестве французов, которое было проявлено ими в тех трагических обстоятельствах. Оба эти момента объединяются в образе Березины как символе мужества и в то же время смерти. Подобные темы звучат, к примеру, в творчестве С. Марсо (песня «Березина»), П. Перрета (песня «Это Березина»), группы «Ин мемориам» (песня «Березина»). В комментариях к этим песням французы, называя Березину великой драмой Франции, акцентируют внимание на том, что эта битва все-таки стала моральной победой Наполеона [Bérézina].

Образ Наполеона активно используется в мультимедийном пространстве, формирующем массовые представления об исторических событиях. В последние годы появилось огромное количество компьютерных игр, посвященных Наполеоновской эпохе и позволяющих игрокам не только проникнуться духом того времени, но и предложить возможную альтернативу развитию событий прошлого. К примеру, игра «Ассасинс кредит» посвящена Франции эпохе Великой революции. В ней появляется молодой Бонапарт в образе смелого полководца, спасающего страну от насилия революционных лет [Прохождение Assassin's Creed]. Одной из особенностей этой игры является то, что авторы с помощью компьютерной графики смогли воссоздать Париж конца XVIII столетия.

Битвам Наполеона посвящена известнейшая игра «Наполеон: тотальная война» [Обзор игры Napoleon Total War], разделенная на несколько этапов. В качестве первого периода игры предлагается «обучающая»

кампания (1778—1793), рассказывающая о ранних годах жизни Наполеона и о его восхождении к вершинам власти. В этой кампании обучение оказывается совмещено с рассказом об истории полководца, который ведется от имени близкого соратника Наполеона маршала Л. Бертье. Искусству управления морскими судами на стратегической карте игрок учится, переправляя Наполеона с о. Корсика на берега Франции.

Основная часть игры посвящена сражениям французского императора. В битвах нельзя менять расстановку войск перед сражением — они расставлены в соответствии с историческими данными. Таким образом представлены сухопутные сражения: битва при Лоди, бой при Арколе, сражения у Пирамид, под Аустерлицем, Бородином, Ватерлоо. Сражения становятся доступными для игры в хронологическом порядке, т. е. для того чтобы сыграть битву под Аустерлицем, необходимо победить в битве у Пирамид и в других предшествующих сражениях. Таким образом, компьютерные игры не только погружают игроков в ту давнюю эпоху, воссоздавая образы городов, мест сражений, но и предоставляют возможность почувствовать себя «виртуальным Наполеоном».

В современном обществе одну из главных ролей в формировании массовых представлений играет маркетинговое пространство. Образ Наполеона часто используется во французском телевидении для рекламы продукции, якобы одобренной великим императором. Предполагается, что подсознательно потребитель начинает думать, будто товар проверен временем. Один из телеканалов, специализирующихся на культурно-исторических темах, назван «Марш императора» [Pub la marche de l'Empereur]. В рекламе этого канала под своего рода эпиграфом «Все фильмы, которые заслуживаете вы» изображено отступление Великой армии по снегу (видимо, из России). При этом образ русской армии представлен почему-то огромным морским котиком, поедающим французских солдат. Зачем? Затем, чтобы сказать, что телеканал предлагает своим зрителям только захватывающие, «поедающие» их сюжеты.

Образ Наполеона используется в основном для презентации определенного продукта. Реклама, погружая «императора» в новый художественный контекст, преувеличивает его характерные черты. Так, в рекламе ресторана «Al balad» акцентируется внимание на маленьком росте Наполеона [al balad napoleon marketing publicité]. Мы видим, как император, с трудом забравшись на стол, величественно устанавливает очередного

солдатика на карте мира. После этого на экране появляется надпись «Маленький размер, но большие границы». Так ресторан заявляет о себе как о заведении мирового масштаба.

В рекламе продукции авторы сюжетов, как правило, предпочитают выбирать наиболее трагические для Наполеона и его армии сражения, создавая при этом альтернативные версии причин поражения императора. Так, «Наполеон» наслаждается английским чаем Twinings на поле битвы под Ватерлоо и поэтому проигрывает сражение [TWININGS : thé : Napoléon boulet]. Иную версию истории этого события представило французское отделение компании «Макдональдс»: император якобы увлекся поеданием чизбургера [McDonald's]. А катастрофа отступления из России нашла воплощение в рекламе холодильников, «одобренных» Наполеоном [LE BLOG DE L'ESTAMPE].

Реклама компании «Coca Cola» перенесла Наполеона в современность: император сидит в баре и делает татуировку. Конечно же, адаптироваться к современным условиям ему помог чудесный напиток [Coca Cola]. «Red Bull» зарядил императора энергией, обеспечив его победы. Но на о. Эльба Наполеон выпил последнюю бутылку и поэтому не смог выиграть битву под Ватерлоо.

Так искусство и тесно связанное с ним, особенно сегодня, мультимедийное пространство продлевают виртуальную жизнь Наполеона. Писатели, режиссеры, маркетологи стремятся создать героический образ Наполеоновской эпохи. Они либо воспевают победы императора, либо оправдывают его поражения. Художественная литература оживляет Бонапарта не только в исторической памяти, но и в политическом пространстве, проводя аналогии между Наполеоном и Саркози. В виртуальном пространстве компьютерных игр Наполеон всегда положительный герой; он либо дает задание, помогает раскрыть тайны, либо же игроки участвуют в сражении на его стороне. Реклама использует Наполеона в качестве известного бренда, воздействуя на массовое представление французов об этой эпохе. Так искусство и мультимедийное пространство способствуют сохранению в умах и душах французов великой имперской идеи, которая, как полагают многие, является залогом будущего Франции.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Земцов В. Н. Наполеон в Москве. — М. : Медиа-Книга, 2014.
2. Al balad napoleon marketing publicité. URL: <http://www.youtube.com/watch?v=16bXkuQRt5g>.
3. Bérézina (par Sophie Marceau) — fiche chanson; In memoriam 1812. URL: <http://www.youtube.com>.

4. Coca Cola met en scène Napoléon dans sa dernière pub. URL: <http://www.meltybuzz.fr/coca-cola-met-en-scene-napoleon-dans-sa-derniere-pub-a241672.html>.

5. Duhamel A. La marche consulaire. — Paris, 2009.

6. Damamme J.C. Les aigles en hiver Russie 1812. — Paris, 2009.

7. Gallo M. Le Soleil d'Austerlitz. — Paris, 1997.

8. Gallo M. Napoléon. L'Immortel de Sainte-Hélène. — Paris, 1997.

9. LE BLOG DE L'ESTAMPE. URL: <http://achener.over-blog.org/article-l-histoire-de-france-racontee-par-la-publicite-bibliotheque-forney-paris-116167650.html>.

10. Lama S. URL: <http://www.youtube.com/watch?v=4-Unh39nizI>.

11. Lama S. URL: <http://www.youtube.com/watch?v=8s8eRE7fC2E>.

8s8eRE7fC2E.

12. McDonald's : La légende de Napoléon. URL: <http://www.publiz.net/2011/02/03/publicite-mcdonalds-la-legende-de-napoleon/>.

13. Pub la marche de l'Empereur. URL: <http://www.youtube.com/watch?v=ZhyLxXohoMU>.

14. Rambaud P. Le Sacre de Napoléon — 2 décembre 1804. — Paris, 2004.

15. Rambaud P. Chroniques du règne de Nicolas Ier. — Paris, 2013.

16. Rambaud P. URL: [http://www.lexpress.fr/culture/livre/patrick-rambaud\\_808254.html](http://www.lexpress.fr/culture/livre/patrick-rambaud_808254.html).

17. Rambaud P. La Bataille. — Paris, 1997.

18. Rambaud P. Il neigeait. — Paris, 2000.

19. Ribbe C. Le crime de Napoleon. — Paris, 2005.

20. Simon L. La Mort de Napoléon. — Paris, 2005.

**A. A. Postnikova**

Ekaterinburg, Russia

#### NAPOLEONIC ERA IN ART AND MULTIMEDIA SPACE OF FRANCE

**ABSTRACT.** *The author pursues the aim to reveal the typical features of the image of Napoleonic era in art and multimedia space of France. Using the method of “communicative memory”, the author analyzes the image of the French emperor in fiction, advertizing, cinema and computer games. The image of Napoleon is actively used in art, forming mass ideas about historical events. In recent years there have been a huge number of computer games devoted to the Napoleonic era and allowing players not only to feel the spirit of that time, but also to offer a possible alternative to the succession of events of the past. So art and closely related with it, especially today, multimedia space prolong the virtual life of Napoleon. Writers, directors, marketing specialists seek to create a heroic image of the Napoleonic era. They either sing praises to the emperor's victories, or justify his defeats. The fiction recovers Bonaparte not only in historical memory, but also in political space, drawing analogies between Napoleon and Sarkozy. In the virtual space of computer games Napoleon is always the hero; he either gives a task and helps to reveal secrets, or the players participate in the battle on his side. Advertizing uses Napoleon as a known brand, influencing the mass idea of the French about this era. So art and multimedia space promote preservation in the minds and souls of the French of the great imperial idea which, as many believe, is a pledge of the future of France. This article can be used for research of representations of power in cultural memory and multimedia space.*

**KEYWORDS:** *political discourse; image of Napoleon; public consciousness; advertizing; literature; cinema.*

**ABOUT THE AUTHOR:** *Postnikova Alyona Aleksandrovna, Candidate of History, Senior Lecturer of Department of General History, Ural State Pedagogical University, Ekaterinburg, Russia.*

#### LITERATURE

1. Zemtsov V. N. Napoleon v Moskve. — M. : Me-dia-Kniga, 2014.

2. Al balad napoleon marketing publicité. URL: <http://www.youtube.com/watch?v=16bXkuQRt5g>.

3. Bérézina (par Sophie Marceau) — fiche chanson; In memoriam 1812. URL: <http://www.youtube.com>.

4. Coca Cola met en scène Napoléon dans sa dernière pub. URL: <http://www.meltybuzz.fr/coca-cola-met-en-scene-napoleon-dans-sa-derniere-pub-a241672.html>.

5. Duhamel A. La marche consulaire. — Paris, 2009.

6. Damamme J.C. Les aigles en hiver Russie 1812. — Paris, 2009.

7. Gallo M. Le Soleil d'Austerlitz. — Paris, 1997.

8. Gallo M. Napoléon. L'Immortel de Sainte-Hélène. — Paris, 1997.

9. LE BLOG DE L'ESTAMPE. URL: <http://achener.over-blog.org/article-l-histoire-de-france-racontee-par-la-publicite-bibliotheque-forney-paris-116167650.html>.

10. Lama S. URL: <http://www.youtube.com/watch?v=4-Unh39nizI>.

11. Lama S. URL: <http://www.youtube.com/watch?v=8s8eRE7fC2E>.

12. McDonald's : La légende de Napoléon. URL: <http://www.publiz.net/2011/02/03/publicite-mcdonalds-la-legende-de-napoleon/>.

13. Pub la marche de l'Empereur. URL: <http://www.youtube.com/watch?v=ZhyLxXohoMU>.

14. Rambaud P. Le Sacre de Napoléon — 2 décembre 1804. — Paris, 2004.

15. Rambaud P. Chroniques du règne de Nicolas Ier. — Paris, 2013.

16. Rambaud P. URL: [http://www.lexpress.fr/culture/livre/patrick-rambaud\\_808254.html](http://www.lexpress.fr/culture/livre/patrick-rambaud_808254.html).

17. Rambaud P. La Bataille. — Paris, 1997.

18. Rambaud P. Il neigeait. — Paris, 2000.

19. Ribbe C. Le crime de Napoleon. — Paris, 2005.

20. Simon L. La Mort de Napoléon. — Paris, 2005.

**Статью рекомендует к публикации д-р ист. наук, проф. В. Н. Земцов.**

А. С. Романов, Т. К. Корниевская  
Москва, Россия

## ВЕРБОВОЧНЫЙ СЛОГАН КАК САМОБЫТНЫЙ ФЕНОМЕН АРМЕЙСКОЙ СУБКУЛЬТУРЫ США

**АННОТАЦИЯ.** Объектом настоящего исследования является вербовочный слоган Вооруженных сил (ВС) США как лингвистическое средство выражения и закрепления в общественном сознании носителей американской лингвокультуры этнических стереотипов об американских военнослужащих. Обладающие богатой историей, берущей свое начало со времен Античности, военные слоганы прочно вошли в повседневный языковой обиход. Такие афоризмы, как *si vis pacem, para bellum* (хочешь мира, готовься к войне), *veni, vidi vici* (пришел, увидел, победил), *primus inter pares* (первый среди равных), *divide et impera* (разделяй и властвуй) и другие известны каждому образованному человеку. Приведенные выше максимы очень напоминают слоганы, причем военные, о чем свидетельствуют простота синтаксиса, императивность, лаконичность, эмоциональность, семантическая ясность. В рамках настоящего исследования вербовочный слоган ВС США трактуется как емкая рекламная формулировка, направленная на привлечение внимания, сообщение какой-либо информации, формирование и закрепление в сознании целевой аудитории определенных положительных установок по отношению к военной службе (вне зависимости от принадлежности к какому-либо конкретному роду или виду войск) и популяризацию социального института вооруженных сил. Рекламный и вербовочный слоганы обладают общими свойствами, а именно: в лаконичной форме отражают суть рекламной концепции, имеют доведенную до лингвистического совершенства вербальную оболочку, легко воспринимаются и запоминаются. Исконное значение словосочетания «боевой клич» очень точно отражает функциональное назначение рекламного инструмента, которое состоит в том, чтобы завоевать доверие целевой аудитории и уничтожить конкурента. Статья предназначена для студентов и аспирантов филологического направления.

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:** армейская субкультура; военнослужащий; стереотип; вербовочный слоган.

**СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ:** Романов Александр Сергеевич, адъюнкт очной адъюнктуры, соискатель ученой степени кандидата филологических наук, кафедра № 32 английского языка, Военный университет Министерства обороны Российской Федерации; адрес: 111033, г. Москва, ул. Волочаевская, д. 3/4; e-mail: biyalka@mail.ru.

Корниевская Татьяна Константиновна, соискатель ученой степени кандидата филологических наук, кафедра № 32 английского языка, Военный университет Министерства обороны Российской Федерации; адрес: 111033, г. Москва, ул. Волочаевская, д. 3/4; e-mail: t-sitnikova@yandex.ru

Обладающие богатой историей, берущей свое начало со времен Античности, военные слоганы прочно вошли в повседневный языковой обиход. Такие афоризмы, как *si vis pacem, para bellum* — «Хочешь мира, готовься к войне», *veni, vidi vici* — «Пришел, увидел, победил», *primus inter pares* — «Первый среди равных», *divide et impera* — «Разделяй и властвуй» и другие известны каждому образованному человеку. Приведенные выше максимы очень напоминают слоганы, причем военные, о чем свидетельствуют простота синтаксиса, императивность, лаконичность, эмоциональность, семантическая ясность. Военный слоган представляет собой самобытный культурно детерминированный феномен армейской среды, фиксирующий стереотипичные черты речевого портрета военнослужащего армии США.

Этимология лексемы *slogan*, датируемой XVI в., восходит к гаэльскому (древнешотландскому) *sluagh-ghairm*, где *sluagh* — толпа, люди, сообщество (в некоторых источниках *sluagh* трактуется как «армия»), *ghairm* — «крик». *Slogan*, таким образом, означает «боевой клич», сборный зов воинов клана [Oxforddictionaries.com]. Генезис лексемы произошел в языковом пространстве армейской субкультуры. Воинственный клич вы-

ступал в качестве условного сигнала и широко применялся шотландскими горцами и ирландскими кланами во время военных действий (*slogan is a war cry, battle cry, catchword*). Будучи вербальными символами, боевые кличи носили ярко выраженный императивный характер, оказывали прагматическое воздействие и укрепляли боевой дух воинского подразделения. В конце XIX в. происходит семантическая трансформация понятия, продиктованная необходимостью эффективного взаимодействия с целевой аудиторией в самых широких сферах человеческой деятельности: рекламной сфере, политике, банковском деле, спорте и т. д. Распространенное преимущественно в американской рекламной среде понятие «слоган» пришло и в русский язык. С гаэльской лексемой *sluagh-ghairm* перекликается немецкая лексическая единица *Losung*, означающая «военный пароль» [Dictionary.cambridge.org; Longman Online Dictionary; Oxforddictionaries.com].

В «Словаре иностранных слов» под редакцией Н. Г. Комлева мы найдем следующее толкование слогана: «слоган [англ. *slogan* — лозунг, девиз]. 1) Короткий лозунг, выражающий какой-либо взгляд или представляющий рекламу товара; сжатая, ясная и легко воспри-

нимаемая формулировка рекламной идеи. 2) Шаблонный речевой оборот, банальное лозунговое клише, шумная фраза» [Inslov.ru].

В «Учебном словаре терминов рекламы и паблик рилейшенз» Е. Е. Топильской слоган трактуется как рекламный девиз в виде эмоционально заряженной фразы, применяемой как элемент корпоративной идентификации. В отличие от рекламного заголовка, слоган не называет конкретные достоинства товара, а выражает идеологию фирмы, производящей товары или предоставляющей услуги [Топильская 2007].

«Полный словарь лингвистических терминов» Т. В. Матвеевой толкует слоган как лаконичную, ясную формулировку некой рекламной идеи [Матвеева 2010].

В рамках настоящего исследования нас интересует собственно вербовочный слоган ВС США, представляющий собой емкую рекламную формулировку, направленную на привлечение внимания, сообщение какой-либо информации, формирование и закрепление в сознании целевой аудитории определенных положительных установок, связанных с военной службой (вне зависимости от принадлежности к какому-либо конкретному роду или виду войск), и популяризацию социального института вооруженных сил (ВС). Рекламный и вербовочный слоганы обладают общими свойствами, а именно: в лаконичной форме отражают суть рекламной концепции, имеют доведенную до лингвистического совершенства вербальную оболочку, легко воспринимаются и запоминаются. Исконное значение словосочетания «боевой клич» очень точно отражает функциональное назначение рекламного инструмента, которое состоит в том, чтобы завоевать доверие целевой аудитории и уничтожить конкурента. Слоганы, как правило, состоят из двух-четырех слов, легко воспринимаются и запоминаются. По мнению О. Н. Ивус, слоган следует относить «к рекламным текстам креолизованного (смешанного) типа, в которых присутствуют вербальные и невербальные способы (изобразительные и графические элементы) экспликации смысловых доминант» [Ивус 2012].

Исследователи Т. К. О'Гинн, К. Томас, К. Т. Аллен и Р. Дж. Семеник под слоганом понимают короткую фразу, на основе которой какая-либо организация формирует в сознании людей образы, представления и стереотипы идентичности с целью повышения узнаваемости данной организации. Кампания по набору рекрутов в Вооруженные силы США имеет почти столетнюю историю и понимается как совокупность рекламных технологий. Цель кампании — привлечение молодежи и

повышение престижа военной службы. Сам же институт вооруженных сил рассматривается как некий бренд. Слоган выступает в качестве сокращенной идентификации либо всего бренда (армия США), либо составляющих его кластеров (видов и родов войск). Слоган может также транслировать информацию о положительных свойствах, присущих военнослужащим данного рода или вида войск, подчеркивать его исключительность и элитарность. *“A good slogan can become an integral part of a brand's image and personality, act as a shorthand identification for the brand, provide information on important brand benefits, provide continuity across different media <...>”* — «Хороший слоган может быть составной частью имиджа какого-либо бренда или личности, способен выступать в качестве упрощенного идентификатора этого бренда, может транслировать информацию о преимуществах бренда и обеспечивать непрерывность воспроизведения бренда через различные каналы коммуникации...» [O'Guinn, Thomas, Allen, Semenik 2000: 380]. С помощью слогана каждый род войск армии США проецирует определенный образ. Так, например, элитные подразделения Корпуса морской пехоты всегда ассоциировались с боевыми действиями на передовой, отвагой, мужеством, идеей исключительности братства морских пехотинцев. Эти вербовочные слоганы эксплицируют сему элитарности, принадлежность к особому складу людей. Иллюстрацией могут служить следующие вербовочные слоганы: *“Smack ‘Em Down! US Marines”*, *“Want action? Join U.S. Marine Corps!”*, *“We're Looking for a Few Good Men”* и *“The Few, the Proud, the Marines”*.

Вербовочный армейский слоган выполняет ряд **функций**: *аттрактивную* (привлечение внимания), *информативную* (сообщение в лаконичной форме адресанту какой-либо информации), *прагматическую* (формирование эмоциональной реакции и мотивации), *когнитивную* (формирование у целевой аудитории определенного образа и ценностных установок). По К. В. Киселеву, основная функция слогана состоит в привлечении внимания целевой аудитории.

Следует также отметить, что рекламный слоган выполняет роль выразителя основной идеи рекламной кампании. Слоган способен выступать средством убеждения, аргументации, актуализации, идентификации адресанта и оказывать на него иное воздействие [Киселев 2002].

Для армейского слогана характерны определенные **свойства**: *экспрессивность, многозначность (полисемантичность), компрессионность, ясность содержания, простота синтаксиса, прагматичность, информа-*

тивность, ритмичность. По мнению Л. Хосу и П. Анисоа, слогану присущи простота восприятия и воспроизведения, ритмичность и специфичность, обусловленная сферой реализации слогана [Hosu, Anisoa 2010].

Вкратце охарактеризуем такие свойства, как полисемантичесность, компрессионность и прагматичность. Многозначность семантического наполнения слогана позволяет не только в небольшом по объему высказывании выразить несколько сем, но и привлечь внимание реципиента необычной формой выражения и создать определенный эмоциональный образ, связанный с ВС. Выше-сказанное можно проиллюстрировать на примере вербовочного слогана ВМС США 1970-х гг.: *We never promised you a rose garden*. Слово сочетание *a rose garden* олицетворяет гедонистический, праздный образ жизни. Целью приведенного вербовочного слогана ставится формирование в сознании реципиента представления о том, что военная служба во флоте США ассоциируется с походным образом жизни, риском, испытаниями и лишениями. Из этого суждения вытекает логичный вывод, в соответствии с которым военнослужащие ВМС США должны обладать набором следующих качеств: мужеством, отвагой, аскетичностью, стойкостью и силой духа, выносливостью и т. д. Другим примером, иллюстрирующим свойство полисемантичесности, может послужить вербовочный слоган *Army of One*. Высокая компрессионная составляющая достигается за счет употребления акронима *One*, образованного сочетанием следующих лексем: *Officers, Non-Commissioned and Enlisted* (офицеры, военнослужащие сержантского состава и военнослужащие срочной службы). В слогане выдвигается на передний план семантика сплоченности воинского коллектива, неразрывного единства американских военнослужащих, представляющих различные уровни иерархической системы ВС США.

Военный вербовочный слоган представляет собой малоформатный текст, сочетающий информативный и экспрессивный компоненты. Слоган — это призыв, определяющий основную линию поведения реципиента. Как правило, слоган состоит из одного предложения. Слоганы обладают информационным ядром (обеспечивает передачу смыслов сообщения) в сочетании с эмоциональными и суггестивными компонентами (оказывают влияние на психоэмоциональную сферу человека). Для усиления эмоционального воздействия на получателя информации могут использоваться эмфатические конструкции, нестандартные формулировки, стилистические фигуры речи. В вер-

бовочном слогане времен Первой мировой войны *A man in time is worth nine* использован такой стилистический троп, как аллюзия, живо перекликающаяся с известной для носителя англосаксонской культуры поговоркой *a stitch in time saves nine* — все хорошо вовремя; то, что делается своевременно, экономит много труда впоследствии. Троп используется для усиления эмоционального воздействия на целевую аудиторию, а также подчеркивает идею о том, что вовремя сделанное решение записаться в ряды новобранцев может спасти на поле боя чужую жизнь.

Для вербовочного слогана характерен юмор. Рассмотрим в качестве примера слоган *“Today’s Army Wants to Join You”* — «Современная армия хочет присоединиться к тебе». В данном случае присутствует юмористический компонент, основанный на игре слов: автор слогана сознательно смещает смысловую акцент, за счет чего и достигается комичность высказывания. Гораздо более логичная, но менее оригинальная формулировка *“Today’s Army Wants You to Join”* не позволяет привлечь внимание реципиента в силу своей тривиальности; *“Join the People Who’ve Joined the Army”* — «Присоединяйся к тем, кто уже служит»; *“This is the Army”* — «Это армия». Популярный в 1950—1960-х гг. слоган *“Look Sharp, Be Sharp, Go Army!”* — «Выгляди на все сто, чувствуй себя на все сто, иди в армию», — наглядно демонстрирует свойство *призывности*.

Функциональное назначение слогана заключено в привлечении внимания целевой аудитории и трансляции информации, выраженной в сжатой форме. К языковым особенностям слогана следует отнести тенденцию к информационной *компрессии* при помощи простейших синтаксических структур и сохранение *прагматической* направленности. Рассмотрим в качестве примера слоган времен Второй мировой войны *“You are needed NOW”*. Отличительная особенность анализируемого слогана заключена в его синтаксической лаконичности. Для привлечения внимания реципиента используются эмфатическое *NOW* в сочетании с грамматической конструкцией *Present Indefinite Passive*, акцентирующими внимание на том, что решение о призыве следует принять незамедлительно. Прагматическая составляющая слогана направлена на то, чтобы оказать воздействие на поведение человека и побудить его действовать определенным образом. Стилистическая окраска военного слогана напоминает выдержку из строевого устава или донесения: рубленый, лаконичный и сухой текст сообщения предельно ясен и предельно императивен.

Наряду с *аттрактивной, информативной, прагматической и когнитивной* функциями, военный вербовочный слоган обладает *стереотипогенным потенциалом*, т. е. способностью порождать и закреплять в общественном сознании носителя языка стереотипные представления о собирательном образе американского военнослужащего и армейской субкультуре в целом. Для понимания природы армейского вербовочного слогана вооруженных сил США как частной формы реализации рекламного слогана считаем необходимым проанализировать наиболее значимые исторические этапы генезиса и последующей эволюции данного лингвокультурологического феномена.

