

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



ПОЛИТИЧЕСКАЯ ЛИНГВИСТИКА

4(54)'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
- Материалы журнала размещаются на платформе Российского индекса научного цитирования (РИНЦ) Российской универсальной научной электронной библиотеки
- Включен в каталог Роспечать. Индекс 81955
- Включен в базу данных European Reference Index for the Humanities (ERIH PLUS), id 485994
- 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. 4 (54). – 177 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

4(54)'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»	8
--	---

РАЗДЕЛ 1. ТЕОРИЯ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ЛИНГВИСТИКИ

Алферов А. В., Кустова Е. Ю. Пятигорск, Россия	Субъективность и манипулятивность в концептуализации России в европейском парламентском дискурсе.....	10
Червонный А. М. Таганрог, Россия		
Васильев А. Д. Красноярск, Россия	<i>Свои и чужие</i> в контексте программы «Прямая линия с Владимиром Путиным» (2014 г.).....	18
Иссерс О. С. Омск, Россия	От серьезного — до смешного: игровой потенциал русского слова года	25
Кондратьева О. Н. Кемерово, Россия	«Перестройка» и «перезагрузка»: метафоры преобразований в политической коммуникации (опыт лингвокогнитивного анализа).....	32
Мальшева Е. Г. Омск, Россия	Лингвокультурная идея 'патриотизм' сквозь призму русского спортивного дискурса	40
Руженцева Н. Б. Екатеринбург, Россия	Лики автора в российском политическом дискурсе	46
Синельникова Л. Н. Ялта, Россия	Роль риторического перформанса в превращении референтного события в медиасобытие.....	54
Шустрова Е. В. Екатеринбург, Россия	Зооморфизмы в американской карикатуре времен Великой депрессии	59

РАЗДЕЛ 2. ПОЛИТИЧЕСКАЯ КОММУНИКАЦИЯ

Асаналиев У. А. Бишкек, Киргизия	Политический риск и его влияние на характер политического процесса	67
Бекоева И. Д. Джиоева В. П. Тамерьян Т. Ю. Владикавказ, Россия	Доминантные политтехнологии югоосетинского политического дискурса	72
Енина Л. В., Зубова Л. В. Екатеринбург, Россия	Политические фигуры на поле комического в массмедиа: смешные и серьезные	77
Зубакина Т. Н. Екатеринбург, Россия	Метафорическое моделирование как способ реконструкции индивидуальной языковой картины военного события (на материале текста мемуаров У. Черчилля)	82
Исакова Е. А. Екатеринбург, Россия	Жанр репортажа в блоге (на материале «Живого журнала» Рустема Адагамова)	87
Коцюбинская Л. В. Санкт-Петербург, Россия	Понятие «информационная война» в современной лингвистике: новые подходы	93
Кропотухина П. В. Тихонов В. В. Екатеринбург, Россия	Метафоры и «контрметафоры» санкционного дискурса	97
Никифорова М. В. Екатеринбург, Россия	Стратегия дискредитации в дискурсе регионального политика (на материале речей мэра Екатеринбурга Е. Ройзмана)	101
Нуриева Д. Р. Елабуга, Россия	Советская политическая военная карикатура как поликодовый текст	106

Сподарец О. О. Уфа, Россия	Воздействующий потенциал изобразительного ряда в креолизованных текстах политического дискурса СМИ (на материале современного американского политического медиадискурса).....	112
Томилова А. И. Екатеринбург, Россия	Препозитивная морфема <i>auto-</i> в современном испанском языке (на примере политических текстов).....	118

РАЗДЕЛ 3. ЯЗЫК — ПОЛИТИКА — КУЛЬТУРА

Балканов И. В. Москва, Россия	Теория и практика военной лексикографии первой половины XX века (на материале англо-русских военных словарей)	124
Морозова О. Н. Бородавкина Е. А. Пушкин, Россия	Актуализация категории модальности в американской риторике начала XXI века.....	129
Салимова Д. А. Данилова Ю. Ю. Крапоткина И. Е. Елабуга, Россия	Историко-социальный подход к проблеме языка и культуры российских немцев Поволжья (на материале опубликованных архивных документов).....	134
Сметанина Н. А. Голова Л. Б. Колотурская А. В. Екатеринбург, Россия	Этический и стилистический аспекты деловой переписки в XIX—XXI вв.....	140
Терских М. В. Омск, Россия	Дискурс социальных ценностей: структура и базовые дискурсивные практики	144
Фадеева О. А. Омск, Россия	Сторителлинг как символическая информационно-коммуникативная технология	150
Фу Лин, Го Лаймэй Далянь, КНР Илюшкина М. Ю. Екатеринбург, Россия	Интертекстуальный анализ отражения национальной культуры в российской туристической рекламе.....	154

РАЗДЕЛ 4. ЛИНГВИСТИЧЕСКАЯ ЭКСПЕРТИЗА: ЯЗЫК И ПРАВО

Бабилова М. Р. Ворошилова М. Б. Екатеринбург, Россия	«Аплогенные» жанры в современном экстремистском дискурсе	160
Тагильцева Ю. Р. Екатеринбург, Россия	«В ту ночь, когда рождались волки», или «Поэзия» информационно-психологического воздействия религиозно-политического экстремизма	165

РАЗДЕЛ 5. ИЗ ИСТОРИИ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ЛИНГВИСТИКИ

Конбой М. Шеффилд, Великобритания <i>Перевод с английского С. А. Ерёминой</i>	<i>Еремينا С. А.</i> От переводчика..... Технология и язык прессы. Перестройка общественного мнения.....	171 171
--	---	------------

Правила представления авторами рукописей в журнал «Политическая лингвистика»	174
--	-----

CONTENTS

Editorial principles of the journal “Political Linguistics” 8

PART 1. THEORY OF POLITICAL LINGUISTICS

Alferov A. V., Kustova E. Y. Pyatigorsk, Russia Chervony A. M. Taganrog, Russia	Subjectivity and manipulation in the conceptualization of Russia in European parliamentary discourse 10
Vasilyev A. D. Krasnoyarsk, Russia	<i>Friends and enemies</i> in the context of program «Direct line with Vladimir Putin» (2014) 18
Issers O. S. Omsk, Russia	From serious stuff— to funny things: language pun potential of the Russian “Word of the year” 25
Kondrat'eva O. N. Kemerovo, Russia	«Restructuring» and « reloading»: metaphors of transformation in political communication (lingvokognitive analysis) 32
Malysheva E. G. Omsk, Russia	Linguo-cultural idea of ‘patriotism’ through the prism of Russian sports discourse 40
Ruzhentseva N. B. Ekaterinburg, Russia	Author’s image in the Russian political discourse 46
Sinel'nikova L. N. Yalta, Russia	The role of rhetorical performance in conversion of a referential event into a media event 54
Shustrova E. V. Ekaterinburg, Russia	Animalistic images of the Great Depression times: American political cartoon reflection 59

PART 2. POLITICAL COMMUNICATION

Asanaliev U.A. Bishkek, Kyrgyzstan	Political risk and its impact the nature of the political process 67
Bekoeva I. D. Dzhioeva V. P. Tameryan T. Y. Vladikavkaz, Russia	Dominant political technologies of the South Ossetian political discourse 72
Enina L. V. Zubova L. V. Ekaterinburg, Russia	Political figures on the background of the comical in mass media: funny things and serious stuff 77
Zubakina T. N. Ekaterinburg, Russia	Metaphoric modelling as a way of (re)construction of an individual language picture of a war event (in W. Churchill’s memoirs) 82
Isakova E. A. Ekaterinburg, Russia	The genre of reportage in a blog (on live journal materials by Rustem Adagamov) 87
Kotsyubinskaya L. V. St. Petersburg, Russia	The term «information warfare» in modern linguistics: prospects and approaches 93
Kropotukhina P. V. Tikhonov V. V. Ekaterinburg, Russia	Metaphors and “counter-metaphors” of the sanctions discourse 97
Nikiforova M. V. Ekaterinburg, Russia	Discrediting strategy in the discourse of a regional politician (a study of the speeches of the Mayor of Ekaterinburg E. Roizman)101

Nurieva D. R. Yelabuga, Russia	Soviet military political caricature as a multimodal text106
Spodarets O. O. Ufa, Russia	Persuasion potential of visual component in creolized texts of political media discourse (on the basis of us political discourse)112
Tomilova A. I. Ekaterinburg, Russia	The prepositive morpheme <i>auto-</i> in modern Spanish political texts.....118

PART 3. LANGUAGE — POLITICS — CULTURE

Balkanov I. V. Moscow, Russia	Theory and practice of military lexicography: a study based on military English-Russian dictionaries of the first half of the 20 th century124
Morozova O. N. Borodavkina E. A. Pushkin, Russia	Actualization of modality in American rhetoric in the early 21 st century.....129
Salimova D. A. Danilova Y. Y. Krapotkina I. E. Yelabuga, Russia	Socio-historical approach to the language and culture of the Russian Germans of the Volga region (based on the published archival materials)134
Smetanina N. A. Golova L. B. Koloturskaya A. V. Ekaterinburg, Russia	Ethical and stylistic aspects of business correspondence of the 19 th — 21 st centuries140
Terskikh M. V. Omsk, Russia	Discourse of social values: structure and basic discursive practices144
Fadeeva O. A. Omsk, Russia	Storytelling as a symbolic information and communications technology150
Fu Ling, Guo Laimei Dalian, China Ilyushkina M. Y. Ekaterinburg, Russia	Intertextual analysis of the national culture representation in Russian tourism advertisements.....154

PART 4. LINGUISTIC EXPERTISE: LANGUAGE AND LAW

Babikova M. R. Voroshilova M. B. Ekaterinburg, Russia	“Allogenic” genres in modern extremism discourse160
Tagiltseva Y. R. Ekaterinburg, Russia	“On the night when the wolves were being born” or the “poetry” of information-psychological impact of religious-political extremism165

PART 5. FROM THE HISTORY OF POLITICAL LINGUISTICS

Conboy M. Sheffield, UK <i>Transl. from English by S. A. Eremina</i>	<i>Eremina S.</i> Preface171 Technology and newspaper language: the reshaping of public communication.....171
Manuscripts requirements.....	174

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 неоформленные 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 «исследования» 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 81'42:81'27
ББК Ш105.51+Ш100.621

ГСНТИ 16.21.27

Код ВАК 10.02.19

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

А. М. Червонный
Таганрог, Россия

СУБЪЕКТИВНОСТЬ И МАНИПУЛЯТИВНОСТЬ В КОНЦЕПТУАЛИЗАЦИИ РОССИИ В ЕВРОПЕЙСКОМ ПАРЛАМЕНТСКОМ ДИСКУРСЕ

АННОТАЦИЯ. Авторы статьи исследуют механизмы формирования ментальной репрезентации России в европейском парламентском дискурсе на фоне украинского кризиса. Политическая концептуализация представлена как процесс последовательных преобразований определенного контента в парламентской коммуникации. Такая последовательность определяется степенью институционализации информации и проходит коррелирующие стадии — от событийно-фактуального к риторико-аргументативному и далее к конвенционально-конклюдивному (легитимному) этапу. В аргументативном парламентском дискурсе возникает необходимость показать целевой аудитории жизненную важность события, превращающегося в общепризнанный (а следовательно, достоверный) факт. Такая трансформация составляет переход от событийно-фактуального к риторико-аргументативному этапу формирования дискурса. Риторико-аргументативный этап предшествует конвенционально-конклюдивному этапу легитимизации, отражающему главную функцию парламентского дискурса — принятия законодательных документов (законов и т. п.). Аргументы от вещи, от общей договоренности и от человека, с другой стороны, призваны превратить определенное пропозициональное содержание парламентского дискурса в содержание мысли реципиента. В статье показано, как событие, становясь предметом пропозиции, теряет феноменальность и приобретает статус факта как единицы контента парламентской коммуникации. Исследование опирается на анализ аутентичного политического дискурса о России в контексте украинского кризиса.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: европейский парламентский дискурс; украинский кризис; контент-анализ; ивент-анализ политического дискурса; французский политический дискурс; дискурсивная интенциональность парламентского дискурса; концептуальная манипуляция; стратегии политического дискурса.

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: Червонный Александр Михайлович, доктор филологических наук, доцент, заведующий кафедрой немецкого и французского языков, Таганрогский институт имени А. П. Чехова (филиал Ростовского государственного экономического университета — РИИХ); адрес: 347936, г. Таганрог, ул. Петровская, 68, к. 12; e-mail: ckutrik@yandex.ru.

Представленное в статье исследование выполнено в рамках коллективного проекта «Культурологические и лингвопрагматические аспекты парламентской коммуникации в странах Евросоюза», осуществляемого в нескольких вузах Юга России. Авторы статьи придерживаются принципов критического дискурс-анализа, суть которых сводится к тезису о том, что критические исследования не являются «нейтральными»; они занимают определенную позицию (социальную, политическую, идеологическую) и, в частности, направлены на выявление дискриминационных и манипулятивных идеологических дискурсов. Тем не менее «критическое и социально-заинтересованное исследование не означает, что сам анализ будет не строгим» [Дейк 2013: 24].

При исследовании парламентского дискурса, или, скорее, парламентской дискурсивной формации (далее ПДФ) (о термине «ДФ» см.: [Серио 1999; Foucault 1969]), в частности, европейской (см., напр.: [Алферов, Кустова 2014]), отмечено, что пропозиция (предметно-содержательная сторона дискурсивного континуума) манифестируется в зависимости от тональности и интенциональности того или иного жанра политического дискурса,

получающего институциональный статус в рамках парламентской коммуникации [Алферов 2007]. Обозначить последовательность жанровых преобразований определенного контента в парламентском дискурсивном пространстве можно в виде шкалы институционализации, которая проходит коррелирующие этапы (стадии) — от событийно-фактуального к риторико-аргументативному, а далее к конвенционально-конклюдивному (легитимному) этапу формирования ПДФ. Первый, событийно-фактуальный этап связан с идентификацией и фиксацией определенных событий в качестве релевантных для парламентского коммуникативно-деятельностного континуума, который включает это событие в пропозицию ПДФ. Таким образом, на первом этапе формируется собственно контент ПДФ, который в дальнейшем становится фактуальной базой для всего законодательного процесса, построенного на механизмах аргументации. Этот этап, пользуясь термином риторической традиции, мы называем этапом *ad rem* («от вещи»). При этом событие теряет свой феноменальный статус, приобретая статус факта как единицы контента ПДФ. Для этого необходимо еще одно условие — квалифицирован-

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

© Алферов А. В., Кустова Е. Ю., Червонный А. М., 2015

ный консенсус, подтверждающий релевантность данного факта для парламентской дискурсной формации. Этот промежуточный этап можно назвать, следуя той же традиции, этапом *ex concessis* («всеобщее одобрение»). Результаты этого этапа формирования парламентской коммуникации отражены, как правило, в коммуникативной структуре ПДФ (которая четко прослеживается на официальных парламентских сайтах — см.: [Алферов, Кустова 2015]) в рубрике «*Temps forts*» (фр. «важнейшие события»). Факт, как известно, в отличие от события, несет аргументативную нагрузку в виде логического и аксиологического компонентов, формирующих релевантность данного факта для политических и социальных акторов. При этом один и тот же факт имеет разную релевантность [Алферов 2005], например, для политического класса и для гражданского общества. Поэтому в аргументативно-коннативном (воздействующем, по Р. О. Якобсону)

пространстве ПДФ возникает «фактор адресата», т. е. необходимость показать (доказать, внушить) целевой аудитории жизненную важность события [Зюбина 2014], превращающегося в общепризнанный (а следовательно, достоверный) факт — релевантность *ad rem* усиливается релевантностью *ad hominem* («от человека»). Такая трансформация составляет переход от событийно-фактуального к риторико-аргументативному этапу формирования ПДФ в последовательности *ad rem* — (*ex concessis*) — *ad hominem*. Риторико-аргументативный этап формирования ПДФ предшествует конвенционально-конклюдивному этапу легитимизации, отражающему главную функцию парламентской дискурсной формации, — принятию законодательных документов (законов и т. п.). В обобщенной форме корреляция между функциональным и инструментальным механизмами ПДФ представлена на таблице.

Таблица. Этапы и институциональные механизмы ПДФ

Этапы формирования ПДФ	Институциональные механизмы
Событийно-фактуальный	Законодательная инициатива, экспертизы, информационные доклады, консультации и т. д.
Риторико-аргументативный	Парламентские дебаты, заседания комиссий, вопросы правительству (устные и письменные), проекты резолюций и т. д.
Конвенционально-конклюдивный	Голосование, разъяснение мотивов голосования, принятие поправок к закону, резолюций, законов

Нет никаких сомнений в коррелятивности составляющих различных этапов парламентского дискурсного континуума. В самом общем виде механизм интенциональности ПДФ можно сформулировать следующим образом: аргументация от вещи и от общей договоренности, с одной стороны, и аргументация от человека, с другой, призваны превратить определенное пропозициональное содержание ПДФ в содержание мысли реципиента [Алферов, Кустова, Попова 2015а]). Интенциональность ПДФ представляет собой определенный ракурс «подачи» пропозиции и характеризуется ангажированностью формируемого мнения. Такой процесс может рассматриваться как концептуализация ивент-контента ПДФ.

В настоящей статье будут рассмотрены два первых этапа формирования ПДФ в контексте украинского кризиса (УК) 2014—2015 гг., а именно превращение событийно-фактуального плана в риторико-аргументативный. Мы постараемся показать, как в силу того, что аргументативный потенциал первого плана значительно превышает аргументативную релевантность второго по параметрам объективности — субъективности, субъекты ПДФ прибегают к компенсирующей стратегии объективизации, т. е. максимально возможной десубъективизации своей риторики, лежащей в основе актуальной концептуализации России на фоне УК.

Сложился определенный набор фреймов, составляющих ментальную репрезентацию России в парламентском и политическом дискурсе европейских элит. Среди них есть два топоса («общих места»), прямо связанные с УК: «Россия аннексировала Крым» и прямо следующий из предыдущего «Санкции против России необходимы». Как из-

вестно, ложность посылки приводит к ложному выводу. Можно ли предположить, что просвещенные субъекты ПДФ не знают о положении «Декларации о принципах международного права, касающихся воли народа в государственном самоопределении»: «Создание суверенного и независимого государства, свободное присоединение к независимому государству или объединение с ним, или установление любого другого политического статуса, свободно определенного народом, являются формами осуществления этим народом права на самоопределение» [ООН]?

Однако логику сегодняшней европейской ПДФ определяет другой концептуальный посыл. Он выражен министром иностранных дел Лораном Фабиусом в эфире радио «France Info»: *Le référendum en Crimée est illegal. / Референдум в Крыму незаконен.*

Отталкиваясь от ложной посылки, политики продолжают формировать «логику» парламентской концептуализации России. На заседании Национальной ассамблеи 17 апреля, отвечая на вопрос представителя от демократов Франсуа Рошбллана (François Rochebloine) об Украине, министр обороны социалист Жан Ив лэ Дриан (Jean-Yves Le Drian) заявил следующее: *La crise ukrainienne est la plus grave depuis la fin de la guerre froide. La responsable de cette escalade est connue de tous : la Russie. L'annexion de la Crimée puis la déstabilisation de l'est de l'Ukraine constituent des événements d'une très grande gravité. Comme vous l'avez dit, cette atteinte à la souveraineté de l'Ukraine n'est pas acceptable* [Question № 1752]. / Украинский кризис является самым тяжелым с момента окончания холодной войны. Ответственный за эскалацию конфликта известен всем —

это Россия. Аннексия Крыма, затем дестабилизация Востока Украины являются событиями чрезвычайной важности. Как Вы уже сказали, это посягательство на суверенитет Украины не приемлемо.

Риторическая градация, призванная вызвать негодование по отношению к России, отталкивается от событийно-фактуального модуса: *Украинский кризис является самым тяжелым с момента окончания холодной войны*. Неопровержимый факт, с которым трудно не согласиться, настраивает аудиторию на такое же событийно-фактуальное продолжение аргументации, которое, казалось бы, действительно наступает, однако то, что далее называется событиями, на самом деле не что иное, как оценочная фактология (оценка события, трактуемая как факт): **Аннексия Крыма, затем дестабилизация Востока Украины являются событиями чрезвычайной важности**. Здесь субстантивация (употребление девербальных существительных) является одной из тактик стратегии десубъективизации. Такая тактика переводит пропозиции «Россия аннексировала Крым» и «дестабилизирует Украину», которые можно оспорить, в неоспоримую пресуппозицию высказывания, в ранг доказанного, общепринятого факта, выраженного субстантивными номинациями.

Пример превращения событий в фактуальную базу аргументации являет «хронология событий», представленная на заседании Национального собрания 17 мая 2015 г. социалистом Пьером Ив ле Борном (Pierre-Yves Le Borgn): *Tout cela s'est achevé par l'annonce, le 21 novembre 2013, juste avant le sommet de Vilnius, que le gouvernement ukrainien suspendait le processus d'association, ce qui a déclenché les manifestations qui devaient conduire à la révolution de Maïdan en février 2014 et à la chute du président Ianoukovytch, à son tour suivie par l'annexion brutale et contraire au droit international de la Crimée par la Russie* [Commission 2015f] / *Всё это закончилось заявлением от 21 ноября 2013 г., как раз перед саммитом в Вильнюсе, тем, что украинское правительство приостанавливает процесс подписания договора об Ассоциации (с Евросоюзом. — авт.), что дало толчок к началу манифестаций, которые должны были привести к революции на Майдане в феврале 2014 г. и к свержению президента Януковича, за которым последовала грубая и противоречащая нормам международного права аннексия Крыма Россией*.

Однако ошибкой было бы утверждать, что в европейской ПДФ нет альтернативной точки зрения на этот вопрос. В приводимом ниже заявлении Николя Саркози, лидера второй по количеству мест в Национальном собрании партии, вместе с контраргументацией проясляется и смена риторической стратегии, на первый план выступает субъективизация и персонализация: *Les habitants de Crimée choisissent la Russie, on ne peut pas leur reprocher. Si le Kosovo a eu le droit d'être indépendant de la Serbie, je ne vois pas comment on pourrait dire avec le même raisonnement que la Crimée n'a pas le droit de quitter l'Ukraine pour rejoindre la Russie* [Maupoil 2015]. / *Жители Крыма выбирают Россию, и их нельзя за это упрек-*

нуть. Если у Косово было право стать независимой от Сербии, я не вижу причин говорить, что Крым не может отсоединиться от Украины и присоединиться к России.

Глава Национального фронта Марин Лё Пэн более категорична в событийно-фактуальной логической последовательности: *Bruxelles a soutenu un putsch qui a permis aux Criméens de faire un choix en faveur de la Russie car la Crimée est Russe, comme chacun sait* [Marine Le Pen...]. / *Брюссель поддержал путч, который подтолкнул крымчан сделать выбор в пользу России, поскольку Крым — русский, и каждый это знает.*

Опуская анализ роли влияния СМИ на ПДФ [см.: Swaelen 1994] и, в частности, роли информационной войны, спровоцированной УК, констатируем, что в европейской ПДФ сформировалась определенная *интенциональность* концептуализации Российского государства даже вне связи с событиями на Украине [Алферов, Кустова, Попова 2015а]. Европейские парламентарии и политические деятели не скупятся на резкие слова о России. Их речи эмоциональны, интертекстуальны — передают мнение коллег-политиков (корпоративность) или дискредитируют политических противников (аргументация *ad personam*), используют противоречивость и субъективность данных СМИ и т. д. В соответствии с описанными выше механизмам институционализации контента выступления политиков строятся на переходе от модальности *de re* (объективное содержание) к модальности *de dicto* (мнение) [см.: Алферов 2001]. Опираясь на принятую (одобренную) концептуализацию событий, например, УК, выступающие переводят пропозицию ПДФ в пресуппозицию своей аргументативной риторики. Как известно, в силу фокусной асимметрии семантической синтагматики (темо-рематических отношений) [Ирисханова 2014] пресуппозиция не оспаривается, а принимается как данное, как фон, на котором разворачивается находящаяся в фокусе пропозиция высказывания. При этом в фокусе оказывается не само событие и его объективный анализ, а те субъективные модальности (оценка, эмоциональность, коннотации и т. д.), которые выдвигаются как аргумент в пользу искомого вывода [Алферов, Кустова, Попова 2013]. Такие пресуппозиции становятся топосами («общими местами») в аргументации европейских парламентариев: «Россия — агрессор», «аннексия Крыма», «пророссийские сепаратисты», «Украина борется с российскими войсками» и т. д.

В европейском парламентском дискурсе оформилась определенная концептуальная парадигма аргументативно-риторических моделей представления России и ее политического статуса в современном мире [см.: Алферов, Кустова Попова 2015б], что определяет формирование ментальной репрезентации страны в концептуальной картине и дискурсе европейских политиков.

При обсуждении в Национальной ассамблее Франции 10 марта 2015 г. причин УК Эрик Фурнье (Éric Fournier), директор департамента континентальной Европы МИД Франции, «вскрыл» подоплеку событий в виде цели «главного виновника» возникновения конфликта — российского президента: *Quant aux intentions de M. Poutine, elles*

sont connues, voire affichées depuis l'origine : le président russe veut empêcher l'Ukraine de rejoindre l'OTAN, par tous les moyens, y compris la pression militaire, le recours à la guerre et la déstabilisation du pays. Le deuxième objectif de M. Poutine est de conserver des leviers en Ukraine pour y maintenir les intérêts russes, voire, s'il le peut, de mettre en place à Kiev une équipe gouvernementale moins hostile à la Russie [Commission 2015a]. / *Что же касается намерений господина Путина в данном конфликте, они известны и даже афишируются с самого его начала: президент России хочет помешать Украине вступить в НАТО всеми имеющимися у него средствами, включая давление с позиции силы, разжигание войны и дестабилизацию страны. Вторая цель — сохранить рычаги давления на власть, чтобы поддерживать в регионе российские интересы, даже, по возможности, привести к власти людей, менее враждебных к России.*

Обратим внимание на два момента. Афишировать — это «открыто заявлять, выставлять на показ». Вряд ли найдется хотя бы одно заявление Путина, в котором бы он, как это следует из утверждения г-на Э. Фурнье, призывал к дестабилизации Украины или к войне с ней. Что касается «людей, менее враждебных к России», так их просто трудно увидеть в сегодняшней «политической элите» Украины, не то что «привести к власти». В концептуализацию России вводятся пропозиции «давление с позиции силы», «разжигание войны» (на Украине), «дестабилизация страны» (Украины), «привести к власти людей» (пророссийски настроенных).

К волитивной, субъективной составляющей роли России и ее президента в УК европейский парламентский дискурс добавляет и экономические средства давления России на Украину в этой так называемой «гибридной войне». В продолжение темы генезиса украинского кризиса на упомянутом заседании высказался депутат Национального собрания, член Социалистической партии Франции Кристиан Батай (Christian Bataille): *Le pétrole est peut-être une arme de combat, d'une efficacité d'ailleurs supérieure à la force militaire. La Russie, puissance impériale, l'a compris... Pour la Russie le gaz naturel est un instrument de politique extérieure. <...> Le gaz a aussi été l'un des éléments de la crise ukrainienne qui a débuté l'an dernier avec l'annexion de la Crimée* [Commission 2015a]. / *Нефть может выступать в роли оружия, которое зачастую эффективнее военной силы. Россия, имперская держава, взяла это на заметку. <...> Газ для России выступает рычагом внешнеполитического давления. <...> Газ является одним из элементов украинского кризиса, который начался в прошлом году с аннексии Крыма.* Пресуппозиция последнего высказывания — «украинский кризис начался с аннексии Крыма» — по меньшей мере не соответствует действительности. Далее: «Россия — имперская держава», «Газ — оружие России в войне с Украиной» — вот концептуальные единицы ментальной репрезентации России на фоне УК.

Анализируя стратегии, составляющие субъективную, манипулятивную интенциональность концептуализации России в европейской ПДФ, мы

отмечаем две на первый взгляд противоположные, а по сути интенционально однонаправленные аргументативные тенденции в дискурсе об УК — отмеченную выше объективизацию, в частности, в виде *десубъективизации*, и контрастирующую с ней стратегию *персонификации*. Аргументация *ad personam* заключается в апеллировании к отрицательным личным качествам оппонента или косвенного адресата [Robrieux 1993]. Очень часто персонифицированные номинации сопровождаются понятийно-коннотативными аксиологическими смыслами и опираются на «ксеномышление» и этностереотипы. Оппозиции «свои» / «чужие», «мы» / «они», «разведчики» / «шпионы», «повстанцы» / «мятежники» — это традиционная риторическая манипуляция, базовая для политического дискурса. Тот же Эрик Фурнье, характеризуя внешнюю политику России, говорит следующее: *Le président russe a même tout lieu d'être fier de ce qui a été accompli : la réintégration de la Crimée au sein de la fédération de Russie et la déstabilisation d'un partenaire (de l'Ukraine. — aem.) qu'il considèrerait comme dangereux. Les Cosaques et les séparatistes estiment avoir reconquis une partie de territoire traditionnellement sous influence russe. Il s'agit donc non pas d'une parenthèse dans la politique étrangère russe, mais de la mise en œuvre d'une politique déterminée, qui va se poursuivre et qui aura des effets pour nous* [Commission 2015d]. / *Президент России может гордиться итогами своей деятельности: воссоединение России с Крымом и дестабилизация партнера (Украины — авт.), который кажется ему опасным. Казаки и сепаратисты надеются отвоевать часть территории, которая традиционно подпадала под российское влияние. Поэтому речь идет вовсе не об отступлении от внешнеполитического курса России, а об осуществлении определенной политики, которая будет продолжена и которая отразится на нас.*

Последнее предложение придает традиционно алармистский оттенок характеристике внешне-го курса Российской Федерации, ведь очевидно, что фразой *отразится на нас* Эрик Фурнье, скорее всего, отсылает к старому стереотипу «русского медведя», который только и ждет, чтобы сожрать бедных европейцев. Олицетворяют этого медведя некоторые коннотативно маркированные персональные и субъектные номинации: «президент России», «казаки и сепаратисты». По своей ингерентной семантике и контекстуально эти номинации «отрицательно заряжены», подчеркивают этническую чуждость, опасность («казаки»), «подрывной характер» («сепаратисты») и злой умысел России в отношении ее «опасного противника» — Украины.

«Русские идут» — вот пресуппозиция большинства политических заявлений, связанных с УК. При этом французы, как всегда, «ищут компромисс», «выступают миротворцами», как это не раз заявлял министр иностранных дел Франции. Поясняя внешнеполитический курс Франции в одном из своих интервью газете «France Soir», он говорит: *Le gouvernement ukrainien accepte une décentralisation qui est absolument légitime. Les séparatistes et les Russes voudraient aller plus loin.*

*Nous, on essaye de trouver une médiation [Crise en Ukraine]. / Украинское правительство соглашается на децентрализацию власти, что является абсолютно законным. Сепаратисты и русские же хотят большего. Мы же (Франция) пытаемся найти компромисс. Лоран Фабиус «за спиной медведя» убивает двух зайцев. С одной стороны, его страна предстает миротворцем и борцом за мир, с другой — опять упоминаются «эти страшные русские», которые «хотят большего» (чего?), наверное, чем децентрализация, на которую «украинское правительство», как следует из текущего событийного контекста, не только не соглашается, но и давно наложило вето. В другом своем интервью, на этот раз телеканалу «TF1», Лоран Фабиус просто повторяет избитый миф о «вторжении России на Украину»: *Nous avons des indications extrêmement alarmantes, oui, qui montrent qu'il y a des forces militaires russes en Ukraine, à l'Est. Lorsqu'un pays envoie des forces militaires dans un autre pays sans l'accord et contre l'accord de cet autre pays, ça s'appelle une intervention et évidemment c'est inacceptable. / У нас имеются очень тревожные сведения о присутствии российских вооруженных сил в Украине, на Востоке. <...> Когда одна страна отправляет своих военных в другую страну без согласия или против согласия последней, это называется интервенция и, естественно, это неприемлемо.* Первому дипломату Франции такие прямые обвинения, конечно же, не к лицу, но общая концептуальная интенция по отношению к России ему, оказывается, дороже.*

Эта интенция, очевидно, характерна для европейской ПДФ и получает отрицательную оценку некоторых евродепутатов. Так, лидер партии «Национальный фронт» Марин Ле Пен в интервью радио «Голос России» 1 июня 2015 г. заявила: *L'Union européenne a versé de l'huile sur le feu en proposant un partenariat économique à un pays où la moitié de la population regarde vers l'Est. <...> L'Europe marche sous la houlette des Etats-Unis en présentant la Russie sous un faux jour. Le Vieux Continent devrait se forger sa propre opinion au lieu de voir le monde avec les yeux des Etats-Unis. Les Américains cherchent à élargir leur sphère d'influence dans le monde, surtout en Europe; ils défendent leurs intérêts à eux et pas les nôtres [L'Europe responsable de la crise en Ukraine]. / Европейский союз подлил масла в огонь, предложив экономическое партнёрство стране, где половина населения смотрит на Восток. <...> Европа идет на поводу у Соединенных Штатов, представляя Россию в ложном свете. Старому Свету нужно иметь собственное мнение, а не смотреть на мир глазами Соединенных Штатов. Американцы стараются расширить сферу своего влияния в мире, особенно в Европе; они отстаивают интересы своей страны, но никак не нашей.*

Впрочем, такие пропозиции не являются «эксклюзивными» в ПДФ, вызванными исключительно внутриполитическими оппозиционными интересами. Их косвенно подтверждают и оппоненты, говоря о том, кому в большей степени выгодна нестабильность в Европе. Министр иностранных дел Франции на заседании Национальной ассамблеи 7 апреля 2015 г. заявляет:

À propos du boycott, les pays européens — singulièrement l'Allemagne, puis la France — sont beaucoup plus pénalisés que les États-Unis car ils commercent beaucoup plus avec la Russie. C'est tout le problème des sanctions [Commission 2015c]. / Что же касается бойкота, европейские страны теряют от этого намного больше, чем Соединенные Штаты, поскольку и наш товарооборот с Россией намного больше. В этом и состоит проблема санкций.

При обсуждении санкций тональность дискурса во французском парламенте заметно меняется и из обличительной переходит в «задумчивую». Стратегия персонификации уступает место десубъективизации. Отмеченная выше стратегия десубъективизации основана на функциональных трансформациях языковой категории субъекта [Червоный 2014]. Проявление асимметрии плана выражения и плана содержания состоит в метафорическом (метонимическом) осмыслении субъекта. Это явление свойственно, например, фразеологическому уровню языка-речи. Такое представление действительности «работает» по закону метафоры и требует инференциального усилия для олицетворения субъекта. Например: «Pierre qui roule n'amasse pas mousse» («Под лежачий камень вода не течет»). Инференциальная (глубинная) модель такой фразы предполагает завуальрованную волитивно-аксиологическую интерпретацию: «Делай что-л., чтобы достичь чего-л. В противном случае... (следует отрицательная оценка)» [Червоный 2013: 130]. В риторике ПДФ фрейм «САНКЦИИ» характеризуется оценочной амбивалентностью. Для оправдания непопулярных политических решений в этом контексте парламентарии стараются дистанцироваться от субъекта — источника этих решений. Основной тезис — «Санкции необходимы», «Это зло, которое нужно принять», «Санкции объективны». Советник по делам Европы в Национальной ассамблее Арлем Дезир (Harlem Désir) 1 апреля 2015 г. попытался объяснить коллегам-депутатам смысл введения санкций: *L'objectif est de faire respecter les accords de Minsk, pas d'imposer des sanctions. Leur reconduction ou leur maintien ne pourra avoir de signification que si ces accords ne sont pas respectés. S'ils sont respectés, à la fin de l'année, nous n'aurions plus de motif pour les maintenir. Les sanctions coûtent très cher à tout le monde : à la Russie qui subit déjà la baisse du coût du pétrole ; à l'Ukraine qui, en période de guerre et d'instabilité, se trouve dans une situation économique désastreuse ; à l'Europe, parce nos exportations vers la Russie et nos investissements dans ce pays en subissent les conséquences. Les sanctions ne sont qu'un outil pour faire respecter la feuille de route des négociations et les accords de Minsk [Commission 2015b]. / Цель — заставить соблюдать Минские соглашения, а не накладывать санкции. Бессмысленно продлевать или вводить санкции, если соглашения соблюдаются. В случае, если они будут соблюдены до конца года, смысла их держать у нас не будет. Санкции обходятся дорого всем: России, по которой уже ударил снижение цен на нефть; Украине, экономика которой находится в катастрофическом положении ввиду войны и нестабильности*

в стране; Европе, потому что санкции негативно сказываются на нашем экспорте в Россию и наших инвестициях в эту страну. Санкции — это всего лишь инструмент, с помощью которого можно заставить соблюдать обговоренную „дорожную карту“ и Минские соглашения.

Неопределенность, амбивалентность характеризуют тональность обсуждения санкций во французском парламенте. Эту неопределенность и сомнение демонстрирует, в частности, высказывание депутата от республиканцев Эрве Геймара (Hervé Gaymard). 20 мая 2015 г. при обсуждении вопроса о продлении антироссийских санкций он заявил: *En réalité, il faut être nuancé, car l'histoire nous a montré que les sanctions adoptées contre l'Afrique du Sud et la Rhodésie, devenue ensuite Zimbabwe, ont été efficaces. Et les sanctions économiques et financières contre la Russie porteraient plus qu'on ne le dit, même si c'est un sujet controversé. Cette question pourrait faire l'objet d'une étude à part, c'est un sujet à creuser* [Commission 2015e]. / В этом вопросе надо проявлять гибкость, поскольку история показала, что санкции, принятые против Южной Африки и Родезии, ставшей впоследствии Зимбабве, были эффективны. И финансово-экономические санкции против России могли бы многое принести, что бы там ни говорили, хоть это и спорное утверждение. Этот вопрос должен быть отдельно изучен, здесь еще многое предстоит исследовать.