Пожалуй, самым известным вербовочным слоганом времен Первой мировой войны стал *“I want YOU for US Army!”*. Целевой аудиторией военного слогана были молодые американцы. Суровым взглядом и повелительным жестом дядюшка Сэм призывал добровольцев вступать в американскую армию для участия в войне на территории Европы [Ww1propaganda.com]. Следует отметить особую роль гендерной специфики армейских слоганов этого периода. Все призывы обращены к мужской половине населения, о чем свидетельствуют плакаты, на которых неизменно изображен мужчина: моряк, морской пехотинец, солдат сухопутных войск. В сознании населения США культивировался классический стереотипный маскулинный образ героя-защитника. В качестве иллюстрации приведем следующие слоганы: *“He is getting our country’s signal — are you? Join the Navy!”*, *“Keep the American flag on the seas Join the Navy — Enlist now — your country needs you”*, *“U.S. Navy — Help Your Country — Enlist In The Navy”*, *“Navy Men Needed Now”*, *“U.S. Navy — “Here He Is, Sir” — We Need Him And You Too!”* (выделение наше. — А. Романов, Т. Корниевская). Другими важными отличительными чертами вербовочных слоганов этого временного отрезка были синтаксическая распространенность (в отличие от традиционной трех-четырёхкомпонентной структуры), эмоциональность, призывность, гендерная инвариантность. Лейтмотивом всех вербовочных слоганов стали идеи патриотического отклика и гражданского долга перед отечеством, мужества борьбы за свободу и независимость.

Следующая глава в истории эволюции армейского слогана была написана в годы Второй мировой войны. Смещение гендерного акцента стало ее отличительной особенностью. Этот период отмечен феминизацией социального института вооруженных сил. На военных предприятиях ощущалась

нехватка рабочей силы, и женщины могли восполнить этот пробел с тем, чтобы мужчины взяли в руки оружие. Именно благодаря военному вербовочному слогану женщины осознавали свою сопричастность к происходящим военным событиям, вносили посильную лепту в общее дело победы над фашизмом. В 1940-е гг. такие подразделения ВС США, как *WAAC (Women’s Army Auxiliary Corps — Женский вспомогательный территориальный корпус)*, *WAC (Women’s Army Corps — Женский армейский корпус)*, *WAFS (Women’s Air Force Service — Женская служба BBC)*, *WRCG (Women’s Reserve of the Coast Guard — Женский резерв береговой охраны)*, *WAVES (Women Accepted for Volunteer Emergency Service — Женская добровольческая служба ЧР)*, *WMCR (Women’s Marine Corps Reserve — Женский корпус резерва морской пехоты)* активно работали с американскими женщинами, призывая их пополнить ряды ВС. Обратимся к примерам. *“Free A Man To Fight!”*, *“We can do it!”*, *“Share the deeds of victory!”*, *“You are needed Now”*, *“That was the day I joined the waves”*, *“To make men free”*, *“He’ll be home Sooner, Now You’ve joined the waves”*, *“Make a date with Uncle Sam, enlist the Coast Guard”*, *“I’m in this war too!”* и др. [Womenofwwii.com]. Эффективность аттрактивной и прагматической функций вербовочных слоганов достигалась также за счет трансляции идеи о возможности самореализации, трудоустройства и бесплатного образования, которые были залогом будущего, в том числе и материального, благополучия новобранцев. Сравним, например: *“Learn a skill, you’ll value all your life!”*, *“For your countries sake today, for your own sake tomorrow”*, *“Join the US Nurse cadet corps” (a life time education-Free if you can qualify)* [Там же].

Следующий важный, на наш взгляд, этап в становлении вербовочного слогана ВС США связан с переходом в начале 1970-х гг. вооруженных сил США на добровольную систему комплектования личного состава. Имеющая глубокие исторические связи с мужественностью и превращением юноши в мужчину «концепция маскулинности» находится в состоянии кризиса. По мнению Т. Вудруффа, с момента перехода ВС США на систему добровольного комплектования в конце войны во Вьетнаме «желание молодых американцев пополнить ряды военнослужащих» фиксирует отрицательную тенденцию. Такое положение вещей в американском социуме было обусловлено сменой гендерных парадигм в результате феминистических движений за права женщин, снижением престижности военной профессии и сокращением денежного довольствия воен-

нослужащих, экономической независимостью рабочего класса, а также поражением США во Вьетнамской войне [Woodruff, Kely, Segal 2006]. В период 1971—1980 гг. приобретают популярность следующие вербовочные слоганы: *"Today's Army Wants to Join You"*, *"Join the People Who've Joined the Army"*, *"This is the Army"*. Аппарат президента Ричарда Никсона сместил акцент вербовочной политики, и на смену «логики гражданственности пришла рыночная логика» [Bailey 2009].

В 1980—2001 гг. основным вербовочным слоганом ВС США выступает *"Be All (That) You Can Be"* — «Стань тем, кем ты можешь быть». Основной семантический акцент слогана направлен на экспликацию идеи самореализации в новом качестве. Приведенный слоган подогревает интерес целевой аудитории посредством уникальности предложения, ведь ВС открывают перед новобранцем новые возможности и дают шанс на то, чтобы занять достойное положение в обществе. Интерес представляет цикличная структура слогана, начинающегося и заканчивающегося глаголом *to be*. Местоимение *all* подчеркивает безграничность возможностей, открывающихся перед новобранцем.

Начиная с 2006 г. и по настоящее время в роли официального вербовочного слогана ВС США выступает *"Army Strong"* — «Армия сильна». Отвечая на вопрос о семантическом наполнении данного слогана, полагаем уместным привести выдержку из тематического сетевого форума: *"Army Strong stands for a big idea. It speaks to the truth about the U.S. Army — that Soldiers develop mental, emotional and physical strength forged through shared values, teamwork, experience and training... that by making the decision to join the Army, an individual is choosing to recognize potential strength within him or herself and develop it further... that an individual Soldier is choosing to take charge of his or her future and career... that Soldiers actively choose to make a difference in their lives, their families, their communities and for their nation"* [Yahoo.com].

В результате проведенного анализа нами был сформулирован ряд выводов:

1. Армейский вербовочный слоган представляет собой эмоционально окрашенный рекламный девиз, направленный на популяризацию социального института вооруженных сил, формирование и закрепление в сознании целевой аудитории определенных положительных стереотипных представлений о военной службе. Военный вербовочный слоган — самобытный культурно детерминированный феномен армейской среды, фиксирующий стереотипические черты, присущие военнослужащим армии США.

2. Вербовочные слоганы транслируют идеи сплоченности воинского коллектива, патриотизма, воинского долга, силы духа и мужества.

3. Армейский вербовочный слоган выполняет ряд **функций**: *аттрактивную* (привлечение внимания), *информативную* (сообщение в лаконичной форме какой-либо информации), *прагматическую* (формирование эмоциональной реакции и мотивации), *когнитивную* (формирование у целевой аудитории определенного образа и ценностных установок).

4. Армейский вербовочный слоган имеет следующие **свойства**: *экспрессивность*, *многозначность* (*полисеманτικότητα*), *компрессионность*, *ясность содержания* и *простота восприятия*, *прагматичность*, *информативность*, *ритмичность*, *специфичность*. Одним из важнейших, на наш взгляд, свойств военного вербовочного слогана выступает *стереотипогенность*.

5. К основным историческим этапам формирования и развития американского военного вербовочного слогана можно отнести следующие периоды:

- Первую мировую войну (1914—1918 гг.) — *"I want YOU for US Army!"* В сознании населения США превалировал классический стереотипный маскулинный образ героя-защитника;
- Вторую мировую войну (1939—1945) — *"Free A Man To Fight!"* Отличительной особенностью этого этапа стало смещение гендерного акцента, обусловленного феминизацией социального института вооруженных сил США;
- войну во Вьетнаме (1965—1973 гг.) и переход вооруженных сил США на добровольную систему комплектования (1968—1974 гг.) — *"Join the People Who've Joined the Army."*

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Ивус О. Н. Слоган на одежде: история, сущность и функционирование // Филологические науки. Вопросы теории и практики. — Тамбов : Грамота, 2012. № 6 (17). С. 59—64.
2. Киселев К. В. Политический слоган: проблемы семантической политики и коммуникативная техника. — Екатеринбург : Изд-во УрО РАН, 2002.
3. Матвеева Т. В. Полный словарь лингвистических терминов. — Ростов н/Д : Феникс, 2010.
4. Топильская Е. Е. Учебный словарь терминов рекламы и паблик рилейшенз / под ред. Е. Е. Топильской. — Воронеж : ВФ МГЭИ. И. А. Радченко, 2007.
5. Bailey B. America's Army: Making the All-Volunteer Force. — Cambridge, Mass. : Belknap Press of Harvard Univ. Pr., 2009.
6. Dictionary.cambridge.org. URL: [http:// dictionary.cambridge.org/dictionary/english-russian/slogan](http://dictionary.cambridge.org/dictionary/english-russian/slogan) (дата обращения: 21.01.2015).

7. Hosu L., Anisoa P. The Analysis of the Candidates' Slogans in the Romanian Presidential Campaign // Journ. of Media Research. 2010. Vol. 3, Iss. 1 (6). P. 18—30.

8. Inslov.ru. URL: <http://www.inslov.ru/html-komlev/s/slogan.html> (дата обращения: 21.01.15).

9. Longman Online Dictionary. URL: <http://www.ldoceonline.com/dictionary/proverb> (дата обращения: 21.01.2014).

10. O'Guinn T. C., Thomas C., Allen C. T., Semenik R. J. Advertising. 2nd ed. — Cincinnati, OH : International Thomson Press : South-Western Publ., 2000.

11. Oxforddictionaries.com. URL: <http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/slogan> (дата обращения: 21.01.15).

12. Woodruff T., Kelty T., Segal D. R. Propensity to Serve and Motivation to Enlist among American Combat Soldiers // Armed Forces & Society. 2006. № 32. P. 353—366.

13. Womenofwwii.com. URL: <http://www.womenofwwii.com/recruitingposters.html> (дата обращения: 19.03.2015).

14. Yahoo.com. URL: <https://answers.yahoo.com/question/index?qid=20071229171756AAE9YJ0> (дата обращения: 22.03.2015).

15. Ww1propaganda.com. URL: <http://www.ww1propaganda.com/ww1-poster/i-want-you-us-army> (дата обращения: 18.04.2015).

**A. S. Romanov**

Moscow, Russia

### THE RECRUITING SLOGAN AS AN ORIGINAL PHENOMENON OF THE US ARMY SUBCULTURE

**ABSTRACT.** *This study is focused on the US Army recruiting slogan as a linguistic means of implementation of ethnic stereotypes about US servicemen imprinted in public mind of native-speakers of the American linguoculture. Dating back to ancient times, military slogans have become part of everyday language usage. Such aphorisms as *si vis pacem, para bellum* — if you want peace, prepare for war; *veni, vidi vici* — I came, I saw, I conquered; *primus inter pares* — first among equals; *divide et impera* — divide and conquer et al. are known to every educated person. The maxims quoted above resemble slogans, moreover military ones, as evidenced by the simplicity of syntax, imperativeness, brevity, emotionality and semantic clarity. In this study, the US Armed Forces recruiting slogan is defined as a succinct advertising formula designed to draw attention, convey some information, shape and fix particular positive attitudes about military service (regardless of services and branches of the armed forces) in the mind of the target audience and to promote the social institution of the Armed Forces. Advertising and recruiting slogans share common features, namely: both of them laconically reflect the essence of an advertising concept, enjoy perfect wording, they are easily comprehended and remembered. The original meaning of slogan refers to a "war cry" which accurately reflects the functionality of the promotional tool designed to gain confidence of the target audience and to destroy the competitor. The article is intended for students and post-graduate students specializing in philology.*

**KEYWORDS:** *army subculture; serviceman; stereotype; recruiting slogan.*

**ABOUT THE AUTHORS:** *Romanov Aleksandr Sergeevich, Adjunct, Candidate of Philology Degree Applicant, Department of English № 32, Military University of the Russian Federation Defense Ministry, Moscow, Russia.*

*Kornievskaya Tatyana Konstantinovna, Candidate of Philology Degree Applicant, Department of English № 32, Military University of the Russian Federation Defense Ministry, Moscow, Russia.*

### LITERATURE

1. Ivus O. N. Slogan na odezhdе: istoriya, sushchnost' i funktsionirovanie // Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki. — Tambov : Gramota, 2012. № 6 (17). С. 59—64.

2. Kiselev K. V. Politicheskiy slogan: problemy semanticheskoy politiki i kommunikativnaya tekhnika. — Ekaterinburg : Izd-vo UrO RAN, 2002.

3. Matveeva T. V. Polnyy slovar' lingvisticheskikh terminov. — Rostov n/D : Feniks, 2010.

4. Topil'skaya E. E. Uchebnyy slovar' terminov reklamy i pablik rileyshenz / pod red. E. E. Topil'skoy. — Voronezh : VF MGEI. I. A. Radchenko, 2007.

5. Bailey B. America's Army: Making the All-Volunteer Force. — Cambridge, Mass. : Belknap Press of Harvard Univ. Pr., 2009.

6. Dictionary.cambridge.org. URL: <http://dictionary.cambridge.org/dictionary/english-russian/slogan> (дата обращения: 21.01.2015).

7. Hosu L., Anisoa P. The Analysis of the Candidates' Slogans in the Romanian Presidential Campaign // Journ. of Media Research. 2010. Vol. 3, Iss. 1 (6). P. 18—30.

8. Inslov.ru. URL: <http://www.inslov.ru/html-komlev/s/slogan.html> (дата обращения: 21.01.15).

9. Longman Online Dictionary. URL: <http://www.ldoceonline.com/dictionary/proverb> (дата обращения: 21.01.2014).

10. O'Guinn T. C., Thomas C., Allen C. T., Semenik R. J. Advertising. 2nd ed. — Cincinnati, OH : International Thomson Press : South-Western Publ., 2000.

11. Oxforddictionaries.com. URL: <http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/slogan> (дата обращения: 21.01.15).

12. Woodruff T., Kelty T., Segal D. R. Propensity to Serve and Motivation to Enlist among American Combat Soldiers // Armed Forces & Society. 2006. № 32. P. 353—366.

13. Womenofwwii.com. URL: <http://www.womenofwwii.com/recruitingposters.html> (дата обращения: 19.03.2015).

14. Yahoo.com. URL: <https://answers.yahoo.com/question/index?qid=20071229171756AAE9YJ0> (дата обращения: 22.03.2015).

15. Ww1propaganda.com. URL: <http://www.ww1propaganda.com/ww1-poster/i-want-you-us-army> (дата обращения: 18.04.2015).

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

**А. Н. Юркина**  
Екатеринбург, Россия

### ДИСКУРСИВНЫЙ ПОРТРЕТ МОСКВЫ В ВОСПРИЯТИИ «НОВЫХ» ЭМИГРАНТОВ

**АННОТАЦИЯ.** На материале произведений А. Гениса, Л. Горалик, Т. Толстой рассматривается образ сегодняшней повседневной речи, звучащей в транспорте, магазинах и кафе, на улицах, фиксируемой на рекламных щитах и растяжках, т. е. «низовой» дискурс повседневности. Показана эклектика современного российского рекламного и бытового дискурсов в условиях культурной глобализации. Смещение лексики разных языков порождает комический эффект, приводит к асемантизму высказывания, нарушению речевых норм. Писатели, приехавшие в Москву после десятилетнего отсутствия, исконно московские словечки воспринимают с умилением, но особенно остро отмечают негативные процессы в речевой сфере. Стремление к сохранению чистоты русского языка сближает их позицию со стратегией языковой идентичности русских эмигрантов начала XX в. Вместе с тем особенности эмиграции конца XX — начала XXI вв., не означающей фатальной отторженности от родины, лишают произведения, выбранные для анализа, идеализации и ностальгии, усиливают ироническую окраску повествования. Москва, если использовать выражение А. Гениса, видится «мировой столицей с inferнальным, но комическим оттенком», что ярко проявляется в повседневной речевой коммуникации. За американизированной поверхностью по-прежнему скрывается почти языческая вера в магическое слово.

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:** литература русского зарубежья; речевой портрет; национальный менталитет; глобализация.

**СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ:** Юркина Алла Николаевна, аспирант, Институт филологии, культурологии и межкультурной коммуникации, Уральский государственный педагогический университет; 620017, г. Екатеринбург, пр-т Космонавтов, 26; e-mail: semuhkina@mail.ru.

Русские эмигранты «первой волны», испытывая ностальгию по оставленной родине, нередко идеализировали в своих произведениях образ Москвы, России, покинутого дома. В творчестве авторов, уехавших в 1970—1980-х гг., напротив, нередко рисуется негативный портрет российской действительности с ее материальными и психологическими тяготами, «застоем» и двоемыслием. Мироотношение авторов так называемой «четвертой волны» эмиграции (конец XX — начало XXI вв.) иное: они не чувствуют себя абсолютно оторванными от России, могут иметь двойное гражданство, свободно переезжать из страны в страну. Эти люди реализуют жизненный сценарий, определенный собственным выбором, без внешнего давления или ограничений. Сокращая расстояния и новые средства связи, делающие коммуникацию мобильной и доступной, «поверх» границ. Писатели новой формации воспринимают эмиграцию как свободный выбор, сделанный в пользу самореализации личности в сфере профессиональной деятельности. Об изменении установки авторов по отношению к «своему» и «чужому» миру пишет И. Н. Минеева: «Доминирующее не одно десятилетие в их жизни и творчестве амплуа писателя, постоянно сравнивающего и противопоставляющего мир советский — иностранный, прошлый — настоящий, свой — чужой, уходит. Теперь для них становится определяющей идея не противопоставления, а объединения мира. Сегодня парадигма сознания проживающих

за пределами России русских писателей обусловлена онтологией не изгнания, как это было прежде, а возвращения, перехода/переходности, вписывания в новое культурное поле» [Минеева 2013: 47].

«Нулевые» годы нового столетия ознаменовались ростом экономического благосостояния россиян, изменением повседневного уклада жизни в период «стабильности». Писатели, проживающие или подолгу бывающие за границей, вновь приезжая в Москву, острее замечают произошедшие перемены. В качестве материала для анализа нами выбраны фрагменты из книг Л. Горалик «Недетская еда. Без сладкого» [Горалик 2010], Т. Толстой «Легкие миры» [Толстая 2014], А. Гениса «Странник. Путевая проза» [Генис 2011]. Линор Горалик, писатель, журналист, культуролог, живет и работает в России и в Израиле, много ездит по другим странам, для нее важна не столько национальная идентичность, сколько неповторимо личное мировосприятие, свободное от каких-либо ограничений. Взгляд Александра Гениса на Москву — одновременно взгляд американца и русского провинциала, о чем он пишет с самоиронией [Генис 2011: 70—71]. Татьяна Толстая фиксирует изменения в русской речи, замеченные ею «после десяти лет в Америке» [Толстая 2014: 274]. Основанием для сопоставления произведений выбранных авторов послужило определенное сходство в восприятии ими новых российских реалий: «москвее некуда», по выражению Л. Горалик, Москва видится «мировой

столицей с инфернальным, но комическим оттенком» [Генис 2011: 71]. Будучи профессиональными писателями, они фиксируют прежде всего речевой портрет новой для них Москвы; разумеется, дискурсивные практики россиян раскрывают и некие константы национальной психологии, и сдвиги в миропредставлении новейшего времени (оговоримся, что речь идет о Москве начала 2000-х гг.). В поле внимания вновь приехавших в Москву попадает повседневная речь: в транспорте, магазинах и кафе, на улицах, рекламных щитах и растяжках, т. е. «низовой» дискурс повседневности. В данном случае мы используем «широкое» понимание дискурса как коммуникативного взаимодействия [Поэтика 2008: 60; Жиличева 2013: 23, 27].

Прежде всего отмечают те речевые обороты, от которых рассказчики успели отвыкнуть за границей, словечки, воспринимаемые как характерно московские. Т. Толстая в эссе «Яичечко» возносит хвалу уменьшительным суффиксам, причем возникают эти суффиксы, как правило, при упоминании еды: «Морковочки положить? Хлебца? Колбаску кушайте. <...> Слова подают сигнал: тут мирно, тут спокойно, уютно, как в детстве; расслабьтесь» [Толстая 2014: 277]. Это суффиксы задабривания, обещания, доверия. «Вот жена мужу говорит в магазине: „Какой сырик купим?“ Это она не к сырику любовь испытывает, это она воркует с мужем...» [Толстая 2014: 278]. Финал эссе звучит уже с явной иронией, подчеркивая традиционное московское хлебосольство и неистребимую «обломовщину»: «Винцо и водочка. Селедочка под свеколкой. Картошечка. (С солью). И с лучком. Маслице, особенно маслице. Колбасынька. Яичечко. Сырик. На хлебушке. Потом чаёк. И спатеньки» [Толстая 2014: 279]. Ей вторит Л. Горалик: «Фантастическое явление: в каждый мой приезд в Москву я немедленно обретаю привычку называть продукты в магазине уменьшительными именами. „Сырок“, „колбаска“. Это воздух, что ли?» [Горалик 2010: 52]. Характерно, что Ю. С. Степанов, описывая константы русской культуры, в разделе «Хлеб» использует форму «хлебушко» и упоминает «московскую сдобу» [Степанов 2001: 284—285]. А. Генис, по контрасту с «обывательскими» сантиментами, отмечает уже не картошечку и яичечко, а изысканные блюда в «вителиевом меню» модного ресторана: «...Москва кормит своим: рыжиками, солянкой из осетрины, филе по-суворовски», а включив блюда грузинской, армянской, азербайджанской и вообще заморской кухни, «властно восстановила

империю» [Генис 2011: 73]. Рассказчик замечает, что «новая кухня объединила с миром ту часть Москвы, которая может себе ее позволить. Остальные смотрят телевизор» [Генис 2011: 74], т. е. процветание отнюдь не для всех, большинство так и остались в прежних рамках закрытого для них, по финансовым причинам, общества. Сытость как жизненная ценность приобретает формы гротеска. Л. Горалик: «Новая реклама Черкизовского мясокомбината: карта России, выложенная из окороков, колбас и сосисок» [Горалик 2010: 79; более подробный анализ тематического мотива еды см.: Решетникова 2014: 261—269].

Авторы отмечают те слова, которые они успели забыть: «черемша» [Горалик 2010: 51], «натоптыш» [Толстая 2014: 275], с иронией комментируют свои ошибки, например, Л. Горалик увидела в зоомагазине когтеточку: «У меня просто спазм в горле: какая нежность, господи... Деточка... Вуалеточка... Когтеточка...» [Горалик 2010: 52]. Однако в подтексте ощущается и сарказм — за ласкательно-уменьшительными суффиксами, умильностью речи могут скрываться отточенные «когти».

Особый разряд слов составляют эфемерные сленговые выражения, нередко пришедшие из просторечия: «феньки», «мульки», «фишки» ставят в тупик Т. Толстую. А вот Л. Горалик спокойно употребляет, например, слово «мулечка» (сувенир ручной работы, отмеченный *couleur locale*, типа палехских шкатулок, фарфоровых мышек из города Мышкина, туесков и проч.). Так что в данном случае мы имеем дело просто с дискурсом разных поколений, словечки быстро становятся модными и вскоре забываются. А вот речевые ошибки, искажение русского языка все авторы воспринимают болезненно, особенно — в области синтаксиса. Т. Толстая отметила частотность употребления выражения «видим о том...» [Толстая 2014: 274—276]. В начале XX в. Н. А. Тэффи с горечью писала о русских эмигрантах, забывающих родной язык в фельетоне «Я видел собаку сидеть»: «Находятся еще желающие освежить в памяти родную речь. — От глагола „жать“, — спрашивают, — как первое лицо? — Я жму. — Странно. А я как-то читал „жну“. — „Жну“. — это если в поле. А если руку, то „жму“. — „Гм... А если руку жать в поле, тогда как?“» [цит. по: Творчество Н. А. Тэффи и русский литературный процесс первой половины XX века 1999: 277]. Теперь же у самих москвичей речевая небрежность свидетельствует о пренебрежении родным языком, о глубинной неграмотности и неспособности логически мыслить, анализировать.

Отмечают авторы и макаронический стиль речи, смешивающей слова разных языков, когда на самые обычные предметы и явления наклеиваются звучные иностранные слова-ярлыки (подобные фирменным лейблам). Тэффи также отмечала у эмигрантов утрату языкового инстинкта, когда происходит распадение звука и смысла слова — под влиянием иноязычной языковой среды.

Русский парижанин утешает приехавшего из Берлина соотечественника:

«— Подождите, найдем вам какое-нибудь *meuble*...

— А в каком *бецирке* дешевле?

— Что?

— Я спрашиваю, в каком *бецирке*...

Господи, да вы совсем по-русски говорить разучились. Ну, кто же говорит „в *бецирке*“!

— А как же по-русски?

— По-русски это называется *арондисман*» [Тэффи 1998: 173; см. также: Барковская 2003].

Современные авторы фиксируют случаи, обусловленные просто неграмотностью и незнанием языков, например, у Л. Горалик: «паштет из гуси» — или в меню какого-то кафе: «Крылья птицы Фри» [Горалик 2010: 41]. Автор комментирует: «Птица Фря, родная сестра Гуси, из которой паштет». Но гораздо чаще встречаются броские слова в рекламе, причем лишённые смысла. М. А. Черняк, характеризуя «ридингофобию» как диагноз современности, приводит цитату из романа Павла Крусанова «Мертвый язык»: «...человек изо дня в день обречен смотреть бесконечный сериал об обладании, потребляя уже не вещи, но их визуальные имитации — эталонные образцы, имиджи, рекламные химеры» [Черняк 2015: 23]. О таких рекламных химерах пишет Т. Толстая: «А еще через год-два Москва встретила меня словами: „Купите болюсы Хуато!“ Реклама в метро, на улице, в газетах просто надрывалась: вы еще не купили болюсы Хуато? Вам срочно нужны болюсы Хуато! Лживые и продажные люди протягивали мне что-то с экрана телевизора: вот ваши болюсы! У всех есть уже болюсы Хуато! Счастье в болюсах!» [Толстая 2014: 276]. Борис Гройс в одном из интервью также упоминает асемантический набор иноязычной лексики в рекламе: «Что поменяло Москву в 90-е, когда я приезжал сюда в первый раз после эмиграции, — это коммерческая реклама. Огромное количество растяжек. Помню, что они все носили такой абсурдный характер. Первая реклама, которая меня поразила, это была растяжка через Тверскую: „Если вы пошлете ваш инпут на наш сайт, то получите

наш аутпут на вашем терминале“» [Гройс]. В книге Л. Горалик читаем: «В „Пицца Сбарро“ надпись: „Купи СТАФФ и получи салат бесплатно!“ <...> Да продайте нам СТАФФ и подавитесь вашим салатом!» [Горалик 2010: 61]. Она же отмечает надпись в обменнике на Арбате: «Клиенты с СУММАМИ обслуживаются вне очереди» [Горалик 2010: 200]. А. Генис отметил «соблазнительную рекламу женского, видимо, корсиканского, белья: трусы назывались „Вендетта“» [Генис 2011: 78]. Нередки случаи рекламы, когда забвение омонимии, свойственной русскому языку, ведет к комической двусмысленности: «Сев в такси, я привычно сосредоточился, готовясь к первому впечатлению. Как всегда, Москва не обманула. Сразу за Шереметьево, у въезда на шоссе, нас встретил огромный рекламный щит: „ТЕПЛЫЙ ПОЛ С ИНТЕЛЛЕКТОМ“. — Вот видишь, — сказала польщенная жена, — теперь здесь не говорят: „Курица — не птица, баба — не человек“» [Генис 2011: 70].

Как показал В. И. Тюпа, рекламный дискурс, с его анонимной формой авторства, определяется этосом идентичности, реализуется «в ментальном пространстве *хорового единогласия*». Выражая *мы-сознание*, он создает пространство при-общения, выражая идею стабильности [Тюпа 2010: 104—105, 101]. Но в рассматриваемом нами случае рекламный дискурс выступает как фикция, симуляция, объединяет людей в массу потребителей призрачного товара. Но в аспекте социальной антропологии такая реклама-«заговор» или «заклинание», будучи вездесущей, агрессивно унифицирует людей, лишая их сферы приватного, призывая поступать как все. Формы сужения области индивидуально-личностного, приватного существования прослеживает П. А. Ефремов: «Мы живем в ситуации открытости, доступности... <...> Контроль всех участков культуры и бытия человека приобретает тотальный характер» [Ефремов 2010: 391].

Вновь приехавшие в Москву писатели помнят жаргонное значение некоторых слов, приобретенное ими в эпоху 90-х. Так, у Л. Горалик «сердце кровью обливается» при виде объявлений в зоомагазине: «„Заказать котенка“, „Заказать щенка“ („заказать“ — послать наемного убийцу)» [Горалик 2010: 155]. Она же по поводу статьи одного журналиста, озаглавленной «Росбанк подал на развод» (Росбанк отказался спонсировать премию Аполлона Григорьева), пишет: лучше бы назвать статью «Росбанк больше не разводится» (т. е. не поддается на мошенничество) [Горалик 2010: 187]. Сами авторы вообще охотно каламбурят. А. Генис звонит

по телефону из скверика на Лубянке: «Я сижу... — начал я. — Где? — нервно спросили в трубке. — На Лубянке. — Не засиживайся!» [Генис 2011: 71]. В книге Л. Горалик есть запись: «На дивной выставке советского белья представлена куча спортивных плакатов советского времени <...> Среди прочих изысков такая картина: человек с напряженным, серьезным лицом протягивает зрителю руку в нервном жесте. Над ним — жирными черными буквами: „БЕЖИМ!“ И больше ничего. Год — 27-й. Посадили художника или нет?» [Горалик 2010: 62—63]. Язык хранит память о неблагополучии, которое, возможно, не вполне ушло из современной жизни.

Раздражает «заемная мудрость» на плакатах в метро: «„Любовь к родине начинается с семьи“, — прочел я, коротая путь под землю. Изречение Фрэнсиса Бэкона иллюстрировала матрешка, некстати напомнившая мне начиненного бабушкой волка из „Красной шапочки“» [Генис 2011: 75—76]. По поводу афоризма, также увиденного в метро: «Будет богат, кто на поле своем трудов не жалеет. Катон», рассказчик задумался: Старший или Утический Катон сформулировал эту максиму, ведь Старший не советовал снимать цепи с рабов даже в праздники [Генис 2011: 77—78]. Плакат на ВДНХ: «Построй храм себе и своим детям!» — с сарказмом комментирует Л. Горалик: «Тянет добавить: «На своем приусадебном участке!»» [Горалик 2010: 59].

За американизированной поверхностью по-прежнему скрывается почти языческая вера в магическое слово. Л. Горалик рассказывает, как однажды машина стукнула ее зеркалом в живот. Не удержавшись, она погрозила машине рукой и обругала ее на иврите. Буквально тут же машина попадает в аварию, «и тут одна старушка ледяным голосом произносит: „Ведьма!“ Триста лет испанской инквизиции встают у меня перед глазами» [Горалик 2010: 53]. А. Генис рассказывает о рамках-металлоискателях при входе в здания. Его удивило, что никто не просил снять часы и подтяжки. При ближайшем рассмотрении одной из них оказалось, что это деревянная крашеная рама, имитирующая металлоискатель: «митковский ответ террору был деревянным» [Генис 2011: 72].

Любопытно, что москвичи безошибочно опознают приехавших из-за границы. Так, по словам Л. Горалик, продавщицы в гастрономе поинтересовались, местная ли она, а на вопрос Горалик пояснили: «...что это вы все „спасибо“, „пожалуйста“, в очереди пропускаете» [Горалик 2010: 55].

Таким образом, заемные внешние признаки цивилизованности западного образца

нередко оказываются лишь внешней «упаковкой» чего-то очень исконного, хорошо знакомого. Двоемыслие (не политическое, а корыстно-циничное) сохранилось и в постсоветский период, по свидетельству А. Гениса: как-то за соседним столиком в ресторане трое либералов уговаривали четвертого, из Бруклина, спасти русскую свободу. Автор пишет: «По-английски беседа шла о демократии, по-русски — о грантах. „Мы еще обучим Америку“, — слышалось мне» [Генис 2011: 73].

Л. Горалик приводит в своей книге диалог с дедом-таксистом:

«На светофоре дед разглядывает вывеску магазина одежды; вздыхает и говорит: „Вот что такое таланты, а?“ Я не имею ни малейшего понятия. „Ну ладно, — говорит дед, ничего. Это, поди, все равно не для русских пишут, для иностранцев; иностранец, наверное, сразу бы понял“. „Вы знаете, — говорю, — я вот одиннадцать лет в России не жила — и нет, не понимаю...“ Дед замолкает. Едем дальше. Он начинает опять: „Вот знаете, я сегодня видел автозаправочную мастерскую — называется „Алан“. Ну что за слово такое бессмысленное, а?“ „Вы знаете, — говорю, — у меня брата зовут Алан...“ Легкий конфуз. Едем вдоль Яузы. Наконец дед говорит: „Ну ладно, скоро здесь введут этот язык... Ну, на котором в России раньше говорили... (Господи, думаю, о чем это он?) Ну, этот, на котором в аптеках пишут!.. Латынь!“» [Горалик 2010: 58].

Этот пример показывает не только низкий культурный уровень «маленького человека», но и отчужденность его от окружающей языковой среды, которая кажется ему непонятной и «введенной» кем-то свыше.

Рассмотренный материал позволяет сделать следующие выводы. В Москве 2000-х гг., выступающей в данном случае репрезентантом российского культурного пространства в целом, «языковой воздух» представляется приехавшим после десятилетнего перерыва людям весьма загрязненным. Желание включиться в процессы глобализации, повысить акции своего «тренда» заставляют рекламщиков и криейтеров без всякой меры использовать иноязычную лексику, пусть даже бессмысленную в данном контексте, но «красивую», «продвинутую». Для «новых эмигрантов» или «экспатов» тоска по родине сосредоточивается на русском языке (посколькy поток транспорта, супермаркеты, визуальный облик улиц, архитектура домов становятся более обезличенными: по словам Л. Горалик, «центр Москвы часто выглядит как окраина Лас-Вегаса» [Горалик 2010: 39]). Умиление вызывают речевые формы,

воспринимаемые как чисто русские, московские («яичечко», «колбасынька»), а вот наносное, заимствованное иронически отторгается. Беспокоит авторов рассмотренных произведений падающий уровень культуры и, в частности, грамотности, среди массы «общества потребления». Сами авторы, даже пребывая за границей, пишут по-русски и для русского читателя, тем самым продолжая традицию отечественной книжной культуры.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Барковская Н. В. Страна без территории: русские парижане в изображении Н. А. Тэффи // Русское Зарубежье — духовный и культурный феномен : материалы Междунар. науч. конф. — М., 2003. Ч. 1.
2. Генис А. Странник. Путевая проза. — М. : Новое литературное обозрение, 2011.
3. Горалик Л. Недетская еда. Без сладкого. — М. : ОГИ, 2010.
4. Гройс Б. За пределами США нельзя объяснить ничего, кроме Супермена: интервью. URL: <http://vozduh.afisha.ru/art/boris-groys-za-predelami-sshanelzya-obyasnit-nichego-krome-supermena/> (дата обращения: 03.06.2015).
5. Ефремов П. А. Приватность в современной культуре: семиотические аспекты // Культура в фокусе знака. — Тверь : СФК-офис, 2010.

**A. N. Yurkina**  
Ekaterinburg, Russia

#### DISCURSIVE PORTRAIT OF MOSCOW IN THE EYES OF “NEW” EMIGRANTS

**ABSTRACT.** *On the material of literary works by A. Genis, L. Goralik and T. Tolstaya the author studies the modern everyday Russian speech which can be heard in transport, shops, cafes and in the streets, written on billboards and banners, i.e. everyday «low colloquial» discourse. The author shows the eclecticism of the modern Russian advertising and everyday types of discourse in conditions of cultural globalization. A mix of vocabulary of different languages produces a comic effect and leads to asemantism of the utterance and breach of speech norms. The writers who came to Moscow after having been away for 10 years are truly moved by typically Moscow words and sharply feel the negative processes in the sphere of speech. Strong wish to preserve the purity of the Russian language brings their position close to the strategy of language identity of the Russian emigrants of the early 20th century. At the same time the peculiarities of the emigration of the late 20th – early 21st centuries, which does not mean fatal estrangement from the Motherland, deprive the literary works under analysis of idealization and nostalgia and reinforce the ironic mood of narration. Moscow, according to A. Genis, is seen as “a world capital with infernal, but comical tint”, which is sharply revealed in everyday speech communication. Behind the Americanized surface one could clearly see almost pagan belief in a magic word.*

**KEYWORDS:** *Russian literature abroad; speech portrait; national mentality; globalization.*

**ABOUT THE AUTHOR:** *Yurkina Alla Nikolayevna, Post-graduate Student, Institute of Philology, Culturology and Intercultural Communication, Ural State Pedagogical University, Ekaterinburg, Russia.*

#### LITERATURE

1. Barkovskaya N. V. Strana bez territorii: russkie parizhane v izobrazhenii N. A. Teffi // Russkoe Zarubezh'e — dukhovnyy i kul'turnyy fenomen : materialy Mezhdunar. nauch. konf. — M., 2003. Ch. 1.
2. Genis A. Strannik. Putevaya proza. — M. : Novoe literaturnoe obozrenie, 2011.
3. Goralik L. Nedetskaya eda. Bez sladkogo. — M. : OGI, 2010.
4. Groys B. Za predelami SShA nel'zya ob'yasnit nichego, krome Supermena: interv'yuu. URL: [http://vozduh.afisha.ru/art/boris-groys-za-predelami-](http://vozduh.afisha.ru/art/boris-groys-za-predelami-sshanelzya-obyasnit-nichego-krome-supermena/)

6. Жиличева Г. А. Нарративные стратегии в жанровой структуре романа (на материале русской прозы 1920—1950-х гг.). — Новосибирск : НГПУ, 2013.

7. Минеева И. Н. Русская литературная эмиграция на рубеже XX—XXI вв.: имена, сюжеты, культурные конвергенции : учеб. пособие. — Петрозаводск : Изд-во ПетрГУ, 2013.

8. Поэтика: словарь актуальных терминов и понятий. — М. : Изд-во Кулагинной : Intrada, 2008.

9. Решетникова Е. В. Ключевые мотивы книги Линор Горалик «Недетская еда. Без сладкого» // Урал. филол. вестн. Сер. «Драфт: молодая филология» / Урал. гос. пед. ун-т. — Екатеринбург, 2014.

10. Степанов Ю. С. Константы: словарь русской культуры. Изд. 2-е. — М. : Академический проект, 2001.

11. Творчество Н. А. Тэффи и русский литературный процесс первой половины XX века. — М., 1999.

12. Толстая Т. Легкие миры. — М. : АСТ : Редакция Елены Шубиной, 2014.

13. Тэффи Н. А. Собр. соч. В 3 т. Т. 3. — М., 1998.

14. Тюпа В. И. Дискурсивные формации. Очерки по компаративной риторике. — М. : Языки славянской культуры, 2010.

15. Черняк М. А. Актуальная словесность XXI века: приглашение к диалогу : учеб. пособие. — М. : Флинта : Наука, 2015.

sshanelzya-obyasnit-nichego-krome-supermena/ (data obrashcheniya: 03.06.2015).

5. Ефремов П. А. Приватность в современной культуре: семиотические аспекты // Культура в фокусе знака. — Тверь : СФК-офис, 2010.

6. Жиличева Г. А. Нарративные стратегии в жанровой структуре романа (на материале русской прозы 1920—1950-х гг.). — Новосибирск : НГПУ, 2013.

7. Минеева И. Н. Русская литературная эмиграция на рубеже XX—XXI вв.: имена, сюжеты, культурные конвергенции : учеб. пособие. — Петрозаводск : Изд-во ПетрГУ, 2013.

8. Poetika: slovar' aktual'nykh terminov i ponyatiy. — M. : Izd-vo Kulaginoy : Intrada, 2008.

9. Reshetnikova E. V. Klyuchevye motivy knigi Linor Goralik «Nedetskaya eda. Bez sladkogo» // Ural. filol. vestn. Ser. «Draft: molodaya filologiya» / Ural. gos. ped. un-t. — Ekaterinburg, 2014.

10. Stepanov Yu. S. Konstanty: slovar' russkoy kul'tury. Izd. 2-e. — M. : Akademicheskij proekt, 2001.

11. Tvorchestvo N. A. Teffi i russkiy literaturnyy protsess pervoy poloviny XX veka. — M., 1999.

12. Tolstaya T. Legkie miry. — M. : AST : Redaktsiya Eleny Shubinoy, 2014.

13. Teffi N. A. Sobr. soch. V 3 t. T. 3. — M., 1998.

14. Tyupa V. I. Diskursnye formatsii. Ocherki po komparativnoy ritorike. — M. : Yazyki slavyanskoy kul'tury, 2010.

15. Chernyak M. A. Aktual'naya slovesnost' XXI veka: priglashenie k dialogu : ucheb. posobie. — M. : Flinta : Nauka, 2015.

***Статью рекомендует к публикации д-р филол. наук, проф. Н. В. Барковская.***

## РАЗДЕЛ 4. ЛИНГВИСТИЧЕСКАЯ ЭКСПЕРТИЗА: ЯЗЫК И ПРАВО

**Данная рубрика выполнена в рамках гранта Президента Российской Федерации для государственной поддержки молодых российских ученых — кандидатов наук (проект МК-1644.2014.6 «Методика комплексного (лингвистического, психолингвистического, психофизиологического) анализа экстремистского текста и его воздействия на адресата»).**

УДК 811.161.1'272  
ББК Ш141.12-4

ГСНТИ 16.31.61

Код ВАК 12.00.01

**В. Ю. Голубовский, Т. Н. Синюкова**  
Москва, Россия

### ФОРМЫ И ВИДЫ ПРОЯВЛЕНИЯ КОРРУПЦИИ В СОВРЕМЕННОМ РОССИЙСКОМ ОБЩЕСТВЕ

**АННОТАЦИЯ.** Статья посвящена исследованию основных форм и видов коррупции, их специфике в современном российском обществе. Рассмотрена типология коррупционной деятельности. Классификация форм и видов коррупции создает теоретическую основу для применения профилактических мер уже на ранних стадиях коррупционного поведения. Существуют различные подходы к классификации коррупции: по статусу субъектов коррупции, по масштабу территориального охвата, по «уровню» и целям субъектов коррупции. Главным основанием классификации коррупции является степень участия уполномоченных лиц в распределении ресурсов. По этому признаку различаются «цивилизованная» и «политическая» коррупция. В зависимости от сферы деятельности выделяют коррупцию в сфере государственного управления, парламентскую коррупцию, коррупцию на предприятиях, коррупцию во время выборов. Классификация по целям деятельности субъектов предполагает деление на экономическую и политическую коррупцию. Таким образом, целесообразно классифицировать коррупцию по статусу субъектов коррупции (государственная и частная), по уровню этих субъектов (индивидуальная и институциональная), по масштабу территориального охвата (внутригосударственная и международная), по степени повторяемости коррупционных отношений (случайная и системная). До сих пор не сформировалось четкого общепризнанного определения коррупции. Его выработке может способствовать изучение форм коррупции. Коррупционная деятельность принимает следующие наиболее распространенные формы: взяточничество, клиентализм (его разновидность — протекционизм), лоббизм, фаворитизм, nepotизм, незаконное присвоение публичных средств для частного использования. Чтобы установить суцность и содержание коррупции, необходимо выработать единый подход к рассмотрению этого явления, устранить коллизии, возникающие при изучении этого явления между различными науками (политология, социология, экономика, математика, юриспруденция, психология и др.).

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:** формы коррупции; виды коррупции; типология.

**СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ:** В. Ю. Голубовский, доктор юридических наук, доцент, профессор кафедры теории и истории государства и права, Московский государственный университет технологий и управления имени К. Г. Разумовского; адрес: 123298, г. Москва, ул. Народного Ополчения, д. 38, корп. 2, к. 5-6; e-mail: tati1385@mail.ru.

**СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ:** Т. Н. Синюкова, аспирантка кафедры теории и истории государства и права, Московский государственный университет технологий и управления имени К. Г. Разумовского; адрес: 123298, г. Москва, ул. Народного Ополчения, д. 38, корп. 2, к. 5-6; e-mail: tati1385@mail.ru.

Изучение различных форм и видов проявления коррупции позволяет получить наиболее полное представление об этом феномене, способах его существования, роли и степени «участия» в общественных процессах, а также всесторонне исследовать механизмы противодействия ему. Классификация указанных форм и видов создает теоретическую основу для применения профилактических мер уже на ранних стадиях коррупционного поведения. Они меры направлены на изменение характера взаимоотношений между институтами гражданского общества и государством, гражданами и представителями государственной власти с целью пресечения произвола со стороны государственных органов и должностных лиц, повышения значимости тех ценностных устано-

вок, которые способствуют одобрительному отношению населения к антикоррупционным действиям.

На современном этапе существуют различные подходы к классификации коррупции: по статусу субъектов коррупции, по масштабу территориального охвата, по «уровню» и целям субъектов коррупции. На наш взгляд, такое многообразие подходов связано главным образом с тем, что изучением данного феномена занимаются представители различных научных специальностей: политологии, социологии, экономики, математики, юриспруденции, психологии и т. д. В виду этого, как справедливо заметила Н. А. Ахметова, «большинство представленных классификационных схем носит одномерный характер, т. е. не претендует на всесторон-

нее исчерпывающее отражение форм и видов коррупционных практик, а ограничиваются одним, максимум двумя признаками исследуемого явления» [Ахметова 2008: 45].

Главным основанием классификации коррупции, как справедливо считает И. Ахмедов, выступает степень участия уполномоченных лиц в распределении ресурсов. В связи с этим автор выделяет так называемую «прогрессивную» коррупцию, «когда чиновники опосредованно участвуют в распределении предпринимателями прибыли». Такого рода коррупция связана с возможностью получения льгот предпринимателями за счет личных связей с органами государственной власти, в то время как для других участников предпринимательской деятельности создаются непреодолимые барьеры [Ахмедов 2003].

Такой же позиции придерживается А. Вербин, который выделяет «цивилизованную» и «политическую» коррупцию. «Цивилизованная» коррупция предполагает, что государства признают данный феномен с помощью его официального разрешения. «...Компания, желающая заключить какой-нибудь контракт за границей, выделяла специальные деньги на взятки, вносила их в накладные расходы. А если происходил какой-нибудь сбой и взятка не срабатывала..., эта компания могла требовать от своего правительства возмещения ей ущерба» [Ахметова 2011: 28]. В свою очередь, «политическая» коррупция — это тип коррупции, участниками которого являются известные политики, государственные и общественные деятели [Вербин 2003].

В зависимости от сферы деятельности различные авторы, в том числе С. М. Проява [Проява 2008: 32-33], выделяют коррупцию в сфере государственного управления, парламентскую коррупцию, коррупцию на предприятиях, коррупцию во время выборов. Коррупция в сфере государственного управления связана с возможностью государственного служащего использовать ресурсы и принимать решения, исходя из своекорыстных мотивов, а не из потребностей государства и общества. Парламентская коррупция представляет собой различные формы продвижения интересов определенных групп и заключается в принятии законов, содержащих нормы, закрепляющие их привилегированное положение. Возможна коррупция и вне сферы государственной деятельности, когда работник негосударственной организации так же, как и государственный служащий, может распоряжаться не принадлежащими ему ресурсами. Отдельным видом коррупции является покупка голосов во вре-

мя выборов. Избиратель порой идет на сделку с избираемым, вследствие которой получает те или иные блага, а избираемый надеется приобрести властный ресурс.

Следует различать коррупционную деятельность и по видам социально-экономических отношений, на основании чего ряд авторов выделяют западную и восточную коррупцию. По мнению В. И. Добренкова и Н. Р. Исправниковой, западная коррупция «выступает в роли своеобразного рынка коррупционных услуг, на котором стороны вступают во временные разовые отношения купли-продажи» [Добренков, Исправникова 2009: 30]. При восточной коррупции постепенно формируется определенная система социальных связей, которая, в свою очередь, плотно связана с другими социальными отношениями, в том числе, родственными, корпоративными, профессиональными.

Однако исследуя данный вопрос, мы столкнулись с иной точкой зрения. Так, Я. И. Кузьминов отмечает наличие коррупции в широком смысле, связанной с нарушением «чиновниками» своих обязанностей с целью собственного обогащения [Толковый словарь Ожегова], и в узком смысле, описывая ее с помощью таких терминов, как взятничество и бизнес должностных лиц. По его мнению, наиболее привлекательными сферами для развития коррупции являются: государственные закупки и тендеры, содержание «чиновника» за счет владельцев конкретного бизнеса, бизнес-деятельность родственников должностных лиц, «сети взаимной вовлеченности», коррупция как инструмент государственных механизмов институционального взаимодействия [Кузьминов 2002: 18—32]. В социально-экономической сфере, на наш взгляд, проявления коррупционной деятельности являются наиболее распространенными, включающими в себя влияния на теневые отрасли экономики.

Рядом исследователей, в том числе, Ю. Г. Наумовым, дана классификация по целям деятельности субъектов [Наумов 2007: 44]. Автором предлагается деление на экономическую и политическую коррупцию. По его мнению, под экономической коррупцией понимается действия, направленные на завладение, использование всех форм собственности и ресурсов, доступ к которым обеспечивается служебным положением. При этом под политической коррупцией, в отличие от А. Вербина, автор понимает только такую коррупцию, мотивом которой является стремление отдельных лиц перераспределить власть. Позволим себе не согласиться со столь четким делением, поскольку политическая цель (власть) являет-

ся в изложенной терминологии и экономической целью — как возможность распоряжаться ресурсами.

Исходя из анализа изложенных точек зрения по вопросу о видах и формах проявления коррупции, считаем необходимым классифицировать коррупцию по следующим основаниям: по статусу субъектов коррупции, по уровню этих субъектов, по масштабу территориального охвата, по степени повторяемости коррупционных отношений. По статусу субъектов коррупция может быть разделена на государственную и частную. Государственный вид коррупции представляет собой совершение коррупционных действий в пределах компетенции государственного органа. Пожалуй, это наиболее опасный вид коррупции в силу того, что государственная власть используется отдельными группами людей исключительно в личных целях и интересах, выходя из-под контроля общества. Коррупция в частном секторе характеризуется концентрацией значительных ресурсов в руках отдельных организаций. Руководитель такой организации, как и любой сотрудник, обладающий возможностью распределять ресурсы, может принимать решения и действовать вопреки задачам и целям компании, причиняя ей урон.

По уровню субъектов коррупции важно выделить низовую (индивидуальную) и вершинную (институциональную) коррупции. Низовая коррупция — это коррупционные действия, совершаемые, как правило, должностными лицами, находящимися на низшем и среднем уровне служебной лестницы, и охватывающие повседневную жизнь населения. Данный вид наиболее распространен, хотя денежные суммы на этом уровне, значительно ниже по сравнению с вершинной коррупцией. Этот вид коррупции нельзя устранить в результате реформы аппарата управления, так как он напрямую связан с существованием теневой экономики. Такие отношения, с одной стороны, рассматриваются как обоюдно выгодные, в том числе, когда речь идет об уклонении от уплаты налогов, сборов или штрафов. С другой стороны, в связи с частотой их возникновения, такие отношения порождают резко негативное восприятие государственной власти со стороны населения. В результате люди начинают следовать принципу: «сколько у государства не воруй — своего все равно не вернешь» [Кузьминов 2002: 8]. Справедливо отмечает В. В. Лунеев, что низовая коррупция ежедневно «высасывает» материальное благосостояние людей [Лунеев 2001: 18].