С одной стороны, санкции могли бы многое принести», но, с другой — всё же это спорное утверждение и этот вопрос надо отдельно изучить. Как известно, неопределенность — первый шаг к отрицанию. Логическим продолжением двусмысленности риторики о санкциях является контраргументация, отрицающая правомерность, эффективность и неизбежность санкций. Санкции, направленные против России, «сродни самоубийству», — именно такого мнения придерживается известный французский политик, один из основателей Союза за народное движение (Union pour un mouvement populaire), мэр г. Мезон-Лаффит Жак Мияр (Jacques Myard). В интервью газете «Le Figaro» он заявил: *En prenant des sanctions, l'Union Européenne internationalise ce conflit au lieu de le circonscrire. Il devient un conflit entre la Russie, l'Union Européenne et les Etats-Unis. Ces actions aggravent donc la situation, les tensions internationales alors qu'il faut toujours éviter une politique qui mène à l'internationalisation d'un conflit. <...> La France a une position forte dans l'économie russe: automobile, vente de technologies... dans ces conditions, à un moment où la France rencontre des difficultés économiques, financières et budgétaires, il est pour le moins suicidaire de porter atteinte à nos exportations vers la Russie, qui sont importantes et nécessaires à l'emploi français et pour notre balance commerciale. C'est une politique de gribouille menée par le gouvernement et l'Union Européenne* [Garcin 2014]. / Своими санкциями ЕС вместо того, чтобы локализовать этот конфликт, делает его международным. Теперь это переросло в столкновение между Россией, Евросоюзом и США. Такие действия лишь усложняют ситуацию, усиливая напряжение, в то время как нужно стремиться всячески избегать политики, которая ведет к

расширению конфликта. <...> Франция довольно сильно завязана на российскую экономику: автомобильный рынок, продажа технологий... И теперь, когда мы столкнулись с экономическими и финансовыми затруднениями, а также проблемами с бюджетом, подрывать наш экспорт в Россию сродни самоубийству, потому что он важен и даже необходим французскому рынку труда, торговому балансу. Это абсолютно недальновидно со стороны нашего правительства и Евросоюза.

Противоречия в онтологии и оценке событий, произошедших в Украине, привели к противоречивости риторической аргументативности парламентской дискурсивной формации Европы. Исследование контента, связанного с определенными событиями (ивент-анализ), неизбежно приводит критический анализ дискурса к рассмотрению концептуальных, глубинных противоречий, лежащих в основе ментальной репрезентации России в европейском парламентском и политическом дискурсе, к анализу интенциональности его акторов, проявляющейся в тех или иных дискурсивных стратегиях, в частности, стратегиях персонализации и субъективизации, объективизации и десубъективизации. Концептуализация России на фоне украинского кризиса также противоречива, однако преобладание алармистской ксенориторики в политическом дискурсе приводит к «демонизации» концепта «РОССИЯ» в сознании адресной аудитории и, по всей видимости, направлено на оправдание смены политического курса европейских стран в интересах влиятельных политических акторов.

ИСТОЧНИКИ

1. Организация Объединенных Наций. Генеральная Ассамблея. Декларация о принципах международного права, касающихся дружественных отношений и сотрудничества между государствами в соответствии с Уставом Организации Объединенных Наций. URL: http://www.un.org/ru/documents/decl_conv/declarations/intlaw_principles.shtml.
2. Commission des affaires étrangères // Assemblée Nationale. 2015a. 10 mars. URL: http://www.assemblee-nationale.fr/14/cr-cafe/14-15/c1415055.asp#P6_224.
3. Commission des affaires étrangères // Assemblée Nationale. 2015b. 1 avril. URL: http://www.assemblee-nationale.fr/14/cr-cafe/14-15/c1415066.asp#P6_296.
4. Commission des affaires étrangères // Assemblée Nationale. 2015c. 7 avril. URL: http://www.assemblee-nationale.fr/14/cr-cafe/14-15/c1415067.asp#P9_24.
5. Commission des affaires étrangères // Assemblée Nationale. 2015d. 6 mai. URL: http://www.assemblee-nationale.fr/14/cr-cafe/14-15/c1415073.asp#P9_486.
6. Commission des affaires étrangères // Assemblée Nationale. 2015e. 20 mai. URL: http://www.assemblee-nationale.fr/14/cr-cafe/14-15/c1415079.asp#P7_246.
7. Commission des affaires étrangères // Assemblée Nationale. 2015f. 17 juin. URL: http://www.assemblee-nationale.fr/14/cr-cafe/14-15/c1415089.asp#P7_547.
8. Crise en Ukraine — Laurent Fabius: «Il y a un risque de guerre à trois heures d'avion de Paris» // FranceSoir. 2015. 11 févr. URL: <http://www.francesoir.fr/politique-monde/crise-ukraine-laurent-fabius-il-y-un-risque-de-guerre-trois-heures-davion-de>.
9. Garcin W. Jacques Myard : «Les sanctions contre la Russie sont suicidaires pour la France et l'Europe» // Le Figaro. 2014. 8.08. URL: <http://www.lefigaro.fr/vox/politique/2014/08/07/31001-20140807ARTFIG00140-jacques-myard-les-sanctions-contre-la-russie-sont-suicidaires-pour-la-france-et-l-europe.php>.
10. L'Europe responsable de la crise en Ukraine (Marine Le Pen) // Sputnik. URL: Lire la suite: http://fr.sputniknews.com/french.ruvr.ru/news/2014_06_01/L'Europe-est-responsable-de-la-crise-en-Ukraine-Marine-Le-Pen-4473/.

11. Marine Le Pen: l'intégration de la Crimée, conséquence des erreurs de l'UE // Sputnik France. URL: <http://fr.sputniknews.com/international/20150430/1015893637.html#ixzz3plrb5jbb>.

12. Maupoil T. Q. Nicolas Sarkozy légitime l'annexion de la Crimée par la Russie // Le Figaro. 2015. 10.02. URL: <http://www.lefigaro.fr/politique/le-scan/coulisses/2015/02/10/25006-20150210ARTFIG00242-nicolas-sarkozy-legitime-l-annexion-de-la-crimée-par-la-russie.php>.

13. Question N° 1752 // Assemblée Nationale. URL: <http://questions.assemblee-nationale.fr/q14/14-1752QG.htm>.

ЛИТЕРАТУРА

14. Алферов А. В. Дейксис de dicto: функциональный класс интеракционных индексов // Филологические науки. 2001. № 2. С. 85—93.

15. Алферов А. В. Релевантность высказывания // Вестн. Пятигор. гос. лингвист. ун-та. 2005. № 1. С. 54—59.

16. Алферов А. В. Когнитивное пространство интеракционного дискурса // Вестн. Пятигор. гос. лингвист. ун-та. 2007. № 3—4. С. 106—108.

17. Алферов А. В., Кустова Е. Ю. Европейский парламентский дискурс: стратегия исследования // Вестн. Пятигор. гос. лингвист. ун-та. 2014. № 1. С. 91—94.

18. Алферов А. В., Кустова Е. Ю. Изотопия парламентского дискурса (на материале сайтов Французской национальной ассамблеи) // Политика и политики: политический дискурс как объект лингвистического анализа / под ред. Д. А. Крячкова, Д. Н. Новикова. — М.: МГИМО-Университет, 2015. С. 35—45.

19. 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.

20. Алферов А. В., Кустова Е. Ю., Попова Г. Е. Релевантность в концептуализации России во французском парла-

ментском дискурсе // Политическая лингвистика. 2015а. № 2. С. 57—62.

21. Алферов А. В., Кустова Е. Ю., Попова Г. Е. О некоторых ксеностереотипах в концептуальной картине Европарламента // Вестн. Пятигор. гос. лингвист. ун-та. 2015б. № 2. С. 175—178.

22. Дейк ван Т. А. Дискурс и власть: репрезентация доминирования в языке и коммуникации. — М.: Либроком, 2013.

23. Зюбина И. А. Отражение личностных потребностей в убеждающей коммуникации (на примере британского парламента) // Вестн. Пятигор. гос. лингвист. ун-та. 2014. № 4. С. 162—164.

24. Ирисханова О. К. Игры фокуса в языке. Семантика, синтаксис и прагматика дефокусирования. — М.: Языки славянской культуры, 2014.

25. Серю П. Как читают тексты во Франции // Квадратура смысла: французская школа анализа дискурса. — М.: Прогресс, 1999.

26. Червоный А. М. Интеракционная категория субъекта // Актуальные аспекты интеракционной теории языка: коллектив. моногр. / под ред. А. В. Алферова, Е. Ю. Кустовой. — Пятигорск, 2013. С. 114—155.

27. Червоный А. М. Функциональная динамика категории «Языковой субъект». — Ростов н/Д, 2014.

28. Foucault M. L'Archeologie du savoir. — Paris: Gallimard, 1969.

29. Robrieux J.-J. Eléments de rhétorique et d'argumentation. — Paris: Dunod, 1993.

30. Swaelen F. Les medias comme facteur de pouvoir dans la politique: Rapport de M. Frank Swaelen, Président du Sénat Belge // Conference des Presidents des Assemblees parlementaires europeennes (La Haye, 24 et 25 juin 1994). URL: http://www.senat.fr/europe/dossiers/conference_presidents/rapport_swaelen_lahaye94.pdf (date of access: 16.09.2015).

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

A. M. Chervony
Taganrog, Russia

SUBJECTIVITY AND MANIPULATION IN THE CONCEPTUALIZATION OF RUSSIA IN EUROPEAN PARLIAMENTARY DISCOURSE

ABSTRACT. *The article studies mechanisms of formation of the mental representation of Russia in European parliamentary discourse on the background of the Ukrainian crisis. Political conceptualization is presented as a process of consistent transformations of certain content in parliamentary communication. This process is defined by the degree of institutionalization of information and passes through correlating stages – from eventful-factual to rhetorical-argumentative and further on to conventional-conclusive (legitimizing) stage. The argumentative parliamentary discourse is characterized by the necessity to show the target audience the vital importance of the event, which turns into a commonly accepted (and, therefore, reliable) fact. Such transformation represents a transition from the eventful-factual to rhetorical-argumentative stage of formation of discourse. The rhetorical-argumentative stage precedes the conventional-conclusive stage of legitimizing, reflecting the main function of parliamentary discourse – adopting acts of parliament (laws, etc.). Arguments on the part of the thing, general convention and man himself, on the other hand, are intended to turn the propositional content of parliamentary discourse into the content of thought of the recipient. The article demonstrates how an event in case of becoming an object of a proposition loses its phenomenal character and acquires the status of a fact as a unit of content of parliamentary communication. The presented research is based on the analysis of authentic political discourse about Russia in the context of the Ukrainian crisis.*

KEYWORDS: *European parliamentary discourse; the Ukrainian crisis; content analysis; event analysis of political discourse; French political discourse; discursive intentionality; parliamentary discourse; conceptual manipulation; strategies of political discourse.*

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 Yur'evna, Doctor of Philology, Professor of Department of French Philology and Intercultural Communication, Pyatigorsk State Linguistic University, Pyatigorsk, Russia.*

ABOUT THE AUTHOR: *Chervony Aleksandr Mikhaylovich, Doctor of Philology, Associate Professor, Head of Department of the German and French Languages, Anton Chekhov State Institute (branch) of Rostov State University of Economics (RSUE), Taganrog, Russia.*

REFERENCES

1. Commission des affaires étrangères // Assemblée Nationale. 2015a. 10 mars. URL: http://www.assemblee-nationale.fr/14/cr-cafe/14-15/c1415055.asp#P6_224.

2. Commission des affaires étrangères // Assemblée Nationale. 2015b. 1 avril. URL: http://www.assemblee-nationale.fr/14/cr-cafe/14-15/c1415066.asp#P6_296.

3. Commission des affaires étrangères // Assemblée Nationale. 2015c. 7 avril. URL: http://www.assemblee-nationale.fr/14/cr-cafe/14-15/c1415067.asp#P9_24.

4. Commission des affaires étrangères // Assemblée Nationale. 2015d. 6 mai. URL: http://www.assemblee-nationale.fr/14/cr-cafe/14-15/c1415073.asp#P9_486.

5. Commission des affaires étrangères // Assemblée Nationale. 2015e. 20 mai. URL: http://www.assemblee-nationale.fr/14/cr-cafe/14-15/c1415079.asp#P7_246.
6. Commission des affaires étrangères // Assemblée Nationale. 2015f. 17 juin. URL: http://www.assemblee-nationale.fr/14/cr-cafe/14-15/c1415089.asp#P7_547.
7. Crise en Ukraine — Laurent Fabius: «Il y a un risque de guerre à trois heures d'avion de Paris» // FranceSoir. 2015. 11 févr. URL: <http://www.francesoir.fr/politique-monde/crise-en-ukraine-laurent-fabius-il-y-un-risque-de-guerre-trois-heures-da-vion-de>.
8. Garcin W. Jacques Myard : «Les sanctions contre la Russie sont suicidaires pour la France et l'Europe» // Le Figaro. 2014. 8.08. URL: <http://www.lefigaro.fr/vox/politique/2014/08/07/31001-20140807ARTFIG00140-jacques-myard-les-sanctions-contre-la-russie-sont-suicidaires-pour-la-france-et-l-europe.php>.
9. L'Europe responsable de la crise en Ukraine (Marine Le Pen) // Sputnik. URL: http://fr.sputniknews.com/french.ruvr.ru/news/2014_06_01/LEurope-est-responsable-de-la-crise-en-Ukraine-Marine-Le-Pen-4473/.
10. Marine Le Pen: l'intégration de la Crimée, conséquence des erreurs de l'UE // Sputnik France. URL: <http://fr.sputniknews.com/international/20150430/1015893637.html#ixzz3plrbsjib>.
11. Maupoil T. Q. Nicolas Sarkozy légitime l'annexion de la Crimée par la Russie // Le Figaro. 2015. 10.02. URL: <http://www.lefigaro.fr/politique/le-scan/couliesses/2015/02/10/25006-20150210ARTFIG00242-nicolas-sarkozy-legitime-l-annexion-de-la-crimee-par-la-russie.php>.
12. Question N° 1752 // Assemblée Nationale. URL: <http://questions.assemblee-nationale.fr/q14/14-1752QG.htm>.
13. Organizatsiya Ob"edinennykh Natsiy. General'naya Assambleya. Deklaratsiya o printsipakh mezhdunarodnogo prava, kasayushchikhsya druzhestvennykh otnosheniy i sotrudnichestva me-zhdu gosudarstvami v sootvetstviy s Ustavom Organizatsii Ob"edinennykh Natsiy. URL: http://www.un.org/ru/documents/decl_conv/declarations/intlaw_principles.shtml.
14. Alferov A. V. Deyksis de dicto: funktsional'nyy klass interaktsional'nykh indeksalov // Filologicheskie nauki. 2001. № 2. S. 85—93.
15. Alferov A. V. Relevantnost' vyskazyvaniya // Vestn. Pyatigor. gos. lingvist. un-ta. 2005. № 1. S. 54—59.
16. Alferov A. V. Kognitivnoe prostranstvo interaktsional'nogo diskursa // Vestn. Pyatigor. gos. lingvist. un-ta. 2007. № 3—4. S. 106—108.
17. Alferov A. V., Kustova E. Yu. Evropeyskiy parlamentskiy diskurs: strategiya issledovaniya // Vestn. Pyatigor. gos. lingvist. un-ta. 2014. № 1. S. 91—94.
18. Alferov A. V., Kustova E. Yu. Izotopiya parlamentskogo diskursa (na materiale saytov Frantsuzskoy natsional'noy assamblei) // Politika i politiki: politicheskiy diskurs kak ob"ekt lingvisticheskogo analiza / pod red. D. A. Kryachkova, D. N. Novikova. — M.: MGIMO-Universitet, 2015. S. 35—45.
19. 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.
20. Alferov A. V., Kustova E. Yu., Popova G. E. Relevantnost' v kontseptualizatsii Rossii vo frantsuzskom parlamentskom diskurse // Politicheskaya lingvistika. 2015a. № 2. S. 57—62.
21. Alferov A. V., Kustova E. Yu., Popova G. E. O nekotorykh ksenostereotipakh v kontseptual'noy kartine Evroparlamenta // Vestn. Pyatigor. gos. lingvist. un-ta. 2015b. № 2. S. 175—178.
22. Deyk van T. A. Diskurs i vlast': reprezentatsiya dominirovaniya v yazyke i kommunikatsii. — M.: Librokom, 2013.
23. Zyubina I. A. Otrazhenie lichnostnykh potrebnostey v ubezhdayushchey kommunikatsii (na primere britanskogo parlamenta) // Vestn. Pyatigor. gos. lingvist. un-ta. 2014. № 4. S. 162—164.
24. Iriskhanova O. K. Igry fokusa v yazyke. Semantika, sintaksis i pragmatika defokusirovaniya. — M.: Yazyki slavyanskoy kul'tury, 2014.
25. Serio P. Kak chitayut teksty vo Frantsii // Kvadratura smysla: frantsuzskaya shkola analiza diskursa. — M.: Progress, 1999.
26. Chervonyy A. M. Interaktsional'naya kategoriya sub"ekta // Aktual'nye aspekty interaktsional'noy teorii yazyka: kollektiv. monogr. / pod red. A. V. Alferova, E. Yu. Kustovoy. — Pyatigorsk, 2013. S. 114—155.
27. Chervonyy A. M. Funktsional'naya dinamika kategorii «Yazykovoy sub"-ekt». — Rostov n/D, 2014.
28. Foucault M. L'Archeologie du savoir. — Paris: Gallimard, 1969.
29. Robrieux J.-J. Eléments de rhétorique et d'argumentation. — Paris: Dunod, 1993.
30. Swaelen F. Les medias comme facteur de pouvoir dans la politique: Rapport de M. Frank Swaelen, Président du Sénat Belge // Conference des Presidents des Assemblees parlementaires europeennes (La Haye, 24 et 25 juin 1994). URL: http://www.senat.fr/europe/dossiers/conference_presidents/rapport_swaelen_lahaye94.pdf (date of access: 16.09.2015).

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

А. Д. Васильев
Красноярск, Россия

СВОИ И ЧУЖИЕ В КОНТЕКСТЕ ПРОГРАММЫ «ПРЯМАЯ ЛИНИЯ С ВЛАДИМИРОМ ПУТИНЫМ» (2014 Г.)

АННОТАЦИЯ. Введение новых фактических источников в научно-лингвистический оборот неизменно актуально, поскольку обогащает представления о возможностях употребления языковых ресурсов. К числу таких источников можно отнести тексты недавно появившихся российских телепередач в жанре «прямая линия», и прежде всего оформленных подобным образом публичных диалогов с президентом РФ.

В данной статье в качестве исходного материала рассматривается текст передачи «Прямая линия с Владимиром Путиным» от 17 апреля 2014 г. Особое внимание уделяется тем его фрагментам, в которых в составе микродиалогов между участниками программы и главой государства вербализуется универсальная семиотическая оппозиция «свой»/«чужой», исконно способная к вариативной реализации в словесных формах.

Для анализа были избраны в основном эпизоды указанного речекоммуникативного акта, содержащие элементы полемики с президентом со стороны представителей так называемой российской «внесистемной оппозиции», т. е. лиц, отторгающих политику государства чуть ли не во всех сферах его деятельности и стремящихся непарламентским путем утвердить собственные ценности в качестве обязательных для всего социума. В роли таковых здесь выступают И. Хакамада, И. Прохорова и К. Ремчуков.

Несмотря на естественные различия в вербальных выражениях их позиций, названные политкоммуниканты вполне единодушны, по-видимому, в главном, а именно — в конфронтативных интенциях их высказываний. Если суммировать, то они представляют собой инвективы в адрес существующей власти по разным поводам. Это обвинения в информационной войне, якобы ведущейся против «интеллигентных» оппонентов государства; в вымышленных гонениях на фигурантов современной культуры — и саму ее в целом; в преследовании средств массовой информации, чьи позиции не угодны властям преобладающим.

В свою очередь, В. Путин предстает перед аудиторией, судя по его ответам, как умелый полемист, достаточно четко учитывающий дифференциацию социума на «своих» и «чужих», однако выражающий собственные суждения строго аргументированно и в эмоциональном отношении довольно сдержанно.

Особого внимания заслуживает ответ президента на последний заданный ему вопрос — и отобранный, по его словам, лично им. Здесь содержатся мнения главы государства по поводу русского национального менталитета и определяются некоторые его специфические черты.

Анализ данного материала позволяет сделать выводы о вероятно высокой манипулятивной значимости текстов данного жанра, а также о непреходящей актуальности оппозиции «свой»/«чужой».

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: политическая лингвистика; средства массовой информации; оппозиция «свой»/«чужой».

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: vasiljeva@kspu.ru; rlc_siberia@kspu.ru.

«Унутренними врагами мы называем всех сопротивляющихся закону».

«Например, кого?..»

— «Так что бунтовщики, студенты, конокрады, жида и поляки!»

А. И. Курприн

Введение новых фактических источников, особенно — жанрово оригинальных, в научно-лингвистический оборот неизменно актуально. Это позволяет, во-первых, обогатить наши представления о возможностях и ситуативно обусловленных особенностях употребления языковых ресурсов, во-вторых, способствует дальнейшему развитию теории речевой коммуникации, сообщая ему необходимые импульсы.

На протяжении последних примерно 15—20 лет для отечественных лингвистов такими благодатными источниками стали тексты политических выступлений — и прежде всего, конечно, выступлений государственных руководителей и их присных либо выступлений представителей так называемой оппозиции. Заметим, кстати, что сколько-нибудь реальной оппозиции сегодняшней власти в России не существует, по крайней мере, уже лет пятнадцать. Парламентская «оппозиция» играет по преимуществу декоративную роль, выступая формальным признаком демократии; а для тех, кто декларирует себя как «внесистемная оппозиция», главной целью являются вовсе не радикальные изменения сложившихся реалий в

интересах большинства граждан, но прежде всего личный своекорыстный прорыв к рычагам управления страной (для чего такие деятели не гнушаются даже и обращениями за помощью к иностранным государствам, давним недругам России как таковой, независимо от ее социально-политического устройства).

Тем больший интерес исследователей вызывают те тексты российских правителей, которые манифестируют некие аксиологические ориентиры для их подданных. Конечно, здесь следует сделать необходимые допущения о безусловной искренности адресантов, поскольку из политической и политтехнологической классики хорошо известно: «Излишне говорить, сколь похвальна в государе верность данному слову, прямоту и неуклонная честность. Однако <...> надо быть изрядным обманщиком и лицемером, люди же так простодушны и так поглощены ближайшими нуждами, что обманывающий всегда найдет того, кто даст себя одурачить» [Макиавелли 1993: 291].

Предположим, однако, что высокопоставленные речедейтели непоколебимо сами верят в то, что транслируют населению.

Ведь и акты их невербального поведения — это тоже часть политической активности, точнее — формирование желательного имиджа не только для электората, но и, так сказать, «на экспорт» (публичная рыбная ловля, управление ракетноносцем, поездка на мотоцикле, выпивание кружки пива, развод с женой и проч.). Однако вербальный акт несет на себе неимоверно большую нагрузку в силу имманентной специфики слова (см.: [Васильев 2013: 18—26; Васильев 2010]).

Говоря о функциях языка, на первое место обычно выносят функцию коммуникативную. Но, в некоторое нарушение сложившейся традиции, многие специалисты в последние годы всё более настойчиво называют в качестве первичной манипулятивную функцию языка (см. об этом, напр.: [Кара-Мурза 2002: 84; Бринёв 2005: 158; Секретарёва 2005: 266; Голев 2007: 11; Осипов 2007: 217] и др.). Весьма заметно она проявляется в сфере политической коммуникации — это «речевая деятельность, ориентированная на пропаганду тех или иных идей, эмоциональное воздействие на граждан стран и побуждение их к политическим действиям, для выработки общественного согласия, принятия и обоснования социально-политических решений в условиях множественности точек зрения в обществе» [Чудинов 2014: 269]

Если вообще разнообразие речевых жанров считают обширным (см. об этом: [Бахтин 1986: 271]), то столь же очевиден значительный диапазон жанров политкоммуникативной направленности, каждый из которых обладает более или менее стереотипными вербальными воплощениями, определяемыми ситуациями и целями общения, интенциями и ролями их участников и проч. Конечно, эта область давно уже не исчерпывается традиционными прямолинейными агитацией и пропагандой и соответствующими им по внешнему облику текстами, но, вследствие развития средств массовой информации и усилий политтехнологов, обогащается за счет внедрения новых видов и способов манифестации идей, взглядов, позиций, представляющих адресанту (либо представляемых им) наиболее перспективными для управляемого им социума. В поисках повышения манипулятивного эффекта коммуникативных актов руководителя был изобретен относительно новый для русскоязычной речевой практики жанр — так называемая «прямая линия», проводимая посредством телевидения.

Стоит заметить, что эта новация (как сегодня принято выражаться) заметно отличается от ранее хорошо известных и устоявшихся жанров интервью, пресс-конференции и подобных диалогов (либо их умелых имитаций).

О специфике диалогического общения специалистами сказано уже немало. Вспомним суждения лишь некоторых авторов. Например: «Как форма речи акт высказывания противопоставляет две „фигуры“, равно необходимых, одну — как источник, другую — как цель высказывания. Такова структура *диалога*. Две фигуры в положении партнеров выступают попеременно действующими лицами акта высказывания» [Бенвенист 1973: 316]; «...слушающий, воспринимая и понимая значение (языковое) речи, одновременно занимает по отношению к ней активную ответную по-

зицию <...>. Всякое понимание чревато ответом и в той или иной форме обязательно его порождает: слушающий становится говорящим <...>. Каждое высказывание — это звено в очень сложно организованной цепи других высказываний <...>. Говорящий кончает свое высказывание, чтобы передать слово другому или дать место место его активному пониманию <...>. Диалог по своей простоте и четкости — классическая форма речевого общения» [Бахтин 1986: 260, 261, 263, 264].

Кроме того, «диалог подразумевает асимметрию, асимметрия же выражается, во-первых, в различии семантической структуры <...> участников диалога и, во-вторых, в попеременной направленности сообщений <...>. ...Участники диалога попеременно переходят с позиции „передачи“ на позицию „приема“ <...>... Необходимо еще одно условие: взаимная заинтересованность участников ситуации в сообщении и способность преодолеть неизбежные семиотические барьеры <...>. Диалогическая ситуация предшествует реальному диалогу» [Лотман 1996: 193]. Замечено также, что при любой коммуникации (следовательно, и при диалоге в первую очередь) «каждый из ее участников регулирует свое поведение также и по противоповедению партнера, возможно, и не осознавая этого, ибо оба они широко подвержены влиянию контекста, в котором данное взаимодействие происходит» [Комлев 2003: 176] и пр.

Следует сказать и о том, что, по мнению некоторых лингвистов, в настоящее время в России происходит «постепенная замена господствовавшей многие десятилетия коммуникативной парадигмы монологического типа на коммуникативную парадигму диалогического типа» [Кощей, Чувакин 2006: 137].

Таким образом, жанр «прямая линия» вроде бы укладывается в рамки традиционного диалога, будучи при этом подчиненным сегодняшней тенденции к обретению им приоритетной позиции в иерархии коммуникативных парадигм. А это в значительной мере объясняет актуализацию новообретенного жанра.

С другой же стороны, «прямая линия» как одно из возможных воплощений диалога и его структуры несомненно обладает собственной спецификой (по крайней мере, в модификации российского телевидения, поскольку хорошо известно, что многие его продукты, вроде ток-шоу — «болтовни на показ», сериалов и проч., являются не чем иным, как адаптированными к местным условиям оригинальными творениями зарубежных массмедиа, а зачастую изготавливаются с их непосредственным участием).

Говоря о функционально-манипулятивной сущности российской «прямой линии», необходимо отметить те ее черты, которые очевидно призваны способствовать повышению пропагандистского эффекта — и здесь, конечно, невозможно обойтись без слова *якобы*.

Итак, в «прямой линии» может участвовать якобы любой желающий; имеет место по большей части якобы непосредственный вербальный (а иногда — и визуальный) контакт с персонализированной высшей властью; якобы не ограничен тематический диапазон вопросов; обнаруживает-

ся якобы глубочайшая осведомленность главного участника шоу буквально обо всем — зачастую с приведением малоизвестных статистических данных; якобы проявляется задушевное внимание власти к повседневным заботам рядовых граждан; символизируется якобы явное торжество демократии; якобы происходит демонстрация вышелеперечисленного всему миру.

Однако же в действительности «прямая линия» — лишь имитация, иллюзия полноценного диалога с властителем. Априорно понятно, что задаваемые гражданами вопросы тщательно отбираются и снабжаются заранее подготовленными ответами; адресаты старательно фильтруются (а вдруг кто-то спросит что-нибудь «не то»?); многочисленный штат координаторов и модераторов внимательно следит за установленной заранее очередностью вопросов. В результате получается добросовестно подготовленный спектакль, продуманный экспромт, по форме представляющий собой комбинацию жанров интервью, пресс-конференции и ток-шоу. Впрочем, можно предположить, что на значительную часть аудитории этот телевизионный продукт производит прогнозируемый эффект, тем более что от года к году всё заметнее трансформируется в некое подобие эстрадной развлекательной программы.

Фактическим материалом для написания настоящей статьи послужил текст диалогической «Прямой линии с Владимиром Путиным» 17 апреля 2014 г. (источник — сайт президента России [Прямая линия с Владимиром Путиным]). В данном случае предметом анализа являются относительно небольшие по объему фрагменты, а именно те, в которых наиболее наглядно реализуются компоненты семиотической оппозиции «свой»/«чужой», которые, как показывает исторический опыт, способны обрести в политической полемике совершенно буквальные и недвусмысленные воплощения.

1. Предваряя анализ микродиалога между находившейся в студии И. Хакамадой и В. Путиным, следует учесть краткую характеристику, данную первой из них ведущей прямого эфира Т. Столяровой: «...Среди россиян, тех, кто высказался против позиции России в Крыму, их абсолютное меньшинство <...>... Среди этих людей есть известные, есть политики, есть музыканты и актеры <...>... У нас в студии гость Ирина Хакамада».

И. Хакамада: ...нам надо как-то с информационной войной заканчивать. Нельзя так травлить на людей, которые пытаются интеллигентно оппонировать Вам, все эти штампы <...>...Вы — победитель. Вы действительно провели супероперацию (в Крыму) без единого выстрела <...>. Вы пошли дальше на компромисс как победитель <...>. „Таймс“ Вас назвали самым влиятельным политиком в мире <...>. Я считаю, что от Вас — именно от России — сегодня зависит всё <...>. Вопрос у меня к Вам следующий <...>. Европа никогда не решала никакие вопросы. <...> Основной диалог — между нами и Америкой <...>. Есть компромисс — регионализация Украины <...>. Как Вы думаете, может ли Россия предложить такой вариант, при котором этот компромисс между Вами и Америкой будет найден <...>?

В. Путин: *Может ли быть найден по украинскому вопросу компромисс между США и Россией? Компромисс должен быть найден не между третьими игроками, а между различными политическими силами внутри самой Украины <...>. Со стороны мы можем это только поддерживать и сопровождать <...>. Вопрос в том, чтобы обеспечить законные права и интересы русских и русскоязычных граждан юго-востока Украины <...> — это все территории, которые были переданы в Украину в 20-е годы советским правительством <...>. Вопрос в гарантиях для этих людей <...>. Вот нам нужно побудить их к тому, чтобы на Украине было найдено решение вопроса, где гарантии <...>.*

Весьма многословный вопрос И. Хакамады, по существу, подразделяется на несколько микротем. Во-первых, это призыв к окончанию некоей «информационной войны», с точки зрения адресанта, ведущейся кем-то неназванным против «людей, которые пытаются интеллигентно оппонировать» президенту. Во-вторых — букет комплиментов триумфатору В. Путину, которого И. Хакамада отождествляет со всей Россией в целом; в-третьих — отказ признать за Европой сколько-нибудь значимую роль в событиях на международной арене; наконец, в-четвертых, — собственно вопрос, а точнее, призыв к поискам компромисса между Россией и США по украинской проблеме.

В свою очередь, ответ В. Путина (несколько менее объемный, нежели вопрос И. Хакамады) совершенно игнорирует и наличие «информационной войны», и горестную участь ее невинных жертв — «интеллигентных оппонентов» власти; оставлены без внимания и пышные дифирамбы в адрес президента со стороны «бывшего политика со своим политическим ощущением» (как квалифицирует собственный статус Хакамада). Президент недвусмысленно дает понять, что события на востоке Украины (а эта «Новороссия», как упоминает В. Путин в краткой исторической отсылке, возникла еще в «царские времена» и появилась в составе Украины в результате малообъяснимых с позиции логики действий молодого советского правительства) — это внутреннее дело украинского государства, которое и должно гарантировать законное равноправие своих русских и русскоязычных граждан.

2. Ирина Прохорова представлена в студии К. Клейменовым как «еще одна женщина с яркой позицией», а его коллегой В. Корблевой — как «Ирина Дмитриевна Прохорова — лидер партии „Гражданская платформа“, главный редактор журнала „Новое литературное обозрение“, хотя гораздо лаконичнее было бы сказать, что она родная сестра олигарха М. Прохорова».

Можно считать формально, что ключевым словом в ее пространным вопросе выступает слово *культура*, употребленное семь раз (и еще — производное *культурный*). Однако суть вопроса И. Прохоровой, как следует из внимательного прочтения этого высказывания, безусловно заключается вовсе не в декларируемой ею трепетной заботе о тревожных судьбах «многонациональной яркой культуры», а совсем в ином.

Здесь (опять же) трижды присутствуют упоминания о «крымских событиях», но это только

удобная для адресанта стартовая позиция. Главные же интенции заключаются в том, что (якобы) лишь в связи с Крымом «неуклонно сокращается бюджет на поддержку культуры и образования», но еще важнее (или даже страшнее) то, что «начинаются гонения на деятелей культуры, которые выражают несколько другую позицию. Начинаются какие-то гонения на современное искусство, которое начинают обвинять во всех мыслимых и немыслимых грехах. Разрабатывается законодательство, которое фактически низводит культуру до служанки идеологии <...>. Это всегда было страшным ударом не только для культуры и образования, это было очень печально для общества». Более того: оказывается, в сегодняшней России существует некий «внутренний раскол, который вносит само общество, что людям, высказывающим какие-то другие позиции, <...> отказывается в звании патриота, людей, думающих о стране, — мне кажется глубоко несправедливо <...>. Это внутреннее ожесточение, которое в обществе возникает <...>, очень часто подпитывается высказываниями политиков некоторых <...>, не лишится ли таким образом Россия статуса великой культурной державы?»

В ответе В. Путина говорится, в частности, о том, что он не чувствует «какого-то особого накала даже в связи с событиями в Крыму и Севастополе. Да, есть борьба мотивов, борьба точек зрения, но их же никто не мешает высказывать, за это же не хватают, не сажают, не упекают никуда в лагеря <...>. Люди, которые высказывают свою точку зрения <...>, слава богу, живы, здоровы, занимаются своей профессиональной деятельностью <...>. То, что они встречают отпор — <...> вы знаете, у нас часть интеллигенции не привыкла просто к этому. Некоторые люди считают, что они говорят, — это истина в последней инстанции <...>, и, когда они что-то видят в ответ и слышат в ответ, это вызывает такую бурную эмоциональную реакцию <...>. Некоторые желают поражения даже своей стране, думают, что так будет лучше <...>. Но мы ни в коем случае не должны скатиться в какие-то крайние формы борьбы <...>, шельмовать людей за их позицию <...>. Я постараюсь сделать всё, чтобы этого не было».

По поводу вопроса И. Прохоровой следует заметить прежде всего, что в нем совершенно отсутствуют какие-либо примеры «гонений на деятелей культуры». Единственное имя, которое здесь упомянуто, — это Жерар Депардьё, сделавший, оказывается, потрясающее открытие, «называя [Россию] страной великой культуры», как будто это ранее было никому не известно. Говорится также о «каких-то гонениях на современное искусство» — и опять же не приводятся примеров фантомных «гонений». Конечно же, то, что И. Прохорова считает современным российское искусство (а вовсе, скажем, не произведения былых времен) неким эталоном — это вопрос ее личного вкуса, а его вовсе не обязательно навязывать всему обществу. Собственно, об этом сказал В. Путин в своем ответе. В этом же русле — суждения о якобы существующем «внутреннем расколе» («который вносит само общество»), «внутреннем ожесточении, которое в обществе возникает», которые вряд ли являются констатацией

объективной реальности. Это, скорее, плод чрезмерно политизированного и экзальтированного воображения Прохоровой.

Что же касается тезиса о скорейшем превращении «культуры в служанку идеологии», то весьма сомнительно, чтобы между этими феноменами социального бытия возможно было бы провести абсолютно четкий водораздел.