Вершинная коррупция характеризуется высоким статусом ее субъектов. Данный тип

основывается на деятельности политиков и связан с принятием решений, имеющих значительную цену (процедуры приватизации, осуществление крупных государственных инвестиций). Как отметил в своей работе В. А. Закс, властная корпорация, пользуясь недостаточным контролем со стороны общества, оформляет присвоенные привилегии как общественно признанные и обществу навязывается представлением об их легитимности. Одним из следствий этого становится смещение интересов в пользу носителей власти, хотя для общества это не всегда очевидно. При этом правящий слой консолидируется как корпорация, спаянная общими интересами по сохранению своих привилегий [Закс 2001: 52—55].

Целесообразно также разделить коррупционные процессы по масштабу территориального охвата, выделив внутрисударственную (когда коррупционные действия совершаются на территории одной страны вне зависимости от статуса субъекта коррупции) и международную коррупцию (действия, направленные на коррумпирование должностных лиц иностранных государств, или совместная коррупционная деятельность граждан и должностных лиц нескольких государств). В зависимости от степени повторяемости коррупционных действий существует единичная (случайная) коррупция, предполагающая единичные факты коррупции, и системная коррупция, возникающая при периодически повторяющихся коррупционных действиях, так или иначе охватывающих все стороны общественной жизни.

На наш взгляд, изложенная классификация позволяет наиболее полно понять ее сущность, а также выяснить наиболее опасные с точки зрения ее распространения направления для функционирования общества, определить механизмы профилактики данного феномена, используя ресурс институтов гражданского общества.

Неформальные отношения проникают во все сферы жизни общества. В виду этого коррупция может принимать различные формы. Известно, что форма и содержание взаимно обуславливают друг друга. Как отмечал Гегель, «содержание есть не что иное, как переход формы в содержание, а форма — переход содержания в форму. Этот переход есть одно из важнейших определений» [Гегель 1977: 298]. В связи с этим выделение форм проявления коррупционных практик представляется необходимым условием анализа содержания коррупции. Это позволит указать на актуальные направления деятельности в области антикоррупционной политики в России. Нельзя не

отметить тот факт, что проблема коррупции заключается не только в выявлении ее наличия, но и в определении ее уровня в конкретной ситуации, в раскрытии тех или иных форм ее проявления [Голубовский 1995: 26].

Не менее важным фактором, обуславливающим необходимость рассмотрения форм коррупционной деятельности, является то обстоятельство, что еще не сформировано, как неоднократно отмечалось в научной литературе, определение коррупции [Синюкова 2015: 333]. Изучение форм коррупции, нам представляется, может способствовать более полному и всестороннему определению этого явления. На наш взгляд, коррупционная деятельность может принимать следующие формы: взяточничество, клиентализм (его разновидность протекционизм), лоббизм, фаворитизм, nepотизм, незаконное присвоение публичных средств для частного использования. Конечно, все многообразие коррупционных практик не может быть сведено к перечисленным, тем не менее, выделяем их в качестве основных, наиболее распространенных.

Под взяточничеством мы понимаем такую коррупционную ситуацию, когда существует добровольное предложение, обещание, дача, получение, согласие взять некоторую сумму денег для того, чтобы повлиять на действия должностного лица в свою пользу. А. М. Яковлев подчеркивал, что взяточничество представляет собой «предложение и принятие материального вознаграждения должностным лицом за нарушение его прямой служебной обязанности» [Яковлев 1988: 150]. Позволим себе не согласиться с данным определением. Определение взятки должно содержать в себе два его аспекта: дачу взятки и получение взятки. В поддержку обозначенной позиции высказывается и ряд авторов. «Дачей взятки, — считает В. М. Райсмен, — является вручение должностному лицу лично или через посредника материальных ценностей за выполнение (или не выполнение) в интересах дающего действия, связанного с использованием им своего служебного положения» [Райсмен 1988: 124-125]. Выделяются три основных типа дачи взятки: деловая взятка, тормозящая взятка, прямой подкуп. Получение же взятки, как справедливо указывает А. Н. Чашин, выступает «получение должностным лицом лично или через посредника взятки в виде денег, ценных бумаг, иного имущества или выплат имущественного характера за действия (бездействия) в пользу взяткодателя или представляемых им лиц, если такие действия (бездействия) входят в служебные полномочия должностного лица либо оно в силу должно-

стного положения может способствовать таким действиям (бездействию)» [Чашин 2009: 149—150]. Особо отметим, что степень взяточничества в обществе непосредственно зависит от особенностей властных отношений. По мнению В. Л. Римского, «государственные служащие при исполнении своих обязанностей вне зависимости от должностей и компетенции оказываются в положении господства, а граждане — во всех случаях их виновности или невиновности в том или ином нарушении норм законов или инструкций, при наличии у них формальных прав на решение их проблем или при их отсутствии — в ситуации зависимости и подчинения» [Римский 2008: 61]. Соответственно, если для отношений граждан с должностными лицами характерен высокий уровень дистанции власти, то у государственных служащих появляется больше возможностей для получения взяток. В свою очередь, чем большее количество запретов устанавливается для людей, тем чаще им приходится сталкиваться с трудностями при взаимодействии с государством и тем вероятней становится ситуация дачи — получения взятки как способа решения того или иного вопроса, проблемы. Приведем точку зрения О. В. Агеевой, полагающей, что «любые административные барьеры преодолеваются взятками. Чем выше барьер, тем больше взяток и чиновников, их берущих» [Агеева 2009: 12]. Следовательно, снижение уровня распространения взяточничества и ущерба от него во многом зависит от изменения характера взаимоотношений между должностными лицами и гражданами, сокращения дистанции между ними..

Другой формой проявления коррупции является лоббизм. По мнению А. П. Любимова, в самом широком смысле лоббизм представляет собой «деятельность граждан, групп, организаций, предприятий и других субъектов правоотношений по отстаиванию своих активных интересов» [Любимов 1998: 18]. В «Британской энциклопедии» под лоббизмом понимается «любая попытка частных лиц или групп интересов оказывать влияние на решения, принимаемые правительством. В своем первоначальном смысле лоббизм означает попытки влиять на позицию законодателей, главным образом, в кулуарах законодательных органов власти. Отдельные формы лоббизма неизбежны в любых политических системах» [Britannica.com]. Важным, на наш взгляд, представляется то, что лоббисты выполняют функцию посредничества между гражданами, организациями и государственными органами. Лоббизм предоставляет группам граждан возможность кос-

венно участвовать в принятии и реализации правовых и политических решений, что очень важно, поскольку у большинства этих групп может не быть своих представителей в парламенте или в правительственных органах» [Бинецкий 2004: 13].

Учитывая изложенное, полагаем возможным выделить позитивный смысл лоббизма. Так, лоббистская деятельность выступает одним из способов влияния представителей институтов гражданского общества на власть с целью принятия решения, максимально взвешенного и принимающего во внимание интересы наибольшего количества социальных групп. Но с другой стороны представляется очевидным, что лоббистские механизмы взаимодействия институтов гражданского общества и государства в значительной степени носят теневой, коррупционный характер. Это зависит от уровня нормативно-правового разрешения использования соответствующих практик. Если в законодательстве разрешено его использование, в таком случае вряд ли лоббизм можно признать коррупционным, и наоборот. Таким образом, можно констатировать, что лоббизм находится на стыке формальных и неформальных практик осуществления влияния на решение власти.

Опасность лоббизма как формы проявления коррупционных отношений заключается в блокировке актуальных решений, направленных на развитие общества в целом, и в препятствовании разрешению общественно важных вопросов. Таким образом, нельзя, на наш взгляд, не отметить двойственную природу лоббизма. С одной стороны, он выступает в качестве опосредующего звена между гражданским обществом и органами государственной власти, способного влиять на конкретные управленческие решения. С другой стороны, лоббирование может «искажать» конкурентную среду, выступая в качестве нерыночного ограничителя конкуренции. Распространение «теневого» лоббизма указывает на необходимость легализации лоббистской деятельности. По мнению С. В. Пчелинцева, принятие законодательства о лоббизме должно быть направлено на «обеспечение открытости деятельности лоббистов для гражданского общества и предотвращение возможного конфликта интересов государственных служащих, на которых оказывается воздействие лоббистами» [Пчелинцев 2008: 80]. Таким образом, для уменьшения распространения среди российских органов власти такой формы проявления коррупции, как лоббизм, необходимо принять соответствующее законодательство.

В современном российском обществе наблюдаются такие формы проявления коррупции, как фаворитизм и nepoтизм. Приведем точку зрения А. Г. Безверхова, полагающего, что фаворитизмом считается «покровительство и попустительство, получение незаконных привилегий от вышестоящего должностного лица» [Безверхов 2007: 50]. Эта форма коррупции заключается в том, что руководитель приближает к себе своих подчиненных показным делегированием им различных полномочий, которые не соответствуют их статусу, обеспечивает им незаслуженное продвижение по службе, разного рода поощрения и т. д. Nepoтизм (кумовство) является разновидностью фаворитизма, основанного на родственных связях, и представляет собой деятельность, которая связана с «неоправданным назначением на должность в органы государственной службы родственников или оказанием особенно-го предпочтения им» [Епифанова 2007: 34—35]. Исходя из приведенных определений, очевидно, что суть этих форм заключается в том, что должностные лица, преследуя личные цели, способствуют тому, чтобы нужный для него человек занял государственную должность и в дальнейшем всячески его поддерживает.

Клиентализм, по мнению Б. Б. Токарева, может быть определен как «некая практика, которая зачастую выступает в качестве социальной системы и основана на отношениях неравных. В данном типе отношений патрон и клиент делегируют друг другу определенные права и обязанности. Клиенты предлагают патрону свою поддержку и уважение, они готовы ему подчиняться. Такое отношение выражается в различного рода символических формах, таких, например, как: жест покорности и повиновения, использование уважительной речи, подарки и т. д. Соответственно, со своей стороны патрон предлагает работу, протекцию, благосклонность» [Токарев 2011: 101].

Разновидностью клиентализма может выступать протекционизм. Под данным феноменом следует понимать совокупность действий должностного лица по покровительству кому-либо с целью получения корыстной выгоды. В зависимости от того, кому оно оказывает покровительство, его следует подразделить на служебный и коммерческий. Служебный протекционизм предполагает, что государственный служащий осуществляет «подбор людей на службу, продвижение не по деловым признакам, а по знакомству, протекции» [Макаренко 2000: 449]. В случае коммерческого протекционизма должностное лицо оказывает покрови-

тельство частным фирмам, получая от бизнесмена определенное вознаграждение. Это приводит к нездоровой конкуренции и как следствие к убыткам в экономике всего общества. Таким образом, клиентализм подразумевает такой вид отношений, для которого характерны личные, частные связи и контакты, основанные на неравенстве социального статуса и одновременно с этим, на взаимных обязательствах и заинтересованности.

Разумеется, перечень изложенных выше форм проявления и видов коррупционных практик не является исчерпывающим. Но мы стремились показать своеобразие каждой из них, подчеркивая те признаки, которые делают данные практики коррупционными. Смысл проведенной классификации состоит и в устранении коллизий между разными гуманитарными науками в подходе к выявлению сущности и содержания коррупции.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Агеева О. В. Противодействие коррупции как стратегическая задача органов государственной власти России // Следователь. 2009. № 2. С. 12.
2. Ахмедов И. Коррупционный беспредел // Монитор. 2003. № 14 (41).
3. Ахметова Н. А. Проблемы типологизации коррупции // Вестн. Волгогр. гос. ун-та. Юриспруденция. 2011. № 2 (15). С. 28.
4. Ахметова Н. А. Социальный механизм воспроизводства коррупции в условиях современного российского общества : моног. — Волгоград, 2008.
5. Безверхов А. Г. Понятие, причины и предупреждение коррупции // Гражданское общество в борьбе с коррупцией: история и современность : материалы Открытого регионального форума / под ред. С. А. Репинского, А. П. Аржанова. — Самара, 2007. С. 50.
6. Бинецкий А. Э. Лоббизм в современном мире. — М., 2004.
7. Вербин А. Не подмажешь, не подъедешь // Советская Россия. 2003. № 26.
8. Гегель Г. В. Ф. Энциклопедия философских наук. Т. 3. — М., 1977.
9. Голубовский В. Ю. Межгосударственное сотрудничество в борьбе с преступностью (теоретико-правовой аспект) : дис. ... канд. юрид. наук. — СПб., 1995.

V. Y. Golubovsky, T. N. Siniukova  
Moscow, Russia

#### FORMS AND KINDS OF MANIFESTATION OF CORRUPTION IN RUSSIAN SOCIETY

**ABSTRACT.** The article is devoted to the study of basic forms and kinds of corruption and their specific nature in the modern Russian society. The article contains a typology of corruptive activity. Classification of forms and kinds of corruption provides a theoretical foundation for exercising preventive measures on early stages of corruptive behavior. There exist different approaches to the classification of corruption: according to the status of the subjects of corruption, according to regional factors and according to the level and goals of the subjects of corruption. The main criterion for classification of corruption is the degree of participation of the persons involved in distribution of resources. In accordance with this criterion, it is possible to single out “civilized” and “political” corruption. From the point of view of sphere of activity, government, parliamentary, industrial and electoral kinds of corruption are identified. Classification according to the aims of activity of subjects includes economic and political corruption. Thus, it is reasonable to classify corruption according to the status of the subjects (state and private), the level of these subjects (individual and institutional), territory (national and international) and recurrency (occasional and systematic). A clear-cut generally accepted definition of corruption has not been worked out yet. The study of the forms of corruption may facilitate its formulation. In most cases, corruptive activity takes the following forms: bribery, clientalism (and, as its variation, protectionism), lobbyism, favoritism, nepotism and unlawful privatization of

10. Добренков В. И., Исправникова Н. Р. Коррупция: современные подходы к исследованию. — М., 2009.

11. Епифанова Е. Исследование коррупции на основе методов экономической теории // Вопросы экономики. 2007. № 1. С. 34—35.

12. Закс В. А. Социокультурные предпосылки коррупции // Государство и право. 2001. № 4. С. 52—55.

13. Кузьминов Я. И. Механизмы коррупции и их особенное проявление в государственном аппарате // Административное право: теория и практика. — М. : ГУ ВШЭ, 2002. С. 18—32.

14. Лунеев В. В. Коррупция: политические, экономические, организационные и правовые проблемы. — М., 2001.

15. Любимов А. П. Лоббизм как конституционно-правовой институт. — М., 1998.

16. Макаренко В. А. Краткий словарь современных понятий и терминов. — М. : Республика, 2000.

17. Наумов Ю. Г. Коррупция и общество: теоретико-экономическое и прикладное исследование : моногр. — Владимир, 2007.

18. Проява С. М. Экономизация коррупции. Механизм противодействия : моногр. — М., 2008. С. 32—33.

19. Пчелинцев С. В. Правовое регулирование лоббистской деятельности: канадские подходы // Вопросы государственного и муниципального управления. 2008. № 3.

20. Райсмен В. М. Скрытая ложь. Взятки: «крестовые походы» и реформы. — М., 1988. С. 124—125.

21. Римский В. Л. Коррупция во взаимодействиях российских граждан с представителями органов власти // Общественные науки и современность. 2008. № 5. С. 61.

22. Синюкова Т. Н. Понятие и подходы к содержанию коррупции // Вестн. Нижегород. акад. МВД России. 2015. № 1 (29). С. 333.

23. Токарев Б. Б. Социально-философское осмысление феномена коррупции : дис. ... канд. филос. наук. — М., 2011.

24. Толковый словарь Ожегова. URL: <http://enc-dic.com/ozhegov/CHinovnik-39151/>.

25. Чашин А. Н. Коррупция в России: стратегия, тактика, и методы борьбы. — М. : Дело и Сервис, 2009. С. 149—150.

26. Яковлев А. М. Социология экономической преступности. — М. : Наука, 1988.

27. Britannica.com. URL: <http://www.britannica.com/ebi/article-20399>.

public means. In order to find out the essence and content of corruption, it is necessary to work out a uniform approach to the study of this phenomenon and remove of collisions between various fields of research of this object (politics, sociology, economics, mathematics, law, psychology, etc.).

**KEYWORDS:** forms of corruption; kinds of corruption; typology.

**ABOUT THE AUTHOR:** Golubovsky V. Y., Doctor of Law, Professor of Department of Theory and History of the State and Law, Moscow State University of Technologies and Management named after K.G. Razumovskiy, Moscow, Russia.

**ABOUT THE AUTHOR:** Siniukova T. N., Post-graduate Student of Department of Theory and History of the State and Law, Moscow State University of Technologies and Management named after K. G. Razumovskiy, Moscow, Russia.

#### LITERATURE

1. Ageeva O. V. Protivodeystvie korruptsii kak strategicheskaya zadacha organov gosudarstvennoy vlasti Rossii // Sledovatel'. 2009. № 2. S. 12.
2. Akhmedov I. Korruptsiyonny bespredel // Monitor. 2003. № 14 (41).
3. Akhmetova N. A. Problemy tipologizatsii korruptsii // Vestn. Volgogr. gos. un-ta. Yurisprudentsiya. 2011. № 2 (15). S. 28.
4. Akhmetova N. A. Sotsial'nyy mekhanizm vosпроизводства korruptsii v usloviyakh sovremennogo rossiyskogo obshchestva : monog. — Volgograd, 2008.
5. Bezverkhov A. G. Ponyatie, prichiny i preduprezhdenie korruptsii // Grazhdanskoe obshchestvo v bor'be s korruptsией: istoriya i sovremennost' : materialy Otkrytogo regional'nogo foruma / pod red. S. A. Repinetskogo, A. P. Arzhanova. — Samara, 2007. S. 50.
6. Binetskiy A. E. Lobbizm v sovremennom mire. — M., 2004.
7. Verbin A. Ne podmazhesh', ne pod"edesh' // Sovetskaya Rossiya. 2003. № 26.
8. Gegel' G. V. F. Entsiklopediya filosofskikh nauk. T. 3. — M., 1977.
9. Golubovskiy V. Yu. Mezhdgosudarstvennoe sotrudnichestvo v bor'be s prestupnost'yu (teoretiko-pravovoy aspekt) : dis. ... kand. jurid. nauk. — SPb., 1995.
10. Dobren'kov V. I., Ispravnikova N. R. Korruptsiya: sovremennye podkhody k issledovaniyu. — M., 2009.
11. Epifanova E. Issledovanie korruptsii na osnove metodov ekonomicheskoy teorii // Voprosy ekonomiki. 2007. № 1. S. 34—35.
12. Zaks V. A. Sotsiokul'turnye predposylki korruptsii // Gosudarstvo i pravo. 2001. № 4. S. 52—55.
13. Kuz'minov Ya. I. Mekhanizmy korruptsii i ikh osobnoe proyavlenie v gosudarstvennom apparate // Administrativnoe pravo: teoriya i praktika. — M. : GU VShE, 2002. S. 18—32.
14. Luneev V. V. Korruptsiya: politicheskie, ekonomicheskie, organizatsionnye i pravovye problemy. — M., 2001.
15. Lyubimov A. P. Lobbizm kak konstitutsionno-pravovoy institut. — M., 1998.
16. Makarenko V. A. Kratkiy slovar' sovremennykh ponyatiy i terminov. — M. : Respublika, 2000.
17. Naumov Yu. G. Korruptsiya i obshchestvo: teoretiko-ekonomicheskoe i prikladnoe issledovanie : monogr. — Vladimir, 2007.
18. Proyava S. M. Ekonomizatsiya korruptsii. Mekhanizm protivodeystviya : monogr. — M., 2008. S. 32—33.
19. Pchelintsev S. V. Pravovoe regulirovanie lobbistskoy deyatel'nosti: kanadskie podkhody // Voprosy gosudarstvennogo i munitsipal'nogo upravleniya. 2008. № 3.
20. Raysmen V. M. Skrytaya lozh'. Vzyatki: «krestovye pokhody» i reformy. — M., 1988. S. 124—125.
21. Rimskiy V. L. Korruptsiya vo vzaimodeystviyakh rossiyskikh grazhdan s predstavitel'yami organov vlasti // Obshchestvennye nauki i sovremennost'. 2008. № 5. S. 61.
22. Sinyukova T. N. Ponyatie i podkhody k sodержaniyu korruptsii // Vestn. Nizhegor. akad. MVD Rossii. 2015. № 1 (29). S. 333.
23. Tokarev B. B. Sotsial'no-filosofskoe osmyslenie fenomena korruptsii : dis. ... kand. filos. nauk. — M., 2011.
24. Tolkovyy slovar' Ozhegova. URL: <http://enc-dic.com/ozhegov/CHinovnik-39151/>.
25. Chashin A. N. Korruptsiya v Rossii: strategiya, taktika, i metody bor'by. — M. : Delo i Servis, 2009. S. 149—150.
26. Yakovlev A. M. Sotsiologiya ekonomicheskoy prestupnosti. — M. : Nauka, 1988.
27. Britannica.com. URL: <http://www.britannica.com/ebi/article-20399>.

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

К. В. Злоказов, А. Ю. Софронова  
Екатеринбург, Россия

### ОБРАЗЫ КОММУНИКАТОРОВ И СТРАТЕГИИ ВОЗДЕЙСТВИЯ ПРИ ПРОПАГАНДЕ ИДЕЙ ТЕРРОРИСТИЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ «ИСЛАМСКОЕ ГОСУДАРСТВО»

**АННОТАЦИЯ.** В статье рассмотрены особенности коммуникации при осуществлении пропагандистской работы с молодежью представителями террористической организации «Исламское государство» (далее — ИГ), запрещенной на территории Российской Федерации. ИГ является глобальной террористической группировкой, занимающей лидирующие позиции среди всех существующих в мире по уровню вооруженности, материальной обеспеченности и человеческим ресурсам. Важным является психологический аспект популярности ИГ, позволяющий ей расширять границы своего влияния, состоящий в привлекательности следующих факторов: доступность (базовая идея может быть сформулирована одной фразой — «Чтобы восторжествовал шариат и возвысилось знамя ислама»), гедонизм (последователям ИГ разрешается отходить от нравственных норм ислама, особенно по отношению к представителям других религий), деструктивность (готовность к разрушению и насилию), медийность. Обсуждаются результаты контент- и интен-анализа материалов бесед пропагандистской направленности с молодежью, содержащие призывы к вступлению в ряды ИГ. Анализируется образ представителя ИГ в коммуникации («старший товарищ», «ровесник», «мусульманин»), интенции коммуникатора, стратегии воздействия на собеседника. Указывается, что содержание общения направлено на представление информации реципиенту о возможности удовлетворения потребностей в материальном благополучии, безопасности и признании, расширения круга социальных отношений, любви и уважении, познании. Ведущие интенциональные направленности пропагандистов ИГ направлены на убеждение собеседника, формирование негативного отношения к представителям иной религии.

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:** «Исламское государство»; пропаганда; религиозный экстремизм; деструктивная религиозная организация.

**СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ:** Злоказов Кирилл Витальевич, кандидат психологических наук, доцент кафедры психологии, Уральский юридический институт (Екатеринбург); адрес: 620057, г. Екатеринбург, ул. Корепина, 66, к. 325; e-mail: zkrivit@yandex.ru.

**СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ:** Софронова Анастасия Юрьевна, студентка Уральского юридического института МВД России; адрес: 620057, г. Екатеринбург, ул. Корепина, 66; e-mail: psykonf2015@yandex.ru.

**Введение.** Суть политических идей, распространяемых в российских регионах, разнообразна. Встречаются не только конструктивные, представляющие уже существующие политические движения, оппозиционные по отношению к ним, но и кардинально альтернативные — предусматривающие деконструкцию существующей политической системы. К числу подобных относится идея создания транснационального религиозного государства на территории стран, чье население придерживается религии ислама. Реализация идеи осуществляется членами движения «Исламское государство» (далее ИГ), признаваемого Верховным судом России экстремистским. Деятельность членов ИГ носит выраженный террористический характер, поскольку под их контролем находятся регионы стран Сирии и Ирака, Ливии, а в ряде государств Африки, Ближнего Востока осуществляются террористические акции [Тарасов; Barret].

Идеологическая платформа ИГ представляет собой интерпретацию Корана и базируется на таких работах, как «Юриспруденция джихада» [Shaheen: 321—343] и «Управление жестокостью» [Abu Bakr 2006].

Вместе с тем, по мнению одного из религиозных деятелей, «муфтии ИГИЛ пытаются все злодеяния оправдать ссылками на Коран и Сунну, намеренно либо искажая, либо скрывая истинный смысл цитируемых отрывков» [Тарасов]. Несмотря на вооруженное, идеологическое противостояние, ИГ является крупным террористическим движением, набирающим популярность в среде лиц, придерживающихся исламского вероисповедания, а также представителей других религий.

Данная статья ориентирована на описание психологических аспектов воздействия представителей ИГ с целью распространения экстремистских идей в среде современной российской молодежи. Для этого статья содержит несколько структурных элементов: а) характеристика причин популярности ИГ; б) обсуждение результатов исследования материалов коммуникации лиц, ведущих пропагандистскую работу с молодежной аудиторией. В завершении статьи подводятся итоги.

**Характеристика причин популярности ИГ.** Обращаясь к вопросу популярности ИГ, исследователи отмечают несколько ключе-

Работа выполнена при поддержке РГНФ: грант 15-34-01293 «Деструкция и отчужденность — ведущие стратегии экстремистского дискурса».

© Злоказов К. В., Софронова А. Ю., 2015

вых ее составляющих: политических и экономических [Lister 2014]. В настоящее время ИГ является глобальной террористической группировкой, занимающей лидирующие позиции среди всех существующих в мире по уровню вооруженности, материальной обеспеченности и человеческим ресурсам [Кочои 2014: 61—72; ИГИЛ готовится к масштабной военной кампании в Африке]. Важным является психологический аспект популярности ИГ, позволяющий ей расширять границы своего влияния, с учетом ведущихся ее представителями боевых действий на территории Ирака и Сирии. Оценивая национальный состав лиц, воюющих в рядах ИГ, можно увидеть там не только выходцев из стран Ближнего Востока и Африки, но и Великобритании, Франции, Германии и других европейских стран [Dalton, Coker 2014], среди которых выходцы из России и стран СНГ образуют самостоятельные подразделения [Ушакова, Павлова, Алексеев, Латынов, Цепцов 2000]. Можно полагать, что ИГ регулярно пополняет добровольцами из европейских стран свои подразделения, обучая и вооружая их [Ларина]. Психологические основания популярности идей ИГ на территориях Ирака, Сирии и некоторых других ближневосточных стран, могут быть поняты в совокупности следующих причин, анализировавшихся нами ранее:

1. **Доступность.** Базовая идея ИГ может быть описана фразой — «Чтобы восторжествовал шариат и возвысилось знамя ислама» [О мире и распрах в элитных кругах ИГИЛ]. Несмотря на ее идеалистический характер, она обладает консолидирующим потенциалом для всех последователей, поскольку олицетворяет собой перспективу решения ряда проблем. Во-первых, смены неэффективного политического режима и избавление от воздействия США и стран Запада. Во-вторых, переход от коррумпированной системы правосудия к прозрачной и понятной системе шариатского права. В-третьих, повышение качества жизни за счет улучшения экономических условий на захваченных территориях. В-четвертых, вытеснение этикой ислама ценностей Западного мира.

2. **Гедонизм.** ИГ, в отличие от других террористических групп и движений использует иную тактику привлечения в свои ряды новых членов. В сравнении с Аль-Каидой, развивавшей идеи нравственного джихада, сосредоточенного на поддержании исламской морали, ИГ разрешает своим членам отходить от норм ислама, особенно в отношении с последователями иных религий — язычниками, неверными (куфара). В сопоставлении

образов лидеров Аль-Каиды и ИГ, очевиден контраст между аскетичностью первых и гедонистичностью вторых. Понятие джихада, включающее борьбу за распространение ислама на земле и вознаграждение за мученическую смерть, для исламистов ИГ трансформируется в прижизненное сочетание борьбы и вознаграждения за нее.

3. **Деструктивность.** Особенностью насильственных действий исламистов ИГ выступает деструктивность — то есть сосредоточенность на разрушении институтов власти, деидентификация и делегитимизация систем государственного управления. Насилие как инструмент трансформации политической карты мира — своеобразный «бренд» ИГ, популяризирующий его в сознании радикальных исламистов. Готовность к разрушению и насилию, примеры его осуществления привлекли в ИГ радикалов из восьмидесяти одной страны мира. Публичное обезглавливание, сожжение, расстрел из ручных гранатометов демонстрируют готовность террористов к преодолению любых препятствий пути к построению всемирного халифата, а образы этих казней своего рода «кодом», позволяющим боевикам опознавать друг друга в медийном пространстве. Возможность применять насилие объединяет под радикальными знаменами людей с самой различной жизненной историей — бывших офицеров армии Хуссейна, преследуемых действующей администрацией Ирака, представителей шиитских племен, притесняемых суннитско-алавитским правительством Асада, населением, вовлеченным в конфликт боевыми действиями, происходящими в их регионах, пострадавшими от бомбардировок США, Великобритании, Австралии, Канады, бывших джихадистов Аль-Каиды и других террористических течений, наемников, идеалистов из стран Запада, и просто дееспособных мужчин, уставших от войны и стремящихся завершить конфликт наиболее быстрым и простым способом. Как показано ранее, деструктивная установка влияет на мировоззрение субъекта, способствует отчуждению от общественно значимых ценностей, традиционной культуры, акцентирует сознание на применении насилия с целью изменения объекта, упрощает его восприятие [Злоказов 2014]. Насилие символизирует решимость и сплоченность боевиков ИГ достигать поставленной цели и противопоставляется неудачному применению демократических инструментов в разрешении политических и социально-экономических противоречий.

4. **Медийность.** Освещение идей и действий ИГ в социальных сетях, медиапростран-

стве, а также рекламных носителях (билбордах) на захваченных территориях. Видеофрагменты и изображения отличаются качеством монтажа, содержат в себе элементы эмоционально-нагруженного текста, качественных звуковых и визуальных эффектов [Shaimaa 2015]. Подобная методика изготовления действительно способствует привлечению внимания к видеофрагментам в социальных сетях. Исходя из содержания видеофрагментов, психологическими средствами воздействия на лиц, просматривающих их, выступает: религиозное обоснование, демонстрация возможности удовлетворения потребностей в материальном благополучии, безопасности и признании, новых ощущениях, расширении круга социальных связей и получении новых знаний.

Формируется представление об ИГ как сплоченной организации, отношения ее членов представляются как дружественные, а цели деятельности — конструктивные. В процессе вербовки для новичка образ террористической организации окутывается ореолом героизма, романтики и приключений. Нередко, в ходе пропагандистской обработки используют фактор любви, дружбы — устанавливая с вербуемым подобные отношения и манипулируя ими в дальнейшем.

Печатная продукция, как правило, изготавливается на глянцево́й бумаге, с высоким качеством. Таким образом, информация об акциях ИГ доступна для трансляции, и как следствие — быстро и широко распространяется централизованным, с помощью СМИ, и децентрализованным способом (в социальной сети Twitter последователи ИГ использовали не менее 46 тысяч аккаунтов для популяризации своих идей [Berger, Morgan 2015]).

Обобщая, отметим, что перечисленные характеристики — доступность для понимания, гедонистичность, деструктивная ориентированность, медийность — являются внешними социально-психологическими факторами, определяющими узнаваемость и постоянный приток новых членов в ряды ИГ из различных стран мира. Не является исключением и Россия. Деятельность представителей ИГ разворачивается в нескольких областях: а) религиозные организации, объединяющие верующих; б) социальные сети; в) общение в формате молодежных движений. Способы ведения пропагандистской работы различны — проведение бесед, лекций, конференций и круглых столов, распространение видео-, аудио-, текстовых материалов. Действия, проводимые представителями ИГ ориентированы на вовлечение новых участников в ячейки ИГ, создание групп для осу-

ществления террористических акций, тренировки и распространения экстремистских идей. Аудиторией выступают лица юношеского возраста и молодежь. Общение с молодежной аудиторией реализуется в определенном стиле и содержании, позволяющем представителю ИГ вести работу по распространению радикальных идей, склонять некоторых молодых людей к членству в экстремистских группировках. Анализу специфических черт общения посвящена следующая часть данной статьи.

#### **Обсуждение результатов исследования коммуникации лиц, ведущих пропагандистскую работу с молодежной аудиторией.**

Цель исследования — определение особенностей коммуникации характерных для лиц, ведущих пропагандистскую работу, реализовывалась методом *контент и интент-анализа* видео- аудио записей, на которых запечатлены фрагменты бесед с молодежью. Анализировались: образ представителя ИГ в коммуникации (*далее* — коммуникатора); ведущие интенции, раскрывающие стратегии воздействия на собеседника (*далее* — реципиента).

Контент-анализ проводился путем выделения семантических характеристик образа коммуникатора. Нами были выделены следующие категории: характеристики самопрезентации, стиля коммуникации. К характеристикам самопрезентации относились показатели, характеризующие образ представителя ИГ, действия совершаемые им, референтные фигуры.

1. Я-образ — описание себя в общении с реципиентом, самопрезентация;
2. Я-действие — описание действий, характерных для коммуникатора по запросу реципиента.
3. Референтные фигуры — персоны, чье мнение неоспоримо для коммуникатора. Референтные фигуры выступают как элементы нарратива в общении.
4. Мы-образ — персоны, определяемые коммуникатором как связанные с ним, соответствующие его характеристикам;
5. Они-образ — персоны, определяемые как несвязанные с ним, несовпадающие с его характеристиками.

Интент-анализ реализовывался в сочетании с контент-анализом, был направлен на определение побуждений коммуникатора на различных этапах коммуникации и различных коммуникативных контекстах [Гребенщикова 2012]. Для оценки интенций коммуникатора использовались следующие ведущие интенциональные направленности (ВИН) [Зачесова, Гребенщикова 2007]:

ВИН1 — побудить к обсуждению (интенции: запросить информацию, поинтересоваться, поболтать, сообщить, вернуться к теме, поделиться и др.);

ВИН2 — побудить к действию (интенции: указать, запросить информацию, советовать, выразить заботу, обосновать свою позицию и др.);

ВИН3 — поддержать обсуждение (интенции: поболтать, пояснить свое мнение, информировать, выразить мнение, уточнить позицию партнера, пошутить и др.);

ВИН4 — поддержать отношения с партнером (интенции: поболтать, поинтересоваться, сообщить, пожаловаться, пояснить свое мнение, выразить мнение/отношение, поделиться и др.);

ВИН5 — выступить против партнера (интенции: упрекнуть/выразить недовольство, возразить/критиковать позицию партнера, пояснить свою позицию, осуществить самопрезентацию, выразить издевку и др.);

ВИН6 — изменить мнение/представление партнера (интенции: возразить/критиковать позицию партнера; обосновать/аргументировать свою позицию, информировать, оправдаться, выразить мнение и др.);

ВИН7 — уклониться от обсуждения, предписания, навязываемого мнения (интенции: пояснить свою позицию, обозначить

ответ/участие в коммуникации, сменить тему, сообщить/информировать, уточнить позицию собеседника, оправдаться и др).

Материалы исследования составили 12 видео- и аудио-записей, продолжительностью от 12 секунд до 2,5 часов, общим объемом 4 часа, а также фото-копии переписки в интернет-мессенджерах, общим объемом 120 тыс. знаков.

Методика осуществлялась в несколько этапов. На предтекстовом этапе проводится первоначальный просмотр фотоматериалов, прослушивание аудиофайлов, членение их на фрагменты и работа с ними. Основным содержанием текстового этапа являлся просмотр и прослушивание видеозаписей, анализ содержания коммуникации и выявления интенций. На статистическом этапе речевые и поведенческие реакции собеседников обобщались методами математической статистики в программах Wordstat, Statistica 6.0. На интерпретационном этапе полученные характеристики анализировались и сопоставлялись друг с другом.

Результаты исследования. Количественный анализ материалов исследования позволяет сформулировать два образа коммуникатора, формируемые в общении. Условно они названы нами «Старший товарищ» и «Ровесник».

**Таблица.**

Параметры самопрезентации, стиля коммуникации и ведущих интенций представителей ИГ в общении с молодежью

№ п/п	Параметры	«Старший товарищ»	«Ровесник»
Показатели самопрезентации и их частотные характеристики в общении			
1.1.	1) Я-образ	Я-мусульманин (35% описаний), Я-ученый (24% описаний), Я- авторитет (18% описаний)	Я-брат (57% описаний), Я-мусульманин (32% описаний), Я-на пути аллаха (9% описаний)
1.2.	2) Я-действие	говорю мнение ученых (32%), говорю слова пророка (48 %)	готовый к хиджре (12%), гуляю (16%), жду встречи с братом (29%), еду (4%); решаю проблемы (23%)
1.4.	3) Референтные персоны	ученые Саудовской Аравии (47%), знания (35%), мой опыт (17%)	старшие братья (58%), братья (34%), ученые (12%)
1.5.	4) Мы-образ	мусульмане (34%), правоверные (32%)	братья (67%), мусульмане (24%), шахиды (12%)
1.6.	5) Они-образ	неверные (47%), немусульмане (36%),	неверные (37%), они (32%), кафиры (12%),
2. Стиль коммуникации: иерархия и инициатива			
2.1.	Иерархия в общении	Ориентация на властные отношения, подчеркивание иерархии; преобладание предписаний, указаний на совершение действий	Ориентация на равенство, близость, братство, преобладание предписаний, указаний на совершение действий
2.2.	Коммуникативная инициатива	поддержание и развитие общения (30%), введение новых тем (70%), проявление инициативе в создании и раскрытии темы (75%), оценивание высказываний реципиента (80%)	поддержание и развитие общения (30%); оценивание высказываний реципиента (75%)

№ п/п	Параметры	«Старший товарищ»	«Ровесник»
3. Ведущие интенции, их частота и стратегии реализации			
3.1.	Ведущие интенциональные направленности (определялись путем частотного анализа по признакам)	1) Изменить мнение/представление партнера (39%): (интенции: возразить/критиковать позицию партнера; обосновать/аргументировать свою позицию, информировать, выразить мнение)	1) побудить к обсуждению (24%) (интенции: запросить информацию, поинтересоваться, поболтать, сообщить, вернуться к теме, поделиться и др.);
		2) побудить к действию (23%) (интенции: советовать, определять сроки, последовательность, обозначать действия и др.);	2) побудить к действию (22%) (интенции: советовать, определять сроки, последовательность, обозначать действия и др.);
		3) уклониться от обсуждения, предписания, навязываемого мнения (18%) (интенции: пояснить свою позицию, обозначить ответ/участие в коммуникации, сменить тему, сообщить/информировать, уточнить позицию собеседника)	3) поддержать обсуждение (21%) (интенции: поболтать, пояснить свое мнение, информировать, выразить мнение, уточнить позицию партнера и др.);
		4) поддержать отношения с партнером (16%) (интенции: поболтать, поинтересоваться, сообщить, пожаловаться, пояснить свое мнение, выразить мнение/отношение, поделиться и др.)	4) поддержать отношения с партнером (18%) (интенции: поболтать, поинтересоваться, сообщить, пожаловаться, пояснить свое мнение, выразить мнение/отношение, поделиться и др.);
		5) изменить мнение/представление партнера (12%) (интенции: обосновать/аргументировать свою позицию, информировать, оправдаться, выразить мнение и др.)	5) изменить мнение/представление партнера (12%) (интенции: обосновать/аргументировать свою позицию, информировать, оправдаться, выразить мнение и др.)

Результаты контент- и интент- анализа позволяют выявить общие черты самопрезентации коммуникатора и ведущих интенциональных направленностей.

В части самопрезентации общими для образов «Старшего товарища» и «Ровесника» являются:

- включение религиозных номинаций в «Я-образ (мусульманин);
- поляризация характеристик «Мы-» и «Они-» образов в коммуникации, негативная нагрузка по религиозному признаку;
- внесение категории «ученые» в перечне референтных персон.

В части коммуникации, общими для образов «Старшего товарища» и «Ровесника» выступает оценивание высказываний партнеров по общению. Стиль коммуникации имеет признаки манипуляции, заключающиеся в захвате коммуникативной инициативы и доминирования в общении.

Общими для коммуникаторов в образах «Старшего товарища» и «Ровесника» являются интенции «Изменить мнение/представление партнера», «Побудить к действию», «Поддержать отношения с партнером». Воздействие на реципиента осуществляется путем побуждения к действию, ориентации на изменение мнение. Отметим, что намерения изменить представления партнера реализуются как в вербальной форме, так и с помощью соответствующей тематики ви-

деофрагментов, текстовых материалов религиозного содержания.

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ.** Распространение экстремистских, радикальных идей на территории Российской Федерации в активно осуществляется членами ячеек ИГ. Данная деятельность реализуется путем пропагандистской работы — чтения проповедей, лекций, проведения бесед, а также распространения информационных материалов — видео-, аудио-, текстовых материалов, содержащих изложение идей ИГ. Контент- и интент-анализ видео и аудио записей общения позволил описать некоторые особенности самопрезентации, стиля коммуникации и ведущих интенций представителей ИГ.

При общении с молодежью коммуникаторы выстраивают собственный образ в качестве «Старшего товарища», «Ровесника», представляя себя как «мусульманина». Вместе с этим, определяя представителей других религий как «неверных» и противопоставляя их «правоверным». Стиль коммуникации — манипулятивный, реализуется путем захвата инициативы и доминирования в общении. В процессе общения коммуникатор ориентируется на поддержание и развитие общения, оценивание высказываний реципиента. Интенции коммуникатора, вне зависимости от роли, ориентированы на оказание воздействия на реципиента путем изменения мнения реципиента, побуждения его к действию.

ЛИТЕРАТУРА

1. Гребенщикова Т. А. Интенциональная организация семейного дискурса : автореф. дис. ... канд. психол. наук : 19.00.01. / Ин-т психол. РАН. — М., 2012.
2. Зачесова И. А., Гребенщикова Т. А. Взаимоотношения собеседников в диалоге // Ситуационная и личностная детерминация дискурса / под ред. Н. Д. Павловой, И. А. Зачесовой. — М. : Ин-т психологии РАН, 2007. С. 162—184.
3. Злоказов К. В. Восприятие экстремистского текста субъектами с различным уровнем деструктивной установки // Политическая лингвистика. 2014. № 1. С. 265—272.
4. ИГИЛ готовится к масштабной военной кампании в Африке. URL: <http://riafan.ru/242021-igil-gotovitsya-k-masshtabnoy-voennoy-kampanii-v-afrike>. (дата обращения: 01.06.2015).
5. Кочои С. М. «Исламское государство»: от терроризма к геноциду // Журнал российского права. 2014. № 12 (216). С. 61—72.
6. Ларина Е. Анатомия ИГИЛ. URL: <http://www.regnum.ru/news/polit/1879554.html> (дата обращения: 01.06.2015).
7. О мире и расприх в элитных кругах ИГИЛ. URL: <http://islamreview.ru/v-mire/o-rasprah-v-elitnyh-krugah-igil> (Дата обращения 01.06.2015).
8. Тарасов С. ИГИЛ как вершина распада Ближнего Востока. URL: <http://www.regnum.ru/news/polit/1925702.html> (дата обращения: 01.06.2015).
9. Угроза ИГИЛ нависла над Центральной Азией. URL: <http://islamreview.ru/politics/ugroza-igil-navislana-centralnoj-aziej/> (дата обращения: 01.06.2015).
10. Ушакова Т. Н., Павлова Н. Д., Алексеев К. И., Латынов В. В., Цепцов В. А. Слово в действии. Интен-анализ политического дискурса. — СПб. : Алетейя, 2000.
11. Умар-аш-Шишани. URL: <http://www.kavkazuzel.ru/articles/249731> (дата обращения: 01.06.2015).
12. Abu Bakr Naji (2006). The Management of Savagery: The Most Critical Stage Through Which the Umma Will Pass. URL: <https://azelin.files.wordpress.com/2010/08/abu-bakr-naji-the-management-of-savagery-the-most-critical-stage-through-which-the-umma-will-pass.pdf>. (date of access: 01.06.2015).
13. Barrett R. Foreign Fighters in Syria. URL: <http://soufangroup.com/wp-content/uploads/2014/06/TSG-Foreign-Fighters-in-Syria.pdf> (date of access: 01.06.2015).
14. Dalton M., Coker M. (2014). How Belgium became a jihadist-recruiting hub // The Wall Street Journal. URL: <http://online.wsj.com/articles/how-belgium-became-a-jihadist-recruiting-hub-1411958283> (date of access: 01.06.2015).
15. Berger J. M., Morgan J. (2015). The ISIS Twitter Census Defining and describing the population of ISIS supporters on Twitter. URL: [http://www.brookings.edu/~media/research/files/papers/2015/03/isis-twitter-census-berger-morgan/isis\\_twitter\\_census\\_berger\\_morgan.pdf](http://www.brookings.edu/~media/research/files/papers/2015/03/isis-twitter-census-berger-morgan/isis_twitter_census_berger_morgan.pdf) (date of access: 01.06.2015).
16. Lister C. (2014). Profiling the Islamic State // Brookings Doha Center. URL: [www.brookings.edu/~media/Research/Files/Reports/2014/11/profiling%20Islamic%20state%20lister/en\\_web\\_lister.pdf](http://www.brookings.edu/~media/Research/Files/Reports/2014/11/profiling%20Islamic%20state%20lister/en_web_lister.pdf) (date of access: 01.06.2015).
17. Shaheen Sardar Ali. The concept of jihad // Islamic international law Journal of Conflict & Security Law. 2005. Vol. 10, No. 3. P. 321—343.
18. Shaimaa El Naggar (2015). ISIS Propaganda and How to Counter It. URL: <http://theislamicmonthly.com/isis-propaganda-and-how-to-counter-it> (date of access: 01.06.2015).

**K. V. Zlokazov, A. Y. Sofronova**  
Ekaterinburg, Russia

**COMMUNICATORS' IMAGES AND INFLUENCE STRATEGIES  
IN PROPAGATING THE IDEAS OF THE TERRORIST ORGANIZATION "ISLAMIC STATE"**

**ABSTRACT.** *The article deals with the peculiarities of communication of representatives of the terrorist organization "Islamic State" (hereinafter: IS), which is banned on the territory of Russia, while propagating their ideas among young people. IS is a global terrorist group with the leading position among all similar groups in the level of armament, technical equipment and human resources. . The psychological aspect of IS popularity is very important, because it enables it to widen the scope of its influence. This may be explained by attractiveness of the following factors: simplicity (the basic ideas may be formulated in one phrase – "For the triumph of sharia and the banner of Islam"), hedonism (IS followers are allowed to get away from Islamic moral norms, especially in relation to representatives of other religions), destructive nature (being ready to destruction and violence) and mass media. The article discusses the results of content- and intent-analyses of materials of propaganda talks with young people, which call to join the IS. It also analyzes the image of an IS representative in communication ("elder comrade", "age-mate" and "muslim"), communicator's intentions and strategies of influence upon the listener. It is noted in the article that the content of communication usually presents to the recipient the information about the possibility to reach material success, security, recognition, widening social relations, love, respect and wisdom. The leading intentional directions of the IS propaganda are aimed at convincing the interlocutor and at formation of the negative attitude to representatives of other religions.*

**KEYWORDS:** "Islamic State"; propagating; religious extremism; destructive religious organization.

**ABOUT THE AUTHOR:** Zlokazov Kiril Vitalievich, Candidate of Psychology, Associate Professor of Department of Psychology, Ural Law Institute of the Ministry of Internal Affairs of Russia, Ekaterinburg, Russia.

**ABOUT THE AUTHOR:** Sofronova Anastasia Yurievna, Student, Ural Law Institute of the Ministry of Internal Affairs of Russia, Ekaterinburg, Russia.

## LITERATURE

1. Grebenshchikova T. A. Intentsional'naya organizatsiya semeynogo diskursa : avtoref. dis. ... kand. psikhol. nauk : 19.00.01. / In-t psikhol. RAN. — M., 2012.
2. Zachesova I. A., Grebenshchikova T. A. Vzaimootnosheniya sobesednikov v dialoge // Situatsionnaya i lichnostnaya determinatsiya diskursa / pod red. N. D. Pavlovoy, I. A. Zachesovoy. — M. : In-t psikhologii RAN, 2007. S. 162—184.
3. Zlokazov K. V. Vospriyatие ekstremistskogo teksta sub"ektami s razlichnym urovnem destruktivnoy ustanovki // Politicheskaya lingvistika. 2014. № 1. S. 265—272.
4. IGIL gotovitsya k masshtabnoy voennoy kampanii v Afrike. URL: <http://riafan.ru/242021-igil-gotovitsya-k-masshtabnoy-voennoy-kampanii-v-afrike>. (data obrashcheniya: 01.06.2015).
5. Kochoi S. M. «Islamskoe gosudarstvo»: ot terrorizma k genotsidu // Zhurnal rossiyskogo prava. 2014. № 12 (216). S. 61—72.
6. Larina E. Anatomiya IGIL. URL: <http://www.regnum.ru/news/polit/1879554.html> (data obrashcheniya: 01.06.2015).
7. mire i raspryah v elitnykh krugakh IGIL. URL: <http://islamreview.ru/v-mire/o-rasprah-v-elitnyh-krugakh-igil> (Data obrashcheniya 01.06.2015).
8. Tarasov S. IGIL kak vershina raspada Blizhnego Vostoka. URL: <http://www.regnum.ru/news/polit/1925702.html> (data obrashcheniya: 01.06.2015).
9. Ugroza IGIL navisla nad Tsentral'noy Aziey. URL: <http://islamreview.ru/politics/ugroza-igil-navisla-nad-centralnoj-aziej/> (data obrashcheniya: 01.06.2015).
10. Ushakova T. N., Pavlova N. D., Alekseev K. I., Latynov V. V., Tseptsov V. A. Slovo v deystvii. Intentanaliz politicheskogo diskursa. — SPb. : Aleteyya, 2000.
11. Umar-ash-Shishani. URL: <http://www.kavkaz-uzel.ru/articles/249731> (data obrashcheniya: 01.06.2015).
12. Abu Bakr Naji (2006). The Management of Savagery: The Most Critical Stage Through Which the Umma Will Pass. URL: <https://azelin.files.wordpress.com/2010/08/abu-bakr-naji-the-management-of-savagery-the-most-critical-stage-through-which-the-umma-will-pass.pdf>. (date of access: 01.06.2015).
13. Barrett R. Foreign Fighters in Syria. URL: <http://soufangroup.com/wp-content/uploads/2014/06/TSG-Foreign-Fighters-in-Syria.pdf> (date of access: 01.06.2015).
14. Dalton M., Coker M. (2014). How Belgium became a jihadist-recruiting hub // The Wall Street Journal. URL: <http://online.wsj.com/articles/how-belgium-became-a-jihadist-recruiting-hub-1411958283> (date of access: 01.06.2015).
15. Berger J. M., Morgan J. (2015). The ISIS Twitter Census Defining and describing the population of ISIS supporters on Twitter. URL: [http://www.brookings.edu/~media/research/files/papers/2015/03/isis-twitter-census-berger-morgan/isis\\_twitter\\_census\\_berger\\_morgan.pdf](http://www.brookings.edu/~media/research/files/papers/2015/03/isis-twitter-census-berger-morgan/isis_twitter_census_berger_morgan.pdf) (date of access: 01.06.2015).
16. Lister C. (2014). Profiling the Islamic State // Brookings Doha Center. URL: [www.brookings.edu/~media/Research/Files/Reports/2014/11/profiling%20islamic%20state%20lister/en\\_web\\_lister.pdf](http://www.brookings.edu/~media/Research/Files/Reports/2014/11/profiling%20islamic%20state%20lister/en_web_lister.pdf) (date of access: 01.06.2015).
17. Shaheen Sardar Ali. The concept of jihad // Islamic international law Journal of Conflict & Security Law. 2005. Vol. 10, No. 3. P. 321—343.
18. Shaimaa El Naggari (2015). ISIS Propaganda and How to Counter It. URL: <http://theislamicmonthly.com/isis-propaganda-and-how-to-counter-it> (date of access: 01.06.2015).