Ответ В. Путина не оставляет сомнений: ему удалось точно определить вектор устремлений И. Прохоровой. Совсем не случайно в этом ответе отсутствует слово «культура». Очень сдержанно сказано о том, что некоторые сограждане пытаются выступать в роли оракулов, для которых имеется единственное правильное мнение, то есть свое, а любое другое не имеет никакого права на существование. Такая большевистская по жесткой неуклонности и самоуверенности позиция хорошо известна и по совсем недавнему прошлому: «...последние годы перестройки показывают, что именно радикалы зачастую лишают своих оппонентов права на „инакомыслие“, а жесткие возгласы с пеной у рта на иных ультраперестроечных митингах слишком похожи на уже известный человечеству призыв толпы: „Распни его!“» [Горбаневский 1991: 186].

3. Вопрос К. Ремчукова, главного редактора «Независимой газеты», и по форме, и по объему текста также представляет собою довольно развернутое выступление. Кратко оно может быть передано так: *Я принадлежу к той группе россиян <...>, которые считают, что нормальные отношения с Западом выгодны и России, и гражданам <...>. Произошла такая поляризация в обществе, в том числе и по крымскому вопросу: „свой — чужой“, „наш — не наш“, „черное — белое“, „патриот — либерал“ <...>. Есть ощущение сужающегося пространства. К СМИ относятся как чуть ли не к самому главному источнику бед <...>. Отключают телеканалы, потому что не нравится, допустим, тональность <...>. Вы и сейчас сказали <...> про большинство, ориентироваться на большинство, но <...> XXI век — это век качественной дискуссии, это не просто взять нахрапом, большинством, улюлюканием, а содержательно разобраться. Собственно вопрос цитируемого персонажа таков: ...Вам как Президенту страны обязательно нужен такой общенародный консенсус для того, чтобы Вы проводили свою политику, или Вам нужно большинство, чтобы Вы проводили свою линию, давая дышать и жить другим, в том числе и альтернативным жанрам СМИ?*

В ответе В. Путина говорится (буквально) следующее: *Мы будем ориентироваться на мнение большинства и строить свою политику, исходя из их интересов, но, конечно, мы должны слышать и любую другую точку зрения, даже если она представлена меньшинством <...>. Мы хотим хороших отношений (с Западом), но мы просто не можем позволить, чтобы кто-то всегда спекулировал на том, что мы за это хорошее отношение к нам постоянно должны уступать свои интересы, постоянно отодвигаться — отодвигаться <...>. Но это же невозможно <...>, и в данном случае нас подогнали к какой-то черте, за которую мы уже не могли отступить...*

Как видим, К. Ремчуков продолжает выступления И. Хакамады, которая говорила о какой-то «информационной войне» против людей, которые пытаются «интеллигентно оппонировать» президенту (кстати, отсюда вытекает, что не разделяющие их взгляды попросту не интеллигентны), и И. Прохоровой, по мнению которой в России обнаруживаются «внутренний раскол» и «внутреннее ожесточение». В формулировке Ремчукова — «произошла поляризация в обществе», что здесь же кратко выражено универсальной семиотической оппозицией «свой — чужой». За исключением этой декларации общий смысл вопроса данного речедеятеля не вполне прозрачен. Президент, отвечая на буквально предыдущий вопрос, заданный другим участником программы по поводу либеральной оппозиции, уже четко объяснил: «Мы должны, конечно, ориентироваться на мнение большинства и исходя из этого мнения принимать решения <...>, но никогда не забывать про мнение тех людей, которые остаются в меньшинстве». Кроме того, упомянутый Ремчуковым «общенародный консенсус» представляется достижимым лишь в таком государстве, которое в пропагандистской риторике, являющейся важнейшим компонентом подлинной, а не мнимой информационной войны, именуется «тоталитаристским». Однако, по-видимому, с точки зрения оратора, этот «консенсус» должен базироваться на пропагандируемых им и его сторонниками позициях. Напомним, кстати, что именно Ремчукову принадлежит следующее пафосное высказывание: «А я на классовую ненависть плевать хотел!» [Неделя. RenTV. 17.02.2007]. Вероятно, его интересовало совсем другое, а именно — пределы безнаказанности «альтернативных» СМИ (в первую очередь, конечно, — его газеты). Остальной же словесный поток был призван сыграть лишь роль некоего «упаковочного материала» [Щерба 1957: 32].

4. Наконец, очень интересен во многих отношениях ответ В. Путина на вопрос Е. А. Щербонос, отобранный им самолично: <...> *Что для Вас есть русский человек, русский народ? <...> Его плюсы и минусы, сильные и слабые стороны? Ответ: <...> Если люди пользуются одним языком, живут в рамках единого государства, проживают на одной территории, у них общие культурные ценности, у них общая история <...>, они живут в рамках какой-то территории с определенным климатом, — ну не может не быть каких-то общих черт <...>. Наш генный код <...> почти наверняка является одним из наших главных конкурентных преимуществ в сегодняшнем мире. Он очень гибкий, он очень устойчивый. Мы даже этого не чувствуем, но это наверняка есть. Что же всё-таки в основе наших особенностей? <...> В их основе, на мой взгляд, лежат ценностные ориентиры <...>. Русский человек <...> прежде всего думает о том, что есть какое-то высшее моральное предназначение самого человека, какое-то высшее моральное начало <...>. Русский человек <...> развернут вовне <...>. В этом и есть глубокие корни нашего патриотизма <...>. Отсюда и массовый героизм во время военных конфликтов <...>, и даже самопожертвование в мирное время. Отсюда чувство локтя, наши семейные ценности. Конечно, мы менее прагматичны, менее расчетливы, чем*

представители других народов, но зато мы пошире душой <...>. Мы щедрее душой <...>. Нам, безусловно, есть что взять у других народов ценного и полезного, но мы всегда, сотнями лет опирались на свои ценности, она нас никогда не подводила, и они нам еще пригодятся.

Отметим, во-первых, что в начале своего ответа В. Путин, по существу, дает несколько видоизмененное традиционное определение нации. Ср.: «**нация** — исторически сложившаяся устойчивая общность людей, характеризуемая общностью языка, территории, экономической жизни и психического склада (проявляющегося в общности культуры)» [БАС 1958, 7: 646] (см. также: «Климат, образ правления, вера дают каждому народу особенную физиономию <...>. Есть образ мыслей и чувствований, есть тьма обычаев, поверий и привычек, принадлежащих исключительно какому-нибудь народу» [Пушкин 1978, VII: 28—29]). Во-вторых, предпринимается попытка краткой, но емкой характеристики русского менталитета, особых ценностных ориентиров (заметим, кстати, что различие между русской *душевностью* и западным рационализмом предельно наглядно обнаруживается при сопоставлении русской и английской пословиц: «С глаз долой — из сердца вон» — и «Out of sight — out of mind»). Причем упомянутые ценностные ориентиры вовсе не сводятся к каким-то религиозным (об этом, как ни странно для сегодняшней риторики, здесь вообще не говорится) — это, скорее, воззвание к некоему высшему нравственному императиву. Справедливо, что из обращенности русского человека «вовне» выводятся такие этические константы, как товарищество («чувство локтя»), семейные ценности и, конечно, щедрость русской души. В-третьих, при признании того, что нам есть что позаимствовать полезного у других народов, подчеркивается всё-таки непреходящая моральная значимость «своего», которая, по мнению президента, останется высокой и в обозримом будущем. Несомненно, В. Путин совершенно преднамеренно поставил в финальную часть «прямой линии» именно этот вопрос («совсем философский»), поскольку ответ на него явился достойным завершением данного речекommunikативного акта, некоей вполне логичной и к тому же безусловно резонансной кодой.

Некоторые выводы.

1. Можно отметить чрезвычайную активность, даже напористость («нахрап», по их собственному выражению) представителей так называемой «внесистемной оппозиции», позиционирующей себя в статусе страстотерпцев и великомучеников: известно, что в российской традиции издавна укрепилось благостное отношение к любым пострадавшим от власти и по любому поводу как к невинным жертвам. Так, в XIX в. в Сибири ссыльно-каторжных именовали «несчастливыми». Понятно, что эти оппозиционеры стремятся к созданию для себя подобного имиджа и к повышению своего рейтинга в российском обществе, несмотря на явно мифический характер «гонений» на них.

2. Однако В. Путин, по существу, указывает такой оппозиции, что ее приверженцы находятся в абсолютном меньшинстве, а это немаловажно даже и для российской демократии: «небольшая

группа революционеров, и они бесконечно далеки от народа, как говорили классики» (квазичитата, прототекст которой: «Узок круг этих революционеров. Страшно далеки они от народа» [Ленин 1976: 105]), и неоднократно и терпеливо объясняет, что, несмотря на определенный учет мнения меньшинства, при принятии решений он несомненно будет руководствоваться именно мнением большинства.

3. Граница между «своим» и «чужим» проведена совершенно отчетливо, и В. Путин дает понять аудитории, что сам он является безусловным сторонником «своего» и настойчиво рекомендует придерживаться традиционных отечественных ценностей и ориентиров не только сегодня, но и в отдаленной исторической перспективе.

4. Небезынтересна социальная дифференциация, содержащаяся в ответе на предложение: „Если Вы публично, как в Китае, расстреляете хотя бы 350 крупных воров, тогда весь народ будет с Вами“. — <...> Я специально его (вопрос) <...> прочитал, чтобы чиновники разных уровней видели настроение народа. Таким образом, во-первых, признается широкая коррумпированность бюрократии как правящего класса; во-вторых, чиновничество отграничивается от основной массы населения, именуемой «народом», и противопоставляется ему.

5. Президент показывает себя опытным и умелым полемистом. Правда, в его ответах встречаются и некоторые неточности. Например: „Железный занавес“ — это советское изобретение, это внутреннее событие, мы свою страну и свой народ, свое общество ни от кого закрывать не собираемся — однако ср.: «<...> Широко известность выражение приобрело после Фултонской речи Черчилля 5 марта 1946 года, которую нередко считают началом „холодной войны“: „От Штеттина на Балтике до Триеста на Адриатике на континент опустился железный занавес“» [Душенко 2006: 520—521]. Впрочем, такие оплошности можно отнести и на счет недостаточной эрудированности референтов, участвовавших в подготовке ответов.

6. Очевидно, что жанр «прямой линии» будет и впоследствии использоваться в сфере политической риторики, поскольку пропагандистски эффективно может быть полезным власти в умно-

жении количества «своих» и способствовать сокращению численности «чужих».

ЛИТЕРАТУРА

1. Бахтин М. М. Проблема речевых жанров // Эстетика словесного творчества / М. М. Бахтин. — М., 1986. С. 250—296.
2. Бенвенист Э. Общая лингвистика. — М., 1974.
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—157.
4. Васильев А. Д. Манипулятивная эвфемизация как атрибут дискурса СМИ // Вестн. Краснояр. гос. пед. ун-та им. В. П. Астафьева. 2010. № 1. С. 150—161.
5. Васильев А. Д. Игры в слова: манипулятивные операции в текстах СМИ. — СПб. : Златоуст, 2013.
6. Голев Н. Д. Самоопределение юридической лингвистики в России // Юрислингвистика-8: русский язык и современное российское право. — Кемерово ; Барнаул : АлтГУ, 2007. С. 7—13.
7. Горбаневский М. В. В начале было слово... — М. : УДН, 1991.
8. Душенко К. В. Словарь современных цитат. 4-е изд. — М. : Эксмо, 2006.
9. Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием. — М., 2002.
10. Колчев Н. Г. Слово в речи. Денотативные аспекты. — М., 2003.
11. Коцей Л. А., Чувакин А. А. Номо Лоquens как исходная реальность и объект филологии: к постановке проблемы // Языковое бытие человека и этноса: психолингвистический и когнитивный аспекты. — Барнаул : АлтГУ, 2006. С. 136—153.
12. Ленин В. И. Памяти Герцена // Сборник произведений / В. И. Ленин. — М., 1976. С. 101—106.
13. Лотман Ю. М. Внутри мыслящих миров. — М., 1996.
14. Макьявелли Н. Государь // Жизнь Никколло Макьявелли. — СПб., 1993. С. 246—316.
15. Осипов Б. И. Речевая манипуляция и речевое мошенничество: сходство и различие // Юрислингвистика-8: русский язык и современное российское право. — Кемерово ; Барнаул, 2007. С. 216—221.
16. Прямая линия с Владимиром Путиным // Президент России : офиц. сайт. 2014. 17 апр. URL: <http://www.kremlin.ru/events/president/news/20796>.
17. Пушкин А. С. О народности в литературе // Полн. собр. соч. : в 10 т. / А. С. Пушкин. — Л., 1978. Т. 7. С. 28—29.
18. Словарь современного русского литературного языка = БАС : в 17 т. — М. ; Л., 1948—1965.
19. Чудинов А. П. Понятийно-терминологический аппарат политической лингвистики // Политическая коммуникация. — Екатеринбург, 2014. С. 269—270.
20. Щерба Л. В. Опыт лингвистического толкования стихотворений // Избранные работы по русскому языку / Л. В. Щерба. — М., 1957. С. 26—44.

A. D. Vasilyev
Krasnoyarsk, Russia

FRIENDS AND ENEMIES IN THE CONTEXT OF PROGRAM «DIRECT LINE WITH VLADIMIR PUTIN» (2014)

ABSTRACT. *The introduction of new and actual sources in the scientific and linguistic turnover is invariably important as it enhances understanding of the possibilities of the use of language resources. These sources include texts recently published on Russian television in the genre of "direct line", and above all — the public dialogues with the President of the Russian Federation designed in this way.*

The source material for this article is the text of the program "Direct line with Vladimir Putin" dated 04.17.2014. Special attention is paid to its fragments, in which a part of micro dialogs between program participants and the head of the state verbalized universal semiotic opposition "friend"/"enemy", originally capable of variable realization in the verbal forms.

For the analysis the authors chose the episodes containing speech communicative act that include elements of polemics with the President from the representatives of the Russian so-called "non-systemic opposition", those who oppose to the politics of the state almost in all the spheres, and seek for non-parliamentary way to approve of their own values as mandatory for the whole of the society. I. Khakamada, I. Prokhorova, and K. Remchukov are performing these roles.

Despite the differences in verbal expressions of their positions, called polycomponent, they are quite unanimous in one main thing, namely in confrontation intentions of their statements. To summarize, they are invectives against the existing government. They put forward charges of the information war against the "intelligent" opponents of the state; of the fictional persecution of persons involved in the contemporary culture, and against the contemporary culture itself; of the persecution of the media, whose opinions don't please the authorities.

In turn, Vladimir Putin appears before the audience, judging by his answers, as a skilled polemicist, he takes into account the differentiation of the society into "friends" and "enemies", but expresses his own judgment strictly reasoned and reservedly.

Special attention deserves the response to the last question to the president, which was chosen by the president himself. It contains the ideas of the head of the state on the Russian national mentality and identifies some of its specific features.

The analysis of this material allows to make conclusions about the high manipulative potential of such texts, as well as the enduring relevance of the opposition "friend"/"enemy".

KEYWORDS: political linguistics; the media; opposition "friend"/"enemy".

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

REFERENCES

1. Bakhtin M. M. Problema rechevykh zhanrov // Estetika slovesnogo tvorchestva / M. M. Bakhtin. — M., 1986. S. 250—296.
2. Benvenist E. Obshchaya lingvistika. — M., 1974.
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—157.
4. 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.
5. Vasil'ev A. D. Iгры v slova: manipulyativnye operatsii v tekstakh SMI. — SPb. : Zlatoust, 2013.
6. Golev N. D. Samoopredelenie yuridicheskoy lingvistiki v Rossii // Yurilingvistika-8: russkiy yazyk i sovremennoe rossiyskoe pravo. — Kemerovo ; Barnaul : AltGU, 2007. S. 7—13.
7. Gorbanevskiy M. V. V nachale bylo slovo... — M. : UDN, 1991.
8. Dushenko K. V. Slovar' sovremennykh tsitat. 4-e izd. — M. : Eksmo, 2006.
9. Kara-Murza S. G. Manipulyatsiya soznaniem. — M., 2002.
10. Komlev N. G. Slovo v rechi. Denotativnye aspekty. — M., 2003.
11. Koshchey L. A., Chuvakin A. A. Homo Loquens kak iskhodnaya real'nost' i ob'ekt filologii: k postanovke problemy // Yazykovoe bytie cheloveka i etnosa: psikholingvisticheskiy i kognitivnyy aspekty. — Barnaul : AltGU, 2006. S. 136—153.
12. Lenin V. I. Pamyati Gertsena // Sbornik proizvedeniy / V. I. Lenin. — M., 1976. S. 101—106.
13. Lotman Yu. M. Vnutri myslyashchikh mirov. — M., 1996.
14. Mak'yavelli N. Gosudar' // Zhizn' Nikkollo Mak'yavelli. — SPb., 1993. S. 246—316.
15. 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.
16. Pryamaya liniya s Vladimirom Putinym // Prezident Rossii : ofits. sayt. 2014. 17 apr. URL: <http://www.kremlin.ru/events/president/news/20796>.
17. Pushkin A. S. O narodnosti v literature // Poln. sobr. soch. : v 10 t. / A. S. Pushkin. — L., 1978. T. 7. S. 28—29.
18. Slovar' sovremennogo russkogo literaturnogo yazyka = BAS : v 17 t. — M. ; L., 1948—1965.
19. Chudinov A. P. Ponyatiyno-terminologicheskii apparat politicheskoy lingvistiki // Politicheskaya kommunikatsiya. — Ekaterinburg, 2014. S. 269—270.
20. Shcherba L. V. Opyt lingvisticheskogo tolkovaniya stikhotvorenii // Izbrannye raboty po russkomu yazyku / L. V. Shcherba. — M., 1957. S. 26—44.

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

О. С. Иссерс
Омск, Россия

ОТ СЕРЬЕЗНОГО — ДО СМЕШНОГО: ИГРОВОЙ ПОТЕНЦИАЛ РОССИЙСКОГО СЛОВА ГОДА

АННОТАЦИЯ. Статья посвящена анализу социально-лингвистических российских проектов 2014 года: «Слово года», «Словарь года», «Пресс-слово года» и др. Возрастающий интерес общества к подобным проектам связан с желанием понять не только явные, но и скрытые социальные изменения через язык. «Ключевые слова текущего момента» рассматриваются в аспекте их игрового потенциала. Гипотеза заключается в том, что эти слова, фиксирующие исторически значимые события современности, нередко трагические, в российском дискурсивном пространстве с течением времени неминуемо попадают в поле игровой интерпретации и обретают иронический либо саркастический потенциал. Определены наиболее типичные семантические трансформации неологизмов в современных дискурсивных практиках. В результате переосмысления неологизмов года можно наблюдать следующие дискурсивные тенденции: 1) обозначение модели ситуации в виде хеш-тега (крайний случай — превращение в «федеральный мем»); 2) трансформацию значения единиц целого словообразовательного гнезда; 3) нейтрализацию пейоративов путем самообозначения; 4) разрушение навязанных идеологем; 5) высмеивание журналистских штампов и фейковых технологий. Автор приходит к выводу, что «слова года» отражают не только специфику общественного диалога в России, но и креативный потенциал его субъектов.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: слово года; неологизм; политический дискурс; языковая игра.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ: Иссерс Оксана Сергеевна, доктор филологических наук, профессор, декан факультета филологии и медиакоммуникаций, заведующий кафедрой теоретической и прикладной лингвистики, Омский государственный университет им. Ф. М. Достоевского; адрес: 644077, г. Омск, пр-т Мира, 55а, 2-й корп. ОмГУ, к. 221; e-mail: isserso@mail.ru.

На протяжении последних лет все большее общественное внимание как за рубежом, так и в России привлекают проекты «Слово года» («Словарь года», «Словарь перемен», «Пресс-слово года» и др.), которые в равной мере можно отнести как к лингвистическим, так и к социальным — в силу привлечения значительного числа информантов и экспертов и широкого обсуждения рейтингов в прессе и социальных сетях (см. список источников). «Горячий» языковой материал оперативно подвергается научному анализу [Баранов 2015; Вепрева 2015; Газинская 2014; Иванова 2014 и др.]. По мнению исследователей, возрастающий интерес общества к языковым новациям связан с желанием понять не только явные, но и скрытые социальные изменения через язык, объяснить происходящее посредством метаязыковой рефлексии [Эпштейн 2014].

Ушедший 2014 год был отмечен значительными изменениями как в сфере внешней, так и в сфере внутренней политики: воссоединение Крыма с Россией, война на Украине, санкции и антисанкции, экономический кризис, ИГИЛ... Даже Олимпиада в Сочи отошла на второй план на фоне всех геополитических событий. Столь значительные социальные импульсы не могли не найти отражение в дискурсивных практиках указанного периода, которые являются одним из действенных способов осмысления социальной жизни [Баранов 2001, 2004; Иссерс 2012; Чудинов 2001 и др.].

Материалы проектов «Слово года» представляются лингвистически ценными по нескольким причинам. Во-первых, они информативны с точки зрения лексикографии, поскольку дают возможность точного датирования лексических новаций и возвращения устаревшей лексики в активный словарь [Крысин 2014; Попова, Рацибурская, Гугунава 2011]. В то же время по ним можно с относительной долей вероятности реконструировать изменения языковой картины мира, происходящие в массовом сознании за прошедший год. Несмотря на разную степень мето-

дологической обоснованности подобных массовых опросов, их результаты позволяют говорить о приоритетах внимания общества в определенный период. Это взгляд на языковую жизнь социума, ограниченную четкими календарными рамками одного года: по словам-победителям можно судить о том, какова была атмосфера определенного времени. «То, как мы говорим, определяет то, как мы живем. А подобные конкурсы помогают обществу осознать, где оно находится в данный момент, откуда идет и, главное, куда», — считает главный идеолог и организатор первого российского конкурса «Слово года» филолог Михаил Эпштейн [Эпштейн 2014]. Таким образом, материалы подобных проектов актуальны для понимания дискурсивных тенденций и перспектив общественного развития в конкретной политической реальности.

В связи с этим определим **цель исследования** — рассмотреть результаты российских рейтингов 2014 г. с позиций последующего периода, осмысляющего результаты прошедшего в том числе и дискурсивно. Наша гипотеза заключается в том, что «ключевые слова текущего момента» (термин Т. В. Шмелевой), фиксирующие исторически значимые события современности, нередко кризисные, трагические, в российском дискурсивном пространстве с течением времени неминуемо попадают в поле игровой интерпретации и обретают иронический либо саркастический потенциал. Об этом писала Т. В. Шмелева, обратившая внимание на метафорические и «текстогенные» характеристики как сущностное свойство «ключевых слов» [Шмелева 1993, 2009].

Наш подход в чем-то перекликается с концепцией психолога Вашингтонского университета, одного из ведущих исследователей в области памяти Элизабет Лофтус. Она установила, что событие, воскрешаемое в памяти, как правило, восстанавливается неточно: обычно для восполнения пробелов в воспоминаниях память использует не только уже существовавшую информацию, но и новую. При этом было выявлено влия-

ние словесной формы, в которую облечены задаваемые о прошлом вопросы (большинство исследований Э. Лофтус связаны с показаниями свидетелей) (см. об этом: [Хок 2008]). На наш взгляд, ключевые вербальные знаки «ушедшего момента», обнаруженные в контекстах последующего периода, помогают восстановить не только события и дискурсивные практики недавнего прошлого, но и метаязыковое сознание носителей языка дня сегодняшнего.

Заметим, что даже при беглом взгляде на результаты зарубежных и российских рейтингов «Слово года» обнаруживается специфика русскоязычного материала. В топ зарубежных списков попадают в основном единицы не политического словаря. Так, по версии «Оксфордского словаря», это *to vape* (курить электронную сигарету), *normcore* (тенденция в моде — стремление выглядеть максимально обычно), *contactless* (совершение платежей с помощью карт, использующих радиочастотную идентификацию) [The Oxford Dictionary Word of the Year]. «Collins English Dictionary» считает наиболее популярным *to photobomb* (случайно или намеренно влезть в кадр без ведома фотографируемого) [The-year-that-was-lucy...], «Chambers Dictionary» — *to overshare* (перегружать информацией о своей личной жизни) [‘Overshare’ is Chambers Dictionary’s word...]. И только Общество немецкого языка отдает лидерство *Lichtgrenze* (граница света, световая граница — в честь 20-летия падения Берлинской стены) [В Германии выбрали...].

По сравнению с этими зарубежными словами-победителями российские рейтинги явно «политически маркированы». По версии проекта М. Эпштейна, их возглавляют слова *Крымнаш*, *санкции*, *бандеровцы* (*бендеровцы*) и выражения года *вежливые люди*, *русский мир*, *гуманитарный конвой* [Язык высовывает язык]. Проект «Пресс-слово года» также фиксирует в тройке лидеров лексемы, репрезентирующие фреймы, привязанные к политической ситуации: *санкции*, *Олимпиада*, *ополченцы* [Новояз 2014]. Нельзя не обратить внимание, что в указанных примерах встречаются лексемы с явным полемическим потенциалом (*Крымнаш*, *вежливые люди*), в связи с чем уже априори следует ожидать их разнообразную интерпретацию в общественном диалоге. В то же время для целей нашего исследования актуально и то, что вполне нейтральные в идеологическом плане лексические единицы, попадая в поле общественного внимания, обнаруживают значительный игровой потенциал, раскрывая весь спектр оценочных смыслов — от иронии до сарказма и оскорбления.

На материале проектов «Слово года» попытаемся определить наиболее активные процессы взаимодействия социальных и лингвистических факторов, а также приемы игрового осмысления лексических новаций 2014 г.

Рассматриваемый период был отмечен **усилением воздействующей функции языка в сфере пропаганды**, что обычно для периодов политической напряженности как внутри страны, так и за ее пределами (ср.: [Баранов, Казакевич 1991; Какорина 1996]). Как показывают исследования предшественников и наши наблюдения,

ответом на идеологический прессинг, как правило, становится иронико-саркастическое переосмысление политического и околополитического словаря. «Язык отражает общество не как зеркало, а как спарринг-партнер. Отражает удары, наносит свои, передразнивает, нападает, бросает вызов...» [Эпштейн 2014].

Современная лингвистика рассматривает иронию в двух аспектах — как стилистическую фигуру и как явление, возникающее в акте коммуникации. В свете наших задач последний аспект представляет наибольший интерес. Он был обозначен в работе С. И. Походни: «В силу своей многогранности ирония сопрягает семантику языковых единиц с их естественным коммуникативным окружением» [Походня 1989: 8]. По мнению ученого, иронические смыслы указывают «на наличие сложных корреляций семантики слов со всей текстовой ситуацией в целом, <...> утверждая тем самым иронию как элемент мировоззрения, отношение индивидуума к миру» [Там же: 116].

Эту же исследовательскую линию продолжает А. А. Масленникова, отмечая, что в сфере коммуникации иронические смыслы включают проявления эмоционально-оценочного отношения говорящего к предмету коммуникации или адресату, начиная от отношения говорящего к смыслу собственных слов до желания или нежелания осуществлять коммуникацию [Масленникова 1999: 24].

Рассмотрим примеры и определим приемы игрового переосмысления лексических новаций 2014 г.

«Крым — наш!» или #крымнаш? Саркастический потенциал хеш-тега

По мнению Михаила Эпштейна, *Крымнаш* — слово с подковыркой, слово-жест, воспроизведение некоего клише, сложившегося в языке. «Присоединение Крыма, как бы его ни оценивали, позитивно или негативно, действительно стало самым ярким событием для России», — отмечает ученый [Эпштейн 2014]. Новая языковая единица в виде хеш-тега #*крымнаш* вошла в актуальный словарь 2014 г. и стала лидером большинства рейтингов. Она является ярким примером переосмысления серьезного слогана и на протяжении последнего года уже не раз попадала в поле зрения лингвистов [Вепрева 2015; Цонева 2015; Газинская 2015; Шилина 2015 и др.].

Об истории создания и современном бытовании лексемы в интервью корреспонденту «gazeta.ru» рассказал сотрудник Центра российских и евразийских исследований (Упсала, Швеция) Михаил Суслов: «Судя по всему, он возник как серьезный мем, как попытка описания реальности. Он появился 8—9 марта 2014 года, когда еще не было референдума, как некий план на будущее. Крым еще не был нашим, но должен был быть, — отметил он. — Однако буквально через день после референдума мем был осмыслен иронически». И сегодня, по мнению М. Суслова, **более 90 % использования этого мема ироническое**. «Ирония не обязательно разрушает его, это способ высказать точку зрения», — уверен М. Суслов. По его данным, слит-

ное написание «крымнаш» чаще используется в негативном смысле. «Когда я выяснял, поддерживает или не поддерживает присоединение Крыма человек, пишущий „крымнаш“, оказалось, что большинство употребляют этот мем негативно. И часто применительно к каким-то событиям, — считает эксперт. — Например, рубль падает, зато Крым — наш, канализация сломалась, зато Крым — наш. <...> Иронично настроенные пользователи пишут „крымнаш“, серьезные — „Крым наш“. Люди, которые за присоединение Крыма, пишут, что либералы извратили хорошее понятие, поэтому надо писать „Крым наш“ раздельно и с большой буквы», — говорит М. Суслов (цит. по: [Киселева 2014]).

Уникальность этого «лексического объекта» заключается в том, что впервые единица особой подсистемы письменного языка — хеш-тег (в данном случае принятая в целях семантической компрессии в Твиттер-коммуникации и других сервисах) — внедрилась в живую речь, в том числе и устную [Атягина, Иссерс 2014]. Это не номинативная, а когнитивная единица, которая в компрессированной форме обозначает модель ситуации и одновременно способ аргументации. Именно эта особенность обусловила, на наш взгляд, лидерство неологизма во всевозможных рейтингах. *Крымнаш* — это не просто знак изменения геополитической ситуации. В коммуникативно-прагматическом плане *Крымнаш* — реплика в полемике после мартовского референдума. **Диалогичность** нового слова проявилась в том, что оно востребовано как сторонниками присоединения Крыма, так и его противниками (слитное написание в большинстве случаев есть знак негативной позиции, как справедливо заметил М. Суслов).

(1) *В прошлом году и все предыдущие годы все было по-другому, а теперь — КРЫМНАШ, так что не обессудьте!* (из блогов).

(2) *Крымнаш — это не просто мем года, это его чума* (из блогов).

Как отмечает И. Т. Вепрева, неоднозначная общественная оценка произошедших событий проявляется в языковой игре с новообразованием. Противостояние официальной точке зрения на ситуацию с Крымом, обострившую поляризацию общества, породило антонимичное образование: «Крымнаш/ненаш»? (Московский комсомолец. 18.07.2014); *Просто анекдот: уже предложена проверка для въезжающих в Прибалтику из РФ: пароль — „Крымваш?“*. Пропускают только при отзыве — „Крымненаш“ (Советская Россия. 31.07.2014) [Вепрева 2015: 34].

Как всякое «ключевое слово текущего момента», оно обнаружило высокую словообразовательную активность (от иронического *Парижнаш*, *космоснаш* — до идеологически заостренного *намкрыш*, *крымнаш*) и обрело морфологическую парадигму субстантива: *новости крым-наша* (на ресурсе «www.uainfo.org/») и т. п. (см. об этом подробнее: [Вепрева 2015]).

История одного гнезда, или Как вежливость стала «вежливостью»

Аналогичная история «хештегизации» произошла и со словосочетанием «вежливые люди»

(#вежливыелюди). Оно впервые встретилось в «Живом журнале» (28.01.2014). Блогер Борис Рожин свидетельствует: «Лично мне просто приглянулось выражение „вежливо“ в отношении неизвестных лиц, которые захватывают стратегические объекты, формально не раскрывая своего инкогнито». Выражение «вежливые люди» быстро вошло в употребление, когда в конце февраля — начале марта 2014 г. стратегические объекты в Крыму были заняты неизвестными людьми в камуфляжной форме без опознавательных знаков и знаков различия. Они не вступали в разговоры с представителями СМИ, при этом вели себя «очень вежливо», о чем 28 февраля впервые сообщило издание «Политнавигатор» (www.politnavigator.net). Подробная история вхождения в язык данного выражения не раз комментировалась лингвистами, а также обозревателями российских и зарубежных СМИ (см. об этом: [Корягин 2014], а также: [Вежливые люди]).

В 2014 г. в номинации «Выражение года» *вежливые люди*, по версии проекта М. Эпштейна, возглавило тройку лидеров. Результатом «перездразнивания» идеологически нагруженного словосочетания стало употребление деривационно связанных единиц (*вежливый*, *вежливость*, *вежливо*) в иронически маркированных контекстах. Так, запрос в поисковой системе «Google» «картинок» по слову *вежливый* дает исключительно изображения людей в военной форме.

Заголовки и лиды в СМИ также демонстрируют широкий спектр подобных примеров:

(3) **Вежливые люди в твоей квартире.** „Но все кружки могут забрать“ (Новая газета. 12.07.2014).

(4) **Вежливость в законе.** Конституционный суд заставил администрации Интернет-форумов удалять оскорбительные комментарии (Новые известия. 10.07.2014).

(5) **Вежливое изгнание.** Правозащитники критикуют принятый Госдумой во втором чтении законопроект о нежелательных организациях (Новые известия. 18.05.2015).

Таким образом, в дискурсивных практиках 2015 г. единицы словообразовательного гнезда «вежливый» по принципу индукции обрели навешенную сему, оценочный характер которой определяется позицией говорящего. Это тот случай, когда, в соответствии с идеей Р. Блакара, выразиться нейтрально невозможно и, «выбирая единственное слово, говорящий вынужден занять позицию» [Блакар 1987: 92]. «Вежливость», осмысленная через призму 2014 г., вытеснила узальное значение слова на периферию словаря сегодняшнего дня.

Новая жизнь пейоративов

Кроме слов — лидеров годовых рейтингов, в духе военного противостояния выдержаны номинации субъектов российско-украинского конфликта, однозначно разделяющие его участников на «своих» и «чужих». Продуктивные для разжигания ненависти пейоративы активно бросывались как с той, так и с другой стороны: *ватники* (*вата*), *колорады*, *террористы*, *бандиты*, *боевики vs. укропы* (*укры*), *хунта*, *каратели* и т. п. Однако,

как часто бывает в войне дискурсов, в борьбе за номинацию срабатывает прием «джиу-джитсу»: изначально оскорбительное прозвище становится самообозначением. Так, в период митинговой активности 2011—2012 гг. брошенное В. Путиным обращение к оппозиции: «Идите ко мне, бандерлоги!» — стало лозунгом сторонников демократических перемен: «Бандерлоги всех стран, объединяйтесь!». Аналогично уничижительное обозначение сторонников идеологии киевского майдана *укропы* стало иронично переосмысляться как самоназвание. Так, украинский журналист на декабрьской пресс-конференции В. Путина в 2014 г. задавал вопрос в футболке с этой надписью.

В СМИ пейоратив также обрел вторую жизнь в новых контекстах, о чем можно судить по заголовкам публикаций.

(6) „*Укропы против редисок*“. По предварительным данным, на довыборах депутата Рады победил пропрезидентский кандидат (Новая газета. 28.07.2015).

(7) „*Укропы*“ объединяются. Петру Порошенко предстоит очередная схватка с Игорем Коломойским (Независимая газета. 25.07.2015).

(8) *День твой последний приходит, укроп!* Иностранцы, живущие в России, объявили кулинарный джихад укропу (Независимая газета. 25.07.2015).

(9) *В Раде может появиться депутатская группа „Укроп“*. Второй полноценный рабочий день Рады проходил в сложных переговорах (Новые известия. 5.12.2014).

Контроль за употреблением языка в дискурсивных практиках ушедшего года нашел проявление и в выборе вариантов номинации. В частности, принятый на Украине термин АТО («антитеррористическая операция») для обозначения зоны военных действий на территории Донецкой и Луганской областей в российских СМИ обычно используется в виде аббревиатуры — как можно предположить, чтобы не акцентировать внимание на номинации «террорист» (обычно употребляется в словосочетании в зоне АТО). Данная аббревиатура также попала в зону иронического осмысления мирной жизни в терминах военного времени:

(10) *Когда на огонек и стакан заглядывает кум, наступает местная АТО, где врагом выступают уже не я, а сын хозяйки, служивший срочную в танковых войсках, но прятавшийся от мобилизации* (Комсомольская правда. 2.06.2015).

Символы западной еды как идеологемы

С украинско-российским конфликтом прямо или косвенно связаны многие актуальные события жизни страны и мира в 2014 г. Они также отражены в рейтингах слов года и подверглись семантической трансформации. После присоединения Крыма в языке активизировались лексические единицы, принадлежащие терминологической сфере политики и экономики, — *санкции, анти-санкции, импортозамещение*. Массовое общественное сознание отразило сложившиеся продовольственные трудности в разговорных номинациях *санкционка, запрещенка* (запрещенные к ввозу продукты питания из Европы и США) и за-

крепило в словах-символах «западной еды» *пармезан* и *хамон*.

Марш за хамон и пармезан

(11) *В числе заявивших о своем участии в „марше“ — „Яблоко“, РПР-ПАРНАС, Партия прогресса, „Альянс зеленых“, „Партия 5 декабря“ и даже подзабытая „Солидарность“*. Организаторы выступают против „фашистских тенденций“ в России и действий властей, запретивших импорт *хамона и парме...*, то есть, простите, ухудшающих ситуацию в экономике [Марш за хамон и пармезан].

(12) *О том, что в России грянула новая волна утечки мозгов, либеральные издания возвестили еще год назад, когда началась санкционная война. Появился даже устойчивый мем — пармезанная революция* (Комсомольская правда. 11.09.2015).

В ряду экономических терминов, вошедших в активный словарь 2014 г. в связи с санкциями, находится и *импортозамещение*. Маркированность слова как термина, казалось бы, оставляет ему мало шансов на ироническое переосмысление. Однако «язык высосывает язык» и здесь:

(13) *У Жириновского — мощное подсобное хозяйство. На его ферме в Подмосковье есть и кролики, и гуси, и утки. Имеются у ВВЖ свои уголья и в Смоленской области. „Картошку я вообще не покупаю! Яиц своих много, мясо, фрукты. У меня хороший погреб!“*

На фото: В. В. давно уже импортозаместил всех кур (Комсомольская правда. 25.08.2015).

В заголовочных комплексах также активно используются иронические символы утраченного продовольственного рая.

(14) *Год под знаком эмбарго: Мы наш, мы свой хамон освоим! Помогли ли ограничения на ввоз западной еды нашим аграриям?* (Комсомольская правда. 6.08.2015).

(15) *Хамон non grata*. Дмитрий Медведев потребовал полного уничтожения санкционных продуктов (Российская газета. 31.07.2015).

(16) *Мифы о санкциях, или Фуа-гра, хамон и кассегран возвращаются*. Принцесса на горошке зря печалилась (Московский комсомолец. 12.08.2014).

(17) *Хамон не пройдет*. С российской границы начали поступать сообщения о задержании грузовиков с импортным товаром, запрещенным к ввозу в Россию из-за санкций (РБК. 11.08.2015).

Журналистика в зоне общественного внимания: «Осторожнее, фейк!»

Для понимания процессов «неологизации 2014» важно то, что наряду с политической и экономической сферой в фокус общественного внимания попала сфера журналистики. Тема кризиса и стремительной девальвации рубля нашла отражение в журналистских штампах *исторический максимум* (его периодически обновляли доллар и евро) и *психологически важные отметки*, которые достигались каждый день. Как и в предыдущем случае, эти лексемы стали употребляться в ироническом контексте (в частности, в заголовочных комплексах и анекдотах) как сигнал несовпадения оценок официальной журналистики и общества.

(18) *Продолжительность жизни россиян превысила исторический максимум* [Домчева 2015].

(19) *Электоральный рейтинг Путина вышел на новый исторический максимум* [Электоральный рейтинг... 2015].

(20) *Курс рубля преодолел психологически важную отметку — «всем уже наплевать»* [Курс рубля преодолел...].

(21) *А в любви какая психологически важная отметка?* [А в любви какая...].

По версии «Словаря года», безусловным победителем в 2014 г. стало слово, актуальное для медийных практик, — *фейк*. Это аналог английского слова *fake*, которое в современном словоупотреблении чаще всего фигурирует в значениях *trick* — ‘хитрость, обман’, ‘подделка, фальсификация, подлог’, но также и *swindle* — ‘шутка, шалость’. Глагол *fake* означает ‘мошеннически манипулировать, чтобы предмет воспринимался в лучшем виде или не таким, каким он на самом деле является’ [Mariam-Webster on line].

По мнению Алексеева Михеева, количество фейков в этом году, особенно в украинно-российском медийном пространстве, просто зашкаливало. Одни истории получили опровержение, за другие журналисты так и не принесли извинений, а еще были те, которые создавались специально, в пропагандистских целях [Словарь года 2014].

Но, как верно заметил М. Эпштейн, язык способен передразнивать, даже огрызаться, «высывать язык». Пропагандистский сюжет о *расплатом мальчике* (неподтвержденный случай изверской казни трехлетнего ребенка, о котором было рассказано в эфире Первого канала со слов беженки из Славянска) в соцсетях стал синонимом журналистского фейка (после вопроса Ксении Собчак на пресс-конференции Путина об этом материале ведущая Первого канала Ирада Зейналова признала, что других подтверждений, кроме слов местной жительницы, у тележурналистов не было). Следствием этого, кстати, стало то, что в лонг-лист слов, которые претендовали на победу, попало и выражение *расплатый мальчик* как обозначение именно фейка, заведомо недостоверной, абсурдной информации.

Кроме того, есть и еще одно объяснение, почему *фейк* набрал так много очков. Дело в том, что медиафейк в последнее время стал неотличим от реальности [Иссерс 2014]. Российское политическое пространство порождает такие новости, в которые невозможно поверить. В свою очередь, шутки, распространяемые в СМИ, нередко воспринимаются как реальность. Так, в конце 2014 г. телеканал РБК снял шуточный выпуск новостей о происходящем в России. Первая новость заключалась в том, что журналистов обязали публиковать графики курсовых колебаний вниз головой, чтобы казалась, что рубль идет вверх. Многие в первые минуты этому поверили.

Таким образом, «слова ушедшего года» продолжают функционировать в контекстах года нынешнего, причем их жизнь в языке отмечена несколькими яркими тенденциями. Усиление персуазивной функции в дискурсивных практиках власти и провластных СМИ выразилось в активизации идеологически оценочной лексики (в том числе пейоративов); в реанимации и трансфор-

мации идеологически значимых прецедентных номинаций (*бандеровцы, ополченцы, национал-предатели* и др.); в ритуализации официального медиадискурса. В то же время общественное внимание было приковано и к использованию языка, в том числе и к тому, что в критических дискурсивных исследованиях называется «злоупотреблением языком». В результате творческой деятельности массового сознания многие единицы актуального политического и околополитического словаря получили ироническую и саркастическую окраску, которая, быть может, еще более рельефно отражает социально-политическую ситуацию в обществе. В результате переосмысления неологизмов года можно наблюдать: 1) «хештегизацию» — обозначение модели ситуации в виде хеш-тега (крайний случай — превращение в «федеральный мем»); 2) трансформацию значения единиц целого словообразовательного гнезда; 3) нейтрализацию пейоративов путем самообозначения; 4) разрушение навязанных идеологем; 5) высмеивание журналистских штампов и фейковых технологий. Все эти лингвистические приемы и дискурсивные тенденции ярко характеризуют основные направления общественной и политической жизни прошедшего года. «Там, где была ирония, больше света и больше истины» [Янкевич 2004].

ИСТОЧНИКИ

1. А в любви какая... URL: <http://otvet.mail.ru/question/175506884>.
2. В Германии выбрали «Слово 2014 года». URL: http://www.de-online.ru/news/v_germanii_vybrali_slovo_2014_goda/2014-12-16-357.
3. Ватник, санкции, ой все. Выберите слово года. URL: <http://w-o-s.ru/article/12067> (date of access: 23.01.2015).
4. Вежливые люди. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%92%D0%B5%D0%B6%D0%BB%D0%B8%D0%B2%D1%8B%D0%B5_%D0%BB%D1%8E%D0%B4%D0%B8.
5. Граница света: слово 2014 года. URL: <http://news.flarus.ru/?topic=4498>.
6. Домчева Е. Продолжительность жизни россиян превысила исторический максимум // Российская газета. 2015. 1 мая. URL: <http://www.rg.ru/2015/05/01/maximum-site-anons.html>.
7. Итоги 2014. Главные слова года — Дождь. URL: <http://tvrain.ru/words2014/> (date of access: 10.01.2015).
8. Киселева М. Откуда взяли «крымнаш» и другие мемы. URL: http://www.gazeta.ru/science/2015/06/07_a_6746362.shtml.
9. Корягин В. Первый в новейшей истории мем федерального значения. URL: http://www.gazeta.ru/science/2014/05/07_a_6020477.shtml.
10. Курс рубля преодолел психологически важную отметку — «всем уже наплевать»... // Анекдоты.net. URL: <http://anekdotov.net/anekdot/all/ntmtkvszmzhnplvt.htm>.
11. Марш за хамон и пармезан. 2014. 5 сент. URL: <http://www.politonline.ru/comments/17253.html>.
12. Новояз 2014. Пресс-портрет 2014. URL: www.public.ru/press_slovo_2014/ (дата обращения: 21.02.2015).
13. Рожин Б. Крым — о происхождении мема про «вежливых людей». URL: <http://www.iarex.ru/articles/46396.html> (дата обращения: 23.03.2014).
14. Словарь года 2013. URL: http://bg.ru/tags/slovar_goda/ (дата обращения: 08.01.2014).
15. Словарь года 2014. URL: <http://www.pravmir.ru/fejk-natsional-predateli-daryi-volhvov-slova-goda-po-versii-sotssetey/#ixzz3QD8jzCe2> (дата обращения: 10.04.2015).
16. Слово года-2013. Главные итоги. URL: <http://snob.ru/profile/27356/blog/69362> (дата обращения: 06.01.2014).
17. Ученый проследил историю мема Крымнаш. URL: <http://vesti-ukr.com/krym/102600-kak-pojavilsja-krymnash-rasskazali-v-shvecii> (дата обращения: 12.11.2015).

18. Электоральный рейтинг Путина вышел на новый исторический максимум // Версия. 2015. № 43, 9 нояб. URL: <https://versia.ru/yelektoralnyj-rejting-putina-vyshel-na-novyj-istoricheskij-maksimum>.

19. Язык высовывает язык. Слова и антислова 2014 г. URL: http://snob.ru/profile/27356/blog/85679#comment_764287.

20. Mariam-Webster on line: Dictionary and Thesaurus. URL: <http://www.merriam-webster.com/> (date of access: 10.10.2014).

21. 'Overshare' is Chambers Dictionary's word of the year 2014. URL: <http://www.theguardian.com/books/2014/oct/23/overshare-word-of-the-year-2014-chambers-dictionary> (date of access: 23.10.2014).

22. The Oxford Dictionary Word of the Year is... Vape. URL: <http://blog.oxforddictionaries.com/2014/11/oxford-dictionaries-word-year-vape/> (date of access: 17.11.2014).

23. The-year-that-was-lucy. URL: <http://www.collinsdictionary.com/words-and-language/blog/the-year-that-was-lucy...html>.

24. Word of the Year 2013. URL: www.merriam-webster.com/.../2013-word-of-th (date of access: 20.10.2014).

ЛИТЕРАТУРА

25. Атягина А. П., Иссерс О. С. Дискурсивные практики нового века: «компрессионный синдром» (на примере Твиттер-коммуникации) // Стилистика сегодня и завтра : материалы конференции. — М.: Факультет журналистики МГУ, 2014. Ч. 1. С. 78—85.

26. Баранов А. Н. Введение в прикладную лингвистику : учеб. пособие. — М.: Эдиториал УРСС, 2001.

27. Баранов А. Н. Метафорические модели как дискурсивные практики // Известия РАН. Сер. литературы и языка. 2004. Т. 63, № 1. С. 33—43.

28. Баранов А. Н. Метафорическое осмысление справедливости (по материалам центральных печатных изданий) // Коммуникативные исследования. 2015. № 3. С. 3—15.

29. Баранов А. Н. Самые популярные слова 2014 года — «укроп», «ватник», «фашист» // Комсомольская правда. 2015. 25 марта.

30. Баранов А. Н., Казакевич Е. Г. Парламентские дебаты: традиции и новации. Советский политический язык. — М., 1991.

31. Блакар Р. Язык как инструмент социальной власти // Язык и моделирование социального взаимодействия. — М.: Прогресс, 1987. С. 88—125.

32. Вепрева И. Т. Об актуальной лексеме Крымнаш // Русский язык и литература в пространстве мировой культуры : материалы 13 конгр. МАПРЯЛ (г. Гранада, Испания, 13—20 сент. 2015 г.) / Ред. кол.: Л. А. Вербицкая, К. А. Рогова, Т. И. Попова и др. — СПб.: МАПРЯЛ, 2015. Т. 2. С. 31—35.

33. Газинская Ю. В. Конструирование политической реальности в русскоязычном медиадискурсе Украины : автореф. дис. ... канд. филол. наук. — Омск, 2014.

34. Иванова С. В. Языковые игры в политическом пространстве // Лингвистика креатива — 3: коллект. моногр. / под общ. ред. проф. Т. А. Гридиной ; Урал. гос. пед. ун-т. — Екатеринбург, 2014. С. 253—263.

35. Иссерс О. С. Люди говорят... Дискурсивные практики нашего времени : моногр. — Омск : Изд-во Омск. гос. ун-та, 2012.

36. Иссерс О. С. Между правдой и мистификацией // Коммуникативные исследования. — Омск : Изд-во Омск. гос. ун-та им. Ф. М. Достоевского, 2014. № 2. С. 114—125.

37. Какорина Е. В. Стилистический облик оппозиционной прессы // Русский язык конца XX столетия (1998—1995). — М., 1996. С. 409—426.

38. Крымнаш стал главным словом уходящего года // Московский комсомолец. URL: <http://www.mk.ru/social/2014/12/10/krymnash-stal-glavnym-slovom-ukhodyashhego-goda.html> (дата обращения: 10.12.2014).

39. Крысин Л. П. Повседневная русская речь в ее отношении к литературной норме (лексикографический аспект) // Труды Ин-та русского языка им. В. В. Виноградова. — М., 2014. Вып. 1. С. 358—387.

40. Кудрявцева Л. А. Медиадискурс «посторанжевой» Украины // Русский язык: исторические судьбы и современность : 4 Междунар. конгр. исследователей русского языка : труды и материалы. — М., 2010. С. 126—127.

41. Масленникова А. А. Скрытые смыслы и их лингвистическая интерпретация : автореф. дис. ... д-ра филол. наук. — СПб., 1999.

42. Попова Т. В., Рацибурская Л. В., Гугунава Д. В. Неология и неография современного русского языка. — М.: Флинта, 2011.

43. Походня С. И. Языковые виды и средства реализации иронии. — Киев, 1989.

44. Хок Р. 40 исследований, которые потрясли психологию. — СПб.: Прайм-Еврознак, 2008. С. 193—205.

45. Цонева Л. Ключевое слово Крым в медиадискурсе // Медиалингвистика : сб. ст. / под ред. Л. Р. Дускаевой ; отв. ред. Н. С. Цветова. — СПб.: С-Петербург. гос. ун-т, ин-т «Высш. шк. журн. и масс. коммуникаций», 2015.

46. Чудинов А. П. Россия в метафорическом зеркале: когнитивное исследование политической метафоры (1991—2000) : моногр. / Урал. гос. пед. ун-т. — Екатеринбург, 2001.

47. Шилина А. Г. Вежливые люди в антропоцентрических системах: от языковых моделей к рефлексивным практикам // Медиалингвистика : сб. ст. / под ред. Л. Р. Дускаевой. — СПб.: С-Петербург. гос. ун-т, ин-т «Высш. шк. журн. и масс. коммуникаций», 2015. С. 260—269.

48. Шмелева Т. В. Ключевые слова текущего момента // Colloquium. — Киев, 1993. № 1. С. 33—41.

49. Шмелева Т. В. Кризис как ключевое слово текущего момента // Политическая лингвистика. 2009. Вып. 2 (28). С. 63—67.

50. Эпштейн М. Язык — не зеркало общества. URL: http://snob.ru/profile/27356/blog/70175#comment_681703 (дата обращения: 03.01.2014).

51. Янкевич В. Ирония. Прощение / пер. с фр., послесл.: В. В. Большакова, Б. М. Скуратова. — М.: Республика, 2004.

O. S. Issers
Omsk, Russia

FROM SERIOUS STUFF— TO FUNNY THINGS: LANGUAGE PUN POTENTIAL OF THE RUSSIAN “WORD OF THE YEAR”

ABSTRACT. *The paper presents an analysis of the Russian projects held in 2014: “The Word of the Year”, “The Dictionary of the Year”, “The Press-word of the Year” and others. The growing public interest to similar projects is mostly connected with the desire to understand not only obvious, but also implicated social changes through language. “Key words of the current moment” are considered in the aspect of their pun creative potential. The paper argues that these words, retaining the historically significant events of our time, which are often tragic, inevitably become a matter of linguistic pun and in the day to day usage acquire ironic and sarcastic shades of meaning in the Russian discursive environment.*

The most typical models of semantic transformation of neologisms in modern discourse practices are defined in the article. The following discursive trends may be observed in the result of reconsideration of neologisms: 1) model designation of the situation in the form of a hashtag (the extreme case — a “federal meme”); 2) transformation of the meaning of units of a family of words; 3) pejorative neutralization by self-designation; 4) destruction of enforced ideologies; 5) ridiculing journalistic clichés and fake technologies. The author concludes that the “words of the year” reflect not only the specific character of social dialog in Russia, but also the creative potential of its subjects.

KEYWORDS: *word of the year; neologism; political discourse; pun.*

ABOUT THE AUTHOR: *Issers Oksana Sergeevna, Doctor of Philology, Professor, Head of Dep[artment of Theoretical and Applied Linguistics, Dean of Faculty of Philology and Media, Omsk State University named after F. M. Dostoevsky, Omsk, Russia.*

REFERENCES

1. A v lyubvi kakaya... URL: <http://otvet.mail.ru/question/175506884>.
2. V Germanii vybrali «Slovo 2014 goda». URL: http://www.de-online.ru/news/v_germanii_vybrali_slovo_2014_goda/ 2014-12-16-357.
3. Vatrik, sanktsii, oy vse. Vyberite slovo goda. URL: <http://w-o-s.ru/article/12067> (date of access: 23.01.2015).
4. Vezhlyvye lyudi. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%92%D0%B5%D0%B6%D0%BB%D0%B8%D0%B2%D1%8B%D0%B5_%D0%BB%D1%8E%D0%B4%D0%B8.
5. Granitsa sveta: slovo 2014 goda. URL: <http://news.flarus.ru/?topic=4498>.
6. Domcheva E. Prodolzhitel'nost' zhizni rossiyan prevysila istoricheskiy maksimum // Rossiyskaya gazeta. 2015. 1 maya. URL: <http://www.rg.ru/2015/05/01/maximum-site-anons.html>.
7. Itogi 2014. Glavnye slova goda — Dozhd'. URL: <http://tvrain.ru/words2014/> (date of access: 10.01.2015).
8. Kiseleva M. Otkuda vzyalis' «krymnash» i drugie memy. URL: http://www.gazeta.ru/science/2015/06/07_a_6746362.shtml.
9. Koryagin V. Pervyy v noveyshey istorii mem federal'nogo znacheniya. URL: http://www.gazeta.ru/science/2014/05/07_a_6020477.shtml.
10. Kurs rublya preodolel psikhologicheski vazhnyuyu otmetchu — «vsem uzhe naplevat'»... // Anekdotov.net. URL: <http://anekdotov.net/anekdot/all/ntmtkvmzshnplvt.htm>.
11. Marsh za khamon i parmezan. 2014. 5 sent. URL: <http://www.politonline.ru/comments/17253.html>.
12. Novoyaz 2014. Press-portret 2014. URL: www.public.ru/press_slovo_2014/ (data obrashcheniya: 21.02.2015).
13. Rozhin B. Krym — o proiskhozhdenii mema pro «vezhlyvykh lyudey». URL: <http://www.iarex.ru/articles/46396.html> (data obrashcheniya: 23.03.2014).
14. Slovar' goda 2013. URL: http://bg.ru/tags/slovar_goda/ (data obrashcheniya: 08.01.2014).
15. Slovar' goda 2014. URL: <http://www.pravmir.ru/feyk-natsional-predateli-daryi-volhvov-slova-goda-po-versii-sotssetey/#ixzz3QD8jzCe2> (data obrashcheniya: 10.04.2015).
16. Slovo goda-2013. Glavnye itogi. URL: <http://snob.ru/profile/27356/blog/69362> (data obrashcheniya: 06.01.2014).
17. Uchenyy prosledil istoriyu mema Krymnash. URL: <http://vesti-ukr.com/krym/102600-kak-pojavilsja-krymnash-rasskazali-v-shvecii> (data obrashcheniya: 12.11.2015).
18. Elektoral'nyy reyting Putina vyshel na novyy istoricheskiy maksimum // Versiya. 2015. № 43, 9 noyab. URL: <https://versia.ru/yelektoral'nyj-rejting-putina-vyshel-na-novyy-istoricheskij-maksimum>.
19. Yazyk vysovyvaet yazyk. Slova i antislova 2014 g. URL: http://snob.ru/profile/27356/blog/85679#comment_764287.
20. Mariam-Webster on line: Dictionary and Thesaurus. URL: <http://www.merriam-webster.com/> (date of access: 10.10.2014).
21. 'Overshare' is Chambers Dictionary's word of the year 2014. URL: <http://www.theguardian.com/books/2014/oct/23/overshare-word-of-the-year-2014-chambers-dictionary> (date of access: 23.10.2014).
22. The Oxford Dictionary Word of the Year is... Vape. URL: <http://blog.oxforddictionaries.com/2014/11/oxford-dictionaries-word-year-vape/> (date of access: 17.11.2014).
23. The-year-that-was-lucy. URL: <http://www.collinsdictionary.com/words-and-language/blog/the-year-that-was-lucy...html>.
24. Word of the Year 2013. URL: www.merriam-webster.com/.../2013-word-of-th (date of access: 20.10.2014).
25. Atyagina A. P., Issers O. S. Diskursivnye praktiki novogo veka: «kompresionnyy sindrom» (na primere Twitter-kommunikatsii) // Stilistika segodnya i zavtra : materialy konferentsii. — M. : Fakul'tet zhurnalistiki MGU, 2014. Ch. 1. S. 78—85.
26. Baranov A. N. Vvedenie v prikladnyuyu lingvistiku : ucheb. posobie. — M. : Editorial URSS, 2001.
27. Baranov A. N. Metaforicheskie modeli kak diskursivnye praktiki // Izvestiya RAN. Ser. literatury i yazyka. 2004. T. 63, № 1. S. 33—43.
28. Baranov A. N. Metaforicheskoe osmyslenie spravedlivosti (po materialam tsentral'nykh pechatnykh izdaniy) // Kommunikativnye issledovaniya. 2015. № 3. S. 3—15.
29. Baranov A. N. Samye populyarnye slova 2014 goda — «ukrop», «vatnik», «fashist» // Komsomol'skaya pravda. 2015. 25 marta.
30. Baranov A. N., Kazakevich E. G. Parlamentskie debaty: traditsii i novatsii. Sovetskiy politicheskii yazyk. — M., 1991.
31. Blakar R. Yazyk kak instrument sotsial'noy vlasti // Yazyk i modelirovaniye sotsial'nogo vzamodeystviya. — M. : Progress, 1987. S. 88—125.
32. Vepreva I. T. Ob aktual'noy lekseme Krymnash // Russkiy yazyk i literatura v prostranstve mirovoy kul'tury : materialy 13 kongr. MAPRYaL (g. Granada, Ispaniya, 13—20 sent. 2015 g.) / Red. kol.: L. A. Verbitskaya, K. A. Rogova, T. I. Popova i dr. — SPb. : MAPRYaL, 2015. T. 2. S. 31—35.
33. Gazinskaya Yu. V. Konstruirovaniye politicheskoy real'nosti v russkoyazychnom mediadiskurse Ukrainy : avtoref. dis. ... kand. filol. nauk. — Omsk, 2014.
34. Ivanova S. V. Yazykovye igry v politicheskom prostranstve // Lingvistika kreativa — 3: kollekt. monogr. / pod obshch. red. prof. T. A. Gridinoy ; Ural. gos. ped. un-t. — Ekaterinburg, 2014. S. 253—263.
35. Issers O. S. Lyudi govoryat... Diskursivnye praktiki nashego vremeni : monogr. — Omsk : Izd-vo Omsk. gos. un-ta, 2012.
36. Issers O. S. Mezhdru pravdoy i mistifikatsiyey // Kommunikativnye issledovaniya. — Omsk : Izd-vo Omsk. gos. un-ta im. F. M. Dostoevskogo, 2014. № 2. S. 114—125.
37. Kakorina E. V. Stilisticheskii oblik oppozitsionnoy pressy // Russkiy yazyk kontsa XX stoletiya (1998—1995). — M., 1996. S. 409—426.
38. Krymnash stal glavnyim slovom ukhodyashchego goda // Moskovskiy komsomolets. URL: <http://www.mk.ru/social/2014/12/10/krymnash-stal-glavnyim-slovom-ukhodyashchego-goda.html> (data obrashcheniya: 10.12.2014).
39. Krysin L. P. Povsednevnyaya russkaya rech' v ee otnoshenii k literaturnoy norme (leksikograficheskii aspekt) // Trudy In-ta russkogo yazyka im. V. V. Vinogradova. — M., 2014. Vyp.1. S. 358—387.
40. Kudryavtseva L. A. Mediadiskurs «postoranzhevoy» Ukrainy // Russkiy yazyk: istoricheskie sud'by i sovremennost' : 4 Mezhdunar. kongr. issledovateley russkogo yazyka : trudy i materialy. — M., 2010. S. 126—127.
41. Maslennikova A. A. Skrytye smysly i ikh lingvisticheskaya interpretatsiya : avtoref. dis. ... d-ra filol. nauk. — SPb., 1999.
42. Popova T. V., Ratsiburskaya L. V., Gugunava D. V. Neologiya i neografiya sovremennogo russkogo yazyka. — M. : Flinta, 2011.
43. Pokhodnya S. I. Yazykovye vidy i sredstva realizatsii ironii. — Kiev, 1989.
44. Khok R. 40 issledovaniy, kotorye potryasli psikhologiyu. — SPb. : Praym-Evroznak, 2008. S. 193—205.
45. Tsoneva L. Klyuchevoe slovo Krym v mediadiskurse // Medialingvistika : sb. st. / pod red. L. R. Duskaevoy ; otv. red. N. S. Tsvetova. — SPb. : S-Peterb. gos. un-t, in-t «Vyssh. shk. zhurn. i mass. kommunikatsiy», 2015.
46. Chudinov A. P. Rossiya v metaforicheskom zerkale: kognitivnoye issledovanie politicheskoy metafory (1991—2000) : monogr. / Ural. gos. ped. un-t. — Ekaterinburg, 2001.
47. Shilina A. G. Vezhlyvye lyudi v antropotsentricheskikh sistemakh: ot yazykovykh modeley k reflektivnym praktikam // Medialingvistika : sb. st. / pod red. L. R. Duskaevoy. — SPb. : S-Peterb. gos. un-t, in-t «Vyssh. shk. zhurn. i mass. kommunikatsiy», 2015. S. 260—269.
48. Shmeleva T. V. Klyuchevoe slova tekushchego momenta // Solleqium. — Kiev, 1993. № 1. S. 33—41.
49. Shmeleva T. V. Krizis kak klyuchevoe slovo tekushchego momenta // Politicheskaya lingvistika. 2009. Vyp. 2 (28). S. 63—67.
50. Epshteyn M. Yazyk — ne zerkalo obshchestva. URL: http://snob.ru/profile/27356/blog/70175#comment_681703 (data obrashcheniya: 03.01.2014).
51. Yankelevich V. Ironiya. Proshchenie / per. s fr., poslesl.: V. V. Bol'shakova, B. M. Skuratova. — M. : Respublika, 2004.

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

О. Н. Кондратьева
Кемерово, Россия

«ПЕРЕСТРОЙКА» И «ПЕРЕЗАГРУЗКА»: МЕТАФОРЫ ПРЕОБРАЗОВАНИЙ В ПОЛИТИЧЕСКОЙ КОММУНИКАЦИИ (ОПЫТ ЛИНГВОКОГНИТИВНОГО АНАЛИЗА)

АННОТАЦИЯ. В статье политическая метафорика рассматривается с позиций когнитивно-дискурсивной парадигмы. В современной лингвистике устоявшимся является тезис, согласно которому дискурс концентрируется вокруг некоего опорного концепта. В исследовании выдвигается гипотеза, что помимо константных опорных концептов в политическом дискурсе существуют и концепты, являющиеся «лицом» определенной эпохи, соответственно, специфическими и продуктивными становятся и репрезентирующие данный концепт метафорические модели. Предложенная гипотеза доказывается на примере анализа концептов «перестройка» и «перезагрузка» в украинском политическом дискурсе.

Новый концепт «перезагрузка» в современной политической коммуникации становится не менее популярным, чем в свое время предложенный М. С. Горбачевым термин «перестройка». Метафорические модели, имеющие своей основой концепты «перестройка» и «перезагрузка», активно используются для указания на существенные дефекты в жизни общества и на необходимость политических преобразований. Названные модели обладают в политической коммуникации однотипной структурой, отличающейся определенным параллелизмом. В частности, их структура включает три основных компонента: 1) Украина — дефектный объект (разрушенное здание или сломанный компьютер); 2) политические преобразования — это ремонтные работы (перестройка или перезагрузка); 3) политики — специалисты в соответствующей сфере (строители или хакеры).

Следовательно, новый концепт «перезагрузка» в политической коммуникации является логическим преемником концепта «перестройка», можно прогнозировать увеличение уже ближайшем будущем количества метафор перезагрузки, позволяющих эксплицитно различать различные аспекты мира политики, а также расширение класса лексических единиц из компьютерной сферы, используемых в метафорическом значении.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: политическая коммуникация; дискурс; концептуализация; концептуальная метафора; строительная метафора; компьютерная метафора; Юлия Тимошенко.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ: Кондратьева Ольга Николаевна, доктор филологических наук, профессор кафедры русского языка, Кемеровский государственный университет; адрес: 650043, г. Кемерово, ул. Красная, 6, корп. 6, к. 6309; e-mail: Kondr25@rambler.ru.

Политическая лингвистика, сосредоточенная на проблемах взаимоотношения политики, языка и культуры, активно использует для решения своих задач достижения когнитивно-дискурсивной парадигмы. Одной из основных задач когнитивно-дискурсивного анализа на современном этапе становится «изучение взаимодействия между отдельными типами социально-коммуникативных практик (дискурсов) и функционирующими в них языковыми/речевыми единицами» [Колокольникова 2011: 3—4], при этом особое внимание должно уделяться функционированию в разных видах дискурса метафор, анализу их дискурсообразующей природы.

Продуктивность подобных исследований заключается в том, что анализ дискурсивной реализации метафорических моделей в составе различных типов дискурсов позволяет «вскрыть значительность, неоднородность потенциала соответствующих моделей», в то же время детальный анализ конкретных реализаций базовой модели в составе дискурса позволяет «вскрыть существенные смысловые доминанты, его (дискурс) формирующие» [Резанова 2011: 192].

На настоящий момент уже достаточно подробно описаны базовые метафоры политического, религиозного, научного, экономического, педагогического, художественного, публицистического, медицинского, спортивного дискурсов. В результате был сделан вывод, что для каждого вида дискурса характерны свои «ключевые», «базовые», количественно преобладающие метафоры. Подобные метафоры, наиболее типичные для определенного вида дискурса, по сути, формируют его как таковой, обладающий отличительными характеристиками. А. Н. Баранов называет такие

метафорические модели «дискурсивными практиками» [Баранов 2004].

Количественное доминирование определенных метафор в разных видах дискурса связано с их ролью в репрезентации абстрактных концептов, выступающих в качестве смыслового дискурсивного ядра. Так, В. З. Демьянков отметил, что «дискурс... концентрируется вокруг некоего опорного концепта» [Демьянков 1982: 7], а М. Ю. Олешков, развивая данный тезис, указал, что «именно концепт» — концептуальная доминанта дискурса или его «является „свернутой“ моделью дискурса или его фрагмента, в которой латентно „присутствуют“ все возможные потенциальные реализации» [Олешков 2010: 71].

Для политического дискурса на всех стадиях его существования ключевым будет являться макроконцепт «политика», вокруг которого группируются концепты «политик», «политическая партия», «власть», «народ», «выборы» и др. В то же время политический дискурс и формирующие его метафоры являются явлениями динамическими, зависящими не только от политического строя и политической ситуации в стране, но и от целого ряда экстралингвистических факторов (экономики, культуры, религии, уровня развития науки и техники и др.) — соответственно, можно уверенно говорить о том, что помимо константных, постоянных опорных концептов существуют и концепты, являющиеся «лицом» определенной эпохи. То есть в определенный исторический момент на первый план выдвигается концепт, становящийся ключевым для политической коммуникации данного периода, соответственно, специфическими и продуктивными становятся и метафорические модели, репрезентирующие его в политической коммуникации.

Работа выполнена при финансовой поддержке фонда РГНФ, проект 15-04-00311 «Лингвокогнитивный анализ конфликтов в сфере обыденной политической коммуникации».

Продемонстрируем это явление на примере концептов *«перестройка»* и *«перезагрузка»* в украинском политическом дискурсе. Понятие «перестройка», вошедшее в российский политический дискурс с легкой руки М. С. Горбачева, отразило назревшую потребность общества в преобразованиях и стало ярким маркером данного периода, получившим широкое распространение и в политических дискурсах стран бывшего СССР. Перестройку политики интерпретируют как необходимое усовершенствование государственного устройства, а также улучшение различных сфер жизни, в особенности — социальной сферы и экономики.

Метафора перестройки гармонично вошла в русскую лингвокультуру, поскольку апеллировала, с одной стороны, к многовековому образу дома как надежного укрытия от жизненных невзгод, символа стабильности, защищенности, душевной близости и теплоты проживающих в нем жильцов, т. е. актуализировала некую традиционность, с другой стороны, подчеркивала необходимость перемен. Но перемен не радикальных, пугающих, как это было после Октябрьской революции, требующих разрушения всего привычного образа жизни и создания новой жизни на ее руинах (ср. *весь мир насилья мы разрушим до основья, а затем мы наш, мы новый мир построим...*) и оставляющих людей на время процесса строительства по сути без постоянного «места проживания» (старый мир разрушен, а новый еще не построен), а изменений уже существующего строя, его модификации под умелым руководством опытного прораба — генсека. Эта идея была подхвачена как Западом, так и бывшими советскими республиками, в том числе и Украиной. Зародившиеся в тот период метафоры перестройки и строительства, репрезентирующие разнообразные политические процессы, продолжают, пусть и с меньшей степенью активности, использоваться в политической коммуникации современной Украины.

Сложная политическая ситуация в стране регулярно представляется украинскими политиками, в том числе и Юлией Тимошенко, как разрушение существующего миропорядка, разрушение украинского дома, необходимость восстановления которого постулируется. Однако это должна быть не реконструкция, т. е. воссоздание существовавшего ранее, а именно перестройка, корректировка, модификация, результатом которой будет построение нового дома для украинского народа.

В процессе анализа строительных метафор, представленных в русскоязычной версии официального сайта Юлии Тимошенко, были выделены следующие фреймы и слоты.

1. Фрейм «Дом/здание и его состояние». Метафорическое представление политических реалий и процессов как дома (в том числе его строительства, ремонта и разрушения) — один из наиболее традиционных для политической речи образов. Как отмечает А. П. Чудинов, «когда политики хотят внушить человеку мысль о необходимости каких-то действий, они или стремятся включить соответствующие реалии в сферу его „дома“, или внушают мысль об опасности для его „дома“» [Чудинов 2001: 155].

Слот 1. «Дом/Здание». Украина в выступлениях Юлии Тимошенко периода ее пребывания на посту премьера регулярно представлялась как дом, населенный гражданами страны, являющимися его полноправными хозяевами: *Дорогие соотечественники! Искренне поздравляю вас с Днем Независимости Украины! Сегодняшний праздник символизирует победу украинского народа в тысячелетней борьбе за право жить в собственном государстве и быть хозяином в своем доме* (24.08. 2010). Также Юлия Тимошенко подчеркивала, что она как руководитель правительства стойко защищает национальные интересы Украины: *Никто не имеет права учить нас и указывать, что нам делать в собственном доме* (14.01. 2010). Тем самым актуализировались положительные эмоциональные смыслы, сопряженные с самостоятельностью и независимостью Украины, безопасностью, защищенностью каждого ее жителя.

Слот 2. «Дом, требующий ремонта». Параллельно Юлия Тимошенко в своих выступлениях и интервью изредка использовала противоположный образ — образ уродливого дома, связанный с проводимыми идеологическими противниками политическими реформами: *Но не возьмутся они лишь до тех пор, пока не будет отменена эта уродливая политреформа. Она настолько уродлива, что даже элитет подобать сложно. Нечто вроде панельной пятиэтажки на курьих ножках с картонным стеклопакетом* (Фокус). Такое здание совершенно не соответствует современным стандартам, а потому необходимо начать работы по его совершенствованию, а именно перестройке: *Я сделаю все для того, чтобы в команду пришли совершенно новые люди, которые готовы посвятить жизнь полной перестройке Украины, и чувствуют, что знают, как это сделать...* (05.04. 2010).

В более поздних выступлениях периода нахождения в колонии и последующего освобождения Юлия Тимошенко активно начинает использовать образ дома, не только не соответствующего эстетическим критериям и не вполне удобного для проживания, но и совершенно разрушенного за время ее отсутствия в украинской политике. Основная причина произошедших изменений — это коррупция, пронизывающая все сферы жизни украинского общества, всеобщая бездуховность: *Когда рушится страна от коррупции, когда у нас практически исчезает мораль и духовность, неужели нам нужно говорить о языке?* (29.03. 2014. Выступление Юлии Тимошенко на XII съезде ВО «Батьківщина» по выдвижению кандидата в президенты). Соответственно, такая ситуация вызывает необходимость не просто в перестройке, а уже в строительстве принципиально нового здания, нового государства, абсолютно с нуля: *У нас есть возможность начать строить нашу жизнь, правила и порядки, Конституцию, наши законы с чистого листа. Мы должны сделать эту работу не только для Украины* (27.03.2014). Метафоры разрушения позволяют Юлии Тимошенко обозначить несогласие с действующим правительством и его политикой, итогом которой, с ее точки зрения, и явилось полное разрушение страны.

2. Фрейм «Строительные работы». В репрезентации политических изменений Юлия Тимошенко использует метафоры, практически полностью охватывающие весь цикл строительных работ — от проектирования до сдачи готового объекта.