**Статью рекомендует к публикации канд. филол. наук, доц. М. Б. Ворошилова.**

## РАЗДЕЛ 5. ИЗ ИСТОРИИ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ЛИНГВИСТИКИ

УДК 811.161.1:1  
ББК Ш141.12в+Ю228.1

ГСНТИ 16.21.27; 16.01.09

Код ВАК 10.02.19

### П. Серио

Лозанна, Швейцария

Перевод с фр. Е. В. Ерофеевой

### ВОЛОШИНОВ, ФИЛОСОФИЯ ЯЗЫКА И МАРКСИЗМ

**АННОТАЦИЯ.** Опубликованная впервые в Ленинграде в 1929 году книга В. Волошинова (1895—1936) «Марксизм и философия языка» (далее: МФЯ) была воспринята в меру критично, затем в угоду изменениям официально-го курса политической идеологии подвергалась регулярным нападкам и в конечном итоге очень быстро оказалась забытой. Из долгого забвения ее воскресит Р. Якобсон в Соединенных Штатах Америки в 1973 году, когда публикует перевод МФЯ на английском языке. Французский перевод появится в 1977 году, под фамилией М. Бахтина, с указанием (в скобках) имени В. Волошинова. С тех пор эта книга окружена ореолом тайны, за которую в некоторой степени несет ответственность ее название. Новый французский перевод этой книги вышел в 2010 году в издательстве Ламбер-Люка г. Лимож под руководством П. Серио [Volosinov 2010]. В предисловии автор размышляет, почему французская интеллигенция, как левого, так и правого толка, легкомысленно поверила в легенду о том, что якобы Бахтин является «настоящим автором» этой книги.

Вопрос о том, является ли МФЯ в действительности «марксистской книгой», вызвал весьма противоречивые ответы. Это можно объяснить силой книги или силой предубеждений ее читателей. Следует, однако, напомнить, что этот вопрос поднимался только философами и литературоведами — «бахтинистами». Действительно, ни исторические трактаты по марксизму, ни исторические труды по философии языка, будь то в России либо на Западе, не упоминают о существовании этого произведения.

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:** философия языка; марксизм; бахтиноведение; социолингвистика; антипозитивизм; психолингвистика; межличностное взаимодействие.

**СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ:** Серио Патрик, PhD, профессор, Университет Лозанны; адрес: Швейцария, Лозанна, Université de Lausanne, CH-1015 Lausanne, Suisse; e-mail: info.sase@unil.ch.

**СВЕДЕНИЯ О ПЕРЕВОДЧИКЕ:** Ерофеева Елена Владимировна, кандидат филологических наук, доцент, зав. кафедрой романских языков, Институт иностранных языков, Уральский государственный педагогический университет, Екатеринбург; доцент кафедры иностранных языков, Уральский государственный экономический университет, Екатеринбург; адрес: 620017, г. Екатеринбург, пр-т Космонавтов, 26; e-mail: e.v.erofeeva@yandex.ru.

### 1. МАРКСИЗМ ВОСТОЧНЫЙ И МАРКСИЗМ ЗАПАДНЫЙ

Среди многочисленных парадоксов, созданных МФЯ, нужно отметить, что эта книга с марксистским названием снова появилась именно на «буржуазном» Западе и появилась благодаря усилиям Р. Якобсона, эмигранта, который никогда не занимался марксизмом<sup>[1]</sup>, в то время как в СССР с начала 1930-х гг. указанное произведение находилось в тотальном забвении.

МФЯ часто прочитывалась во Франции через восприятие Бахтина как марксиста, бунтаря и революционера. Тем не менее возврат к контексту той эпохи позволил бы проявить гибкость в отношении некоторых поспешных утверждений. Если бы книга В. Волошинова называлась «Социология и философия языка», она, вероятно, не имела бы такого успеха на Западе в 70-е годы. И если бы другие тексты, кроме МФЯ (например, статьи Р. Шор), были в то время переведены, то рассуждения по поводу отноше-

ний между марксизмом и философией языка могли бы принять иной характер.

Однако положительное восприятие было обеспечено заранее. Почему? Наша гипотеза, безусловно требующая уточнения, состоит в следующем: французский перевод МФЯ появился в ту самую пору во Франции, в 1977 г., когда произошел разрыв Союза левых сил, в момент глубокого сомнения. Этот текст был для марксистской интеллигенции спасательным кругом, надеждой, что можно было еще чего-то ждать от марксизма, исходящего из Советского Союза. В этом видели: приток живой мысли [Houdebine 1977: 161]; новый эпистемологический разлом [Gardin 1978: 88]; восприятие языковых фактов как фактов социально-политических [Там же: 100]; Скажем прямо, что сейчас нужно будет отталкиваться от Волошинова [Там же].

Одним словом, французское прочтение МФЯ до сегодняшнего дня — это скорее «левое» прочтение, для которого марксист-

Оригинальная статья была опубликована в журнале «Langages» (Париж, № 182, июнь 2011 г.) в рубрике «Теории языка и политика лингвистов».

© Серио П., 2011

© Ерофеева Е. В., перевод на русский язык, 2015

ская направленность не вызывает никакого сомнения: *Книга марксистская от начала до конца* [Yaguello 1977: 11]; *В произведении Волошинова четко проступают черты марксистской философии языка* [Lecerclé 2004: 102].

Взамен этому направлению М. Aусоутурьер (2007) усматривает в *МФЯ* «идеологическую оболочку», упоминая *невозможность* (для Бахтина. — П. С.) *впредь публиковать в Советском Союзе тексты подобного рода, не придавая им марксистскую окраску, противоречащую его убеждениям. А его молодые друзья, обращенные к официальной идеологии, готовы нести за это ответственность* [Auscouturier 2007: 148—149].

Точно так же в США К. Кларк и М. Холквист (Clark, Holquist 1984: 155) утверждают, что «марксистские» пассажи являются всего лишь простыми вставками, предназначенными для обмана цензуры. При этом они не объясняют, почему книга М. Бахтина о Достоевском, которая не имеет никакой «идеологической оболочки», вышла под его собственным именем, даже во время его тюремного заключения.

Небезынтересно исследовать русскую постсоветскую реакцию на это произведение. Перед нами предстает совсем другой мир, в котором *МФЯ* либо оказывается вновь отброшенным в небытие в силу своего марксизма (это «тоталитарный» текст), либо, наоборот, превозносится в качестве глубоко антимарксистского текста или текста, лучше всего изображающего «карнавальную» марксизм в произведении, написанном «под маской» другого автора и другого стиля. В обоих случаях русские авторы критикуют и отвергают именно марксизм как таковой. Этот русский резко выраженный антикоммунистический подход к текстам, приписываемым М. Бахтину, малоизвестен во франкоговорящем мире и заслуживает глубокого изучения.

*Эта идея* (что не существует мысли без лингвистических знаков. — П. С.) *вполне тоталитарная* [Эткинд 1993: 399]; *Эта книга является моделью тоталитарной идеологии* [Шапир 2008: 234]; *...весь текст МФЯ — это карнавальная замена официального языка, при которой ему удастся сказать то, что сам этот „язык“, то есть марксизм как концепция мироздания, никогда не говорил, и не сможет никогда сказать, не перестав быть тем, что составляет так называемую „душу“ марксизма..* [Махлин 1998: 485]; *Весь пафос и напыщенность МФЯ — это как раз борьба против тоталитаризма языка (главным образом марксизма); языка, который через свой абстрактный объективизм способен*

*полностью разрушать людей; МФЯ — это карнавальная борьба против марксизма* [Пешков 1998: 567].

Мы встречаемся, таким образом, с русским восприятием этого труда в большинстве своем если не «правым», то, по крайней мере, фундаментально антимарксистским. На этом этапе оно все еще является делом философов и литераторов, а не лингвистов.

По свидетельствам преподавателей ИЛЯЗВа<sup>[2]</sup>, а также его первой жены известно, что к 1925 г. В. Волошинов забросил свое увлечение оккультными науками и с энтузиазмом погрузился в изучение марксизма, гораздо глубже, чем все остальные из окружения М. Бахтина. Но он представляет своеобразное прочтение марксизма в его отношении к языку.

Трудно вообразить более неподходящий исторический момент для публикации *МФЯ*: 1929 год — год «великого перелома», время, когда научная речь становится объектом идеологического контроля партии. До этого периода в Советском Союзе существовали весьма разнообразные способы «быть марксистом», часто противоречащие друг другу. Всякая новая идея, всякое оригинальное и разрушающее традиции исследование провозглашалось «марксистским». Если конкретнее, то так как для различных идеалистических течений в Германии наукой, с которой приходилось бороться, был позитивизм (в виде младограмматической школы в языкознании или историко-культурной в литературе), привлекательной и заслуживающей доверия альтернативой становился марксизм.

В. Волошинов не дает никакого определения ни марксизму, ни философии языка. Его цель заключается в том, чтобы «наметить *основное направление* подлинно марксистского мышления о языке» [*МФЯ*: 9]<sup>[3]</sup>. Но он ни разу ясно не формулирует одно из своих принципиальных положений: почему философия языка настолько «важна» для марксизма? Какое отношение имеет марксизм к чужой речи в языке художественной литературы? «Марксизм» представляется ему очевидным фактом, что в 1929 г. еще не соответствовало действительности. Единственное определение, которое он дает марксизму — это то, что речь идет о «философии идеологического знака» [*МФЯ*: 20]. В другом месте он определяет его как «миросозерцание» [*МФЯ*: 11], как «науку идеологического творчества» [*МФЯ*: 13] и «социологический метод» [*МФЯ*: 20].

Стоит отличать, как это делает А. Дмитриев, «марксизм академический», или «марксизм неортодоксальный», от «мар-

ксизма официального». А. Дмитриев определяет «академический марксизм» не как «социально-политическую идеологию», а как «особый метод» анализа социальных фактов [Дмитриев 2007: 10]. Речь идет о мета-теории в гуманитарных и общественных науках, а не о политической практике. Только в этом смысле, и ни в каком другом, *МФЯ* является «марксистским» произведением, которое применяет «социологический» метод к литературным явлениям и «социальным» фактам. Во время учебы в ИЛЯЗВ В. Волошинов являлся слушателем семинаров секции «социологической поэтики», возглавляемой П. Медведевым.

Отметим, что В. Волошинов никогда не был членом никакой из партий. В отличие от многих своих соотечественников, таких как С. Карцевский или Е. Поливанов, он никогда не участвовал ни в революционной, ни даже в пропагандистской деятельности. В отличие от П. Медведева и М. Бахтина, он, по всей видимости, никогда не имел политических неприятностей, не был арестован и умер естественной смертью.

Он никогда не упоминает имя К. Маркса. Слова «политика» и «революция» крайне редко встречаются в его работах. Он не говорит ни о власти, ни о прибыли, ни даже о символическом насилии. Слова «практика» или «труд» у него отсутствуют полностью. В. Волошинов не описывает советское коммунистическое общество и ни разу не упоминает о разнице между капитализмом и коммунизмом.

Социология языка для В. Волошинова не является социолингвистикой. В его книге не встречается гетероглоссия: он абсолютно не обращает внимания на разнообразие «стандартов» языка, не интересуется языком пролетариев, рабочих, моряков, солдат или крестьян, в отличие от Л. Якубинского, с которым, казалось бы, имел схожие взгляды. Он не выступает за опровержение принятой нормы, потому что не признает самой нормы: у него все является *особенным узусом*. Но вместе с тем он глубоко презирует лингвистические эксперименты поэтов-футуристов [Волошинов 1930б]. Его вкусы остаются полностью классическими.

В. Волошинов не «принимает официальной идеологии» [Aucouturier 2007: 149]. Его марксизм настолько необычен, что принесет автору лишь сдержанные или враждебные рецензии, а его имя вскоре исчезнет из общественной жизни.

Вслед за В. Алпатовым [Алпатов 2000: 181—184] можно утверждать, что в *МФЯ* нет ничего антимарксистского и ничего сугубо марксистского. Во второй части марксизм

упоминается только в названии; в третьей части он не появляется вовсе. Лишь в первой части представлено обсуждение марксизма с той позиции, что «идеологический» знак становится «ареною классово-борьбы» [*МФЯ*: 27]. Но в то же время этот знак «нейтрален» [*МФЯ*: 18]. Именно эта особенность марксизма В. Волошинова стоила ему наибольшего количества нападок со стороны его современников с того самого момента, когда требование марксистской ортодоксальности стало вопросом жизни или смерти: «В дальнейшем развитии языка ни в какой мере не снимается ни его изначальная идеологическая надстроечная ценность, ни его диалектическая связь с другими надстройками (можно ли, в самом деле, всерьез полагать, как это делает В. Волошинов, что „знаковая сущность“ языка „нейтральна“ по отношению к содержанию отдельных идеологий, что, таким образом, язык художественного произведения, политической речи и т. п. в его классовой и жанровой специфичности „нейтрален“ по отношению к „знаковой сущности“ соответствующих идеологий?)» [Пальмбах 1931: 25].

«Марксистские» положения В. Волошинова по поводу языка можно резюмировать следующим образом: 1) язык носит значащий характер; 2) язык — это явление общественное; 3) позитивизм — это «преклонение перед фактом» [*МФЯ*: 10], а идеалистический психологизм объясняет все идеологические явления субъективным сознанием, и эти два подхода одинаково неприемлемы. Эти три положения В. Волошинова, которые ни в чем не противоречат идеям Ф. де Соссюра (не считая отсутствия разделения между языком и речью), не имеют ничего специфически марксистского. В 1920-х гг. они становятся частью общего багажа любой лингвистической теории, которая опровергла натуралистический догмат фонетических «законов» без исключений. Размышления В. Волошинова по поводу языка далеки от того, чтобы быть подлинным предвосхищением «марксистской» лингвистики, они прекрасно вписываются в проблематику, свойственную его времени, а именно антипозитивистскую реакцию, которая начиная с конца XIX в. гораздо более определенно проявлялась в Германии и в России, нежели во Франции.

## 2. СИНТЕЗ

Как и большинство русских авторов начала XX в., склонных к антипозитивизму, В. Волошинов и его коллеги пытаются создать теорию широкого синтеза, заключающегося в объединении внешне несовмести-

мых и противоречивых понятий, передаче, переформулировке и адаптации одной теории в терминах другой. Это поколение, готовое полностью перестроить основы всякого знания, пыталось объединить ницшеанство, православие с социальным экстремизмом или фрейдистский психоанализ, марксизм, оккультизм с теорией условных рефлексов ради системы ценностей, где идеализируется *связь* и не приветствуется *разделение*. В этой мысли, что все в мире взаимосвязано, заключается как основная идея трудов Н. Бухарина<sup>[4]</sup>, так и большая романтическая мечта, точно так же, как, в зависимости от того, являетесь вы энтузиастом или скептиком, вы можете рассматривать эти попытки синтеза как диалектическое преодоление или же разнородную мешанину идей.

«Диалектический синтез», предпринимаемый В. Волошиновым, сводится к следующему: 1) выборке у изучаемых авторов подходящих ему тем и идей (К. Фосслер мигнус индивидуализм); 2) передаче теоретической базы при помощи другой терминологии (К. Фосслер социологизирован, и даже В. фон Гумбольдт приобщен к марксизму). Но здесь сложно рассуждать о «диалектике» в том смысле, что от Ф. де Соссюра он не заимствует *ничего*: идет полное неприятие<sup>[5]</sup>. Синтез, на который нацелен В. Волошинов, делается скорее на основе трудов К. Фосслера и Н. Бухарина и происходит в бесконечном поиске *связи* между историей языка и историей идеологий. Таким образом, В. Волошинов продвигается по двум фронтам одновременно: против позитивизма изолированного факта и против вульгарного материализма и «вульгарного социологизма», т. е. идеи, что литература может «отражать непосредственно» такие внелитературные факторы, как идеологии, социально-экономические условия, классовую ситуацию (ср. критика объяснения «лишнего человека» в русской литературе XIX в. только классовой ситуацией [МФЯ: 21]).

### 3. ОГРОМНОЕ НЕДОРАЗУМЕНИЕ. ИДЕОЛОГИЯ КАК СЕМИОТИКА

Одно из основных положений В. Волошинова, которое он упорно защищает, заключается в том, что *не бывает ни содержания без формы, ни формы без содержания*: «Нет переживания вне знакового воплощения. С самого начала, следовательно, не может быть и речи о принципиальном качественном отличии внутреннего и внешнего» [МФЯ: 86]

Так, например, обращаясь к работе Л. Шпитцера по поводу выражения голода итальянскими военнопленными в Австрии во

время Первой мировой войны, В. Волошинов утверждает, что такое физическое чувство как голод, не может существовать вне своего вербального *выражения* [МФЯ, ч. 2, гл.3]. И это справедливо для любой *мысли*.

Данный тезис В. Волошинова часто рассматривался как доказательство его «материалистической» позиции<sup>[6]</sup>. Тем не менее отметим, что отрицание всякого разделения между формой и содержанием, языком и мыслью, именами и вещами в ту пору в России также являлось делом убежденных идеалистов. Так, например, в 1929 г. платоник-идеалист А. Лосев пишет (в книге, которая будет опубликована только в 1953 г., в Париже): «Отрыв имен от вещей есть печальный продукт той ужасающей тьмы и духовной пустоты, которой отличается буржуазная Европа, создавшая один из самых абстрактных и бездушных типов культуры вообще» [Лосев 1929].

Постоянно встречающееся в МФЯ слово «идеология» в 70-е гг. во Франции создавало у читателей В. Волошинова то, что тогда называлось «эффектом узнавания»<sup>[7]</sup>: марксистская интеллигенция находила в нем тему альтюссеровского<sup>[8]</sup> «ложного сознания»<sup>[9]</sup>, понятия негативного, которому следовало жестко сопротивляться. Идеология по определению была идеологией господствующего класса, и в качестве основной своей функции подразумевала сокрытие реальной ситуации отчуждения эксплуатируемого класса. Любопытно, что никто не задумался над тем, могло ли слово *идеология* у В. Волошинова, которое иначе как «идеология» не переводится, иметь другой смысл, а не тот, который был принят в то время.

Идеология как ложное сознание сохраняла свои позиции лишь благодаря скрытому либо молчаливому признанию существования бессознательного. Однако В. Волошинов отказывается от любой идеи ложного сознания, или, в понимании А. Грамши, «согласия», потому что усматривает в этом некую двойственность, неприемлемую для его монистического принципа: он не считает возможным, чтобы подчиненный класс разделял ценности господствующего класса. Этот отказ от бессознательного во имя «монизма» сознания является основной идеей его книги «Фрейдизм» (1927).

В СССР в 1920—30-х гг. постепенно формировалась совсем другая интерпретация слова «идеология». Наибольшая трудность в плане нахождения общего языка с советскими коллегами в 70—80-х гг. объясняется использованием выражения «марксистско-ленинская идеология», которая, конечно же, не могла восприниматься иначе как «сис-

тема идей, положений и взглядов, выраженная с максимальной определенностью». В СССР в то время никому бы и в голову не пришло, что идеология может иметь хоть малейшее отношение к бессознательному.

В. Волошинов дает классическое двойственное определение знаку — это вещь, сама по себе ничего не выражающая, но являющаяся знаком, потому что *отсылает* к другой вещи. Таковы серп и молот на гербе Советского государства [МФЯ: 14]. Тем самым В. Волошинов пытается соединить позиции Г. Плеханова и В. Ленина: знак не что иное, как «идеология», даже если всего лишь идеология повседневности. Он может исказить, «преломлять» (ср. понятие знака как «иероглифа» у Г. Плеханова), но в то же время он отражает, как у В. Ленина в «Материализме и эмпириокритицизме» [Ленин 1909]. Неоспоримо одно: речь идет здесь не о принадлежности знака к порядку символического, еще в меньшей степени — к порядку воображаемого, но о знаке как вещи, «представленной вместо». Один из многочисленных афоризмов МФЯ: «Где нет знака — там нет и идеологии» [МФЯ: 13] — мог бы быть прочитан следующим образом: «Там, где нет формы, нет содержания, и наоборот». Его отказ от лингвистики как таковой проявляется здесь в полной мере: изучение фонетики и морфологии в том виде, как он это прочитывает у Ф. де Соссюра, касается только *формы*, поэтому не может являться научным, потому что для него форма без связи с содержанием не является предметом изучения.

Стоит повторить, что его концепция знака как «чего-то вместо другого» очень классична и близка к формулировке из стоической философии *aliquid stat pro aliquo*: «Всякий идеологический продукт является не только частью действительности — природной и социальной — как физическое тело, орудие производства или продукт потребления, но, кроме того, в отличие от перечисленных явлений, отражает и преломляет другую, вне его находящуюся действительность. Все идеологическое обладает *значением*: оно представляет, изображает, замещает нечто вне его находящееся, т. е. является *знаком*» [МФЯ: 13].

Такой же анализ находим в «Риторике» Б. Лами [Lamy 1737]: «Знаком называется некая вещь, которая кроме идеи, выражаемой ей самой, когда ее видишь, выражает вторую, которая вовсе не видна. Как, например, когда мы видим на двери дома ветку виноградной лозы: кроме самой идеи лозы, приходящей на ум, понимаем, что в этом доме продается вино» [Lamy 1737: LI, гл.2; цит. по: Фуко 1969: 18]<sup>[10]</sup>.

Или в «Логике» Пор-Рояля, за исключением того, что картезианская модель опиралась на независимость или предшествование мысли по отношению к языку (дуалистический принцип, отрицаемый В. Волошиновым во имя монизма): «Таким образом, знак содержит две идеи, одна о вещи, которую он представляет, другая о представленной вещи, и его природа заключается в том, чтобы вызвать вторую через первую» [Логика Пор-Рояля, I: 4].

По этому поводу В. Волошинов объясняет, что *понимание* знака может происходить только в определенной социальной группе, которая выделяется на основании *совместно прожитого опыта* («переживание» в русском языке; «Erlebnis» в немецком), порождающего энтимему, т. е. совокупность всего того, что не нуждается в выражении для того, чтобы быть незамедлительно понятым. На этом основан контекстуализм В. Волошинова.

МФЯ В. Волошинова — не просто гиперсоциологическое произведение, а гораздо в большей степени *гиперсемиотическое*: все является знаком, и ничто из того, что «объективно» не является сугубо экономическим, материальным фактором, не может существовать вне своего выражения, или «воплощения» в знаках. А раз так, то нет ничего удивительного в том, что сознание полностью равно по объему знакам, его выражающим: мышление не что иное, как слова. Таким образом, слова — это социальные знаки, и, следовательно, любая мысль — это внутренний диалог, состоящий из слов, и поэтому благодаря самонаблюдению она может быть полностью понята и осмыслена.

В. Волошинов далек от мысли о том, что «в языке от нас всегда что-то ускользает»: сознание — это не *camera obscura*. Однако для него слова также не являются потенциалом структурной лингвистики: образно говоря, они переполнены смыслом. Нет никакой разницы между языком и речью, все наши слова — это слова других людей, уже нагруженные смыслом, суждениями, оценками (красиво, верно, неверно, правильно, неправильно...). Но эта смысловая наполненность не имеет ни малейшей двусмысленности: МФЯ — это *теория знака, а не теория означающего*, не обладающего никакой автономией.

#### 4. ГРУППА, СРЕДА, ОБЩЕСТВО И ИЕРАРХИЯ

«Языкознание — это эстетическая наука», — сказал К. Фосслер [Vossler 1904: 96] вслед за знаменитым тезисом Г. Пауля, что «языкознание есть наука историческая».

В. Волошинов мог бы заявить: «Языкознание — это социальная наука», уточнив, что в его понимании «социальный» означает «межличностный». Это термин из психологии, а не из социалистической программы.

*МФЯ* — это не лингвистический трактат, не доклад по марксистской философии, а скорее нечто вроде социально-психологической и семиотической теории вербального поведения в межличностном взаимодействии, в системе мышления, где художественное творчество и «жизнь» постоянно ссылаются друг на друга.

Регулярно упоминая классовую борьбу, В. Волошинов никогда не говорит, какой класс должен выиграть или выигрывает эту борьбу. Слово «пролетариат» используется только в цитате Е. Лорка, лингвиста фоссерианского направления, по поводу «рассудочной закостенелости французского языка» [*МФЯ*: 152]. Зато он часто использует выражение «образованные люди» и постоянно намекает на социальную иерархию, не подвергая ее пересмотру. В этом мире, находящемся в постоянном «становлении», один элемент остается «устойчивым» (и никогда не исчезнет) — это *социальная группа*.