Слот 1. «Проектирование». Строительство нового здания Украины, нового государства должно быть тщательно продуманным, основанным на проектах, макетах, подготовленных архитекторами. Для репрезентации данного тезиса используются в метафорическом значении лексемы *проект, проектировать, конструировать, архитектура* и др.

На протяжении всей своей политической карьеры Юлия Тимошенко настоятельно подчеркивала необходимость четких, продуманных конструкторских действий: *У людей есть реальная возможность сконструировать такую страну, такую Конституцию, такие законы, которые не стыдно будет оставить детям* (19.10.2010).

Показательно, что предвыборное выступление Юлии Тимошенко в период избирательной кампании 2014 г. содержит призыв продемонстрировать миру новую архитектуру государственного домостроения: *Мы должны создать большую команду вместе с украинцами, которые подарят Украине и миру новую архитектуру общественных отношений, страну, которая будет более гармоничной, более справедливой, более преданной своим гражданам, чем любая другая страна в мире* (29.03.2014). Выступление Юлии Тимошенко на XII съезде ВО «Батькивщина» по выдвижению кандидата в президенты).

Слот 2. «Закладка фундамента». Юлия Тимошенко регулярно подчеркивает также и необходимость для результативного строительства крепкого фундамента, на котором будет базироваться будущее Украины: *Я хочу, чтобы мы заложили фундамент на этих местных выборах и нашей командной работы, и нашего движения, и я точно знаю, что парламентские выборы будут выходом для людей после долгих лет мытарств от этой власти, и этот вывод будет в пользу нашей команды* (28.09. 2010); *В наших руках сейчас все, и я верю, что на этот раз новый путь Украины начинается. Мы с вами будем двигаться по этому пути не одно столетие, потому что наше поколение сейчас закладывает фундамент. Верьте в Украину, любите Украину, и тогда мы сможем ощутить с вами настоящие, коренные глубинные изменения. Удачи вам! Слава Украине!* (14.01. 2010).

Слот 3. «Строительные работы». Политические преобразования предстают как длительный процесс строительства, целью которого является построение новой жизни на Украине. В рамках данного фрейма метафорическое значение приобретают лексемы *строительство, строить, построить*: *Сегодня все имеют право принимать участие в строительстве нового сильного европейского настоящего государства* (22.02.2014); *Люди смогли создать на Майдане страну справедливости, страну гармонию. У них есть опыт, который следует перенести*

в сферу государственного строительства (29.03.2014); *У нас сегодня открыт путь построить Украину такой, как вы захотите, но доверия у вас к политикам, чиновникам практически уже нет* (22.02.2014); *И я каждую минуту своей жизни посвящу тому, чтобы мы построили мощную Украину, чтобы вы любили Украину, чтобы вы гордились Украиной, чтобы мы выполнили требования Майдана* (09.04.2014).

Главным строительным объектом является Украина, в результате успешного строительства в этом сооружении все жители будут чувствовать себя свободными и защищенными: *Мы должны построить счастливое государство, чтобы каждый мог получить в нем то, что хочет* (Официальный сайт. 17.01. 2010); *Но я верю, что вместе мы преодолеем любые препятствия на пути укрепления независимости нашей Родины. Уверена, что мы обязательно победим, когда сплотимся вокруг единой цели — построения справедливого и богатого государства, где каждый гражданин чувствует себя свободным и защищенным, а закон — один для всех* (20.09. 2010).

Значимой особенностью строительных метафор в период предвыборной президентской гонки 2014 г. является регулярное использование эпитетов *новый* и *другой*, указывающих на необходимость принципиальных изменений в украинской политике: *Я хочу, чтобы вы были неотъемлемой частью построения новой Украины, а ваши идеи, силы, способность работать, ваш патриотизм, нравственность и честь были залогом честности управления новой страной; Мы построим совершенно другое, новое государство* (06.03.2014); *Новую страну построить можно и нужно. Если мы и на этот раз не построим, то мы от мира отстанем еще лет на 50* (19.05.2014).

Построение нового украинского государства включает в себя строительные работы во всех сферах — в медицине, экономике, законодательстве и т. д.: *Построение качественной медицины — это большой шаг для построения качественной жизни* (29.01. 2010); *Украина должна использовать опыт тех стран, которые выстроили мощную экономику* (19.05. 2014); *У нас есть возможность начать строить нашу жизнь, правила и порядки, Конституцию, наши законы с чистого листа. Мы должны сделать эту работу не только для Украины* (27.03.2014).

Созидательная деятельность, политические реформы регулярно концептуализируются как деятельность, направленная на построение будущего, благоприятного для всех жителей Украины: *Теперь у нас, украинцев, есть возможность и право свободно, самостоятельно строить свое европейское будущее* (06.03.2014).

Ключевой чертой политического строительства в выступлениях Юлии Тимошенко на всех этапах ее политической карьеры является ориентация на Европу. Построение нового государства должно идти строго по европейским правилам, а любые изменения предстают как некий «евро-ремонт»: *Я не оставляю эту борьбу, пока мы не сможем построить европейские порядки,*

правила, Европу в Украине (10.01. 2010); *Первое — это построение Европы в Украине, это построение в Украине европейских четких порядков, норм, освоение ценностей, которыми живет сегодня Европа* (29.01. 2010); *Мы обязаны перед ними и их памятью покончить наконец с коррупцией и олигархией, мы обязаны построить новую сильную европейскую успешную Украину, стать едиными и сильными* (29.03.2014); *Теперь у нас, украинцев, есть возможность и право свободно, самостоятельно строить свое европейское будущее* (06.03.2014); *Сегодня все имеют право принимать участие в строительстве нового сильного европейского настоящего государства* (22.02.2014).

3. Фрейм «Строители». Украинские политики, реформаты предстают в выступлениях и интервью Юлии Тимошенко как специалисты разных строительных профессий.

Слот 1. «Генподрядчики строительства и строители». Политические оппоненты Юлии Тимошенко, президенты Виктор Янукович и Виктор Ющенко, предстают как неумелые строители, не имеющие достаточного опыта и знаний для работы на своем посту: *Хотя столько шансов, сколько было у этого Президента (Ющенко. — О. К.), не было ни у одного другого Президента нашей страны — чтобы построит сильную Украину* (23.06.2010), а Янукович вообще не знает, как строить будущее Украины, или он просто не имеет интеллекта дискутировать на эту тему (14.01.2010). Эти генподрядчики происходящих в стране изменений совершенно некомпетентны, и их деятельность приносит вред Украине: *И мой протест, возможно, слабый и недостаточный против генподрядчика строительства такой страны и рабов, которые ему инициативно и преданно в этом помогают* (01.10. 2012).

Квалифицированным специалистом-строителем Юлия Тимошенко видит себя. В то же время она приглашает принять участие в строительстве всех жителей Украины, указывая, что это их право и долг: *Сегодня все имеют право принимать участие в строительстве нового сильного европейского настоящего государства* (22.02. 2014); *Я хочу, чтобы вы были неотъемлемой частью построения новой Украины, а ваши идеи, силы, способность работать, ваши патриотизм, нравственность и честь были залогом честности управления новой страной* (06.03.2014).

Слот 2. «Приглашенные специалисты». Для построения новой страны необходимы политические и экономические реформы и приглашение опытных международных специалистов, которые способны дать консультации и сделать работу более эффективной: *У нас все еще есть шанс построить страну, опираясь на опыт других, потративших на это века, избегая их ошибок, используя их лучшие достижения. Вы будете удивлены, но я до сих пор верю, что это возможно. Я этой верой живу* (09.10. 2010); *Президент и новый Премьер-министр Украины должны войти в историю как люди, которые выстроили реформированную страну. И именно для этого мы будем приглашать и междуна-*

родных специалистов, и очень серьезные профессиональные круги, и будем прислушиваться к мировому опыту (03.02. 2010); *Мы должны дать себе слово, что после падения авторитаризма пригласим в Украину лучших интеллектуалов мира, которые уже знают, как построить страну XXI века* (29.03.2014).

Проведенный анализ позволяет установить, что строительная метафора является значимым способом концептуализации политической жизни Юлии Тимошенко. Продуктивность данной метафорической модели определяется ее возможностью акцентировать внимание на необходимости преобразований в стране, на необходимости активных действий для улучшения ситуации на Украине, а также деятельностным характером строительной метафоры, ее ориентированностью на конкретный результат.

Постоянными элементами при использовании метафор перестройки в выступлениях Юлии Тимошенко являются, во-первых, указание на некомпетентность действующих генподрядчиков — ее политических оппонентов и, во-вторых, указание на необходимость «евроремонта», заключающегося как в использовании в процессе политических преобразований европейских технологий, так и в необходимости привлечения к этому процессу опытных европейских строителей государства.

В то же время в реализации строительной метафоры есть и специфические черты, свойственные определенным этапам политического пути Юлии Тимошенко. В частности, в метафорах 2010 г. (период баллотирования в президенты) Украина предстает как дом, требующий лишь определенной перестройки, а в 2014 г. уже постулируется необходимость в построении страны с чистого листа, создании совершенно нового государства, поскольку страна полностью разрушена за время тюремного заключения экс-премьера. Строительство начинает трактоваться как главная задача, решать которую нужно всем миром — и самим украинцам, и привлеченным европейцам.

В определенный момент лексемы из области строительной сферы утрачивают метафорическое значение, так как разрушения в стране из разряда метафорических переходят во вполне реальные — после Евромайдана и военных конфликтов как в столице Украины, так и на территории всего государства. В данный момент строительство новой Украины становится вполне конкретной задачей восстановления страны, а, к сожалению, не просто яркой, эффектной метафорой.

Постепенно в выступлениях Юлии Тимошенко для указания не на необходимость и неизбежность политических преобразований параллельно начинают использоваться новые метафоры, а именно **метафоры перезагрузки**. Интенсивное развитие науки и техники, появление новых технологий вызвали активную экспансию понятий из сферы «Компьютеры» в метафорическую систему политического дискурса. В рамках метафор, возникающих на основе названной сферы-источника, политическая жизнь Украины и ее субъектов предстает как компьютер, работающий с определенными отклонениями, зависающий, требующий ремонта.

1. **Фрейм «Ремонт компьютера».** Метафорическое значение приобретают лексемы, относительно недавно вошедшие в русский и украинский языки: *перезагрузить, перезагрузка, переформатировать, переформатирование*.

Слот 1. «Перезагрузка». Перезагрузка — это процесс, при котором компьютер полностью очищает или восстанавливает содержимое оперативной памяти и возобновляет свою работу.

Прежде всего в такой перезагрузке нуждается само государство, не случайно данный тезис вынесен в заглавие статьи: «Украина: Перезагрузка». Автор статьи задается вопросом: *Способно ли нынешнее государство обеспечить концентрацию сил? Как это можно сделать?* И дает ответ: *Путем перезагрузки государства. Что такое перезагрузка государства? Это его модернизация применительно к условиям данного исторического момента* [Коалиция: сохранить нельзя переформатировать].

Данный тезис развивается и в выступлениях Юлии Тимошенко: *Я думаю, что сразу после президентских выборов будут досрочные парламентские выборы. Стране нужна перезагрузка, стране нужна абсолютная новая Верховная Рада* (06.05.2014); *мы знаем людей, которые способны вести те или иные отрасли до полного реформирования и до реального возрождения и становления. Мы команда, которая может предложить Украине план полной перезагрузки* (18.09.2014); *Его (Путина. — О. К.) план — это расчленение Украины, ее унижение, расшатывание и узурпация власти на нашей территории. Этому плану надо противопоставить наш украинский план и это, в том числе, план полной перезагрузки нашей жизни* (14.09.2014); *войны сегодня прикрывают большой хаос в экономике, в организации жизни страны, и люди хотят перемен, полной перезагрузки страны, они больше не хотят жить в обмане, они хотят жить в стране европейской* (27.09.2014).

Кроме того, в Украине должна произойти и перезагрузка власти, это основное условие изменений в стране, изменений к лучшему: *только полная перезагрузка власти может восстановить доверие людей к государственным институтам, политикам, вернуть Украину на демократический, конституционный путь развития* (01.11. 2010); *люди год после революции очень терпеливо ждали полной перезагрузки власти. И они имеют полное право рассчитывать на немедленные изменения* (08.11.2014); *В повестке дня сегодня стоит три важных вопроса. Первый — это мир и война, второй, судьбоносный — изменимся ли мы, изменится ли страна, и третий — перезагрузка власти* (20.10.2014); *Вы поднялись, чтобы перезагрузить всю власть и вернуть Украину себе. Так сделайте это!* (28.01.2014); *Нужно полностью перезагрузить власть* (19.05.2014); *Прямо сейчас надо принимать закон о честном референдуме, чтобы не на революциях люди жизнью жертвовали, а просто дать возможность, если не подходит парламент, президент, произвести перезагрузку власти без революций, мирным и достойным путем* (08.04.2014).

Перезагрузке должны подвергнуться также правительственные и законодательные органы,

определяющие работу всего государства: *Но я верю, что перезагрузка парламента приведет новое правительство, новую команду, приведет сильных людей, которые ни одной минуты не потеряют для того, чтобы защитить семьи погибших, чтобы обеспечить армию, чтобы вернуть порядок в нашу жизнь* (02.10.2014); **Если мы тотально не перезагрузим на этих выборах парламент, правительство, то тогда, что мы спросим у людей, если они пойдут уже с восстанием на все власти — демократическую, недемократическую, старую, новую, не выдержит просто народ** (20.10.2014); **Парламентские выборы — это полная перезагрузка правительства, это полная смена системы власти** (20.10.2014).

Кроме того, измениться должны и сами политики — процесс их изменения также описывается метафорами перезагрузки. Данное положение является столь важным для украинских журналистов, что они выносят его в заглавие статьи: «Юлия: перезагрузка» [Украина: перезагрузка]. Приведенный заголовок содержит отсылку к культовому фильму братьев Вачовски «Матрица: перезагрузка».

Слот 2 «Переформатирование». Переформатирование — это форматирование жесткого диска или раздела, уже отформатированного или содержащего данные. Переформатирование и переустановка являются крайней мерой, данные операции рекомендуются для случаев, когда все другие варианты восстановления или диагностики не принесли положительного результата. Таким образом, метафора переформатирования используется, когда нужно подчеркнуть необходимость серьезных, глобальных преобразований, без которых невозможна нормальная работа политического механизма.

Метафоры переформатирования используются для обозначения насущных преобразований в политике и экономике: *Сейчас лидеры демократического мира должны пересмотреть то, что происходит в Украине, то, что иницирует Россия, и переформатировать все свои действия. Это необъявленная и фактически начавшаяся война по захвату территории* (14.04. 2014); *Запущены долгосрочные программы. Они связаны с полным переформатированием мировых рынков природного газа* (21.03. 2014).

Переформатированию должна подвергнуться как власть, так и сознание отдельных людей. Так, Юлия Тимошенко убеждена, что *лишь по результатам парламентских выборов 27 марта 2011 года можно переформатировать власть в стране для обеспечения защиты интересов граждан, а не отдельных финансовых групп* (16.11.2010); *Вы понимаете, это нечто иное. Это переформатирование сознания людей, и это уже, может быть, даже становление настоящего гражданского общества в Украине* [Украина: перезагрузка].

Размышления политических обозревателей о работе Верховной рады выливаются в заголовок «Коалиция: сохранить нельзя переформатировать» [Официальный сайт Юлии Тимошенко (архивная версия)], созданный на базе преедентного высказывания «Казнить нельзя помиловать».

2. Фрейм «Компьютерные специалисты». Если Украина, власть предстают в качестве компьютера, то субъекты политической деятельности метафорически представлены как продвинутые пользователи, хакеры, зачастую действующие в обход принятых законов и наносящие серьезный ущерб операционной системе государственного компьютера. В метафорическом значении при характеристике политической действительности используются лексемы *хакер, взламывать, взлом* и др.

Слот 1. «Хакеры». Изначально хакерами называли программистов, которые исправляли ошибки в программном обеспечении каким-либо быстрым и далеко не всегда профессиональным способом; такие правки ассоциировались с «топорной работой» из-за их грубости, отсюда и произошло название «хакер». Сейчас хакерами часто называют компьютерных взломщиков — именно в этом значении слово функционирует и в политическом дискурсе.

Метафоры политических хакеров позволяют эксплицировать виновников нестабильной ситуации в стране, акцентировать внимание на причинах, приведших к сбою в работе политического механизма. В частности, Юлия Тимошенко именуется отдельных политиков, наносящих, с ее точки зрения, урон Украине, политическими хакерами: *Возле них собираются голодные и эффективные новые политические хакеры типа Фирташа и Левочкина, которые ради наживы готовы снова и снова взламывать государственные системы, пользуясь доверием людей к очередному вождю* (09.10.2010). Таким образом, именно взлом системы, причинение ей ущерба, нарушение нормального функционирования государства становится приметой «политического хакера».

В роли хакера выступал практически каждый правитель Украины, имеющий свое представление о стратегиях развития страны и навязывающий его Украине: *Каждый вождь, который приходил, устанавливал в стране свои правила жизни в зависимости от уровня своей жадности, ограниченности и глубины своих внутренних комплексов. Каждый новый вождь со своим окружением легко взламывал все системы защиты страны „от дураков“, которые заложены в Конституции и законах. Им каждый раз удавалось это потому, что системы защиты либо крайне слабы, либо вообще отсутствуют* (09.10.2010).

Слот 2. «Айтишники». По логике вещей, помимо политиков-хакеров должны существовать и политики, устраняющие ошибки в работе государственного компьютера. Однако в изученном материале пока не отмечены случаи метафорического использования лексем, обозначающих компьютерщиков-профессионалов, таких, например, как *айтишник, эникейщик, программист, программмер, кодер* и т. д. Видимо, данные лексемы пока не вошли в основной пласт лексики, соответственно, у политиков возникает вполне резонное опасение, будут ли они понятны всем слоям электората, окажут ли воздействие на адресата. Поэтому в контекстах, где речь идет о восстановлении работы «политического компьютера», акцент делается не на именовании лица, а

на самом процессе ремонта (ср. высокую частотность лексем *перезагрузить, переформатировать*), который производит тот или иной политик.

Таким образом, в связи с нестабильной политической ситуацией Украина метафорически предстает как компьютер, работающий с серьезными сбоями, отмечается необходимость его перезагрузки и переформатирования. Показательно, что данная идея в целом ряде статей вынесена в заглавие — см., например: «Украина: перезагрузка» [Украина: перезагрузка]; «Коалиция: сохранить нельзя переформатировать» [Коалиция: сохранить нельзя переформатировать]; «Юлия: перезагрузка» [Юлия: перезагрузка] и др.

Проведенный анализ позволил установить, что метафоры перестройки и перезагрузки являются значимым средством концептуализации политической ситуации. Обе метафоры активно используются для указания на существенные дефекты в жизни общества и на необходимость политических преобразований.

Метафорические модели, имеющие своей основой концепты «перестройка» и «перезагрузка», обладают в политической коммуникации однотипной структурой, демонстрируют определенный параллелизм. В частности, их структура включает три основных компонента: 1) Украина — дефектный объект (разрушенное здание или сломанный компьютер); 2) политические преобразования — это ремонтные работы (перестройка или перезагрузка); 3) политики — специалисты в соответствующей сфере (строители или хакеры).

В то же время при несомненной схожести двух метафорических моделей в их структуре присутствуют и некоторые особенности частного характера. Например, при характеристике специалистов в соответствующей сфере в строительной метафоре представлены профессии, сосредоточенные на созидании, восстановлении разрушенного (*строители, прорабы, архитекторы* и т. д.), в то время как в компьютерной метафоре представлены исключительно специалисты, ответственные за сбой в работе политических механизмов (*хакеры*). Политическая коммуникация последних лет характеризуется повышенным стремлением найти виновников происходящего, что определяет значимость метафор перезагрузки, дающих возможность эксплицировать данные смыслы (в строительной сфере в принципе нет специального персонажа, ответственного за разрушение существующего здания).

Кроме того, в метафорах, восходящих к концепту «перестройка», значим компонент, связанный с предварительным этапом ремонтных работ — создание проекта, согласование его с заказчиком (см. слот «*Проектирование*»). «Перезагрузка» не предполагает столь длительных подготовительных работ, специалист сразу же приступает к делу. Данная черта так же оказывается весьма востребованной в современной политической коммуникации, поскольку политики регулярно призывают к немедленным действиям и политическим преобразованиям.

Параллелизм структуры проанализированных метафорических моделей, восходящих к концептам «перестройка» и «перезагрузка», позволяет говорить об их смысловой синонимичности,

о схожем прагматическом потенциале. Основная задача метафор перестройки и перезагрузки в политическом дискурсе — акцентировать внимание на неправильности и недопустимости существующего порядка вещей, на плохой работе государственного механизма и механизмов власти, необходимости политических преобразований.

Следовательно, новый концепт «перезагрузка» в политической коммуникации является логическим преемником концепта «перестройка». Можно прогнозировать увеличение уже в ближайшем будущем количества метафор перезагрузки, позволяющих эксплицировать различные аспекты мира политики, а также расширение класса лексических единиц из компьютерной сферы, используемых в метафорическом значении (как общепотребительных, так и профессионально-сленговых, например, *ламер*, *юзер* — для обозначения некомпетентных политиков и *ай-тишник*, *программер* — для специалистов своего дела, *апгрейд* — для обозначения модернизации в политической сфере и др.).

Таким образом, изменения в жизни общества приводят к тому, что в определенный исторический момент на первый план выдвигается концепт, становящийся ключевым для политической коммуникации данного периода, соответственно доминантными и продуктивными становятся и метафорические модели, репрезентирующие его в политической коммуникации. В частности, новый концепт «перезагрузка» при описании политической жизни становится не менее популярным, чем в свое время термин «перестройка»: первый связан со сферой высоких технологий, столь актуальной в настоящее время, и позволяет не только актуализировать необходимость по-

литических преобразований, но и эксплицировать виновных в сложной ситуации в стране, указать на необходимость срочных изменений, что и определяет его интенсивное использование.

ИСТОЧНИКИ

1. Официальный сайт Юлии Тимошенко (архивная версия). URL: <http://www.tymoshenko.com.ua/ru/>.
2. Официальный сайт Юлии Тимошенко. URL: <http://www2.tymoshenko.ua/ru/>.
3. Коалиция: сохранить нельзя переформатировать. URL: <http://news.liga.net/articles/NA100059.html>.
4. Украина: перезагрузка. URL: <http://www.specletter.com/elections/2009-03-10/ukraine-perezagruzka.html>.
5. Юлия: перезагрузка. URL: <http://smi.liga.net/articles/2010-12-10/774601-yulya-perezagruzka.htm#>.

ЛИТЕРАТУРА

6. Баранов А. Н. Метафорические модели как дискурсивные практики // Известия АН. Сер. литературы и языка. 2004. Т. 63, № 1. С. 33—43.
7. Демьянков В. З. Англо-русские термины по прикладной лингвистике и автоматической переработке текста. Вып. 2. Методы анализа текста // Всесоюз. Центр переводов. Тетради новых терминов. — М., 1982. № 39.
8. Колокольникова М. Ю. Дискурсивный анализ в исторической лексикологии и семасиологии : автореф. дис. ... д-ра филол. наук : 10.02.19. — Саратов, 2011.
9. Кондратьева О. Н. Метафорическая репрезентация политической жизни Украины в идиостиле Юлии Тимошенко // Политическая лингвистика. 2010. № 4 (34). С. 101—112.
10. Олешков М. Ю. Метафора в педагогическом дискурсе // Политика в зеркале языка и культуры : сб. науч. ст., посвящ. 60-летию юбилею проф. А. П. Чудинова. — М. : ИЯ РАН, 2010. С. 172—177.
11. Резанова З. И. Языковая и дискурсивная картина мира: аспекты соотношений // Сибирский филол. журн. 2011. № 3. С. 184—155.
12. Чудинов А. П. Россия в метафорическом зеркале: когнитивное исследование политической метафоры (1991—2000) : моногр. / Урал. гос. пед. ун-т. — Екатеринбург, 2001.

O. N. Kondrat'eva
Kemerovo, Russia

«RESTRUCTURING» AND «RELOADING»: METAPHORS OF TRANSFORMATION IN POLITICAL COMMUNICATION (LINGVOKOGNITIVE ANALYSIS)

ABSTRACT. *The article looks at the political metaphorical system from the positions of a cognitive-discursive paradigm. Modern linguistics believes that discourse concentrates around a certain basic concept. The presented research puts forward a hypothesis, that besides constant basic concepts of political discourse there are also specific concepts of a certain epoch, accordingly, metaphorical models representing the given concepts become specific and productive. The offered hypothesis is proved by the example of analysis of concepts «restructuring» and «reloading» in the Ukrainian political discourse.*

The new concept «reloading» in modern political communication becomes not less popular, than the term «restructuring» offered in due time by M.S. Gorbachev. The metaphorical models, based on the concepts of «restructuring» and «reloading», are actively used to indicate essential defects in the life of the society and indispensability of political transformations. In political communication, these models possess the same structure and certain parallelism of construction. In particular, their structure includes three basic components: 1) Ukraine — defective object (a destroyed building or a broken computer); 2) Political transformations are kinds of repair work (restructuring or reloading); 3) Politicians — experts in appropriating area (builders or hackers).

Consequently, the new concept «reloading» in political communication is the logical successor of the concept «restructuring», it is possible to predict an increase in the near future of quantity of the “reloading” metaphor, allowing to actualize various aspects of the world of politics, as well to expand the class of lexical units from the computer area, used metaphorically.

KEYWORDS: *political communication; discourse; conceptualization; conceptual metaphor; metaphor of construction; computer metaphor; Yulia Tymoshenko.*

ABOUT THE AUTHOR: *Kondrat'eva Ol'ga Nikolaevna, Doctor of Philology, Professor of Department of Russian, Kemerovo State University, Kemerovo, Russia.*

REFERENCES

1. Ofitsial'nyy sayt Yulii Timoshenko (arkhivnaya versiya). URL: <http://www.tymoshenko.com.ua/ru/>.
2. Ofitsial'nyy sayt Yulii Timoshenko. URL: <http://www2.tymoshenko.ua/ru/>.
3. Koalitsiya: sokhranit' nel'z'ya pereformatirovat'. URL: <http://news.liga.net/articles/NA100059.html>.
4. Ukraina: perezagruzka. URL: <http://www.specletter.com/elections/2009-03-10/ukraine-perezagruzka.html>.

5. Yuliya: perezagruzka. URL: <http://smi.liga.net/articles/2010-12-10/774601-yulya-perezagruzka.htm#>.
6. Baranov A. N. Metaforicheskie modeli kak diskursivnye praktiki // Izvestiya AN. Ser. literatury i yazyka. 2004. T. 63, № 1. S. 33—43.
7. Dem'yankov V. Z. Anglo-russkie terminy po prikladnoy lingvistike i avtomaticheskoy pererabotke teksta. Vyp. 2. Metody analiza teksta // Vsezoyuzn. Tsentr perevodov. Tetradi novykh terminov. — М., 1982. № 39.

8. Kolokol'nikova M. Yu. Diskursivnyy analiz v istoricheskoy leksikologii i semasiologii : avtoref. dis. ... d-ra filol. nauk : 10.02.19. — Saratov, 2011.

9. Kondrat'eva O. N. Metaforicheskaya reprezentatsiya politicheskoy zhizni Ukrainy v idiosstile Yulii Timoshenko // Politicheskaya lingvistika. 2010. № 4 (34). S. 101—112.

10. Oleshkov M. Yu. Metafora v pedagogicheskom diskurse // Politika v zerkale yazyka i kul'tury : sb. nauch. st., posvyashch.

60-letnemu yubileyu prof. A. P. Chudinova. — M. : IYa RAN, 2010. S. 172—177.

11. Rezanova Z. I. Yazykovaya i diskursivnaya kartina mira: aspekty soot-nosheniy // Sibirskiy filol. zhurn. 2011. № 3. S. 184—155.

12. Chudinov A. P. Rossiya v metaforicheskom zerkale: kognitivnoe issledovanie politicheskoy metafory (1991—2000) : monogr. / Ural. gos. ped. un-t. — Ekaterinburg, 2001.

Статью рекомендует к публикации д-р филол. наук, проф. Л. Г. Ким.

Е. Г. Малышева
Омск, Россия

ЛИНГВОКУЛЬТУРНАЯ ИДЕЯ 'ПАТРИОТИЗМ' СКВОЗЬ ПРИЗМУ РУССКОГО СПОРТИВНОГО ДИСКУРСА

АННОТАЦИЯ. Статья посвящена исследованию когнитивной специфики концепта 'Патриотизм', отраженной в современном русском спортивном дискурсе. В начале статьи обсуждаются взгляды современных лингвистов на содержание феномена патриотизма, в частности С. Г. Воркачев, и делается вывод о возможности рассматривать данную когнитивную единицу как лингвокультурную идею — «сложное семантическое образование гиперонимического типа, включающее в себя концепты и „антиконцепты“ — родину и чужбину, „свое“ и „чужое“». Исходя из общих представлений о «кризисе русской идеи патриотизма» в XX в. можно констатировать, что сегодня этот кризис отчасти преодолен, чему способствовали в том числе новейшие спортивные победы российских спортсменов и успешное проведение Олимпиады в Сочи. В статье исследован неоднозначный феномен спортивного патриотизма, отмечен идеологический характер этого понятия. Подчеркнуто, что тексты спортивных СМИ, в которых репрезентировано представление о патриотизме, могут не содержать языковых маркеров данного концепта. Причины этого автор видит в специфике содержания самого концепта, который относится к сфере культурно и этнически значимых когнитивных феноменов, обладает чрезвычайно разветвленной и подвижной периферийной концептуальной зоной, не всегда отчетливо вербализованной. Итак, на основе анализа текстов СМИ, последних исследований политологов, социологов, выступлений президента в статье делаются выводы об изменении представлений о патриотизме в русском массовом сознании.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: спортивный дискурс; концепт; лингвокультурная идея.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ: Малышева Елена Григорьевна, доктор филологических наук, доцент; заведующий кафедрой журналистики и медиалингвистики, факультет филологии и медиакоммуникаций, Омский государственный университет им. Ф. М. Достоевского; адрес: 644077, г. Омск, пр-т Мира, д. 55-а; e-mail: malysheva_eg@mail.ru.

Концепт 'Патриотизм' может быть отнесен к тем ментальным единицам, которые входят в «общий алфавит культуры» [Сандомирская 2001: 16], являются «универсалиями духовной культуры» [Воркачев 2008: 183]. Более того, С. Г. Воркачев, на наш взгляд, справедливо называет «„лингвоконцепт высшего уровня“ 'Патриотизм' лингвокультурной идеей» — «сложным семантическим образованием гиперонимического типа, включающим в себя концепты и „антиконцепты“ — родину и чужбину, „свое“ и „чужое“» [Воркачев 2008: 8].

Самое развернутое определение *патриотизма*, фиксирующее базовые концептуальные признаки этого феномена, обнаруживается, как и ожидалось, в энциклопедическом словаре, где в дефиниции понятия выделяются такие семантические составляющие, как 'нравственный принцип', 'социальное чувство', 'любовь к родине', 'гордость за родину', 'подчинение интересов родине', 'защита родины и ее граждан'.

Несомненно, что семантическое наполнение имени *патриотизм* со временем претерпевало изменение, когда, помимо дифференциальной семы 'любовь к родине', в его значении закреплялись новые элементы значения, и этот процесс отражал реальные изменения в русском языковом сознании, обусловленные множеством факторов экстралингвистического порядка. «Новейшие» представления о патриотизме и Родине обусловлены, по мнению ученых, кроме всего прочего, тем обстоятельством, что у современного человека *три родины: малая, этническая и гражданская*. В идеале две последние могут совпадать, но в действительности, как справедливо замечает С. Г. Воркачев, «этническую Родину мы любим на генетическом уровне, бессознательно, некритично и безответно. К Родине гражданской „хорошо относимся“, требуем от нее лояльности („взаимности“)» [Воркачев 2008: 134]. Подчеркнем, что, как полагает исследователь, именно в «зачатках трансформации» патриотизма в лояльность по отношению к Родине и состоит наибо-

лее значимое «новообразование» в современном понимании Родины и патриотизма.

Думается, что этот и другие выводы относительно современного понимания лингвокультурной идеи патриотизма не могут и не должны считаться окончательными и безусловными. Более того, не сомневаемся в том, что в середине второго десятилетия XXI в. уже не вполне верифицированным является вывод об «общем кризисе русской идеи патриотизма конца XX века» [Воркачев 2008: 182], во всяком случае, судя по исследованным нами текстовым материалам спортивного, политического дискурсов.

Как кажется, в последние десять лет в русском национальном сознании произошли достаточно серьезные и заметные изменения, связанные с переосмыслением представлений об универсальных духовных категориях, таких как 'Родина', 'Нация', 'Патриотизм', и не в последнюю очередь это связано не только с социальными, политическими и экономическими процессами, происходящими в России и в мире, но и с событиями спортивными.

Феномен *спортивного патриотизма* сегодня чрезвычайно идеологизированное понятие, в котором, на наш взгляд, отражаются современные особенности идеи патриотизма вообще.

Так, представление о патриотизме в спорте напрямую связано с такими концептуальными метонимическими стереотипными моделями, как 'Спорт — это политика', 'Спорт — это идеология', 'Победа в «большом» спорте — это высшее проявление патриотизма', а также со стереотипными представлениями о том, что спорт, с одной стороны, является способом формирования в массовом сознании патриотических чувств и настроений, их источником, а с другой — способом публичного проявления патриотизма:

...Мы все видели, насколько самоотверженно вы выступали. И, конечно, самое главное чувство, которое всегда испытывают болельщики, — чувство гордости. Это самая сильная, притягательная сторона спорта —

когда успех одного спортсмена становится успехом всей страны (из речи Д. А. Медведева на встрече в Кремле с победителями и призерами Универсиады-2011, 8 февраля 2011 г.).

Кроме процитированных выше слов Д. А. Медведева, в качестве подтверждения сказанного проанализируем опубликованные на официальном сайте «Единой России» материалы заседания *Государственно-патриотического* клуба партии «Единая Россия».

Тема «внутрипартийной дискуссии» — *«Роль спорта в патриотическом воспитании»*. Показательно, что названные материалы помещены под заголовком *«Спорт возрождает патриотизм и убивает национализм!»*

В частности, С. Журова, олимпийская чемпионка в прошлом, сказала следующее:

Еще совсем недавно у многих спортсменов отношения со страной измерялись только в валютном эквиваленте. Они уезжали за рубеж. Но сегодня многие вернулись, они почувствовали, что родина думает о них. Очень важно, что спорт... не только несет патриотизм, но и убивает национализм. В спорте всегда болеют „за наших“, независимо от национальности. Поэтому спорт — божий дар. Спорт — это борьба по правилам. Здесь удовлетворяют не свои территориальные претензии, а здоровые амбиции. И именно поэтому спорт — это всегда мир, а не война. То есть это очень важный элемент и в международных отношениях. Со спортивными победами пришел огромный интерес к нашему флагу и символике. Мы видели огромное количество российских флагов на улицах, и не только в России, но и за границей.

Этот текст, на наш взгляд, показателен по нескольким причинам.

Во-первых, самое название клуба партии — *государственно-патриотический* — эксплицирует попытку совмещения понятий *государство* и *Родина*, традиционно оппозитивных в русском языковом сознании. Так, вспомним, что еще Н. А. Бердяев писал в «Русской идее»: «...русские люди не любят государства и не склонны считать его своим, они или бунтуют против государства, или покорно несут его гнет. Зло и грех всякой власти русские чувствуют сильнее, чем западные люди» [Бердяев 1997: 143].

Во-вторых, именно на примере профессиональных российских спортсменов демонстрируются изменения как в общественном отношении к русским, работающим за границей, так и в их отношении к Родине. Заметим, что С. Журова косвенно признает причины, по которым лучшие представители отечественного спорта «уезжали за рубеж» (*«родина о них не думала»*, т. е. не оценивала их труд адекватно, не позволяла вести соответствующий их рангу и заслугам образ жизни), но тем не менее дает «патриотическим чувствам» таких спортсменов отрицательную оценку (*«отношения со страной измерялись только в валютном эквиваленте»*). Однако далее автор текста эксплицирует, какие качественные и положительные изменения произошли в отношениях субъекта и объекта патриотизма — гражданина (спортсмена) и его Родины: *«Но сегодня*

многие вернулись, они почувствовали, что родина думает о них».

Обратим внимание на синонимический ряд, использованный в данном тексте и организованный по принципу градации — усиления интенсивности признака: *страна — Родина — Россия*. Очевидно, что первый из членов этого ряда нагружен отрицательными коннотативными смыслами, второй и третий — коррелируют с понятием как «этнической», так и «гражданской» родины. Кстати говоря, уже в этом тексте мы наблюдаем одно из важнейших отличий русского спортивного дискурса: в нем самым частотным именем концепта 'Родина' является лексема *Россия*, как правило, отмеченная положительными эмоционально-оценочными семантическими элементами.

Наконец, в-третьих, в данном тексте эксплицировано представление о чрезвычайно актуальном для русского спортивного дискурса противопоставлении понятий *патриотизм* и *национализм*.

Процитированное высказывание отражает аксиологическую «полюсность» названных понятий в интерпретации современных политических деятелей, однако заметим, что С. Журова близка к истине: спортивные состязания международного масштаба — это чуть ли не единственное пространство, где, с одной стороны, находит выход естественная потребность современного человека в реализации патриотических чувств и настроений, с другой — представители разных национальностей, проживающие в одной стране, на время «забывают» о повседневном, бытовом национализме, неприятия чужих культурных традиций и нравов и воспринимают людей другой национальности и вероисповедания как «своих» только на основании общности «гражданской родины».