В. Волошинова интересует не правоведение, не государственное или общественное устройство, а тот факт, что «абстрактный» индивид не может существовать вне конкретной «социальной группы». Автор не дает определение этого термина, смысл которого приходится восстанавливать по мере его употребления в тексте. Например, это группы, которые обнаруживают инстинктивное знание типов или «жанров ежедневной речи»: «Свои типы знают деревенские посиделки, городские гулянки, беседы рабочих в обеденных перерывах и пр.» [*МФЯ*: 99]. Мы узнаем, например, что «беседа мужа и жены, брата и сестры» образует отдельную группу [Волошинов 1930а: 68]. Эти группы по определению однородны: разнородность относится к другому уровню, она существует между группами. Группы определяют главным образом через успешность «словесного общения»: члены одной социальной группы «понимают друг друга» без необходимости все объяснять, потому что они имеют одинаковый жизненный опыт. Отметим, что «понимание» в данном случае опирается не на общее владение одними и теми же языковыми *формами*, а именно на совместный жизненный опыт. Речь идет о лингвистике речи и межличностном взаимодействии, а не о лингвистике языков.

В. Волошинов постоянно повторяет, что «изолированный» (от своей группы) индивид либо не поддается изучению, либо является

простой химерой, либо, если он все-таки существует, то является «сумасшедшим или слабоумным»: «Наконец, остается последний случай, — когда личность утратила своего внутреннего слушателя, когда в сознании разложились все устойчивые и прочные точки зрения и всё бытие личности, всё ее общественное поведение управляется лишь случайными, совершенно безответственными и беспринципными влечениями и побуждениями. Здесь мы присутствуем при явлении идеологического выпадения личности из классовой среды, которое обычно идет вслед за полным деклассированием человека. При особо неблагоприятных социальных условиях такой отрыв личности от питающей ее идеологической среды может, в конце концов, привести даже и к полному распаду сознания, к безумию или идиотизму» [Волошинов 1930а: 71].

### 5. ГОВОРЯЩИЙ СУБЪЕКТ

Одной из основных целей всего творчества В. Волошинова является установление собственного предмета изучения новой «марксистской» философии языка. Этим предметом является *высказывание*<sup>[11]</sup>, «реальная единица речи» [Волошинов 1930а: 66], всегда уникальное, конкретное и включенное в ситуацию, называемую В. Волошиновым «социальной», поскольку она обязательно предполагает наличие нескольких человек, минимум говорящего и слушающего, которые составляют аудиторию высказывания. Еще раз отметим, что социальная психология находит свое отражение именно в таком удивительном соседстве. Действительно, цель языкознания для В. Волошинова — это «изучать высказывания в их связи с социальной обстановкой (ситуацией), вызывающей эти высказывания» [Там же: 66]. А особенностью этой «социальной ситуации» является то, что она не подвержена противоречиям и имеет гораздо больше общего с англосаксонской прагматикой школы Дж. Остина, чем с теорией высказывания Э. Бенвениста. Она объединяет говорящих (говорящих индивидов), а не производителей высказываний, становящихся субъектами вследствие участия в процессе высказывания<sup>[12]</sup>. В. Волошинов не разрабатывает теорию субъекта. В действительности он ставит перед собой непосредственную задачу исследовать один из типов «социального общения» — художественное общение. Этому типу он противопоставляет другие, каковыми являются: 1) общение *производственное* (на заводах и фабриках, в колхозах и т. п.); 2) общение *деловое* (в учреждениях, в общественных организациях и т. п.);

3) общение *бытовое* (встречи и разговоры на улице, пребывание в общественной столовой, у себя дома и т. п.) и, наконец, 4) *идеологическое* общение в точном смысле этого слова — агитационное, школьное, научное, философское во всех их разновидностях [Волошинов 1930а: 67].

Общество не пронизано конфликтами и противоречиями, оно состоит из «ситуаций», объединяющих «людей», которые, оставаясь разными, непохожими друг на друга, объединяются в силу того, что точно знают, что они должны говорить и как они должны себя вести в каждой «ситуации». Истинное социальное общение на заводе происходит между равными, а не между рабочими и мастером. «Ситуация» является скорее местом межличностного пространства, нежели местом соотношения сил. Что касается литературы, иногда она представляет собой отдельный тип общения, иногда отражает другие типы.

«Ситуация» — это совокупность всего того, что нужно знать (собеседники, непосредственный контекст, их предыдущая история и т. д.), чтобы понять высказывание. В отличие от теории дискурса, включающей понятие бессознательного (М. Пешё), которая появится в 1970—1980-х гг., и в отличие, как мы убедились, от понятия идеологии в работе К. Маркса «Немецкая идеология» (1845), весь текст В. Волошинова предполагает и даже утверждает, что достаточно знать «ситуацию» высказывания, чтобы понять его смысл. Тот, кто умеет восстанавливать «ситуацию» в ее единичности и целостности, способен целиком понять единственно правильный смысл высказывания. Таким образом, смысл высказывания становится полностью понятным, без каких-либо недоразумений и отступлений, благодаря конкретной ситуации.

Правда (и этот пункт является ключевым в аргументации В. Волошинова), нет ничего по-настоящему внутреннего, потому что все происходит в словесном взаимодействии, даже когда речь идет о внутреннем монологе. Но различие между людьми, проникновение голоса другого человека в сознание индивида представляется как фактор чисто внешнего характера: есть просто «другие» люди, а не враждебные социальные группы. Даже если В. Волошинов и говорит о классах, он не выводит их на первый план. Для него важно то, что жизнь — это театр, где исполняются роли, где идет обмен репликами, «ориентированными» на специфического собеседника, которые другой смог бы «понять», лишь зная ситуационный контекст: «Всякое жизненное высказывание... заклю-

чает в себе, помимо выраженной словесной части, еще и эту невыраженную, но подразумеваемую, внесловесную часть (*ситуацию* и *аудиторию*), без понимания которой не может быть понято и само высказывание» [Волошинов 1930а: 67].

И В. Волошинов отсылает к своему собственному тексту, *МФЯ*: «Житейский жанр — часть социальной среды: праздника, досуга, общения в гостиной, в мастерской и т. п. Он соприкасается с этой средой, ограничивается ею и определяется ею во всех своих внутренних моментах» [МФЯ: 99].

«Социальная среда» для В. Волошинова имеет мало общего с тем, что в наши дни во французском языке подразумевается под «социальной средой»: это скорее среда в биологическом смысле, или, еще точнее, в экологическом, т. е. окружающая среда. Говорящий не может высказываться вне социальной ситуации (определяемой как общение между равными), так же как рыба не может жить без воды.

Именно поэтому, мне кажется, было бы ошибочным говорить о «теории акта высказывания» (*théorie de l'énonciation*) применительно к В. Волошинову (и М. Бахтину). Если переводить с русского языка *событие высказывания* (лит. «*l'événement de l'énoncé*») [Волошинов, 1930а: 76] на французский язык через слово «*l'énonciation*» («акт высказывания»), это будет не просто серьезным анахронизмом, но задаст совершенно другое направление произведению. Это направление повлечет за собой прочтение слова «говорящий» у В. Волошинова как выражения «субъект высказывания», что, в свою очередь, будет означать чтение В. Волошинова через призму категорий Э. Бенвениста.

Марксизм В. Волошинова выстроен как интеракционистское направление социологии вербальных межличностных отношений в ситуации совместно прожитого опыта, приводящей к энтимеме. Его марксизм — это условие и одновременно результат общения в рамках совместно прожитого опыта. Вся конструкция опирается, таким образом, на две опоры: энтимеме как основу социологии и воплощенное слово как основу семиотики.

Восстановление контекста настолько сложного произведения, как *МФЯ*, преследовало, таким образом, две цели. Во-первых, нужно было показать, что марксистское и вместе с тем анахроническое прочтение советского текста эпохи НЭПа в 1970—1980-х гг. во Франции вызвало смысловые искажения, наносящие большой ущерб для его адекватного понимания. В частности, оно тормозило любые исследования по поводу различных значений ключевого понятия

«идеология», по поводу существования *аполитичного* социологизированного, интеракционистского *марксизма*, по поводу зыбкой границы между материализмом и идеализмом, которые объединяло то, что они оба опровергали позитивизм.

Во-вторых, историческая эпистемология лингвистики и философии языка в целом сделали бы возможным пронизательное, скрупулезное чтение работ по языкознанию из Восточной Европы по контрасту и в соответствующем контексте, прекратив рассматривать их через призму ожиданий современной публики и неточных переводов. В этом и заключается роль франкоговорящих славистов — выступать в качестве проводников научных знаний.

#### ПРИМЕЧАНИЯ

[1]. Для оценки репутации Якобсона в советском лагере после Второй мировой войны приведем мнение чешского лингвиста П. Сгалла: «...это был прежде всего советский эмигрант, космополит и скрытый троцкист, настоящий недоброжелатель для нашей лингвистики. Роман Якобсон, обманувший многих наших выдающихся лингвистов, повел их по ложному пути и сыграл в лингвистике ту же роль, что и Карел Тейге в литературоведении» [Sgall 1951: 674].

[2]. ИЛЯЗВ — Научно-исследовательский институт сравнительной истории литератур и языков Запада и Востока. Институт, в котором учился В. Волошинов в Ленинграде (прим. пер.).

[3]. Здесь и далее *МФЯ* цитируется по изданию: Волошинов В. Н. Марксизм и философия языка. — Ленинград : Прибой, 1930.

[4]. Бухарин формулирует эту идею следующим образом: «Тот факт, что мир находится в постоянном движении, вызывает необходимость изучать явления во взаимосвязи, а не изолированно. Все части мира в действительности связаны между собой и влияют друг на друга. Достаточно малейшего изменения в одном месте, чтобы изменилось все. ...Все в мире взаимосвязано, ничто не изолировано и зависит от того, что находится вовне» [Бухарин 1921 <1967>: 64] (обратный перевод с французского).

[5]. *МФЯ* несет печать *неприятя*: неприятие де Соссюра (разрыв, произвольность, негативное определение единиц, абстракция, само понятие языка) и Фрейда (бессознательное), т. е. самих устоев общего консенсуса, существовавшего во Франции в 1970-х гг. в гуманитарных и общественных науках.

[6]. Эту позицию находим, например, у Сталина в его известной работе «Марксизм и вопросы языкознания»: «Только идеалисты могут говорить о мышлении, не связанном с „природной материей“ языка, о мышлении без языка» [Сталин 1950: 81].

[7]. Еще раз отметим, что если бы *идеология* была переведена как «психолого-социальная семантика», успех книги во Франции, несомненно, был бы меньший.

[8]. Альтюссер, Луи Пьер (1918—1990) — французский философ-неомарксист (прим. пер.).

[9]. «*Ложное сознание*» Маркса в «Немецкой идеологии» 1846 г. Этот посмертный текст, который был целиком переведен и опубликован в России лишь в 1933 г., в виде отрывков был известен уже с конца XIX в. Причин, чтобы этот текст не брать в расчет, у Волошинова не было.

[10]. Эта двойственная теория знака восходит в действительности к Св. Августину (ср. работу Tytkowski-Ageeva I. [Tytkowski-Ageeva 2011]).

[11]. «Действительная сущность языка есть социальное событие речевого взаимодействия, осуществляемое в высказывании» [Волошинов 1930а: 66].

[12]. У Бахтина или у Волошинова невозможно найти идею, ставшую основной для Бенвениста: «Именно в языке и благодаря языку человек конституируется как *субъект*» [Benveniste 1966: 259; цит. по: Бенвенист 1974: 293]. В отличие от говорящего, субъект высказывания не существует до акта самого высказывания.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Васильев Н. В. Н. Волошинов : биографический очерк // В. Волошинов. Философия и социология гуманитарных наук. СПб : Acta-Press, 1995. С. 5—22.
2. Волошинов В. Конструкция высказывания // Литературная учеба. 1930а. № 3. С. 65—87.
3. Волошинов В. Что такое язык? // Литературная учеба. 1930б. № 2. С. 48—66.
4. Дмитриев А. Академический марксизм 1920—1930 годов: западный контекст и советские обстоятельства // Новое литературное обозрение. 2000. № 88. С. 10—29.
5. Ленин В. Материализм и эмпириокритицизм. — М. : Звено, 1909.
6. Лосев А. Вещь и имя. 1929. (1-е изд. — Париж, 1953).
7. Махлин В. Философский комментарий // Марксизм и философия языка. Тетралогия / М. М. Бахтин. М. : Лабиринт, 1998. С. 482—496.
8. Пальмбах А. К проблеме диалектики языка // Н. Марр. Языковедение и материализм — 2 : сб. М. ; Л. : Гос. соц.-экон. изд-во, 1931. С. 9—33.
9. Пешков И. Риторический комментарий. Новый органон // Тетралогия / М. М. Бахтин. М. : Лабиринт, 1988. С. 542—579.
10. Сериио П. Структура и целостность. М. : Языки славянской культуры, 2001.
11. Сталин И. Марксизм и вопросы языкознания. М. : Политиздат, 1950.
12. Шапир М. Contra philologiam: лингвистическое и идеологическое в книге М. М. Бахтина и В. Н. Волошинова «Марксизм и философия языка» // Russian Literature. 2008. № 63 (2, 3, 4). С. 231—258.
13. Эткинд А. Эрос невозможного. История психоанализа в России. СПб. : Медуза, 1993.
14. Alpatov V. What is Marxism in Linguistics? // Materializing Bakhtin: The Bakhtin Circle and Social Theory /

C.Brandist & G.Tihanov(eds.). London : Macmillan, 2000. P. 173—193.

15. Arnauld A., Nicole P. La logique ou l'art de penser. Paris : Charles Savreux, 1662. (Reed. Paris : Flammarion, 1970).

16. Aucouturier M. Le cercle de Bakhtine et la psychanalyse // Slavica Occitania. 2007. № 25. P. 143—161.

17. Benveniste E. De la subjectivité dans le langage // Problème de linguistique générale. Paris : Gallimard, 1966. P. 258—266.

18. Boukharine N. La Théorie du matérialisme historique. Manuel populaire de sociologie marxiste. Paris : Editions Anthropos, 1921 (1967).

19. Clark K., Holquist M. Mikhail Bakhtin. Cambridge (MA) ; London : Harvard Univ. Pr., 1984.

20. Foucault M. Préface // Grammaire générale et raisonnée / Arnauld, Lancelot. Paris : Republication Paulet, 1969. P. 3—27.

21. Gardin B. Volochinov ou Bakhtine? // La Pensée. 1978. P. 87—100.

22. Houdebine J.-L. Langage et marxisme. Paris : Klincksieck, 1977.

23. Lamy B. La Rhétorique, ou L'Art de parler. La Haye : Pierre Paupie, 1737.

24. Lecercler J.-J. Une philosophie marxiste du langage. Paris : Presses Universitaires de France, 2004.

25. Seriot P. Structure et totalité. Les origines intellectuelles du structuralisme en Europe centrale et orientale. Paris : Pres. Univ. de France, 1999.

26. Sgall P. Stalinovy články o jazykovědě a pražský lingvistický strukturalismus // Tvorba. 1951. 20. S. 674—676.

27. Tylkowski-Ageeva I. V. Volosinov en contexte : essai d'analyse épistémologique. Limoges : Lambert-Lucas, 2011.

28. Volosinov V. Marxisme et philosophe du langage. Les problèmes fondamentaux de la méthode sociologique dans la science du langage / trad. par I.Tylkowski-Ageeva et P. Seriot. Ed.bilingue. Limoges : Lambert-Lucas, 2010.

29. Vossler K. Positivismus und Idealismus in der Sprachwissenschaft, Eine sprachphilosophische Untersuchung. Heidelberg : Carl Winter's Universitätsbuchhandlung, 1904.

30. Yaguello M. Préface // Le marxisme et la philosophie du langage. Essai d'application de la méthode sociologique en linguistique / M. Bakhtine (V. Volochinov). Paris : Editions de Minuit, 1977. P. 9—18.

#### P. Seriot

Lausanne, Switzerland

Translation from French by E. V. Erofeeva

#### VOLOSHINOV, PHILOSOPHY OF LANGUAGE AND MARXISM

**ABSTRACT.** Published for the first time in Leningrad in 1929, the book by V. Voloshinov (1895—1936) «Marxism and the Philosophy of Language» (hereinafter: MPL. The new translation in French, edited by P. Seriot, appeared in 2010 in the publishing house Lambert-Lucas, Limoges [Voloshinov 2010]. About the causes according to which the legend that Bakhtin is allegedly the “true author” of the book was light mindedly adopted by the French both left-wing and right-wing intelligentsia see the Foreword by P. Seriot) was met fairly critically, and then, in order to please the changes of the course of the official political ideology, was subject to regular attacks and was finally forgotten very soon. From long-term oblivion it was saved by R. Jakobson in the United State of America in 1973 when he published the translation of MPL into English. The French translation appeared in 1977 under the name of M. Bakhtin with the name of V. Voloshinov given in the brackets. From that time, the book has remained surrounded by a halo of mystery, which may be partly explained by its title.

The question whether MPL is a really “Marxist book” brought about rather controversial answers. This fact could be explained by the power of the book or and the power of prejudice of its readers. Nevertheless, it should be reminded, that this question was asked only by philosophers and literary specialists in Bakhtin studies. Really, neither historical treatises in Marxism nor historical works in philosophy of language both in Russia and in the West mention the existence of this book.

**KEYWORDS:** philosophy of language; Marxism; Bakhtin studies; sociolinguistics; anti-positivism; psycholinguistics; personal interaction.

**ABOUT THE AUTHOR:** Patrick Seriot, Ph.D., Prof., Lausanne, Switzerland.

**ABOUT THE TRANSLATOR:** Erofeeva Elena Vladimirovna, Candidate of Philology, Associate Professor, Head of Department of Romance Languages, Institute of Foreign Languages, Ural State Pedagogical University, Ekaterinburg, Russia; Associate Professor of Department of Foreign Languages, Ural State Economical University, Yekaterinburg, Russia.

#### LITERATURE

1. Vasil'ev N. V. N. Voloshinov : biograficheskiy ocherk // V. Voloshinov. Filosofiya i sotsiologiya gumanitarnykh nauk. SPb :Acta-Press, 1995. S. 5—22.

2. Voloshinov V. Konstruktsiya vyskazyvaniya // Literaturnaya ucheba. 1930a. № 3. S. 65—87.

3. Voloshinov V. Chto takoe yazyk? // Literaturnaya ucheba. 1930b. № 2. S. 48—66.

4. Dmitriev A. Akademicheskiy marksizm 1920—1930 godov: zapadnyy kontekst i sovetskie obstoyatel'stva // Novoe literaturnoe obozrenie. 2000. № 88. S. 10—29.

5. Lenin V. Materializm i empiriokrititsizm. M. : Zveno, 1909.

6. Losev A. Veshch' i imya. 1929. (1-e izd. — Parizh, 1953).

7. Makhlin V. Filosofskiy kommentariy // Marksizm i filosofiya yazyka. Tetralogiya / M. M. Bakhtin. M. : Labirint, 1998. S. 482—496.

8. Pal'mbakh A. K probleme dialektiki yazyka // N. Marr. Yazykovedenie i materializm — 2 : sb. M. ; L. : Gos. sots.-ekon. izd-vo, 1931. S. 9—33.

9. Peshkov I. Ritoricheskiy kommentariy. Novyy organon // Tetralogiya / M. M. Bakhtin. M. : Labirint, 1988. S. 542—579.

10. Serio P. Struktura i tselostnost'. M. : Yazyki slavyanskoy kul'tury, 2001.

11. Stalin I. Marksizm i voprosy yazykoznaniiya. M. : Politizdat, 1950.

12. Shapir M. Contra philologiam: lingvisticheskoe i ideologicheskoe v knige M. M. Bakhtina i V. N. Volo-

shinova «Marksizm i filosofiya yazyka» // Russian Literature. 2008. № 63 (2, 3, 4). S. 231—258.

13. Etkind A. Eros nevozmozhnogo. Istoriya psikoanaliza v Rossii. SPb. : Meduza, 1993.

14. Alpatov V. What is Marxism in Linguistics? // Materializing Bakhtin: The Bakhtin Circle and Social Theory / C.Brandist & G.Tihanov(eds.). London : Macmillan, 2000. P. 173—193.

15. Arnauld A., Nicole P. La logique ou l'art de penser. Paris : Charles Savreux, 1662. (Reed. Paris : Flammarion, 1970).

16. Aucouturier M. Le cercle de Bakhtine et la psychanalyse // Slavica Occitania. 2007. № 25. P. 143—161.

17. Benveniste E. De la subjectivité dans le langage // Problème de linguistique générale. Paris : Gallimard, 1966. P. 258—266.

18. Boukharine N. La Théorie du matérialisme historique. Manuel populaire de sociologie marxiste. Paris : Editions Anthropos, 1921 (1967).

19. Clark K., Holquist M. Mikhail Bakhtin. Cambridge (MA) ; London : Harvard Univ. Pr., 1984.

20. Foucault M. Préface // Grammaire générale et raisonnée / Arnauld, Lancelot. Paris : Republication Paulet, 1969. P. 3—27.

21. Gardin B. Volochinov ou Bakhtine? // La Pensée. 1978. P. 87—100.

22. Houdebine J.-L. Langage et marxisme. Paris : Klincksieck, 1977.

23. Lamy B. La Rhétorique, ou L'Art de parler. La Haye : Pierre Paupie, 1737.

24. Lecercle J.-J. Une philosophie marxiste du langage. Paris : Presses Universitaires de France, 2004.

25. Seriot P. Structure et totalité. Les origines intellectuelles du structuralisme en Europe centrale et orientale. Paris : Pres. Univ. de France, 1999.

26. Sgall P. Stalinovy články o jazykovědě a pražský lingvistický strukturalismus // Tvorba. 1951. 20. S. 674—676.

27. Tylkowski-Ageeva I. V. Volosinov en contexte : essai d'analyse épistémologique. Limoges : Lambert-Lucas, 2011.

28. Volosinov V. Marxisme et philosophe du langage. Les problèmes fondamentaux de la méthode sociologique dans la science du langage / trad. par I.Tylkowski-Ageeva et P. Sériot. Ed.bilingue. Limoges : Lambert-Lucas, 2010.

29. Vossler K. Positivismus und Idealismus in der Sprachwissenschaft, Eine sprachphilosophische Untersuchung. Heidelberg : Carl Winter's Universitätsbuchhandlung, 1904.

30. Yaguello M. Préface // Le marxisme et la philosophie du langage. Essai d'application de la méthode sociologique en linguistique / M. Bakhtine (V. Volochinov). Paris : Editions de Minuit, 1977. P. 9—18.

## РАЗДЕЛ 6. РЕЦЕНЗИИ. ХРОНИКА

УДК 811.133.1'38(091)  
ББК ШП47.11-03

ГСНТИ 16.21.27; 03.09.31

Код ВАК 10.02.19; 07.00.09

**М. В. Шистеров**  
Екатеринбург, Россия

### «РИМ БОЛЬШЕ НЕ В РИМЕ, ОН ВЕСЬ В ПАРИЖЕ»

**АННОТАЦИЯ.** Рецензия на монографию Д. Роуэлл «Париж: „Новый Рим“ Наполеона I» (London : Bloomsbury, 2012 – 237 p., I—X). Исследование выполнено в рамках междисциплинарного подхода и синтезирует достижения истории, культурологии, искусствоведения, гуманитарной географии, семиотики и политической лингвистики (на материале прессы Наполеоновской эпохи). Монография может служить полезным введением в проблематику рецепции античного наследия новоевропейской культурой.

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:** Париж; Наполеон; Античный Рим; рецепция; «Новый Рим»; римский триумф; язык власти.

**СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ:** Шистеров Максим Валерьевич, кандидат исторических наук, доцент кафедры всеобщей истории, Уральский государственный педагогический университет; адрес: 620017 г. Екатеринбург, пр. Космонавтов, д. 26, ауд. 451; e-mail: mshisterov@rambler.ru.

Опубликованная в 2012 г. издательством «Блумсбери» монография Дианы Роуэлл, почетного научного сотрудника Университета Кента, представляет собою современное междисциплинарное исследование на стыке истории, гуманитарной географии, культурологии, искусствоведения, семиотики и политической лингвистики [Rowell 2012]. В центре внимания автора — «ядро наполеоновской империи» — Париж как «имперский мегаполис» (imperial metropolis) [Rowell 2012: 1], присваивающий и перерабатывающий политическую символику античного Рима через специфические формы и механизмы культурной рецепции. Решение подобной задачи требует от ученого не только значительной эрудиции и методологической «подкованности», но также известной смелости: Роуэлл вполне отдает себе отчет в том, что вынуждена исследовать «трехсторонние отношения (триалектику) между Античностью, Наполеоном и более ранними переизобретениями классического Рима» [ibidem]. Поэтому, хотя автор и сосредоточена на «Новом Риме» Наполеона I, в работе остается некоторое (иногда — значительное!) место и для предшественников великого корсиканца (особое внимание Роуэлл уделяет политическому дискурсу эпохи «короля-солнца» Людовика XIV и, конечно, периоду Великой французской революции). Основываясь на разнообразных исторических источниках (картинах, медалях, архитектурных сооружениях, литературных произведениях, материалах периодической печати и т. д.), автор реконструирует убедительную картину трансформации — реальной и символической — Парижа в «Новый Рим» — признанный политический центр новой общеевропейской Империи.

Структурно сочинение состоит из 4 в известной степени самостоятельных частей: первая глава носит обзорный характер, реконструируя то, как на протяжении веков (начиная от античной Лютеции) формировался «характер Парижа» — от незначительного кельтского поселения до монументальной столицы Первой империи; вторая анализирует «язык памятников» наполеоновской столицы, уделяя особое внимание триумфальным аркам на площади Звезды (ныне — площадь Шарля де Голля) и площади Каррузель, а также знаменитой «колонне Великой армии» (Вандомской колонне); третья сопоставляет Париж-«Рим» Наполеона с Парижем-«Римом» (точнее, «Римами») Людовика XIV; наконец, четвертая анализирует «постантичный триумф», лингвистически и сюжетно сконструированный императором французов в целях собственной политической легитимации, поддержания имиджа сильного правителя и непобедимого полководца. В рамках столь «разношерстного» исследования большое значение приобретает методологических подход, который применяет ученый. Роуэлл не предлагает собственных оригинальных методологических разработок, апеллируя к теоретическому инструментарию других исследователей: философским идеям А. Лефевра (семантика «памятника») [Lefebvre 1991, 2003], наработкам Р. А. Этлина (интерпретация «символического пространства») [Etlin 1994], выводам У. Л. Мак-Дональда (концептуальное понимание древнеримской архитектуры) [MacDonald 1986] и М. Марринана (интерпретация городского «культурного ландшафта») [Marrinan 2009], трактовкам С. Костофа («город как микрокосм») [Kostof 1991].

© Шистеров М. В., 2015

В первой главе, которая называется «Париж: „Новый Рим“» и носит вводно-обобщающий характер, обращает на себя внимание стремление автора представить широкую ретроспективу рассматриваемой проблемы: Роуэлл ставит задачу проследить, как идея *Romanitas* получило распространение во Франции, начиная с эпохи Франциска I (первая половина XVI в.), через правление Генриха IV, когда «„Рим“ нашел свое место во Франции», к блестящему Парижу Людовика XIV, провозглашенному «Новым Римом», и затем — к эпохе Великой французской революции и Наполеону, поднявшему это явление на «новые и беспрецедентные высоты» [Rowell 2012: 11]. Разумеется, подобная задача не может быть убедительно решена на 25 страницах текста небольшой главы, однако автору удалось показать, каким образом происходило «накопление» *Romanitas* — через переводы классических текстов (Светония, Плутарха, Ливия, Тацита и др.), археологические открытия (знаменитый Лаокоон (1506 г.), сенсационные раскопки в Помпеях — в 1812 г. было опубликовано фундаментальное 4-томное исследование Ф. Мазуа «Развалины Помпей», новоевропейскую живопись (архитектурные зарисовки Д. Б. Пиранези, городские пейзажи Д. П. Панини и пр.), переводы важнейших для понимания античной культуры сочинений И. И. Винкельмана (1784 г.) и многое другое. Ко времени Наполеона французское общество было уже достаточно «романизировано», чтобы охотно принять «творческое подражание» римским традициям. Сам будущий император был воспитан на классических сочинениях греков и римлян (автор особо подчеркивает влияние биографий Плутарха), чтобы понимать как римскую идейно-политическую традицию, так и несущий политические коннотации «язык архитектуры» Рима (большое значение сыграл знаменитый Итальянский поход революционного генерала Бонапарта в 1796—1797 гг.). Став императором, Наполеон, по мнению автора, стремился сделать Париж «ядром и витриной Империи», а Рим должен был выступать «культурной столицей и родиной великих Цезарей классической эпохи» [Rowell 2012: 22—23]. Статус Рима как «второго города» Империи был закреплен титулом, которой император французов даровал своему сыну и законному наследнику — «римский король». При этом Наполеону пришлось во многом переосмыслить опыт «римского», предложенный Французской революцией (как известно, сразу после переворота 18—19 брюмера «гражданин Бонапарт» заявил, что «революция закончилась!»

[см.: Шистеров 2005: 153—154]). Революционная эпоха очень активно эксплуатировала символику «римского», следуя в известной мере за «подавшими пример» американскими колониями, незадолго до того создавшими США — «Новый Рим» в «Новом Свете». В какой степени символика «римского» и «республиканского» была востребована Французской революцией, Роуэлл показывает на примере живописи Ж. Л. Давида: «Клятва Горациев» (1784 г.), по мнению автора, «символ революционной пропаганды» 1790-х гг. (притом что в 1785 г. эта картина воспринималась многими как «промонархическое» произведение: в быстро меняющихся политических условиях одно и то же полотно могло «прочитываться» принципиально по-разному!) [Rowell 2012: 24]. «Риторика Французской революции, — отмечал в конце XX в. в своей нашумевшей работе Р. Браг, — полнится отсылками к римской культуре, а искусство той эпохи дошло даже до обезьянничанья в подражании римской архитектуре и мебели» [Браг 1995: 24; см. также: Кнабе 2011: 55 слл.]. Выводы Роуэлл в целом подтверждают это мнение: «игра в Рим» понижала общественно-политический дискурс революционного и наполеоновского времени. Эмблематическими фигурами Революции были братья Гракхи, Катон, Цицерон, Брут (при Наполеоне их вытеснят лично симпатичный императору своими военными дарованиями Цезарь и «архитектор» Империи Август). Символы республиканского Рима сменяются символами Рима императорского: фасции и топор («римские» знаки Революции) вытеснит «римский» императорский орел! В живописи эта эволюция нагляднее всего демонстрируется творчеством великого Давида: «Бонапарт на перевале Сен-Бернар» (1800—1801 г.), «Посвящение императора Наполеона I и коронавание императрицы Жозефины в соборе Парижской Богоматери 2 декабря 1804 года» (1806—1807 гг.), «Раздача орлов» (1810 г.) [Rowell 2012: 24, 30—31]. Роуэлл приходит к выводу, что Наполеон не только активно использовал легендарные фигуры классической римской древности в своих целях, но и заимствовал у прошлого политические «тактики», способы сохранения и повышения своей репутации, создавая весьма сложный синкретичный образ правителя, в котором нашли отражение и «первый гражданин» Римской империи Август, и средневековый император Карл Великий, и «афинский олимпиец» Перикл...

Вторая глава «Памятник и монументальная ось» является своего рода развернутым комментарием к словам Амори-Дюваля: «Из всех искусств наиболее полезным является

архитектура» [Цит. по: Rowell 2012: 37]. Автор рассматривает «римские» памятники Парижа как «действенное дидактическое средство» и «визуальные заявления, в закодированном виде отражавшие политику наполеоновского режима» [ibidem]. Роуэлл пытается соотнести «внешние» архитектурные формы французской столицы при Наполеоне с «внутренними» ментальными структурами, которые они отражали или порождали. Для этого ученый обращается к теоретическим построениям французского философа Лефевра: вскрывает «суперкодирование» (supercoding) наполеоновского Парижа через анализ «субкодов» античного наследия, «старого режима» и Революции [Rowell 2012: 38; Lefebvre 1991: 222 ff.]. Методология, к которой в данном случае прибегает исследователь, близка к семантическому анализу, как он представлен, например, в работах отечественного антиковеда, переводчика и семиотика Г. С. Кнабе (в свою очередь, восходящего к классическим идеям Ф. де Соссюра): «Как всякое научное направление, семиотика культуры исходит из присущей ей системы понятий и обозначает эти понятия с помощью присущих ей терминов. Исходной здесь является некоторая материальная величина — будь то факт природы, бытовой или производственный предмет, здание, скульптура или картина, словесный или музыкальный текст. Все они возникли в определенное время, в определенных условиях, существуют вне нас и сохраняются равными себе на всем протяжении своего существования. Будучи... воспринятыми, они перестают существовать вне нас, становятся частью нашего, человеческого, опыта и именно через это входят в сферу культуры. В этом своем качестве каждая такая материальная величина становится *означающим*. <...> Смысл не заложен в предмете как таковом, в отличие от его формы, материала, очертания или веса. Смысл меняется в зависимости от восприятия, а это последнее обусловлено тем опытом (герменевтическим фондом), который человек <...> эпоха в целом пережили и несут в себе. Такой опыт, на основе которого происходит восприятие и осмысление означающего, носит название *означаемого*» [Кнабе 2006: 115]. Роуэлл не использует термины «означающее» и «означаемое», но, в сущности, ее рассуждения, как представляется, не выходят за рамки указанной парадигмы. Исследователь восстанавливает ментальную архитектурно-символическую «ось» наполеоновского Парижа, связывающую запад и восток французской столицы: от Триумфальной арки на площади Звезды через

Триумфальную арку на площади Каррузель к Вандомской колонне, фонтану Победы (на площади Шатле) и фонтану Слона (планировался на площади Бастилии). Несмотря на то, что амбициозные планы Наполеона по архитектурному переустройству Парижа не были полностью реализованы (например, проект «грандиозной имперской мечты», «самой красивой дороги во Вселенной» — Rue Impériale), тем не менее, как показывает исследование, архитектурные памятники эпохи, даже не замкнутые в единый завершённый комплекс, оставались (в некоторой степени остаются до настоящего времени) «средством массовой информации» и эффективным способом политической коммуникации, увековечивая в сознании современников и потомков образ императора французов и его Империи. Равным образом, на что справедливо обращает внимание автор, они служили целям *damnatio memoriae*, то есть репрессивно присваивали символическое пространство города, навязывая старым локациям новые политические смыслы [Rowell 2012: 71]. «Борьба с памятью» и «борьба за память» продолжались и в постнаполеоновскую эпоху, когда «коррекции» подверглись уже сами памятники эпохи Империи. Например, возведенная в честь побед Великой армии 1805 и 1807 гг. Вандомская колонна (1806—1810 гг.) изначально была увенчана романизированной статуей Наполеона (вместо предполагавшейся по проекту статуи Карла Великого). Однако после реставрации Бурбонов в 1814 г. скульптуру императора сняли. В 1833 г. «король-гражданин» Луи-Филипп поставил новую статую Наполеона в современном (не римском!) костюме, а сменивший его у руля Франции племянник основателя Первой империи Наполеон III вновь вернул образу вандомского Наполеона антично-римский антураж (в 1865 г.). В 1871 г. памятник едва не был уничтожен по распоряжению Парижской коммуны и вновь восстановлен в 1873—1875 гг. [Rowell 2012: 63—64]. История Вандомской колонны — эмблемы наполеоновской власти — показывает, по мнению автора, до какой степени был важен «язык архитектуры» для общества, не знающего современных средств коммуникации.

Третья глава («Влияние и значение „Нового Рима(ов)“ „короля-солнца“») прослеживает связи между блестящей эпохой Людовика XIV, когда во Франции усиливается тяга к *Romanitas*, и — через противоречивый опыт Революции — эпохой Наполеона, когда в некотором смысле возрождаются традиции манипулирования антично-римскими сюжетами и образами, адаптированные «имидж-

мейкерами» «короля-солнца» (например, образы римских богов Аполлона, Марса, Геркулеса, богини Минервы, а также, конечно, Цезаря и Августа). Усиление интереса к «римскому опыту» в эпоху Людовика XIV автор связывает со сложным политическим контекстом этого длительного правления, подчеркивая, что речь должна идти не просто о подражании древним образцам или символическом отождествлении современности и классической древности (двор Людовика XIV = двор Августа, Кольбер = Меценат, комплекс Лувр — Тюильри = Римский форум и т. п.), но попытках превзойти древность: копии «должны быть более совершенны, чем древние (оригиналы)» [Rowell 2012: 90—93, 108—109]. Впоследствии Наполеон использовал многие «наработки» эпохи «короля-солнца» в целях собственной политической репрезентации и легитимации. В то же время между королем «божественным правом» и императором французов, кто всего добился сам или получил от народа, существовала огромная дистанция, измеряемая Великой французской революцией, которая по-своему использовала «римский опыт», противопоставив императорскому Риму Людовика XIV (уподобленного Нерону) республиканский Рим Брута, Катона и Цицерона. В своем исследовании Роуэлл показывает, каким образом Наполеону удалось «примирить» эти два разных Рима, унаследованные им от «короля-солнца» и революции: наполеоновский Париж был одновременно и более «римский», и более «национальный», чем столица Людовика XIV (сочетание антично-римских форм и революционно-национального содержания автор прослеживает на примере частично реализованных проектов «романизации» Парижа Д. Виван-Денона) [Rowell 2012: 118—123].

В последней, четвертой главе автор анализирует «„Римский“ триумф и язык власти» в эпоху Наполеона. Для того чтобы понять «язык власти», культивируемый в Первой империи, Роуэлл обращается к римскому триумфу как «матрице» для всех подобных зрелищ и наиболее яркому «мультимедийному событию», создающему в современном обществе «режим визуальной коммуникации», поддерживающий имидж правителя: «язык триумфа и его пост-античных аналогов являлся неотъемлемой частью физического, символического и ритуального макияжа наполеоновского Парижа» [Rowell 2012: 125]. Источниками знаний о римском триумфе в Европе начала XIX в. были сочинения Полибия, Плутарха, Светония, Варрона, римский нумизматический материал и сохранившиеся архитектурные па-

мятники классической древности (триумфальные арки Тита, Септимия Севера и Константина, победные колонны Траяна и Марка Аврелия и др.), а также «вторичные источники» позднесредневекового и Нового времени (сочинения Ф. Петрарки, политические манифестации императора Священной Римской империи Карла V, произведения Ф. Колонны и С. Серлио, живопись А. Мантенья и пр.). В 1668 г. на их основе Мишель де Пюр лингвистически «реконструировал» римский триумф, отметив при этом, что «триумф был, без сомнения, наиболее превосходным римским зрелищем» [Цит. по: Rowell 2012: 127]. Популярное описание де Пюра, по мнению исследователя, сыграло важную роль в дальнейшем процессе «пере-изобретения» триумфа Наполеоном. Император любил осовременивать «римские» традиции: вместо античной колесницы, запряженной четырьмя конями, возникла современная упряжка из двух; вместо римского скипетра и лавровой ветви триумфатора — более близкие новоевропейскому времени щит и меч! Кроме того, Роуэлл вновь обращает внимание на связь триумфальных постановок Наполеона с аналогичными мероприятиями французских королей (практика «королевского въезда» — *entrée royale*), что особенно заметно при сравнении «триумфального шествия» в 1810 г. (по случаю свадьбы императора на австрийской принцессе Марии-Луизе) с торжественным въездом в Париж в 1660 г. Людовика XIV (после свадьбы с Марией-Терезией Испанской) [см.: Rowell 2012: 130—135, 148—150]. Однако велико было и влияние Революции, также не гнушавшейся торжествами «как у римлян»: Праздник федерации 1790 г., Праздник единства и неделимости республики 1793 г., Праздник Верховного Существа 1794 г., Праздник Свободы 1798 г. (сопровождавшийся торжественным въездом предметов наук и искусств из Италии) [Rowell 2012: 137—142]. Все это объясняет, с точки зрения автора, «эгалитарную этику революции», сохранившуюся в структуре «триумфа» Наполеона. Для подтверждения этого тезиса в монографии специально анализируется описание наполеоновского «триумфа» в парижской прессе, которая уже в 1798 г. — еще до того, как Наполеон стал консулом и императором — славил «молодого генерала Бонапарта» как «нового героя», уподобляя его римским полководцам-триумфаторам (например, покорителю Македонии Эмилию Павлу) и одновременно противопоставляя и старому монархическому режиму, и развенчанным героям Революции (вроде М. Робеспьера). Роуэлл прослеживает, как изменялись тон и стили-

стика прессы в эпоху консульства и империи на примере публикаций «Монитора», «официальной газеты режима» и «основного инструмента наполеоновской пропаганды». Новая имперская риторика все более дистанцируется от «республиканского триумфа»: место «граждан» и «нации» как главных фигур триумфального действия занимает «квазимифическая» фигура триумфатора — «Великого Наполеона». Наполеоновский триумф после Аустерлица, приводит к выводу автор, становится более схож с триумфом Людовика XIV! Сильно поредевшие за годы Империи средства массовой информации усиленно создавали образ Наполеона как «исключительного существа», «современного героя» и «строителя империи» — «нового Августа» [Rowell 2012: 147—149, 156 ff.].!

Таким образом, основной вывод монографии сводится к утверждению о наличии мощной символической связи (которая обычно игнорируется) между «старым режимом», революционной эпохой и Наполеоном. Император соединял традицию, заимствованную у Людовика XIV, с языком Революции: «...римский мир был использован в качестве объединяющего языка», сшивающего разрыв между королевской и республиканской Францией, противоречивые идеологии «монархической автократии» и «республиканского фанатизма».

В завершение отметим, что у исследования Роуэлл, разумеется, есть и недостатки. Однако недостатки работы в данном случае являются во многом следствием ее достоинств. Поставив ряд сложных проблем, требующих междисциплинарного подхода, и, таким образом, вторгнувшись на территорию сразу нескольких научных дисциплин, автор изначально рисковала «не вписаться» в строгие «квалификационные рамки» акаде-

мической науки (впрочем, такая академическая «строгость», сколько можем судить, более характерна для отечественной, нежели зарубежной традиции). Кроме того, нельзя отрицать, что некоторые выводы исследования слишком поверхностны или недостаточно аргументированы... Тем не менее, по нашему мнению, монография Роуэлл представляет значительный интерес как пример современного междисциплинарного исследования и может служить хорошим введением в сложную проблематику культурной рецепции антично-римского наследия в Европе Нового времени.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Браг Р. Европа, римский путь : пер. с фр. — Долгопрудный : Аллегро-Пресс, 1995.
2. Кнабе Г. С. Древо познания и древо жизни. — М. : РГГУ, 2006.
3. Кнабе Г. С. Европа с римским наследием и без него. — СПб. : Нестор-История, 2011.
4. Шистеров М. В. Рецепция античного наследия в социокультурных условиях Первой империи во Франции // Запад, Восток и Россия: вопросы всеобщей истории: проблема исторического и историографического источника. — Екатеринбург, 2005. Вып. 7. С. 151—157.
5. Etlin R. A. Symbolic Space: French Enlightenment Architecture and Its Legacy. — Chicago : Univ. of Chicago Pr., 1994.
6. Kostof S. The City Shaped. Urban Patterns and Meanings through History. — London : Thames and Hudson, 1991.
7. Lefebvre H. The Production of Space. — Oxford : Blackwell, 1991.
8. Lefebvre H. The Urban Revolution. — Minneapolis, MN : Univ. of Minnesota, 2003.
9. MacDonald W. L. The Architecture of the Roman Empire II: An Urban Appraisal. — New Haven : Yale Univ. Pr., 1986.
10. Marrinan M. Romantic Paris: Histories of a Cultural Landscape, 1800—1850. — Stanford : Stanford Univ. Pr., 2009.
11. Rowell D. Paris: The 'New Rome' of Napoleon I. — London : Bloomsbury, 2012.

**M. V. Shisterov**  
Ekaterinburg, Russia

#### «ROME IS NO LONGER IN ROME, IT IS ALL IN PARIS»

**ABSTRACT.** This is a review of the book "Paris: The 'New Rome' of Napoleon I" by D. Rowell (London : Bloomsbury, 2012 – 237 p., i-x). This book is a multidisciplinary study which synthesizes the achievements of history, culture, art, humanitarian geography, semiotics and political linguistics (on the material of mass media of Napoleon's era). The book may serve as a useful introduction to the problem of reception of the ancient cultural heritage into the new European culture.

**KEYWORDS:** Paris; Napoleon; Ancient Rome; reception; "New Rome"; Roman triumph; language of power.

**ABOUT THE AUTHOR:** Shisterov Maksim Valerievich, Candidate of History, Associate Professor of Department of General History, Ural State Pedagogical University, Ekaterinburg, Russia.

#### LITERATURE

1. Браг Р. Европа, римский путь / Пер. с фр. Долгопрудный : Аллегро-Пресс, 1995.
2. Кнабе Г. С. Древо познания и древо жизни. М. : РГГУ, 2006.
3. Кнабе Г. С. Европа с римским наследием и без него. СПб. : Нестор-История, 2011.
4. Шистеров М. В. Рецепция античного наследия в социокультурных условиях Первой империи во Франции // Запад, Восток и Россия: Вопросы всеобщей истории:

Problema istoricheskogo i istoriograficheskogo istochnika. Vyp. 7. Ekaterinburg, 2005. S. 151-157.

5. Etilin R. A. Symbolic Space: French Enlightenment Architecture and Its Legacy. Chicago : Univ. of Chicago Press, 1994.

6. Kostof S. The City Shaped. Urban Patterns and Meanings through History. L. : Thames and Hudson, 1991.

7. Lefebvre H. The Production of Space. Oxford : Blackwell, 1991.

8. Lefebvre H. The Urban Revolution. Minneapolis, MN : Univ. of Minnesota, 2003.

9. MacDonald W. L. The Architecture of the Roman Empire II: An Urban Appraisal. New Haven : Yale Univ. Press, 1986.

10. Marrinan M. Romantic Paris: Histories of a Cultural Landscape, 1800-1850. Stanford : Stanford Univ. Press, 2009.

11. Rowell D. Paris: The 'New Rome' of Napoleon I. L. : Bloomsbury, 2012.

## 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.

Журнал «Политическая лингвистика» адресован филологам, политологам, социологам, журналистам и политикам. Редакционная коллегия приглашает к сотрудничеству всех специалистов по политической лингвистике и смежным проблемам.

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.

Авторы, предлагающие статьи для публикации, должны учитывать проблематику журнала, который включает следующие разделы:

1. Рубрика «Теория политической лингвистики» предоставляет трибуну ведущим специалистам по политической лингвистике.

2. Рубрика «Политическая коммуникация» включает теоретические статьи, в которых значительное место занимает практический анализ языковых фактов.

3. В разделе «Язык — политика — культура» представлены исследования публицистических, рекламных, разговорных и художественных текстов, в той или иной степени значимые для политической лингвистики.

4. Раздел «Лингвистическая экспертиза: язык и право» объединяет статьи по проблемам, находящимся на пересечении политической и юридической лингвистики.

5. В рубрике «Из истории политической лингвистики» публикуются впервые переведенные на русский язык работы, которые, хотя и написаны много десятилетий назад, сохраняют свою значимость для теории и истории науки.

6. Рубрика «Рецензии. Хроника» представляет современный научный дискурс: в ней публикуются рецензии на самые новые и актуальные научные труды по политической лингвистике, освещаются крупные научные конференции.

7. Непостоянная рубрика «Дискуссии» 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.

*Научные направления:*

*Основная специальность: 10.00.00 — Филологические науки*

*Дополнительная специальность: 24.00.00 — Культурология*

*22.00.00 — Социологические науки*

*12.00.00 — Юридические науки*

*23.00.00 — Политология*

*07.00.00 — Исторические науки и археология*

**Издательство:** ФГБОУ ВПО «Уральский государственный педагогический университет»

**Адрес редакции:** 620017, Екатеринбург, пр. Космонавтов 26, каб. 219

**Главный редактор:** доктор филологических наук, профессор Чудинов Анатолий Прокопьевич

**Телефоны/ факс:** (343) 336-15-92

**E-mail:** ap\_chudinov@mail.ru

**Выпускающий редактор:** кандидат филологических наук Ворошилова Мария Борисовна

**Телефон:** 8-922-6128661

**E-mail:** shinkari@mail.ru

Зарегистрирован Федеральной службой по надзору в сфере массовых коммуникаций, связи и охраны культурного наследия. Свидетельство о регистрации **ПИ №ФС 77-34838** от 25.12.2008

Зарегистрирован Международным центром стандартной нумерации сериальных изданий (International Standart Serial Numbering — ISSN) с присвоением международного стандартного номера **ISSN 1999-2629** от 14.05.2008

Включен в каталог Роспечать. **Индекс 81954.**

С 2010 года решением Президиума ВАК Министерства образования и науки РФ включен в **Перечень ведущих рецензируемых научных журналов и изданий**, в которых должны быть опубликованы основные результаты диссертаций на соискание ученой степени доктора и кандидат наук.

Материалы журнала регулярно размещаются на платформе **Российского индекса научно-го цитирования** (РИНЦ). [http://elibrary.ru/title\\_about.asp?id=28049](http://elibrary.ru/title_about.asp?id=28049).

Материалы для публикации присылаются в электронном виде. Набор должен быть выполнен в текстовом редакторе WORD в соответствии со следующими требованиями:

- Объем статьи не менее 18 и не более 44 тыс. знаков с пробелами.
- Формат страницы — А4; гарнитура — Times New Roman; размер кегля — 14; межстрочный интервал — 1,5.
- Ссылки на литературу делаются в тексте в квадратных скобках. Например: [Иванов 2000: 56—57]. Список литературы (по алфавиту) помещается после текста статьи и оформляется по ГОСТ 7.0.5.-2008 (см. образец).
- Отдельными файлами прилагаются: рисунки (только черно-белые, без полутонов) — в векторных форматах — AI, CDR, WMF, EMF; в растровых форматах — TIFF, JPG с разрешением не менее 300 точек/дюйм в реальном размере; диаграммы из программ «MS Excel», «MS Visio» и т. п. вместе с исходным файлом, содержащим данные.

Для публикации статья должна соответствовать требованиям РИНЦ, то есть, помимо основного текста, содержать следующие сведения на русском и английском языках.

1. Сведения об авторах (если их несколько, то обо всех):

- Фамилия, имя, отчество автора полностью.
- Ученая степень, звание, должность.
- Полное и точное место работы автора.
- Подразделение организации.

Контактная информация (e-mail, почтовый адрес для рассылки и для публикации в журнале).

2. Название статьи.

3. Аннотация (объемом 200 слов, или 2000 знаков с пробелами).

4. Ключевые слова (5—10 слов).

5. Тематическая рубрика, УДК, ГСНТИ и код ВАК.

Обязательным условием публикации является наличие отзыва доктора наук.

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?номер=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).

НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ  
**ПОЛИТИЧЕСКАЯ ЛИНГВИСТИКА**  
2015. ВЫПУСК 2 (52)

Адрес редакции:

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

Свидетельство о регистрации ПИ №ФС77-34838 от 25.12.2008.

Подписано в печать 26.06.2015. Формат 60x84/8.

Бумага для множительных аппаратов. Печать на ризографе.

Уч.-изд. л. — 29,4. Усл. печ. л. — 31,7. Тираж 500 экз. Заказ 4537.

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

620017 Екатеринбург, пр. Космонавтов, 26

E-mail: [uspu@uspu.ru](mailto:uspu@uspu.ru)