Примечательно также, что патриотизм в спорте становится поводом к рассуждениям о сути патриотизма вообще, а также причиной экспликации собственных представлений журналистов о патриотизме, не всегда совпадающих со стереотипной точкой зрения.

Так, в аналитических текстах обнаруживаются часто противоположные точки зрения на понимание названных феноменов.

Одни адресанты трактуют спортивное проявление патриотизма как *псевдопатриотизм*, или *эрац-патриотизм*, и даже противопоставляют понятия *патриотизм* и *любовь к родине* как антонимичные. В качестве подтверждения этого суждения процитируем текст Владимира Познера, который, кстати говоря, эксплицирует несколько другую точку зрения, когда, например, комментирует церемонию открытия Олимпийских игр:

Вы никогда не замечали, что патриотическое воспитание, как правило, строится на прямом или косвенном утверждении превосходства вашей страны, вашего народа, вашей нации над всеми прочими? Я люблю свою маму не потому, что она умнее, красивее, сильнее, богаче, лучше всех остальных мам, я люблю ее за то, что она — моя мама. Разве потому нас учат любить Россию (США, Францию, Китай, Гватемалу и т. д.), что мы родились там? Разве это патриотизм? Или же патриотизм требует, чтобы мы размахивали флагом и болели бы за своих? (Кстати, „свои“ — это кто? Если лучшие игроки лучшей

баскетбольной команды Европы и России — ЦСКА — являются американцами, они нам „свои“? А если превосходный русский футболист играет за иностранный клуб, он нам „свой“?). По мне, все это никакой не патриотизм, а нечто другое. Об этом поразительно точно написал еще в XVIII веке выдающийся английский очеркист и языковед доктор Сэмюэл Джонсон: „Патриотизм — это последнее прибежище подлеца“. Мысль предельно понятная: когда подлецу больше нечем прикрываться, он прикрывается патриотизмом. Размахивает флагом, орет, свистит и, если того требуют обстоятельства, мочит... Оказывается, немало выдающихся людей высказывались о патриотизме достаточно трезво. Например, Гёте: „Не бывает ни патриотического искусства, ни патриотической науки“. Или Джордж Бернард Шоу: „Не будет покоя в мире до тех пор, пока из человечества не вышибут дух патриотизма“. Заметьте, „лока... не вышибут дух патриотизма“, а не чувство любви к своей Родине (В. Познер. Колонка Владимира Познера. Журнал Esquire URL: <http://www.esquire.ru/articles/02/poznerE>).

Однако другие — вербализуют стереотипные представления о проявлении патриотизма в спорте (и спортсменами, и болельщиками) как о «первом шаге» на пути к возрождению любви к родине:

По-моему, самый честный патриотизм — спортивный. И может быть, именно из спортивного патриотизма может вырасти даже и любовь к родине. Ведь не секрет, что сейчас с любовью к родине и с патриотизмом в целом у нас напряженка. А спортивный патриотизм — он на физиологическом уровне. Потому что когда смотришь гонки, надо за кого-то болеть. И выбираешь того, с кем у тебя больше общего, своего. И вот уже ты выпрямляешь спину при звуках гимна. Потому что своим, правда, можно гордиться, если он прибежал первым. И если она сделала на льду такую невероятную красоту. И я горжусь. При всем своем неоднозначном отношении к России и к Екатеринбургу самые нежные и патриотические чувства у меня появляются, когда есть повод гордиться своими спортсменами. ...И вот когда я смотрела на наших олимпийских чемпионов, таких близких, простых, но таких по-настоящему олимпийских, вот тут уж у меня был патриотизм так патриотизм. А уж как у меня перехватило дыхание, когда на соревнованиях в школе Ирины Зильбер все мы — и тренеры, и родители, а главное, наши маленькие девочки, которым от трех до восьми лет, — встали под звуки гимна. И девочки пели гимн — они знают слова. И я даже сама удивляюсь, до чего мне это нравится («О спортивном патриотизме», журнал-телегид «ТелеШоу», №9, 27 февраля 2008 г.).

Сегодня вопрос о роли спорта и спортивных побед в формировании и укреплении патриотических настроений в массовом сознании россиян активно обсуждается прежде всего социологами, политологами, философами.

Социолог Л. Ф. Борусяк характеризует успешное выступление российской сборной по фут-

болу на чемпионате Европы в 2008 г. как «катализатор патриотизма» [Борусяк 2008].

Ю. А. Фомин, исследуя влияние спорта на формирование личности, констатирует, что «идеологический компонент в спорте проявляется и в том, что в нем реализуется *патриотическая идея*. Особенно четко это демонстрируется на международном уровне, где спортсмены отстаивают престиж своей страны, что выражается в различных организационных формах и ритуалах (гимн, подъем флага, неофициальный подсчет очков по странам, который, тем не менее, используется в официальных материалах, и др.)» [Фомин 2008: 144].

Подчеркнем: и журналисты, и ученые сходятся во мнении, что последние масштабные спортивные победы стали мощным фактором возрождения патриотизма в России. Так, А. А. Насыбуллин в статье под «говорящим» названием «Олимпиада-2014 как социальный фактор роста патриотизма» делает вывод о том, что «успех выступлений спортсменов и проведения крупного международного соревнования ведет к росту патриотизма в стране-победительнице, повышает авторитет государства на мировой арене, а также укрепляет доверие граждан к национальному лидеру» [Насыбуллин 2014: 163]. Политолог А. В. Абрамов, опираясь на данные социологических опросов, определяет, что с Олимпиады 2014 г. в «российском обществе вступил в активную фазу процесс демонтажа комплекса национальной неполноценности и ломки стереотипов о России как стране-неудачнице. Значительная часть россиян стала укрепляться во мнении, что они живут в великой и сильной стране» [Абрамов 2014: 37].

Кстати говоря, в далеком уже 2007 г., когда вопрос о кризисе патриотизма в России стоял достаточно остро, показателем «выхода» из этого кризиса глава государства В. В. Путин считал именно реакцию спортивных болельщиков на первые российские победы: *Достаточно посмотреть на наших болельщиков... Уже никто не прячет российский флаг, а поднимает его все выше и выше и поддерживает свою сборную... Это говорит о том, что они считают нашу страну великой... Весь мир считает Россию великой страной* (В. Путин. Праздничное интервью для программы «Время», Первый канал, 4 ноября 2007 г.).

Показательно, что, во-первых, именно по отношению к спортивной сборной России и к российским спортсменам первое лицо государства судит о представлении российских граждан о собственной стране и об уровне их патриотизма, а во-вторых, что президент делает вывод о «величии» России в рамках международного сообщества на основании спортивных побед.

Сегодня политики признают, что спорт — это один из немногих предметов гордости россиян, а потому именно из этой сферы должны черпаться примеры «положительных образов», «героев для подражания», которые и репрезентируются в рамках спортивного журналистского дискурса. Так, 3 декабря 2012 г. на встрече со студентами юридических факультетов в преддверии юбилея Конституции страны В. В. Путин заявил: «...если мы хотим сохранить свою идентичность в целом,

то мы, конечно, должны культивировать здоровое чувство патриотизма. Без этого страна не будет существовать. Она просто изнутри развалится, как кусок сахара, намоченный водой... Нужен ли герой? Конечно, как элемент этого патриотизма нужны люди, на которых общество ориентируется...»

В качестве примера такого рода патриотических «ориентиров» выступают в том числе образы российских спортсменов, которые не за вознаграждение, а бескорыстно, из патриотических побуждений, совершают героические спортивные поступки.

Проанализируем статью, посвященную оценке выступления на Олимпийских играх 2004 г. в Афинах дзюдоиста Дмитрия Носова, который выиграл бой за бронзовую медаль с тяжелой травмой руки.

Вчера мы видели настоящий подвиг. Его совершил 24-летний парень из Москвы. Он выиграл одной правой рукой решающую схватку. Левую Дмитрий травмировал в предыдущей. Но попросил докторов зафиксировать ее и вышел на татами.

ХРУСТ В ЛОКТЕ

Несчастье случилось в полуфинальной схватке с греком Илиадисом. Началась она с того, что Дмитрий Носов, действовав на опережение, сбил соперника в партер и пытался провести удержание. Не удалось, судья не открыл счет. Потом соперник провел бросок через спину. Хороший бросок. Кто другой рухнул бы на спину и сразу бы проиграл, но Дмитрий выкрутился. Однако, падая, он вывернул левый локоть. Раздался хруст. Теперь уже грек провел прием на удержание, и россиянин не сумел вырваться — было очень больно.

СУМАСШЕДШИЕ ГЛАЗА

И хоть на татами принесли носилки, гордый Носов не стал на них ложиться. Он поднялся и, шатаясь, пошел сам. Мало кто верил, что теперь он выйдет бороться за бронзу. Говорили, что его сопернику Мехману Азизову из Азербайджана повезло: он уже может поздравить себя с бронзой.

Не может. Схватку этих двух дзюдоистов мы все же увидели. А еще — рассеченную бровь Дмитрия, его повисшую и ставшую практически бесполезной левую руку и сумасшедшие глаза. Носов ждал момента для одного-единственного броска. И он ему удался!

В смешанной зоне Дмитрий, преодолевая боль, подошел к журналистам. Главный тренер мужской сборной по дзюдо Авель Казаченков, глядя на него, сказал:

— Такое можно совершить только в состоянии аффекта!

— Я сделал это для страны, — говорил Дмитрий и вдруг застонал. Кто-то, проходя мимо, задел его по руке (Советский спорт. 18.08.2004).

Уже начало данного текста содержит прямую оценку того, что продемонстрировал во время соревнования российский спортсмен, — *подвиг*. Согласно определению толкового словаря, подвиг — это «героический, самоотверженный поступок». Значение этого слова для русских носит безусловно положительный оттенок, но автор статьи «усиливает» его смысл сочетанием со

словом *настоящий*. Интересно, что спортсмен, совершивший подвиг, в начале статьи даже не назван по имени: автор прежде всего подчеркивает его гендерную, возрастную и гражданскую характеристику — *24-летний парень из Москвы*, — чем скрыто подчеркивает, что на подвиг способен практически любой, ничем не примечательный, простой российский спортсмен.

Любопытно, что прямых характеристик Дмитрия Носова, кроме определения *гордый*, текст не содержит: адресату предоставляется право самому оценить то, что журналист называет *подвигом*. А поэтому логично, что весь текст — это повествование: автор последовательно описывает происходящие на его глазах события, практически никак их не комментируя. Однако косвенно его рассказ содержит маркеры отношения журналиста к поединкам с участием российского атлета: подчеркивается сила духа, стойкость, выносливость и спортивное умение нашего дзюдоиста (*Кто другой рухнул бы на спину и сразу бы проиграл, но Дмитрий выкрутился; мы увидели... рассеченную бровь Дмитрия, его повисшую и ставшую практически бесполезной левую руку и сумасшедшие глаза; Носов ждал момента для одного-единственного броска. И он ему удался; преодолевая боль; вдруг застонал*).

Несмотря на то что Дмитрий Носов выиграл только бронзовую медаль, третье место, завоеванное *таким образом*, однозначно оценивается субъектами русского спортивного дискурса как победа. Кстати, заметим, что в качестве приемлемой и понятной и адресанту, и адресату русского спортивного дискурса причины того, что спортсмен выступает на пределе физических возможностей, рискует здоровьем и преодолевает физические страдания, называется причина «духовного порядка» — *патриотизм русского спортсмена*, его представление о том, что он побеждает не ради себя, а ради своей страны. Экспликация данных представлений соотносится со стереотипной моделью Победы в «большом» спорте — это *высшее проявление патриотизма*.

Впрочем, в спортивном журналистском дискурсе можно зафиксировать немалое количество контекстов, тема которых может быть определена как «Спортивный патриотизм», или «Описание патриотических чувств и настроений, связанных со спортивными событиями», но которые не имеют в своем составе лексем, соотнесенных — прямо или опосредованно — значением с изучаемым концептом.

Примером такого текста является своеобразный, дневниковой формы, онлайн-репортаж журналиста газеты «Спорт-Экспресс» Славы Маламуда о том, как он смотрел телевизионную трансляцию четвертьфинального матча чемпионата Европы по футболу (22 июня 2008 г.) между сборными России и Голландии.

Когнитивная база, которой должен обладать адресат для того, чтобы воспринять коммуникативную интенцию автора, включает в себя следующие компоненты: 1) в России футбол — самый массовый и популярный вид спорта, несмотря на то что российская сборная уже очень давно не радуется своим болельщиков сколько-нибудь значимыми достижениями на международной

арене; 2) в связи с вышесказанным успехи и неудачи российской футбольной сборной превращаются в события общественно значимые; 3) в тот момент впервые сборную России тренировал иностранный тренер, который считался не только одним из самых опытных и талантливых, но и одним из самых «везучих» в мире; 4) тренер сборной России — голландец по национальности, и это обстоятельство добавляет интриги в четвертьфинальный матч чемпионата Европы по футболу между Россией и Голландией.

Наконец, приведенный ниже текст, без сомнения, ориентирован на адресата, который знаком с идиостилем журналиста, с его взглядами на современный спорт и который, как и адресант, внимательно следил за матчем, был настроен в высшей степени патриотически и желал победы сборной России:

Воскресенье, 22 Июня 2008 г. 00:42

(Перед началом овертайма) Мой ребенок назвал голландцев „оранжевыми монстрами“. Без малейшего позитивного подтекста. Полный вариант — „Тупые оранжевые монстры“. Если на Голландию обрушится хотя бы половина несчастий, которых он нажелал ей после гола ванн Нистельроя, то Хиддинк останется в России навеки — возвращаться будет некуда. Сколько сил потребовалось, чтобы убедить его в том, что — могут! И должны. Должны выиграть. Были сильнее в этом матче, умнее, быстрее, боевитее. Лучше. А теперь — вся сила в зомоэлобине простой вере в себя. Если сумеют себя убедить в том, что в полуфинале заслуживают играть именно они, а не тупые оранжевые монстры — будут играть в полуфинале.

В связи с этим... Мне не понравилось то лицо, с которым уходил на короткий перерыв Павлюченко. Но прочь дурные мысли. Сын зовет.

Верим.

(20 минут спустя: Нет, ну насколько же они лучше! Если проиграют — это будет преступление перед футболом. Упрекнуть команду не в чем. Абсолютно.)

(2 минуты спустя: ЧТО И ТРЕБОВАЛОСЬ ДОКАЗАТЬ!!! Что я всем говорил про Торбинского?)

(10 секунд спустя: В мой список лучших спортсменов года, пожалуй, придется добавить Аршавина... Ребенок отскакивает от стен. Пойду ловить.)

(Сейчас: Замочили!) («СЭ». URL: <http://blog.sport-express.ru/>).

Обратим внимание на то, что в данном тексте журналист ни разу не употребляет лексические маркеры концепта 'Патриотизм' (такие как наименования субъекта концепта (*наши, сборная России, российская сборная, русские*) или предикаты, соотношенные с семантикой данного концепта (*болеть, гордиться, ликовать* и под.).

Данное обстоятельство объясняется, по-видимому, особенностями как предполагаемого адресата и избранного жанра данного текста, так и канала его передачи (сетевые СМИ). Однако заметим, что анализируемый текст, который, возможно, создавался в режиме онлайн (или стилизован автором под «созданный в режиме онлайн»), «предназначен» для чтения не только (и не столько) во время матча или сразу после

него. Тем не менее журналисту удается без использования лексических репрезентантов концепта однозначно передать свое патриотическое настроение и достигнуть ожидаемого перлокутивного эффекта.

Необходимый перлокутивный результат достигается, по нашему мнению, благодаря доминирующей роли в тексте концептуальной оппозиции 'Свои — Чужие', которая является чрезвычайно значимой для репрезентации не только изучаемого концепта, но и смежных с ним, поскольку «роль архетипического противопоставления „своего“ и „чужого“ по-прежнему чрезвычайно велика, что находит отражение в фактах языка и речи», и вообще «противопоставление своего и чужого универсально» [Васильева 2001: 69].

Заметим, что если «чужие» получают в тексте частотную, перифрастического характера, лексическую репрезентацию (тут и метафора с метонимической «прокладкой» *оранжевые монстры*, усиленная оценочным эпитетом *тупые*; и совмещение в номинации *Голландия* двух значений — «страна и сборная команда по футболу этой страны»), то «свои» обозначены в основном имплицитно: с помощью местоимения *они*, существительного *команда* (без эксплицированного определения *наша, русская* или *российская*) и односоставных неопределенно-личных конструкций (*могут, должны выиграть, были сильнее, сумеют убедить себя, заслуживают, замочили*). Кстати говоря, с точки зрения противопоставления «своего» и «чужого» спортивный журналистский дискурс часто сближается с архаической моделью мира, в которой «свои» и «чужие» интерпретируются в «аксиологическом плане — в виде оппозиции «хороший-плохой» с отрицательной оценкой всего, что принадлежит «чужому» миру» [Васильева 2001: 69].

Названная оппозиция поддерживается именами собственными футболистов-соперников, употребленными в соответствующих, полярных по типу оценки, контекстах (*ван Нистельрой, Павлюченко, Торбинский* и *Аршавин*). Впрочем, прагматистический компонент в значении лексем, характеризующих российскую сборную и их соперников, а также разнообразные средства выражения «фоновых смыслов» (синтаксические, пунктуационные, графические) и даже авторская ирония в описании сопутствующих ходу матча событий позволяет адресанту в полной мере выразить свою и общую радость в связи с победой сборной (*Ребенок отскакивает от стен. Пойду ловить*) и — в конечном итоге — эксплицировать свои патриотические настроения и веру в сборную страны.

Итак, проанализированный текст — яркий пример того, что изучаемый концепт может быть репрезентирован в русском спортивном журналистском дискурсе разнообразными языковыми средствами.

Причины этого нам видятся в специфике содержания самого концепта, который относится к сфере культурно и этнически значимых когнитивных феноменов, обладает чрезвычайно разветвленной и подвижной периферийной концептуальной зоной, не всегда отчетливо вербализованной.

Более того, именно о концептах такого рода — «духовных» концептах, обозначающих внутренние

чувства не только отдельного человека, но и социальных групп разного типа, Ю. С. Степанов пишет как о концептах, для которых несомненно существует «граница» их познания и описания (и — добавим — их вербализации): «...во всех духовных концептах... мы можем довести свое описание лишь до определенной черты, за которой лежит некая духовная реальность, которая не описывается, но лишь переживается» [Степанов 2001: 83].

Справедливость этой точки зрения подтверждается любыми текстами, положительная прагматическая составляющая которых, наряду с информативной, является основной интенцией адресанта.

В такого рода текстах не только сообщают о спортивном событии (как правило, важном и радостном для российских болельщиков), но и выражают чувства и эмоции по отношению к сообщаемому, прежде всего чувства патриотического характера.

Именно это, на наш взгляд, дает чрезвычайно сильный перлокутивный эффект и вызывает у адресата чувство гордости за лучших представителей его родины — спортсменов-чемпионов — и за саму родину вообще, что и означает возникновение и/или усиление патриотических чувств, а следовательно, с одной стороны, отражает патриотические настроения адресатов, а с другой — способствует их формированию.

ЛИТЕРАТУРА

1. Абрамов А. В. Сочинская Олимпиада, Крым и российский патриотизм // Обозреватель-Observer. 2014. № 6. С. 34—40.

E. G. Malysheva

Omsk, Russia

LINGUO-CULTURAL IDEA OF 'PATRIOTISM' THROUGH THE PRISM OF RUSSIAN SPORTS DISCOURSE

ABSTRACT. *The article is devoted to the exploration of cognitive specificity of the concept of "patriotism", reflected in the modern Russian sports discourse. The article first discusses the views of modern linguists on the content of the phenomenon of patriotism, those by S.G. Vorkachev in particular, and concludes on the possibility to consider the cognitive unit as linguo-cultural idea—a complex semantic unit of a hyperonymic type, which includes the concepts and "anti-concepts" — "home and abroad, "own" and "alien". On the basis of public views about the «crisis of the Russian ideas of patriotism» in the twentieth century, it can be stated that today, this crisis is partly overcome which is testified by the latest sports victories of the Russian athletes and the successful holding of the Olympics in Sochi. The article examines the controversial phenomenon of sports patriotism marked by the ideological character of this concept. It is pointed out that texts of the sports media which contain the idea of patriotism may not possess linguistic markers of this concept. As a reason for this, the author sees the specifics of the content of the concept, which refers to the cultural sphere. So, based on the analysis of MEDIA texts, recent studies of political scientists, sociologists, and speeches of the President the author draws conclusions about the changes in understanding patriotism in the Russian psyche.*

KEYWORDS: *sports discourse; concept; linguo-cultural idea.*

ABOUT THE AUTHOR: *Malysheva Elena Grigor'evna, Doctor of Philology, Associate Professor; Head of Department of Journalism and Media Linguistics, Faculty of Philology and Media Communication, Omsk State University, Omsk, Russia.*

REFERENCES

1. Abramov A. V. Sochinskaya Olimpiada, Krym i rossiyskiy patriotizm // Obo-zrevatel'-Observer. 2014. № 6. S. 34—40.

2. Bergel'son M. B. Opора na lingvokul'turnye modeli pri interpretatsii diskursa // Izmeneniya v yazyke i kommunikatsii: XXI vek : sbornik nauch. st. / pod red. M. A. Krongauza. — M. : RGGU, 2006. S. 73—96.

3. Berdyayev N. A. Russkaya ideya. — M. : Svarog i K, 1997.

4. Borusyak L. F. Futbol kak katalizator patriotizma // Vestn. obshchestvennogo mneniya: dannye. Analiz. Diskussii. 2008. T. 95, № 3. S. 51—61.

5. Vasil'eva E. V. Otrazhenie arkhетипического protivopostavleniya «SVOE»—«CHUZHOE» v yazykovykh dannykh (na materiale russkogo yazyka) // Russkiy yazyk: istoricheskie sud'by i sovremennost' : mezhdunar. kongr. issledovateley rus-skogo yazyka : trudy i materialy / pod obshch. red. M. L. Remnevoy i A. A. Polikarpova. — M. : Izd-vo MGU, 2001. S. 69—70.

2. Бергельсон М. Б. Опора на лингвокультурные модели при интерпретации дискурса // Изменения в языке и коммуникации: XXI век : сборник науч. ст. / под ред. М. А. Кронгауза. — М. : РГГУ, 2006. С. 73—96.

3. Бердяев Н. А. Русская идея. — М. : Сварог и К, 1997.

4. Борусьяк Л. Ф. Футбол как катализатор патриотизма // Vestn. obshchestvennogo mneniya: dannye. Analiz. Diskussii. 2008. T. 95, № 3. S. 51—61.

5. Васильева Е. В. Отражение архетипического противопоставления «СВОЕ»—«ЧУЖОЕ» в языковых данных (на материале русского языка) // Русский язык: исторические судьбы и современность : междунар. конгр. исследователей русского языка : труды и материалы / под общ. ред. М. Л. Ремневой и А. А. Поликарпова. — М. : Изд-во МГУ, 2001. С. 69—70.

6. Воркачев С. Г. Идея патриотизма в русской лингвокультуре : моногр. — Волгоград : Парадигма, 2008.

7. Жданова В. Русская культурно-языковая модель пространства и особенности индивидуальной ориентации в ней // Русские и «русскость» : лингво-культурологические этюды / сост. В. В. Красных. — М. : Гнозис, 2006. С. 5—48.

8. Насыбуллин А. А. Олимпиада-2014 как социальный фактор роста патриотизма // Vestn. Nizhegor. un-ta im. N. I. Lobachevskogo. Seriya: Sotsialnye nauki. 2014. № 4 (36). С. 159—165.

9. Сандомирская И. И. Книга о Родине: опыт анализа дискурсивных практик // Wiener slawistischer almanach linguistische reihe herausgegeben von tilmann reuther sonderband 50. — Wien, 2001. URL: <http://yanko.lib.ru/books/cultur/sadomirskaya-rodina.htm>.

10. Степанов Ю. С. Константы: словарь русской культуры. Изд. 2-е, испр. и доп. — М. : Академический проект, 2001.

11. Фомин Ю. А. Влияние спорта на формирование личности // Социологические исследования. 2008. № 10. С. 143—146.

6. Vorkachev S. G. Ideya patriotizma v russkoy lingvokul'ture : monogr. — Vol-gograd : Paradigma, 2008.

7. Zhdanova V. Russkaya kul'turno-yazykovaya model' prostranstva i osobennosti individual'noy orientatsii v ney // Russkie i «russkost'» : lingvo-kul'turologicheskie etyudy / sost. V. V. Krasnykh. — M. : Gnozis, 2006. S. 5—48.

8. Nasybullin A. A. Olimpiada-2014 kak sotsial'nyy faktor rosta patriotizma // Vestn. Nizhegor. un-ta im. N. I. Lobachevskogo. Seriya: Sotsial'nye nauki. 2014. № 4 (36). S. 159—165.

9. Sandomirskaya I. I. Kniga o Rodine: opyt analiza diskursivnykh praktik // Wiener slawistischer almanach linguistische reihe herausgegeben von tilmann reuther sonderband 50. — Wien, 2001. URL: <http://yanko.lib.ru/books/cultur/sadomirskaya-rodina.htm>.

10. Stepanov Yu. S. Konstanty: slovar' russkoy kul'tury. Izd. 2-e, ispr. i dop. — M. : Akademicheskiiy proekt, 2001.

11. Fomin Yu. A. Vliyanie sporta na formirovaniye lichnosti // Sotsiologicheskie issledovaniya. 2008. № 10. S. 143—146.

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

Н. Б. Руженцева
Екатеринбург, Россия

ЛИКИ АВТОРА В РОССИЙСКОМ ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

АННОТАЦИЯ. В статье дается дифференцированное обобщение образа автора, важнейшей категории лингвопрагматики, в политическом дискурсе. Авторское начало в текстах политического дискурса может быть коллективным и индивидуальным. Коллективное авторское начало отражает позицию группы, стоящей за текстом: партии, общественной организации и государства в целом — и анализируется через понятия «речевое действие» и «пафос» текста, под которым понимается тип авторской эмоциональности. Индивидуальное авторское начало исследуется по этим же параметрам, однако при анализе иронизирующего автора учитываются и жанрово-стилистические приемы текстообразования, которые являются средством субъективизации авторского облика. Коллективный автор представлен в политическом дискурсе репрезентациями таких доминирующих речевых действий, как констатация факта и манифестация предложений, решений, перспектив. Пафос высказываний коллективного автора варьируется в рамках «категоричность — сдержанное уважение — эмоциональное одушевление». Индивидуальный автор отличается от коллективного большим разбросом доминирующих речевых действий и вариантов пафоса. Это автор обещающий, автор осуждающий, автор разоблачающий, автор-историк, автор-прогнозист, автор, в равной мере использующий различные речевые действия. В современном политическом дискурсе одним из ведущих является иронический пафос, определяющий различную интерпретацию ликов автора. Это автор — жесткий, злой иронист, автор — маскирующийся иронист, автор-пародист и ряд других разновидностей авторского речевого облика. В заключение статьи намечены перспективы лингвопрагматического исследования образа автора и иных категорий политического дискурса.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: образ автора; авторское начало; коллективный автор; индивидуальный автор; политический дискурс; речевые действия; стилистические приемы; текстообразование.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ: Руженцева Наталья Борисовна, доктор филологических наук, профессор кафедры риторики и межкультурной коммуникации, Уральский государственный педагогический университет (Екатеринбург); адрес: 620017, г. Екатеринбург, пр-т Космонавтов, 26, к. 285; e-mail: verbalis@mail.ru.

С лингвистической точки зрения вопрос об авторе (субъекте) политического текста лежит прежде всего в таких областях научного знания, как прагматика и дискурсология. Основателями лингвистической прагматики являются Чак Моррис [Моррис 1983], Дж. Остин [Остин 1986], Дж. Р. Серль [Серль 1986] и ряд других авторов, придерживающихся широкого понимания прагматики и считающих, что последняя «имеет дело с биологическими аспектами семиозиса, иначе говоря, со всеми психологическими, биологическими и социологическими явлениями, которые наблюдаются при функционировании знаков» [Моррис 1983: 62]. В российской традиции «прагматика — в широком смысле этого термина — охватывает весь комплекс явлений и обуславливающих их факторов, связанных со взаимодействием субъекта и адресата в разных ситуациях общения. Под прагматикой в более узком смысле понимают выражение оценки (действительности, содержания, сообщения, адресата» [Виноградов, Платонова 1998: 253]. В свою очередь, модель любого дискурса с необходимостью включает в себя такой компонент, как участники дискурса, к которым с полным правом можно отнести и авторов политических текстов, ср. модель дискурса, предложенную В. И. Карасиком: «...при анализе дискурса предлагается охарактеризовать его типовых участников, хронотоп, цели, ценности, стратегии, жанры прецедентные тексты и дискурсивные формулы» [Карасик 2002: 209]. Таким образом, феномен дискурса прагматичен по своей сути, так как всегда включает отсылку к говорящему (автору устного или письменного текста).

В политическом дискурсе можно с известной долей условности выделить два типа авторов: это автор коллективный (репрезентирующий надличностное начало) и автор индивидуальный (репрезентирующий начало личностное). Коллектив-

ный автор в политическом нарративе сходен с коллективным автором в системе СМИ: «Текст в СМИ, как никакой другой текст, подконтролен общему коллективному мнению. Его авторство коллективно. Конечно, существует собственно автор, конкретное лицо, порождающее текст. Однако редактор трансформирует текст в соответствии со своим видением речевого облика издания, который, в свою очередь, определяет не только сам редактор, но и соответствующая политическая партия, государственная или общественная организация и т. п. Эту работу может одновременно с созданием текста выполнить и сам автор, но это не отменяет в принципе самого факта наличия в тексте СМИ надличностного начала» [Бойкова, Беззубов, Коньков 1999: 3].

Надличностное начало в полной мере присутствует и в ряде текстов, соотносимых с политическим нарративом, например в текстах политической рекламы, которая полностью подчинена политическим целям: «...политическая реклама — это система коммуникаций, призванных менять сознание и поведение людей в соответствии с политическими целями рекламодателя (политических партий, движений, лидеров)» [Ольшанский 2003: 141]. Именно общие и конкретные политические цели (а не личное мнение) определяют формально-содержательно-прагматическую специфику целого корпуса текстов, и прежде всего — политических обращений и политических заявлений высших лиц государства, крупных партийных деятелей, а также политических программ и заявлений от имени партии или общественной организации. Сказанное является творчеством коллективного автора и выражает во многом официальную позицию группы лиц, стоящих за текстом, поэтому речевая индивидуальность автора проявляется в достаточно ограниченной степени. К таким текстам вновь, на наш взгляд,

Статья подготовлена при поддержке Российского гуманитарного научного фонда: проект 14-04-00268 «Политическая лингвистика: проблематика, методология, аспекты исследования и перспективы развития научного направления».

приложимо мнение о допустимости средств выражения авторского начала в СМИ: «...то, какие средства выражение авторского начала допустимы в текстах того или иного издания, определяют редактор отдела, литературный редактор или шеф-редактор, в зависимости от распределения полномочий в конкретной редакции» [Потсар 2007: 89]. То же самое можно отнести и к указанным политическим текстам — степень допустимости выражения авторского начала в очень большой мере определяется извне и зависит, в частности, от официальной позиции по тому или иному вопросу, от задач, выдвинутых организаторами рекламной политической кампании, и др.

В свою очередь, личностное начало в гораздо большей степени присуще таким текстам, как политическое интервью, индивидуальная политическая программа, политический комментарий, политический фельетон и др. В подобных текстах автор часто выражает неофициальную или частично официальную позицию, отсюда его речевая индивидуальность менее скована внешними установками и проявляется достаточно свободно.

В политическом нарративе существуют и смешанные тексты, например политические листовки, в которых сочетаются надличностное и личностное начало: требования и ограничения, налагаемые внешней партийной установкой, и проявления авторской речевой индивидуальности.

Авторское начало непосредственно связано с понятием образа (лика) автора. Образ автора, его авторское начало уже многие десятилетия служит предметом внимания литературоведения. Литературоведение понимает образ автора и как «конкретное художественно-языковое сознание» [Виноградов 1971], и как «субъект сознания, выражением которого является все литературное произведение» [Корман 1971], и как «деятельность, а произведение — как событие этой деятельности» [Рымарь, Скобелев 1994]. Последнее (деятельностное) понимание автора представляется нам наиболее релевантным для исследования публицистического и политического текста. Сказанное имеет два принципиальных для нас следствия. 1. Вслед за А. Н. Потсар «под авторским началом мы понимаем все те компоненты текста, которые свидетельствуют о наличии в нем субъекта описания, повествования или рассуждения. Авторское начало — это все существующие в языковой системе средства субъективации изложения, которые могут быть представлены в тексте в той или иной пропорции, с той или иной целью» [Там же: 88]. 2. Основными критериями, согласно которым мы попытались охарактеризовать лик автора в политическом нарративе, являлись а) доминирующее речевое действие (констатация факта, информационное сообщение, директива, апелляция, интерпретация и др.) и б) тональность (пафос) текста.

ТЕКСТЫ, ИМЕЮЩИЕ КОЛЛЕКТИВНОГО АВТОРА (выражают коллективную позицию или позицию государства)

1. Задачи предстоящего десятилетия. В. В. Путин

- Констатация факта: *Мы приступили к масштабному комплексному перевооружению*

Армии и Флота, других силовых структур, обеспечивающих безопасность государства.

- Задача (образ защищенного будущего): *Наша задача — возрождение в полном смысле „океанского“ военно-морского флота, прежде всего на Севере и Дальнем Востоке.*
- Директива: *Система подготовки органов управления и войск должна стать более качественной, интенсивной и всеохватывающей.*
- Детерминант (каузация директивы): *Активность, которую начали ведущие военные державы мира вокруг Арктики, ставит перед Россией задачу обеспечения наших интересов в этом регионе.*
- Опровержение квазиоппонента (возможный контраргумент заключен в тексте В. Путина в кавычки): *В этом вопросе не может быть „слишком много патриотизма“.*

Пафос текста сдержанный, свидетельствует об уверенности автора в возможности выполнения намеченных задач.

2. Обращение депутатов Государственной думы Федерального собрания РФ в поддержку Г. Зюганова

- Собственно обращение: *Мы, депутаты Государственной думы Российской Федерации... обращаемся к вам, гражданам России, в решающий для отечества момент.*
- Апеллятив: *Время требует немедленных перемен! Мы призываем Вас, уважаемое наши избиратели, отдать свои голоса на выборах Президента России за Геннадия Андреевича Зюганова.*
- Констатация факта: *План действий Зюганова четко прописан по формуле „3 + 7 + 5“. Он включает три направления новой внешней политики, семь направлений новой экономической политики и пять социальных приоритетов.*
- Перспектива: *Программу деятельности Правительства народного доверия будут осуществлять патриоты и профессионалы.*
- Альтернативная перспектива (образы светлого и темного будущего): *Стоит крайне ответственный выбор: или продолжение нынешнего либерального курса, ведущего страну в сырьевой тупик и колониальную зависимость, или принципиально иной путь развития России — курс на ее возрождение на основе подъема отечественной экономики, развития науки, образования и культуры в интересах большинства народа.*
- Обещание: *Мы заявляем, что приложим все силы и энергию депутатского корпуса КПРФ для того, чтобы Послания Г. А. Зюганова были воплощены в законопроекты федерального и регионального уровня, в решения органов местного самоуправления.*

Пафос текста — эмоциональное одушевление, уверенность коллективного автора в правомерности своей позиции в поддержку Г. А. Зюганова.

3. Предвыборная программа кандидатов в главы и депутаты Советов городских и сельских поселений Белореченского района от КПРФ

- Констатация факта (суждения, которому придается фактуальный характер): *Коммунисти-*

ческая партия Российской Федерации (КПРФ) действует в интересах самых широких народных масс.

- Обличение: Все пороки хищнического капитализма многие жители района испытывают на себе. От жесткой эксплуатации страдают учителя и врачи, предприниматели и строители, лесоводы и работники сельского хозяйства, все люди наемного труда.
- Определение презентационной направленности: КПРФ — это альтернатива и нынешней двуличной власти, и „демократам“ 90-х.
- Перспектива (образ светлого будущего): Наша цель — построение нового, современного, социально ориентированного государства, в котором каждый гражданин будет чувствовать себя спокойно и уверенно.
- Точка зрения, позиция: Мы прекрасно понимаем, что коренным образом изменить ситуацию в районе, не меняя ситуацию в стране в целом, невозможно. Вместе с тем полномочий у депутатов достаточно, чтобы целый ряд жизненно важных проблем решить на благо всех жителей.

Пафос текста, с одной стороны, обличительный, с другой — отражает категорическую уверенность кандидатов в депутаты от КПРФ в своем праве участвовать в выборах.

4. Предвыборная программа кандидата в депутаты городской думы города Шахты по округу № 5 Севостьянова Юрия Николаевича (выдвинут шахтинским местным отделением Всероссийской политической партии «Единая Россия»)

- Констатация факта (содержит апелляцию к авторитетам): Предвыборная программа шахтинского местного отделения Всероссийской политической партии „Единая Россия“ опирается на задачи, обоснованные президентом страны, Программный документ Партии „Единая Россия“: „Россия: сохраним и приумножим!“. Она основана на ваших наказах и открыта для обсуждения и предложений.
- Предложения (образ светлого будущего): Основными задачами и своим долгом в работе городской Думы, в случае вашей поддержки, считаю:
 - заботу о пожилых людях и ветеранах для обеспечения достойного уровня жизни;
 - продолжение эффективной социальной политики, направленной на повышение качества жизни в городе... И т. д.

Пафос текста — сдержанный, однако отражающий уверенность коллективного автора в возможности исполнить программные обещания.

5. Предвыборная программа Сергея Мирнова, кандидата на должность Президента России, председателя Совета Федерации России, председателя Российской партии ЖИЗНИ

- Констатация факта: 14 марта 2004 года состоятся выборы Президента России.
- Напоминание: Помните, от голоса каждого избирателя зависит судьба нашей страны.
- Требование: Интересы людей должны стоять в центре российской политики. каждо-

му жителю России: бюджетнику, рабочему, пенсионеру, крестьянину — должен быть обеспечен достойный уровень жизни.

- Предложения (образ светлого будущего): 5 прорывов в областях, наиболее значимых для улучшения качества жизни жителей России:
 - в образовании, здравоохранении и науке;
 - в поддержке пенсионеров и ветеранов;
 - в обеспечении жильем молодых семей;
 - в поддержке материнства и детства;
 - в технологическом развитии российской экономики.
- Обличение: 5 ударов по основным социальным бедам России:
 - по коррупции;
 - по олигархии;
 - по преступности;
 - по беззаконию;
 - по наркомафии.

- Апеллятив: Уважаемые избиратели! Я прошу вас прийти на выборы и проголосовать за лучшее будущее для вашей семьи.

Пафос текста — глубокая внутренняя убежденность в правильности занимаемой позиции.

В целом, несмотря на разнообразие иллюстративного материала, можно говорить об известной однотипности облика коллективного автора политического текста. Общими чертами речевого облика последнего являются следующие речевые действия:

- констатация факта, т. е. опора на фактуальную информацию (или суждения, подаваемые как факты);
- манифестация предложений/решений и перспектив («светлого будущего»).

Факультативными элементами образа коллективного автора — речедейателя, по-разному представленными в текстах, являются апеллятивы, полемические элементы (полемика с квази-оппонентом, дискредитация затекстовых оппонентов), обещания, обличения, требования, директивы и т. д. Пафос текстов варьируется в следующем диапазоне: категоричность — сдержанная уверенность — эмоциональное воодушевление (особенно в текстах полемического характера). Гораздо более разнообразными являются лики индивидуального автора, которые манифестируются посредством разнообразнейшего спектра средств субъективизации текста.

ТЕКСТЫ, ИМЕЮЩИЕ ИНДИВИДУАЛЬНОГО АВТОРА

В подобных текстах лики авторов гораздо более разнообразны, чем в текстах, имеющих коллективного автора, что объясняется большим разбросом доминирующих речевых действий и вариациями авторского пафоса. Поэтому индивидуальным авторам политического текста мы дали дифференцированные именованья.

1. Предвыборная программа Евгения Ройзмана (кандидата на пост мэра г. Екатеринбург)

Е. Ройзман — это автор обещающий, обязующийся (доминирующие речевые действия — обещание, обязательство).

Вот программа. Сам написал.

- *Со своей стороны обязуюсь сделать все от меня зависящее, чтобы эти поправки были приняты.*
 - *Что я точно сумею сделать. Обязуюсь регулярно вести личный прием жителей.*
 - *...Каждый из вас всегда может подойти ко мне с любыми вопросами. Можете быть уверены, что, став мэром, я этому правилу не изменю.*
 - *Готов принимать личное участие в воспитании молодежи и уделять особое внимание чистоте нашего города.*
 - *Обязуюсь наладить в школах и учебных заведениях Екатеринбурга профилактику наркомании и антинаркотическую пропаганду. Мало кто в нашей стране разбирается в этом лучше меня. Сам проконтролирую.*
 - *Обещаю, что буду настаивать на выделении средств из бюджета города для тех, кто занимается с нашими детьми. Обязуюсь лично помогать в каждом конкретном случае.*
 - *В городе все больше людей на велосипедах и роликах. Для них необходимо выделить велодорожки. Места хватит всем. Обещаю поднять этот вопрос и добиться его решения уже к следующему лету.*
 - *Обязуюсь создать в Екатеринбурге хоспис, чтобы помочь безнадежным больным и их родственникам, и привлечь для этого частные инвестиции.*
 - *Постараюсь сделать все возможное, чтобы увеличить площади скверов и парков в Екатеринбурге.*
 - *Что я могу гарантировать? Что выслушаю каждого, никогда не оставлю без помощи и поддержки и всегда буду информировать жителей города о том, что происходит внутри структуры управления. Лишнего обещать не буду. Что пообещал — выполню.*
- Следует заметить, что обещания в тексте программы Е. Ройзмана выполняют функцию более широкого речевого действия — опосредования, подчиненного в целом созданию образа «светлого будущего».

К факультативным речевым действиям в тексте программы Е. Ройзмана нужно отнести прежде всего описание «темного настоящего»:

- *Все должны понимать: сегодня в Екатеринбурге нелепая двуглавая система власти. Ни за что не отвечающий мэр и перегруженный работой сити-менеджер.*
- *В городе какими-то дикими надписями исписаны фасады домов. Загажен городской пруд. А в озере Шарташ, если бы мы не убрали его каждый год в течение 14 лет, было бы уже невозможно купаться.*
- *Город реально задыхается: многие окрестные лесопарки, окраины города, районы садов завалены мусором и бытовыми отходами, которых с каждым годом становится все больше.*

Среди факультативных речевых действий можно отметить также констатацию фактов (или суждения, преподносимые как факты), апелляции, комплименты (Екатеринбургу и его жителям),

самохарактеристики и др. Пафос текста отражает прежде всего энергичность автора, его уверенность в себе, категоричность и готовность к решительным действиям на благо города.

2. Предвыборная статья В. Жириновского

В текстах В. Жириновского индивидуальное начало всегда очень сильно, несмотря на то что он является выразителем коллективной позиции партии ЛДПР.

В. Жириновский — это **автор-агитатор, митинговый оратор**, реализующий цель митингового выступления — «эмоционально доказать один тезис и побудить к действию. Разновидности митинговых выступлений — выступление с политическим призывом, выступление с протестом, предвыборное выступление, призыв к некоторому координированному действию и др.» [Стернин 1996: 102].

Доминирующим речевым действием у В. Жириновского является апелляция (призыв к изменению существующего положения дел). Другими речевыми действиями являются суждения, представляемые как факты (например, образ «темного настоящего»), самохарактеристики, обращения, обещания, манифестация образа «светлого будущего»:

Обращаюсь к тебе, крестьянин!

Я знаю твои беды, ибо четыре года был членом Аграрного комитета Госдумы. Я знаю все о русском селе, с детства приучен заботиться о земле, скоте, птице, и корни мои деревенские!

Твой колхоз разорили, у тебя за копейки выманили твой земельный пай. В результате на земле, политой потом твоих предков, теперь хозяйничают другие люди. Они не сеют и не жнут. Они лишь торгуют земельными участками и возведенной на них недвижимостью. Ты им не нужен. Они хотят тебя сплоти, ограбить и загнать в гроб.

ХВАТИТ ТЕРПЕТЬ!

Став Президентом, я дам тебе кредиты, землю и помогу построить на ней новый дом. Я сделаю все, чтобы возродить отечественное сельское хозяйство. Земля предков вернется к тебе, брат! Обещаю!

3. Позиция Руслана Миронова

Р. Миронов (кандидат на должность главы Сысертского городского округа) — это **автор осуждающий, протестующий** против настоящего положения дел в округе. Доминирующими речевыми действиями в его выступлении являются осуждение (действующей власти, конформизма населения, политических оппонентов) и манифестация своей позиции:

- *Действующая власть не справляется с управлением районом. И те, кто на сегодняшний день заявили свои кандидатуры, не отвечают требованиям ни по управленческим качествам, ни по моральным.*
- *Каждый раз население смиренно принимает ниспосланных сверху „благодетелей“. Стонут, плачут, ругаются, но терпят и через 4 года готовы принять нового посланника власти имущих.*
- *Я воспринимаю это голосование как поручение. Я не отступаю и не испугаюсь.*

4. Позиция С. Колясникова (частный протест против антироссийской агитации и пропаганды США и Европы, против засилья агентов влияния США и национал-предателей) [Сергей Колясников 2014]

В частном протесте его автор, С. Колясников, выступает прежде всего как **автор разоблачающий** (доминирующее речевое действие — информирование разоблачительного характера, в том числе в форме апеллятива). Другими речевыми действиями являются характеристики и иные оценочные высказывания, манифестация образа «светлого будущего» и др.:

Вы знаете, что консул США в Екатеринбурге Отто Ханс Ван Маерссен встречается с радикальными исламистами? Посещает антироссийские марши мира и всячески поддерживает их организаторов? Проводит тайные встречи с действующими депутатами? Вы в курсе, что он произнес пространную речь перед политиками и депутатами Екатеринбурга, в которой обвинял Россию в крымской агрессии, и при этом ни один депутат не показал, что подобное неприемлемо... Кроме этого, консул США плотно работает и со школьниками, и с вузами по программам обмена, задача которых — привить подрастающему поколению ненависть к России и раболепие перед США и Европой. Уверен, что ничего этого вы не знаете. Догадываетесь, почему? Взгляните на ленты новостей — все антироссийские санкции, включая европейские, имеют один источник — США.

5. Проблемная статья В. Костикова «Принцип мухобойки»

Адресанта публикации, посвященной методам современного политического и хозяйственного управления, можно характеризовать как **автора-историка** (доминирующие речевые действия — информирование об исторических фактах и сопоставление с современной политической действительностью, субъективные оценки последней):

Не могу не вспомнить, как во времена Б. Ельцина в Кремле готовились к визиту английской королевы Елизаветы. Вдруг выяснилось, что для торжественного приема необходим смокинг, а к нему — галстук-бабочка и лакированные туфли. В Кремле таких протокольных чудес испокон веков не видели. Но хотелось показать новую демократическую власть во всем европейском приличии. Облачение для самого президента и ближайшего окружения пришлось закупать за границей. А поскольку закупили срочно и без примерки, то наряженная по еврообразцу свита президента чувствовала себя крайне некомфортно...

Вот и наша нынешняя власть, несмотря на то, что вроде бы ей пора выйти из младенческого возраста, только внешне выглядит „при галстуке“ и чуть ли не во фраке. Особенно во время разного рода форумов. Тут и графики, и умные презентации, и европейская терминология, и прогнозы на 20—30—40 лет вперед. На самом же деле ей впору наряжаться в телогрейки — настолько заскорузлыми выглядят методы управления. Несмотря на то, что нынешняя элита трется во власти уже почти четверть века, ее методы (политические, административные, экономические) не только не

приблизились к европейским стандартам, но деградировали даже по сравнению с советскими.

6. Эволюция не революция. М. Прохоров. Для британской газеты «The Guardian»

Авторское начало М. Прохорова в данном тексте можно соотнести с обликом **автора-прогнозиста** (доминирующие речевые действия — прогностические высказывания и рекомендации, требования, директивы):

- *То, что работало вчера, не будет работать завтра.*
- *Наша нынешняя модель приведет к катастрофе, как только упадут цены на нефть.*
- *Для достижения этих целей придется принимать жесткие решения. Непопулярные решения. Нам не следует изобретать велосипед — нужно внедрять существующие лучшие практики. Мы должны заставить правительство сойти с пути индивидуальных инициатив и сосредоточиться на обучении специалистов и рабочих, отвечающих требованиям современного мира. Самое главное — мы должны принять системные изменения, чтобы избавиться от змия коррупции, который душит наше развитие.*

7. Иван Мельников: «Мой рабочий день заканчивается, когда сделаны все дела»

Авторское начало в данном тексте имеет комплексное выражение — это **автор-историк, автор-автобиограф, автор размышляющий, автор, предлагающий решение проблемы, автор характеризующий, автор, демонстрирующий позицию, автор, отчитывающийся за свою политическую или законотворческую деятельность**, и др., например:

• **Автор-историк:** *Потом были известные события 91-го, указ Бориса Ельцина о запрете КПСС. Группа товарищей подготовила запрос в Конституционный суд, чтобы опротестовать указ. Мне предложили быть одним из пяти официальных представителей КПСС на этом суде. Компартию мы отстаивали, это было событие по-настоящему историческое.*

• **Автор, предлагающий решение проблемы,** в том числе проблемы образования: *Нужно сохранить ломоносовские традиции и восстановить советскую систему гарантий. Первое обеспечивает традиционную для страны фундаментальность образования, ведь сегодня многие области знаний взаимосвязаны, открытия идут на стыке наук. Поэтому, говоря об-разно, необходимо „3D-образование“, когда самые разные дисциплины интегрируются в голову молодого человека.*

• **Автор характеризующий:** *Сегодня увлеченность познанием сделана неинтересной в глазах детей и невыгодной в глазах родителей. Бизнес, государственная служба — что угодно на флаге, кроме профессий, двигающих страну вперед. Воспеваются идеалы потребительского общества, две трети молодых людей выброшены в сферу услуг. Это объяснимо, ведь при нынешней структуре экономики большая часть знаний и умений просто не востребована. Но разве это означает, что эти знания и умения не нужны? Конечно, нет.*

И т. д.

В настоящее время в политическом дискурсе огромное распространение получил образ **иронизирующего автора**. Это связано, в первую очередь, с изменением оценочного вектора в дискурсе СМИ, который тесно связан с дискурсом политическим, ср.: «Направленность стиливого вектора СМИ в сторону отрицательной оценки вызвана тем, что вместо всеохватывающего пафоса на страницы газет пришла всепроникающая ирония... Высокая популярность иронии была вызвана как внешними, так и внутренними факторами, обусловленными реализацией функции воздействия в новых экстралингвистических условиях. Современный журналист обращается не столько к эмоциям читателя, сколько к его разуму, широко используя приемы интеллектуального воздействия, особенно когда выступает в качестве аналитика. А ирония, создавая подтекст, активизирует читательское восприятие и мышление» [Ляпун 2009: 187]. Аналогичной точки зрения придерживается и Н. И. Клушина: «Ведущими переменными языка публицистики стали интертекстуальность, ирония, языковая игра, выступающие в роли стилеобразующих черт публицистического дискурса, а не просто стилистических приемов» [Клушина 2004: 54].

На стилистический регистр политических текстов повлияла и общая направленность постмодернистской парадигмы [см., напр.: Сметанина 2002: 87]. Эстетические принципы постмодернизма помогли скорейшей ориентации вектора политического дискурса в сторону иронии как средства выражения оценки. Кроме того, политический дискурс тесно связан с интернет-дискурсом, пересекается с ним, заимствуя иронию как распространенный вид комического. В целом политический дискурс, подчиняясь неким внутренним законам дискурсивного взаимодействия, вступает в симбиоз с другими дискурсами и тем самым стремится повысить свою активность, по-новому позиционировать себя, приобрести черты уникальности и привлекательности для самых широких слоев населения.

Комическое, и в первую очередь ирония, является, вероятно, самым сильным воздействующим средством, дающим возможность привлечь внимание к политическим текстам. Как следствие, и образ автора (важнейшая прагматическая категория) не мог остаться в стороне от набирающих силу дискурсивных процессов, связанных с увеличением доли комического.

Диапазон образа иронизирующего автора текстов политического дискурса достаточно широк, однако ограниченный объем статьи позволяет нам продемонстрировать лишь некоторые лики **автора-ирониста**. Следует отметить также, что образ автора-ирониста репрезентирован не только доминирующими речевыми действиями, но и целой системой приемов текстообразования и стилистических средств.

1. Кирилл Харатьян. Путин как приманка для российского гражданина и говорящая голова [Харатьян 2013]

Самый типичный облик автора-ирониста связан с жанром личного, неофициального политического комментария. Одной из основных функций иронии в политическом тексте мы считаем

формирование негативно-оценочного отношения к тому или иному аспекту политической реальности, к той или иной политической фигуре. Отсюда авторское начало многих политических комментариев связано с образом **жесткого, злого ирониста**. Образ жесткого автора-ирониста репрезентируется в тексте К. Харатьяна не столько на уровне конкретных речевых действий, сколько на уровне логографа текста. Ироничный тезис доказывается ироничными аргументами и поддерживается ироничным выводом и соответствующими речевыми средствами.

Ироничный тезис: *Владимир Путин в прошлый четверг снова появился перед любезнейшей публикой в качестве приманки. Другое дело, что самой приманке весьма (и явно) нравится этот образ, даром что ли с каждой прямой линией она (приманка, ну, то есть Путин) все дольше и дольше разговаривает с многомиллионной добычей.*

Ироничные аргументы: *Если первая прямая линия второго президента Владимира Путина ознаменовалась газификацией хутора Казаче-Малеванный и домиком для семилетнего погорельца Вани (по крайней мере, декларативно), а потом было и волшебство с золушкиным платьем для девочки Даши, и чудесное явление детской площадки для безымянной дочери многодетной семьи Кузьменко, и другое, менее волшебное всякое вроде квартир для ветеранов, то на сей раз теперь уже четвертый президент Владимир Путин насчет подарков выступил как-то не очень, скудно. То есть, сказать определенной, если прежде это было серьезное дело с конкретными последствиями и только элементами телевизионного шоу, то теперь выходит как-то наоборот.*

Ироничный вывод: *Конечно, граждане России рады своему президенту, хоть второму, хоть четвертому, хоть в роли председателя правительства, — но только, боюсь, не в роли говорящей головы. Таких, говорят, на телевидении пруд пруди.*

2. Е. В. Суханова. О правильном выборе и единственном решении (предвыборная листовка в поддержку одного из кандидатов на пост главы города) (ВсАJ.ru)

Автора данной листовки можно охарактеризовать как **автора — маскирующегося ирониста** (дискредитация политического оппонента слегка прикрыта иронической маской советчика, доброжелателя, помогающего определиться в выборе).

ГОРОД ЗА ГРИДНЕВА

Елена Васильевна Суханова

О правильном выборе и единственном решении

Дорогие жители Ивантеевки, родные мои!

Ровно 18 лет, почти как генеральный секретарь ЦК КПСС Леонид Ильич Брежнев, я возглавляла город. Все эти годы я была для вас и матерью, и тещей, и свекровью, и женой, и подругой, и даже девочкой по вызову. Теперь все это в прошлом. По не зависящим от меня причинам Губернатор Московской области и областное правительство отказали мне в доверии. Поэтому у вас будет новый глава.

Меня до острой боли в сердце, колик в животе и повышенного внутричерепного давления

беспокоит, что вы еще можете выбирать. Зная вас, тревожусь, что выбрать вы можете неправильно — не так. Считаю своим долгом помочь вам определиться в своих политических представлениях.

Мужчинам надо выбирать женщину. Женщинам следует выбирать мужчину. Если нет мужчины, выбирают мужественную, как я, женщину. Если женщины нет, надо выбирать женственного, как Сергей Геннадьевич Гриднев, мужчину. Ласкового и нежного. С ним вы будете чувствовать себя как со мной. Сухо и комфортно.

К сожалению, есть в Ивантеевке еще один кандидат.

Этот мужчина — Владимир Кошелев. Е-е-е-е-е-е-е-е-е-е! Грубиян и хулиган, матершинник и мужлан.

3. М. Соколов. «Дальше, дальше, дальше!» [Соколов 2012]

М. Соколов — это автор известных политических фельетонов, которого можно охарактеризовать как **автора-пародиста**. Пародия — это одна из крайних, очень жестких форм репрезентации комического. В политический дискурс пародия вошла из поэзии и прозы советских и постсоветских времен, ср.:

1) фрагмент стихотворения Н. Вильямса (1968):

*Коммунисты поймали мальчишку,
Потащили его в КГБ —
Ты открыл, кто дал тебе книжку,
Руководство к подпольной борьбе?
Ты зачем совершал преступленья,
Клеветал на наш ленинский строй!
... хотел я на вашего Ленина,
Отвечал им герой молодой;*

2) фрагмент разговора Ленина и Брежнева (М. Веллер, «Вечер в Валгалле»):

*Ленин. Товарищ, но вы же в маразме.
Брежнев. А вы тоже подписывали последнее письмо к съезду „Кукушка“.*

Ленин. Я был болен.

Брежнев. А я, по-вашему, здоров.

Ленин. Так уйти надо было.

Брежнев. Нельзя, Владимир Ильич. Как я ушел — так все и развалилось.

Ленин. Старые маразматики! Старые маразматики! Что, в Политбюро никого моложе не нашлось? Чем вы можете править, кадавр?

Брежнев (читает по бумажке). Союзом Советских Социалистических Республик.

Ленин (вырывает у него бумажки, листает, бросает). Так. Зря я умер. Ничего! Политбюро расстрелять. Дачи и квартиры конфисковать. Партийную чистку провести. Хлеб у крестьян изъять. И все на субботах — бревно носить. Я вам покажу, буржуйская порода. Я вам восстановлю ленинские партийные нормы.

Образ автора-пародиста (М. Соколова) создается посредством ряда приемов текстообразования, типичных для фельетона и пародии. «В фельетоне, как правило, отчетливо ощущается личность фельетониста и его собственный взгляд на описываемые события» [Словарь литературоведческих терминов 1974]. Основным же средством пародии является «ироническое подражание осмеиваемому образцу, передача в гиперболизированном, шаржированном виде свойственных ему характерных черт, доведение их до абсурда,

нелепости, чем и достигается сатирико-комический эффект» [Там же]. Так, шаржем прецедентной ситуации «Ленин в Горках» является приведенный фрагмент фельетона М. Соколова, посвященный пребыванию в Горках Д. Медведева и включающий цитаты из произведений Ленина, в том числе пародию на высказывание Ленина о Сталине:

Когда-нибудь старые инсоровцы напишут не менее вдохновенные мемуары и пьесы о пребывании Д. А. Медведева в Горках в апреле этого года, когда уходящий президент РФ, преодолевая политическую слабость, со всевозрастающей энергией выдвигал все новые и новые инициативы, призванные улучшить состояние дел в России. Некоторые мероприятия Д. А. Медведева были напрямую вдохновлены ленинским „Письмом к съезду“ — как, например, его встреча с „лидерами политических объединений, которые только собираются пройти государственную регистрацию“. Как сообщил президент, „среди присутствующих политические тяжеловесы, которые многое отдали на ниве политической жизни нашей страны в разные периоды, а есть совсем новые лица, которые только только начинают свой путь в политике“...

Непроясненным остался лишь вопрос о том, намеревался Д. А. Медведев такой прозрачной аллюзией на „Письмо к съезду“ подать сигнал, что „Тов. Путин, сделавшись президентом, сосредоточил в своих руках необъятную власть, и я не уверен, сумеет ли он всегда достаточно осторожно пользоваться этой властью“. Тут, вероятно, все зависит от герменевтических способностей интерпретирующего сигналы.

В целом можно утверждать, что репертуар «лик» автора в политическом дискурсе гораздо шире, чем представлено в статье. Рассматривать их можно на разных основаниях: с точки зрения деятельностного подхода, с точки зрения жанроведения, с точки зрения стилистики, в ракурсе теории речевых актов и др. Далеко не полные обобщения сделаны и для других категорий лингвопрагматики в политическом дискурсе — это образ адресата, субъектно-адресатные отношения, дискурсивный фон, включающий пресуппозиции адресата, коммуникативные стратегии и тактики и т. д. Думается, что лингвопрагматическая специфика политического дискурса еще ждет научного исследования и в ближайшем будущем станет предметом обобщенного научного описания.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бойкова Н. Г., Беззубов А. Н., Коньков В. И. Публицистический стиль. — СПб.: СПбГУ, 1999.
2. Виноградов В. В. О теории художественной речи. — М.: Просвещение, 1971.
3. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. — Волгоград: Перемена, 2002.
4. Клушина Н. И. Язык публицистики: константы и переменны // Русская речь. 2004. С. 45—58.
5. Корман Б. О. Итоги и перспективы изучения проблемы автора // Страницы истории русской литературы. — М.: Наука, 1971. С. 82—100.
6. Ляпун С. В. Ирония в газетной публицистике конца XX — начала XXI веков: стилистический прием и стилевая тенденция // Вестн. Адыгейского гос. ун-та. Сер. 2, Филология и искусствоведение. 2009. № 1. С. 67—78.

7. Моррис Ч. Основание теории знаков // Семиотика. — М. : Наука, 1983. — С. 46-58.
8. Ольшанский Д. В. Политический PR. — СПб. : Питер, 2003.
9. Остин Дж. Слово как действие // Новое в зарубежной лингвистике. — М., 1986. Вып. 17. С. 125—139.
10. Платонова О. В., Виноградов С. И. Информационное поле и информационная норма в СМИ // Культура русской речи. — М. : Норма-Инфра, 1998. С. 240—264.
11. Потсар А. Н. Авторское начало в текстах массовой коммуникации // Русская речь в средствах массовой информации. — СПб. : Изд-во СПбГУ, 2007. С. 81—90.
12. Рымарь Н. Т., Скобелев В. П. Теория автора и проблемы художественной деятельности. — Воронеж : Логос-траст, 1994.
13. Сергей Колясников / Правдинформ. 2014. 23 авг. URL: <http://trueinform.ru/modules.php?name=Video&sid=65554>.
14. Серль Дж. Р. Косвенные речевые акты // Новое в зарубежной лингвистике. — М., 1986. Вып. 17. С. 148—161.

15. Словарь литературоведческих терминов. — М. : Просвещение, 1984.
16. Сметанина С. И. Медиа-текст в системе культуры. Динамические процессы в языке и стиле журналистики конца XX века. — СПб. : Изд-во Михайлова В. А., 2002.
17. Соколов М. «Дальше, дальше, дальше!» — Нанокунсткамера. — Июнь Четырнадцатого. — Черствые именины. — Молодой реформатор борозды не испортит. — «Всюду парик!» // Око планеты. 2012. 9 апр. URL: <http://oko-planet.su/politik/politikdiscussions/111665-feleton-maksima-sokolova.html>.
18. Стернин И. А. Практическая риторика. — Воронеж : Изд-во Воронеж. обл. ин-та повышения квалификации и переподготовки работников образования, 1996.
19. Харатьян К. Кирилл Харатьян: Владимир Путин как приманка для российского гражданина и говорящая голова // Ведомости. 2013. № 3337, 29 апр. URL: http://www.vedomosti.ru/opinion/articles/2013/04/29/vladimir_putin.

N. B. Ruzhentseva
Ekaterinburg, Russia

AUTHOR'S IMAGE IN THE RUSSIAN POLITICAL DISCOURSE

ABSTRACT. *The article describes the general image of the author, which is a most important category of linguo-pragmatics, in political discourse. Political discourse texts may be written by collective and individual authors. Collective authorship reflects the position of a group behind the text – a party, a social organization and the nation as a whole – and is analyzed through the concepts of “speech act” and “pathos” of the text, the latter of which is considered to be a certain type of authorial emotionality. Individual authorship is studied along the same lines, but the analysis of the ironical author also takes into account the genre stylistic means of text formation, which are used to create the subjective image of the author. The collective author is represented in political discourse by such speech acts as establishing facts and manifestation of propositions, solutions and prospects. The pathos of statements of a collective author varies within the framework of “sharpness – reserved respect – emotional animation”. The individual author differs from the collective one by a wider choice of dominant speech acts and pathos variations. This author is promising, blaming, dismantling; it is an author-historian, author-predictor, and author equally using various speech acts. In the modern political discourse, one of the leading positions is occupied by the ironical pathos, defining an interpretation of the author's images. This author is a tough, vicious ironist, author-parodist and a number of other author's images. The article outlines the possibilities of further linguo-pragmatic analysis of the author's image and related categories of political discourse.*

KEYWORDS: *author's image; author's participation; collective author; individual author; political discourse; speech acts; stylistic devices; text formation.*

ABOUT THE AUTHOR: *Ruzhentseva Natal'ya Borisovna, Doctor of Philology, Professor of Department of Rhetoric and Intercultural Communication, Ural State Pedagogical University, Ekaterinburg, Russia.*

REFERENCES

1. Boykova N. G., Bezzubov A. N., Kon'kov V. I. Publitsisticheskii stil'. — SPb. : SPbGU, 1999.
2. Vиноградов В. О. Теория художественной речи. — М. : Просвещение, 1971.
3. Karasik V. I. Yazykovoy krug: lichnost', kontsepty, diskurs. — Volgograd : Peremena, 2002.
4. Klushina N. I. Yazyk publitsistiki: konstanty i peremeny // Russkaya rech'. 2004. S. 45—58.
5. Korman B. O. Itogi i perspektivy izucheniya problemy avtora // Stranitsy istorii russkoy literatury. — М. : Nauka, 1971. S. 82—100.
6. Lyapun S. V. Ironiya v gazetnoy publitsistike kontsa XX — nachala XXI vekov: stilisticheskiy priem i stilevaya tendentsiya // Vestn. Adygeyskogo gos. un-ta. Ser. 2, Filologiya i iskusstvovedenie. 2009. № 1. S. 67—78.
7. Morris Ch. Osnovanie teorii znakov // Semiotika. — М. : Nauka, 1983. — С. 46-58.
8. Ol'shanskiy D. V. Politicheskiy PR. — SPb. : Piter, 2003.
9. Ostin Dzh. Slovo kak deystvie // Novoe v zarubezhnoy lingvistike. — М., 1986. Vyp. 17. S. 125—139.
10. Platonova O. V., Vinogradov S. I. Informatsionnoe pole i informatsionnaya norma v SMI // Kul'tura russkoy rechi. — М. : Norma-Infra, 1998. S. 240—264.
11. Potsar A. N. Avtorskoe nachalo v tekstakh massovoy

- kommunikatsii // Rus-skaya rech' v sredstvakh massovoy informatsii. — SPb. : Izd-vo SPbGU, 2007. S. 81—90.
12. Rymar' N. T., Skobelev V. P. Teoriya avtora i problemy khudozhestvennoy deyatel'nosti. — Voronezh : Logos-trast, 1994.
13. Sergey Kolyasnikov / Pravdinform. 2014. 23 avg. URL: <http://trueinform.ru/modules.php?name=Video&sid=65554>.
14. Serl' Dzh. R. Kosvennye rechevye akty // Novoe v zarubezhnoy lingvistike. — М., 1986. Vyp. 17. S. 148—161.
15. Slovar' literaturovedcheskikh terminov. — М. : Prosveshchenie, 1984.
16. Smetanina S. I. Media-tekst v sisteme kul'tury. Dinamicheskie protsesy v yazyke i stile zhurnalistiki kontsa XX veka. — SPb. : Izd-vo Mikhaylova V. A., 2002.
17. Sokolov M. «Dal'she, dal'she, dal'she!» — Nanokunstkamera. — Iyun' Chetyrnadtsatogo. — Cherstvye imeniny. — Molodoy reformator borozdy ne isportit. — «Vsyudu parik!» // Oko planety. 2012. 9 apr. URL: <http://oko-planet.su/politik/politikdiscussions/111665-feleton-maksima-sokolova.html>.
18. Sternin I. A. Prakticheskaya ritorika. — Voronezh : Izd-vo Voronezh. obl. in-ta povysheniya kvalifikatsii i perepodgotovki rabotnikov obrazovaniya, 1996.
19. Kharat'yan K. Kirill Kharat'yan: Vladimir Putin kak primanka dlya rossiyskogo grazhdanina i govoryashchaya golova // Vedomosti. 2013. № 3337, 29 apr. URL: http://www.vedomosti.ru/opinion/articles/2013/04/29/vladimir_putin.

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

Л. Н. Синельникова
Ялта, Россия

РОЛЬ РИТОРИЧЕСКОГО ПЕРФОРМАНСА В ПРЕВРАЩЕНИИ РЕФЕРЕНТНОГО СОБЫТИЯ В МЕДИАСОБЫТИЕ

АННОТАЦИЯ. В статье рассматриваются особенности сюжета и языка авторской программы Константина Сёмина (телеканал «Россия 24»). Интерактивно-аналитические установки автора реализуются в условиях максимального использования риторического резерва, что позволяет квалифицировать рассматриваемый дискурс как риторический перформанс. Политический перформанс — один из способов манифестации политической идеи, для которого характерна сложная драматургия, выстраиваемая автором программы. Риторическая фигуральность не только усложняет восприятие сказанного, но и позволяет уйти от экстенсивного повествования и согласовать ограниченность во времени со значительностью объема получаемой зрителями информации. Риторические приемы интенсифицируют коммуникативные действия ведущего, осуществляемые без прямого участия зрителей, обнаруживают особенности мыслеролевой деятельности журналиста, способствуют оптимальной передаче социальной позиции. Особо рассматривается такой влиятельный речевой прием, как ирония. Ирония традиционно определяется как оборот речи, в котором смысл не выводится из значения используемых слов. Ироническая модальность — одно из характерных свойств современной журналистики. Иронизация медийных жанров (вплоть до новостных) проявляется в иронических репликах-комментариях, нередко — в подхватываемой аудиторией иронической афористике. Ряд признаков организации высказывания в выпусках «Агитпропа» соотносится с жанром политической аналитической статьи: оба формата представляют журналистику мнений. Но устная и зрелищность (манера говорения, интонационные акценты, ритм, невербальные показатели, значимые для формирования имиджа журналиста) демонстрируют специфические характеристики авторского медийного проекта как нового аналитического ресурса.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: риторические приемы; риторический перформанс; контент-технологии; медийный сюжет; провокативный дискурс; агональная коммуникация.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ: Синельникова Лара Николаевна, доктор филологических наук, профессор кафедры русской и украинской филологии и методик преподавания, Гуманитарно-педагогическая академия (филиал Федерального крымского университета имени В. И. Вернадского в г. Ялта), Институт филологии, истории и искусств; адрес: 298600, Россия, Республика Крым, г. Ялта, Главпочтамт, до востребования; e-mail: prof.sinelnikova@gmail.com.

Существенной составляющей современного телевизионного мейнстрима являются многочисленные ток-шоу: «Политика» (Пётр Толстой), «Право знать!» (Сергей Минаев), «Воскресный вечер с Владимиром Соловьёвым», «Специальный корреспондент» (Мария Ситтель, Аркадий Мамонтов и др.), «Список Норкина» (Андрей Норкин) и множество других. Представляя собой интерактивно-аналитический дискурс, ток-шоу имеют ряд институциональных признаков: сценарный инвариант, прямое участие в дискуссии зрителей, провоцирование конфликта мнений, исчислимая типология включения в диалог ведущего программы. В то же время ведущий ток-шоу журналист — модератор содержания и формы коммуникации, и каждая авторская программа несет отпечаток его личности.

Прямое участие зрителей или их отсутствие — принципиально значимый фактор, влияющий на модели поведения ведущего, на выбор способов привлечения внимания аудитории, на меру ответственности за сказанное.

Авторская программа Константина Сёмина «Агитпроп» — пример интерактивно-аналитического дискурса, организованного без прямого участия зрителей. Точка зрения зрителей остается за кадром. Комфортность монолога — в невозможности коммуникативного саботажа как противодействия авторскому слову, игнорирования сказанного, уклонения от общения и под. [Андреева 2009; Яренчук 2012].

В название программы включены два понятия: агитация и пропаганда, каждое из которых имеет «груз» разноплановых коннотаций. Очевидна идиоматическая объединенность понятий, что и отражено в словосложении «агитпроп». Пропаганда — дословно «подлежащее распространению». В современном политическом дискурсе установилось понимание пропаганды, с одной стороны, как необходимого обществу распространения взгля-

дов, фактов, аргументов в защиту определенной идеи, с другой — как способа культивирования заведомо ложных сведений, манипуляции общественным мнением и сознанием с помощью полуправды, слухов, домыслов или просто лжи. Понятна смелость и известный риск, на который пошел журналист, желая нейтрализовать отрицательный сегмент коннотации, оставив смысловой компонент «глубокое и детальное разъяснение» как эффективный способ агитации.

Сюжет программы основывается на событии, о котором зрители могут знать из других источников или не знать вовсе, но в любом случае событие актуализируется фактом проявленного к нему внимания и становится медиасобытием. Но чтобы стать таковым, референтное событие должно трансформироваться в событие-речь, коммуникативное событие. По траекториям и результату преобразования можно судить о когнитивном ресурсе автора и исполнителя программы, выстраивать его речевой портрет.

Для конструктивной пропаганды и успешной агитации нужна четкая цель и необходимый для ее реализации набор средств. Выбор контент-технологий (совокупности вербальных и невербальных средств для целенаправленного управления аудиторией, воздействия на нее) определяет индивидуальный почерк журналиста в подаче материала.

Исследователи справедливо обращают внимание на резервы риторики как технологической основы прагматической успешности публичного выступления [Сальникова 2011; Чащина 2013]. Риторические приемы интенсифицируют коммуникативные действия говорящего, помогают создать интерактивную среду без присутствия зрителей и одновременно обнаруживают особенности мыслеролевой деятельности автора, его мировоззренческие приоритеты, жизненную позицию, способность ее утверждать и защищать. Риторический ресурс лежит

в основе контент-технологий политически ориентированной программы, особым образом организуя смыслы по шкале: свои — чужие, герои — антигерои, правда — ложь.

Телевизионное слово — разновидность ораторского (публичного) искусства. В тренингах по риторике обращается внимание на важность импринтинга — первого впечатления о выступающем, складывающемся из визуального восприятия (поза, мимика, манера держаться, стиль одежды) и оценки первой фразы, которая должна удерживать внимание аудитории, создать ситуацию первоначального интереса. Журналист есть то, *что* и *как* он говорит. Искусство первой фразы классическая риторика, равно как и современная риторика, определяла как особо значимый сегмент. «*Нас не интересуют голые факты. Нас интересуют причины и следствия. Правда всегда одна. Здравствуйте!*» — так начинается каждая программа К. Сёмина. «Голые факты» отвергаются, декларируется интерес к причинам и следствиям, т. е. к аналитике в разных ее проявлениях — философском, историческом, политическом, психологическом. «Правда всегда одна» — рискованное утверждение: правда, как известно, категория альтернативная и амбивалентная. Но здесь автор в полной мере использует возможности устной речи — интонации и ритма, утверждая в сознании зрителей безальтернативность заявленной формулы. Местоимение «нас», с которого начинается первая фраза, столь же безальтернативно (читай: манипулятивно) соединило говорящего и слушающих в единое поле желания узнать и принять правду. «Правда роли» (Н. Д. Арутюнова) обозначила позицию автора в шкале «безусловная достоверность — проблемная достоверность — безусловная недостоверность» [Панченко 2010]: всё, что будет сказано, — безусловная достоверность.

Риторический закон «края речи» требует внимания и к заключительной фразе. «*Мир вашему дому!*» — пожелание, в котором, кроме доли пафоса, есть и смысловая многозначительность при условии знакомства зрителей со стихотворением В. С. Высоцкого «Як-истребитель» (в стихотворении такая форма пожелания представлена как эмоциональный лейтмотив).

Риторика, будучи выразителем идеологии говорящего и технологической конструкцией, определяющей отношение журналиста к слову, организует медиасобытие как перформанс (*performance* — англ. «исполнение») — интенсивное коммуникативное действие автора, переосмысление события через разнообразные речевые формы, что особенно значимо в условиях «сжатого» текста (передача длится в среднем 8 минут). Риторический перформанс создает новую фактуру медийного события, превращая ведущего в перформера — лицо, оптимизирующее публичную речь для реализации замысла. Перформер организует предлагаемую зрителю информацию в варианте «всё сразу»: событие, его оценка, дискредитация оппонентов, исторические параллели, прогнозирование развития ситуации, подключение оптических знаков и т. д.

События на Украине — основная интрига «Агитпропа», и речевые действия автора программы по большей части представляют собой

провокативный дискурс, если понимать технологию провоцирования в условиях массовой коммуникации как установку на уподобление «внутреннего состояния потребителя информации состоянию говорящего и создание вследствие этого благоприятной психологической основы для корректирования и регулирования психического состояния провоцирования» [Степанов 2004: 3]. Активное использование воздействующего потенциала риторических приемов — одна из технологий провокативного дискурса.

Каждый риторический прием в отдельности участвует в интерпретации обсуждаемого события данными ему от природы свойствами, но риторический перформанс — это совместное действие приемов, их взаимовлияние, создание поля иррадиации (иррадиация здесь «распространение, расширение процесса интерпретации»). Перформанс — это и обилие тропов, нередко в их совмещенности: метафора, аллюзия, антитеза, градация, гипербола и т. д. Создается общая смысловая сеть, сплетаемая коннотациями используемых приемов. Реестр риторических приемов велик [Горте 2007], их выбор, иерархическая расстановка важны для понимания авторской интенции.

Особое место в комплексе «влиятельных» риторических приемов занимает ирония. Ирония традиционно определяется как оборот речи, в котором смысл не выводится из значения используемых слов. Философско-феноменологический анализ иронии ориентирует на ее понимание как способа мышления о мире, специфически вербализованного опыта познающего сознания. Традиционные дефиниции фигур речи, очевидно, препятствуют адекватному осмыслению иронии и иронического мышления с учетом достижений дискуртологии. Ирония дискурсивна, поскольку приобретает смыслообразующие свойства в социокультурном контексте, в условиях интертекстуальных (интердискурсивных) связей, и ее лингвистический уровень тем или иным образом согласуется с языковым сознанием адресата, которое, в свою очередь, обусловлено особенностями социального времени. Как метаприем, ирония рождает характерное для риторического перформанса концептуальное «эхо»: всё окрашивается особым рода оценкой — иронической.

Ироническая модальность — одно из характерных свойств современной журналистики. Иронизация медийных жанров (вплоть до новостных) проявляется в иронических репликах-комментариях, нередко в подхватываемой аудиторией иронической афористике. Иронический эхо-эффект «как отзвук авторской точки зрения, который предположительно должен закрепиться в сознании потенциального адресата» [Руженцева 2014: 86] способствует превращению референтного события в медиасобытие. (К слову, вполне оправданным является включение в учебный план курса «Ирония в журналистике», что сделал Московский институт международного права и экономики имени А. С. Грибоедова.)

Ирония квалифицируется как коммуникативная тактика современного журналиста, способ социальной оценки того или иного явления, форма передачи ценностной ориентации говорящего, рассчитанная на перлокутивный эффект. Ирони-

ческий компонент речевых действий входит в структуру языковой (дискурсивной) личности журналиста, избегающего прямых оценок и пафоса. «Ироническая интерпретация политического события, то есть его трансформация в медиасобытие, ироническую авторскую модель действительности, полученную в процессе журналистской деятельности, предполагает осознание неоднозначности, диалектичности политических процессов» [Веселова 2003]. В программе К. Семёна ирония является носителем категорической оценочной однозначности, сохраняя ментальную матрицу ведущего: мы — они. Ирония по определению исключает инвективы прямого говорения, но от этого оценка не становится менее выраженной. Дискредитация через иронию может оказаться куда более действенной, чем прямое оскорбление.

Приведем несколько примеров, обнаруживающих свойства риторического перформанса («Кровь и шоколад Порошенко». Вып. 6, 30 мая 2014 г.).

22 июня прошлого года в своей резиденции в Виннице хозяин кондитерской империи президент Пётр Порошенко презентовал грандиозное мультимедийное шоу под названием „Лебединое озеро. Фантазия“ — референтное событие, которое далее будет включено в интерпретирующий контекст, в том числе с помощью риторических приемов оценочного характера.

После украинской резиденции Гитлера, ставки вервольф, фонтан — главная достопримечательность Винницы, как и хозяин фонтана, объявленный накануне президентом Украины — импликатура, позволяющая в намеренно скрытом виде объединить несколько тем.

Первым номером в своем графике будущий президент написал визит в непокорный Донбасс. Видимо, покорять будут из всех сил — иронический модус модальности проявлен в переходе от «непокорного Донбасса» к «покорять из всех сил».

Чтобы кто-то был в шоколаде, кто-то непременно должен быть в крови — прием резкого контраста, основанный на сопоставлении сленгового выражения «всё в шоколаде» (т. е. все хорошо, отлично — о хорошо идущих финансовых делах и о беззаботной, полной удовольствия жизни) и «крови» как знака-символа тяжелых испытаний и человеческих жертв.

А вообще, почему именно Порошенко, который еще недавно не был в числе фаворитов, желающих стать мэром Киева, не то что президентом? Здесь важны бытовые подробности. Вот дом, который построил Пётр. Не тот, что справа — справа дом Обамы. Только не перепутайте ненароком — здесь значима интертекстуальная связь со стихотворением С. Маршака «Дом, который построил Джек»; варьируя имена (Пётр, Обама), говорящий намекает на общее пространство ценностей (намек в риторике — понимание по догадке); предостережение «только не перепутайте ненароком» поддерживает намек на сходство, и, как будет показано далее, не только визуальное.

Вот это стремление не отстать от хозяина ни на один шаг, везде сопутствовать, быть похожим — хоть усадьбой, хоть фонтаном, хоть покромом одежды или манерой речи —

и есть самый прочный ошейник — применяется риторическая традиция наращивания аргументов; предикативная метафора превращает «похожесть» в «ошейник».

Это мышление уездного латифундиста, помещика, плантатора. Это примерно то же самое, что фонтан в Виннице. Диабетик, владеющий сахарными заводами, в прямом смысле должен очень любить сладкую жизнь. Сладкое дороже жизни, особенно если это жизнь чужая — конвергенция приемов, т. е. концентрация оценочных средств: прием градации в построении однородного ряда — латифундист (незаконный владелец земельных участков), помещик, плантатор; оценочная модальность эпитета «уездный»; вовлечение разных регистров слова «сладкий» (сладкая жизнь, сладкое дороже жизни); скрытое противопоставление ценности собственной сладкой жизни и обесцененной чужой жизни.

Кстати, кондитерская империя „Рошен“ простирает свою закупочно-сбыточную сеть до таких истосковавшихся по украинским конфетам уголков планеты, как Ирак и Афганистан. Вот уж где настоящая „дольче вита“. О том, что у демократических цукерок бывает кровавая начинка, Украина знает теперь не хуже, чем Афганистан — продолжение «кондитерской» темы в ироническом ключе (иронические импликатуры: истосковавшиеся по украинским конфетам Ирак и Афганистан, настоящая «дольче вита»); развернутая метафора «у демократических цукерок (укр. „конфет“) бывает кровавая начинка» продолжает тему крови, т. е. войны на Востоке Украины.

Особенностью нарратива «Агитпропа» является совмещение событийной действительности и ретроспективных отсылок — происходит углубление оценочного контекста за счет расширения пространства памяти. То, что есть сейчас, и то, что уже было, скрепляется авторской рефлексией и воспринимаются синхронно (здесь важную роль играет визуальное сопровождение, использование кинематографических приемов перетекания и наложения документальных сюжетов на авторский комментарий). Если претензия на документальность в жанре мokyментари (*mockumentary* — подделывать) реализуется в достаточно успешных кинематографических проектах, то в современной политической коммуникации широко распространена псевдодокументалистика, в том числе в виде сюжетов-фейков. Селективность выбора документальных материалов неизбежна, но умелая генерализация документальной информации и авторской рефлексии повышает уровень доверия к представляемой информации.

Еще в античные времена сформировалась агональная риторика (агон — состязание) — искусство управления человеческим поведением посредством слова в процессе обсуждения проблемы. Основной тезис агональной коммуникации: побеждает тот, кто приводит сильные, вызывающие доверие публики аргументы. К сожалению, система аргументов в политическом дискурсе далеко не всегда вызывает доверие: приводится аргумент к очевидцу, но последний оказывается нанятым подставным лицом, онлайн-

интервью может быть предварительно подготовленным, аргумент к цифре вызывает вопросы (кто и как считал), аргумент к цитате, вырванной из контекста, искажает мысль и т. д. К. Сёмин широко использует формат цитирования с полным указанием источника со всеми его пространственно-временными координатами. Цитата-аргумент, снабженная портретом автора высказывания, демонстрируется крупным планом и превращается в дискурсивный объект. С помощью цитирования журналист умело организует контраст позиций на когнитивном и языковом уровнях, добиваясь «эффекта истинности».

Отмечая факт усиления дискурсивного направления в интерпретации медиареальности, Т. В. Шмелёва обосновывает необходимость введения понятия «медийный сюжет» как линии отражения в медиасфере ситуации/события, формирующей субдискурс, объем которого может свидетельствовать о медийном потенциале события. Значимость медийного сюжета измеряется количеством посвященных ему текстов, их жанровым составом, показателем числа просмотров медийного материала в Интернете, комментариями читателей или зрителей [Шмелёва 2013: 116]. Авторская креативность стимулирует формирование медийного сюжета, позволяет преодолеть замкнутость программы, перейти от информативности к публицистике.

«Агитпроп» К. Сёмина уже стал медийным сюжетом. «Литературная газета» опубликовала заметку Вадима Попова «„Агитпроп“. Наконец-то». Автор пишет: «На „России 24“ Константин Сёмин выступил в жанре, который он сам определил как „агитпроп“. Собственно так и называется короткая восьминедельная программа, в которой один из лучших российских журналистов дал оценку событиям на Украине, стараясь не только представлять факты, но и обобщать, делать выводы — давать свои субъективные оценки, которые, впрочем, гораздо больше соответствуют истинному положению вещей, чем, скажем, то, что показывают украинские телеканалы». И последний абзац заметки: «Но особенно важными показались следующие суждения: „Невозможно противостоять фашизму, не сформулировав собственной идеологии, невозможно приструнить украинских олигархов, не разобравшись с собственными, невозможно защитить собственную экономику от санкций и шантажа, если эта экономика работает по неолиберальным правилам, навязанным шантажистами, невозможно с пивом и чипсами умиляться балаганным и похабным телевизионным шоу в момент, когда в Славянске гибнут люди...“». И далее: «Эту речь можно считать программной и даже революционной. И не столько для Сёмина, сколько для ВГТРК, который позволил ему высказаться» («Литературная газета», 2014, № 18). Появились комментарии, утвердившие факт медийности сюжета программы К. Сёмина: «„Не всё коту масленица“, госдеповскому агитпропу на Эхо, Дожде и прочим служителям шантажистов. А то монополизировали это право гонзожурналиги от неолиберализма, не устоят агитировать за объективную субъективность и субъективную историчность. Посмотрим, кто кого переагитирует теперь»; «...дремучий

непрофессионализм... или запредельный цинизм?» Ни то, ни другое! Как это теперь говорят: „Только бизнес!“»; «Интересная ситуация. Дали высказаться Сёмину. Причем со словами последнего абзаца. Что бы это значило?». Полемика свидетельствует о том, что эфирное пространство завоевано, и продолжения программы ожидают. В немалой степени жизнеспособность программы обеспечила риторика.

Обобщим наши наблюдения. Каждая медийная модель публичных действий имеет свой набор идентифицирующих признаков, куда входят: характер субъектно-объектных отношений (интерпретатор и интерпретируемое событие); предочтение *я*- или *мы*-дискурса; временная архитектура (соотношение прошлого, настоящего и проекция в будущее); уровень и характер документальности; формы и способы манипуляции мнением и знаниями о предмете речи; игра модальностями (объективное, предполагаемое, выдаваемое за объективное, желаемое), характер аргументов; отношение к стереотипам, игра стереотипами; объем и характер привлекаемых риторических приемов и многое другое.

Медийное конструирование реальности в условиях политического конфликта напоминает составление сюжетов, свидетельствующих об установке на противостояние, желание доминировать в информационном пространстве. В этом противостоянии важно сформировать и донести до зрителей содержание журналистского «я» как органичной внутренней позиции. Только при этом условии можно создать качественно новый медийный продукт.

Тенденция к персонификации журналистского сообщества поддерживается фактом умелого использования мощного резерва косвенного говорения через риторические приемы. Очевидна роль риторического фактора в оценке личности ведущего медийной программы и качества самой программы.

Риторические приемы выражают когнитивно-эмоциональное движение речи, усиливают ее энергетику. Комплексное воздействие через сюжет, стиль и язык особенно значимо для медиадискурса политической направленности, что связано с реализацией возможности повысить степень доверия к предлагаемой зрителю информации. Риторика позволяет выявить и понять противоречия между действительным и вымышленным, между событием (фактом) и его интерпретацией.

Политический перформанс — один из способов манифестации политической идеи, для которого характерна сложная драматургия, выстраиваемая автором программы. Риторическая фигуральность, с одной стороны, усложняет восприятие сказанного, с другой — позволяет уйти от экстенсивного повествования и согласовать ограниченность во времени с объемом получаемой зрителем информации. Необходимость быстроты схватывания смысла предполагает зрительскую аудиторию, способную декодировать риторические приемы.

Дискурсивные включения, связанные с созданием адресата — исторической памятью, национально-культурными ценностями и подобным, — способствуют сбережению внимания зрителя, открывают путь для понимания авторской идеи и в конечном итоге позволяют успешно ре-

шать задачи аффилиации с определенными социальными группами зрителей.

Ряд признаков организации высказывания в выпусках «Агитпропа» соотносится с жанром политической аналитической статьи: оба формата представляют журналистику мнений. Но устная и зрелищность (манера говорения, интонационные акценты, ритм, невербальные показатели, значимые для формирования имиджа журналиста) демонстрируют специфические характеристики авторского медийного проекта как нового аналитического ресурса.

«Функция языка — не информировать, а вызывать представление» (Жак Лакан). Риторические приемы полностью соответствуют этому тезису. Поэтика и риторика издревле совмещались как носители свойств эстетически организованной образной речи. Апробированные мировой публичной практикой, риторические средства способны снизить уровень травматичности современной политической журналистики. Но, учитывая современные политические условия, здесь целесообразно применить риторическую фигуру умолчания.

L. N. Sinel'nikova
Yalta, Russia

THE ROLE OF RHETORICAL PERFORMANCE IN CONVERSION OF A REFERENTIAL EVENT INTO A MEDIA EVENT

ABSTRACT. *The article deals with the peculiarities of the plot and language of the author's television program of Konstantin Semin (TV Channel "Russia 24"). Interactive and analytical aims of the author are realized in the conditions of maximum use of rhetorical potential, which makes it possible to qualify the considered discourse as a rhetorical performance. Rhetorical performance is a way of manifestation of a political idea, which is characterized by complex dramatic composition built up by the author of the program. Rhetorical figurative character does not only make the comprehension of oral discourse more difficult, but also makes it possible to get away from extensive storytelling and bring the limitation in time in concord with the great volume of information received by the audience. Rhetorical devices intensify the communicative activity of the anchor; they are realized without direct participation of the audience and display the peculiarities of the reporter's thinking and stimulate optimal broadcast of a social position. The author of the article specifies such an important rhetorical device as irony. Irony is traditionally defined as a figure of speech the meaning of which is not derived from the meanings of the constituent words. Ironic modality is one of the inherent features of modern journalism. Ironization of media genres (news programs including) is manifested in ironical commentaries and, in many cases, in aphorisms which the audience not infrequently readily enjoys. A number of features of utterance organization in the issues of "Agitprop" may be correlated with the genre of political analytical article: both formats are variants of opinion journalism. But the oral and dramatic character (manner of speaking, intonation, rhythm and non-verbal components, meaningful for the image creation of a journalist) demonstrates the specific features of an author's media project as a new analytical resource.*

KEYWORDS: *rhetorical devices; rhetorical performance; content technologies; media story; provocative discourse; agonistic communication.*

ABOUT THE AUTHOR: *Sinel'nikova Lara Nikolaevna, Doctor of Philology, Professor of Department of Russian and Ukrainian Philology and Methods of Teaching, Institute of Philology, History and Arts, Academy of the Humanities and Pedagogy (branch) of V. I. Vernadsky Crimean Federal University in Yalta, Yalta, Russia.*

REFERENCES

1. Andreeva V. Yu. Strategii i taktiki kommunikativnogo sabotazha : dis. ... kand. filol. nauk. — Kursk, 2009.
2. Veselova N. V. Ironiya v politicheskom diskurse : dis. ... kand. filol. nauk. — N. Novgorod, 2003.
3. Gorte M. A. Figury rechi: terminologicheskij slovar' : 200 stilisticheskikh i ritoricheskikh priemov. — M. : Enas, 2007.
4. Panchenko N. N. Dostovernost' kak kommunikativnaya kategoriya : monogr. — Volgograd : Peremena, 2010.
5. Ruzhentseva N. B. Kognitivnye modeli kak sredstvo dostizheniya ironicheskogo ekho-effekta v raznykh formatakh diskursa (osveshchenie ukrainских politicheskikh sobytij) // Politicheskaya lingvistika. 2014. № 4 (50). S. 82—89.
6. Sal'nikova N. V. Natsional'no-kul'turnaya ritorika politicheskogo diskursa (na materiale publichnykh vystupleniy R. Reygana i M. S. Gorbacheva) : dis. ... kand. filol. nauk. — Stavropol', 2011.

ЛИТЕРАТУРА

1. Андреева В. Ю. Стратегии и тактики коммуникативного саботажа : дис. ... канд. филол. наук. — Курск, 2009.
2. Веселова Н. В. Ирония в политическом дискурсе : дис. ... канд. филол. наук. — Н. Новгород, 2003.
3. Горте М. А. Фигуры речи: терминологический словарь : 200 стилистических и риторических приемов. — М. : Энас, 2007.
4. Панченко Н. Н. Достоверность как коммуникативная категория : моногр. — Волгоград : Перемена, 2010.
5. Руженцева Н. Б. Когнитивные модели как средство достижения иронического эхо-эффекта в разных форматах дискурса (освещение украинских политических событий) // Политическая лингвистика. 2014. № 4 (50). С. 82—89.
6. Сальникова Н. В. Национально-культурная риторика политического дискурса (на материале публичных выступлений Р. Рейгана и М. С. Горбачёва) : дис. ... канд. филол. наук. — Ставрополь, 2011.
7. Степанов В. Н. Провокативный дискурс массовой коммуникации : автореф. дис. ... д-ра филол. наук. — СПб., 2005.
8. Шмельёва Т. В. Медийный сюжет как конструктивная основа дискурса // Жанры и типы текста в научном и медийном дискурсе. — Орёл, 2013. Вып. 11. С. 115—124.
9. Чащина А. М. Языковые и риторические особенности политического дискурса в массмедиа // Вестн. Челяб. ун-та. Филология и искусствоведение. 2013. № 22 (313). Вып. 81. С. 249—254.
10. Яренчук Е. Э. Интерактивно-аналитический дискурс как детерминатор коммуникативного саботажа (на материале ток-шоу «Специальный корреспондент» и «НТВешники») // Вестн. Костром. гос. ун-та им. Н. А. Некрасова. 2012. Т. 18, вып. 4. С. 110—113.

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

Е. В. Шустрова
Екатеринбург, Россия

ЗООМОРФИЗМЫ В АМЕРИКАНСКОЙ КАРИКАТУРЕ ВРЕМЕН ВЕЛИКОЙ ДЕПРЕССИИ

АННОТАЦИЯ. В статье представлен анализ ментальных моделей, формирующих основу зооморфных графических метафор, появившихся в американской карикатуре в течение периода, начавшегося после биржевого краха на Уолл-стрит в «черный вторник» 29 октября 1929 г. Этот период совпал со временем вступления в должность президента-республиканца Г. Гувера. В 1932 г. его сменил Ф. Д. Рузвельт, который повел страну по пути радикального «нового курса».

В исследовании использована методология, применявшаяся в работах по метафорическому моделированию, мультимодальной метафоре и доработанная нами с точки зрения возможности более точного анализа языковых данных.

В результате анализа архивных источников мы описали основные переносные значения и культурно обусловленные смыслы, участвующие в создании образов американской карикатуры указанного периода. В статье характеризуются метафоры зооморфной тематики с учетом реалий той поры. В частности, описаны образы быка и медведя, овцы, лошади, коровы, свиньи, осла, крокодила, белки, орла, домашних птиц. В область метафорического переноса значения входили образы рядовых граждан США, биржевых игроков, ставящих на повышение или понижение акций, двух президентов и их администраций, государственных проектов, американской экономики. В заключении рассмотренные карикатуры кратко сопоставляются с современными, отображающими экономический кризис 2008 г.

Результаты работы вносят вклад в разработку проблем политической метафорологии. Отдельные итоги будут полезны ученым, занимающимся проблемами лингвокультурологического характера.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: графическая метафора; политический дискурс; политическая карикатура; зооморфизмы; Великая депрессия; Г. Гувер, Ф. Д. Рузвельт; Б. Обама.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ: Шустрова Елизавета Владимировна, доктор филологических наук, профессор кафедры английского языка, методики и переводоведения, Уральский государственный педагогический университет (Екатеринбург); адрес: 620017, г. Екатеринбург, пр-т Космонавтов, 26; e-mail: shustrovaev@mail.ru.

Эта статья продолжает серию работ, посвященных американской карикатуре периода Великой депрессии [см.: Шустрова 2015]. В данной статье будут проанализированы ключевые зооморфные образы, доминировавшие в то время. Основное отличие карикатуры 1920—1930-х от дня сегодняшнего — это способ распространения информации. До вхождения электронных средств и сети Интернет в нашу повседневную жизнь карикатура в США создавалась по заказу определенного издательства и в 99 % случаев подписывалась автором, так что художник чувствовал ответственность за свой рисунок. Сейчас интернет-пространство наводнено графикой без авторства, а саму карикатуру может создать любой желающий, даже не имея специальных навыков. Этим объясняется значительный рост числа карикатур в целом и рисунков с явной агрессией и цинизмом. Анонимность и безнаказанность провоцируют все более частое обращение к ранее табуированным темам и образам, нередко несправедливую, предвзятую критику любых принимаемых правительством мер. Роднит же карикатуры этих двух периодов экономический фон. Экономический кризис, начавшийся в 2008 г., нередко сравнивали с периодом Великой депрессии, сегодня мировая экономика тоже нестабильна. Мы предположили, что основные образы карикатуры США периода Великой депрессии могут совпадать с изображением кризиса в современной американской карикатуре. Забегая вперед, скажем, что в целом предположение оказалось верным, но, безусловно, есть и весьма существенные отличия. Об этом и пойдет речь далее. Кроме того, читатель получит возможность ознакомиться с описанием уникального графического материала, который сейчас становится доступным благодаря электронным архивам американских библиотек. Для данного обзора материалы подготовлены при поддержке Российского гуманитарного научного фонда: проект 14-04-00268 «Политическая лингвистика: проблематика, методология, аспекты исследования и перспективы развития научного направления».

было отобрано 100 наиболее показательных карикатур. К сожалению, часть собранного материала не может быть воспроизведена в связи с ограничениями закона об авторском праве или праве собственности, поэтому в качестве иллюстраций в статье будет использован только материал, имеющий статус общественного достояния.

Итак, что касается основных **метафорических образов**, в американской карикатуре периода Великой депрессии доминировали следующие: **зооморфизмы, летательные аппараты, дорога, падение, еда, непогода**. Немного уступали им по частотности образы **ребенка, игры, растений (дерева), замкнутого пространства**. Пожалуй, самым малопредставленным, но тем не менее появляющимся, стал образ **мусора или урны**.

Среди **зооморфизмов** нам встретились **быки и медведи**, олицетворяющие биржевых игроков, ставящих на повышение или понижение акций, **овцы, лошади, коровы, свиньи, орлы, осел** (только как символ демократов), **индюшки и курицы со своим потомством или кладкой, крокодилы, белка** (всего один пример). Охарактеризуем упомянутые образы подробнее.

Бык как олицетворение спекулянта, играющего на повышение, к 1929 г. либо становится жертвой медведя, либо пытается убежать от своего косолапого соперника, залезая высоко на дерево или столб, мчась по кругу, либо, окончательно извешившись, нападает на маленького человечка. На рис. 1 изображено соревнование на бирже. Карикатура называется «Taken for a Ride» — в вольном переводе «Прокатили!» или «Покатушки». Она появилась в «Chicago Daily Tribune» 25 октября 1929 г. — за три дня до «черного понедельника» 28 октября 1929 г., за которым неминуемо последовал «черный вторник». Человек в этом случае представляет типичного мелкого игрока на бирже, который, судя по его словам, не

видит больше смысла в работе, раз теперь на бирже можно делать легкие деньги. В эйфории он висит на хвосте быка, играя на повышение. Но круг оказывается порочным, и вот уже не бык преследует медведя, а стремительно набравший скорость ранее испуганный медведь висит на хвосте быка. Естественно, первой жертвой обречен стать мелкий спекулянт, который не успев вовремя продать свои акции, когда курс только начал падать. На рис. 2 ягненок олицетворяет наивного, крайне уязвимого держателя небольшого пакета акций, медведь — это крупный брокер, играющий на понижение. На карикатуре «The Margin Calling Contest!» («Los Angeles Times», 18 октября 1929 г.) обыгрываются две экономические и одна бытовая устойчивые единицы: *margin call* — 1) требование дополнительного обеспечения, требование поддержания маржи (требование брокера клиенту о внесении денежных средств или ценных бумаг в качестве дополнительного обеспечения, вызванное неблагоприятным изменением цен (например, в связи с падением курса заложенных ценных бумаг); в противном случае часть позиции клиента закрывается (продается), чтобы покрыть недостающую маржу); 2) приостановка операций в результате уменьшения размера обеспечения клиента вследствие неблагоприятной рыночной конъюнктуры; *buy on margin* — покупка с маржей (покупка актива, при которой часть цены покрывается за счет первоначального платежа, а остальное — за счет займа, обеспечением которого является сам покупаемый актив); брать в долг с целью покупки акций, используя сами эти акции в качестве обеспечения займа; *hog-calling contest* — соревнование, обычно проводимое на фермах, когда соревнующиеся творчески имитируют крики, с помощью которых свиней зовут к кормушке; обычно это долгие, громкие вопли, в основе которых лежит сочетание «SU-EEEE», переиначенное здесь в «MON-(E)-EE-EE». Кстати, у медведя зов более протяжный и звучный, чем у рыдающего ягненка, поэтому, предположительно, свиньи, т. е. бизнес (см. ниже), откликнутся именно на его призыв. Дополнительно наблюдается метафорическое использование лексемы *window*. Здесь это и интервал, короткий период времени, за который надо успеть

провернуть сделку, и отдел брокерской фирмы, проводящий расчеты по сделкам с ценными бумагами, и часть устойчивого сочетания *window of opportunity* — «удобный момент; уникальная возможность». Именно такие «уникальные возможности», когда клиенты занимали в банках все больше, чтобы выкупить свои купленные ранее тоже в долг акции, стали одной из причин дефицита денежных средств и потока ничем не подержанных облигаций на рынке.

Образ лошади варьируется от резвого скакуна в то время, когда спад еще не произошел, до исхудавшей клячи в годы резкого спада (особенно 1930—1932 гг.). При этом резвый конь может символизировать не только экономический подъем: в 1929 г. чаще это необузданный скакун, который готов разбить повозку или сбросить всадника. Рис. 3 «Halted!» («Atlanta Constitution», 17 ноября 1929 г.) дает пример такой сумасшедшей езды, где конь — это рынок ценных бумаг, а перепуганный возница — спекулянт. У коня отвалились подковы, а из копыт торчат гвозди, т. е. долго он все равно не пробежит. Путь повозке преграждает полицейский, олицетворяющий Федеральную резервную систему США, созданную в 1913 г., чтобы прекратить финансовую панику, десятилетия сотрясавшую рынок и экономику США. Федеральная резервная система включает 12 банков, расположенных в Бостоне, Нью-Йорке, Филадельфии, Кливленде, Ричмонде, Атланте, Чикаго, Сент-Луисе, Миннеаполису, Канзасе, Далласе и Сан-Франциско. За три дня до появления рисунка Нью-Йоркский федеральный резервный банк объявил, что снижает ставку по кредитованию банков с 5 до 4,5 %, что должно было спровоцировать выдачу новых кредитов и поддержать уже обвалившийся рынок. К сожалению, «конь» проковылял еще неделю, а усилия «постового» закончились новым обвалом, но карикатурист этого еще не знал, поэтому рисунок задумывался как вполне оптимистичный. Само название «Halted!» происходит от традиционной команды «Halt!» — «Стоп! Стой! Тпру!», но есть и переносные значения «ошибаться, запинаться, путаться» и «хромать», т. е. можно получить производные прилагательные «запутавшийся» и «охромевший».

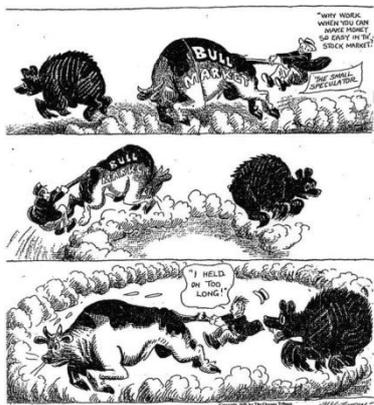


Рис. 1

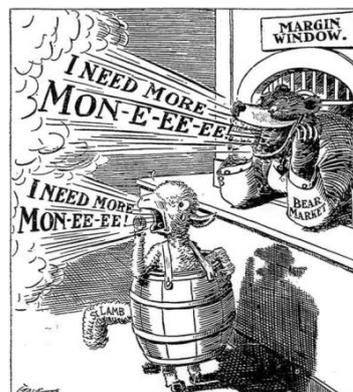


Рис. 2



Рис. 3

Кстати, сам образ государственного служащего, преграждающего путь скакуну-рынку, встречался нам в американской графике периодов других, более ранних экономических спадов. Как правило, общество было недовольно теми мерами, которые предпринимало правительство, и такой образ должен был вводить положительную прагматику решимости, успеха. То есть рис. 3 основан на графике кризисов XIX в. Во время Великой депрессии образ резвого, но послушного седоку коня обрел положительную прагматику, только когда к власти пришел Ф. Д. Рузвельт и начал проводить масштабные экономические реформы (не ранее 1933 г.). Такой пример дает рис. 4 «Off At Last!» — «Наконец поехали!», изображающий ситуацию первых 100 дней президентства Ф. Д. Рузвельта, где обрадованный, воспрянувший духом конь-конгресс мчит не менее оптимистичного президента, везущего товар «Экономика».

Типичный исхудавший конь, символизирующий плачевное состояние экономики, показан на рис. 5. Обратите внимание, что несчастное животное поднято в воздух явно превосходящим его по весу толстым фермером, сидящим на телеге и сетующим на отсутствие движения. Это отражает стереотипные представления того времени о вине фермеров, которые брали кредиты, чтобы купить землю, а потом не смогли расплатиться и якобы этим спровоцировали падение на бирже. На самом деле фермеры были просто еще одной жертвой банковских спекуляций, но росту симпатий к селянам не способствовали их удаленность от города и оплаченные правительством программы массового уничтожения сельскохозяйственной продукции, призванные остановить падение рыночных цен на продукты питания, в то время как горожане часто не знали, будет ли у них сегодня обед. В качестве другого толстого седока-недотепы изображались попытки государственных служащих администрации Г. Гувера и проекты самого президента.

Такое скептическое отношение к политике Г. Гувера нашло отражение в рис. 6 (опубликован в 1931 г.), где дядя Сэм кормит в своем загоне только свиней по кличке «Большой бизнес», «Железные дороги», «Промышленность», «Коммунальные службы», а свинья по кличке «Мы все

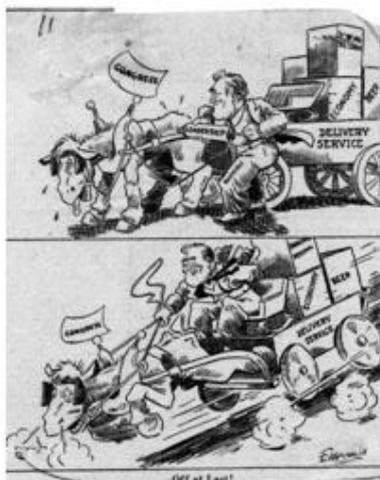


Рис. 4

остальные» стоит непосредственно рядом с хозяином, но не получает ничего.

Нужно сказать, что массовое доверие к другому лидеру — Ф. Д. Рузвельту, — сопутствовавшее ему все четыре президентских срока, отражено и в графике, которая с первых дней его прихода к власти выражала преимущественно положительную оценку. Тем не менее была и обратная сторона медали. Это было продиктовано как установками самих издательств, так и отдельных художников, представлявших финансовую аристократию США и работавших в издательствах больше для своего удовольствия. Крупный бизнес США очень скептически воспринял реформы Ф. Д. Рузвельта, что отразилось и в карикатурах на президента. Негативные образы нашей выборки появлялись в основном в следующих изданиях: «Life», «Chicago Defender», «Chicago Tribune» и «The Washington Star Newspaper». Вторая недовольная сторона, напротив, по-прежнему сначала усматривала в реформах поддержку только крупных корпораций.

Двойственность проводимых Ф. Д. Рузвельтом реформ отражена в образе орла. Чаще это не традиционный символ США, а так называемый «Синий орел», ставший эмблемой Национальной администрации восстановления (National Recovery Administration (NRA) [далее — НАВ]. Это было одно из ключевых федеральных ведомств в рамках программы «Новый курс» (New Deal). Оно появилось в 1933 г. и осуществляло надзорные функции за соблюдением «кодексов честной конкуренции» (codes of fair competition). Разногласия по поводу справедливости действий этого ведомства начались практически сразу. Дело в том, что, с одной стороны, НАВ принуждала к сокращению автоматизированного труда, что приводило к созданию новых рабочих мест и снижало безработицу, вводила нормативы зарплаты и рабочего дня, представляла субсидии предприятиям, соглашившимся участвовать в федеральных программах. С другой стороны, поскольку НАВ настоятельно советовала американцам работать только с предприятиями системы НАВ (о чем свидетельствовала эмблема прямо на входе), остальные, преимущественно средний и малый бизнес, несли двойные убытки. На рис. 7 Ф. Д. Рузвельт



Рис. 5

подстрелил Одинокого Орла (молния на лапе Синего Орла — это часть эмблемы, а не последствия выстрела). Прозвище «одинокий орел» в те годы было связано с образом Чарльза Линдберга — отважного летчика, который в 1927 г. первым совершил трансатлантический перелет на моноплане, став воплощением дерзости, мужества, успеха и достижений, полученных в результате упорного труда, самостоятельности и риска. Почти сразу сочетание «одинокий орел» стало применяться во всех областях, включая индивидуальное предпринимательство. То есть прези-

дент подстрелил одного из многих — индивидуального предпринимателя, которому бизнес дался ценой пота и крови, сделав ставку на Синего Орла. Попутно обратим внимание на фон происходящего: неспокойное море и грозовые тучи. Кстати, в 1935 г. Верховный суд США признал деятельность НАВ неконституционной, а в декабре 1936 г. вышел указ Ф. Д. Рузвельта об упразднении этого ведомства. Похожее негативное отношение к НАВ с долей черного юмора представлено на рис. 8, где эмблема синего орла гордо выставлена в окне похоронного бюро.

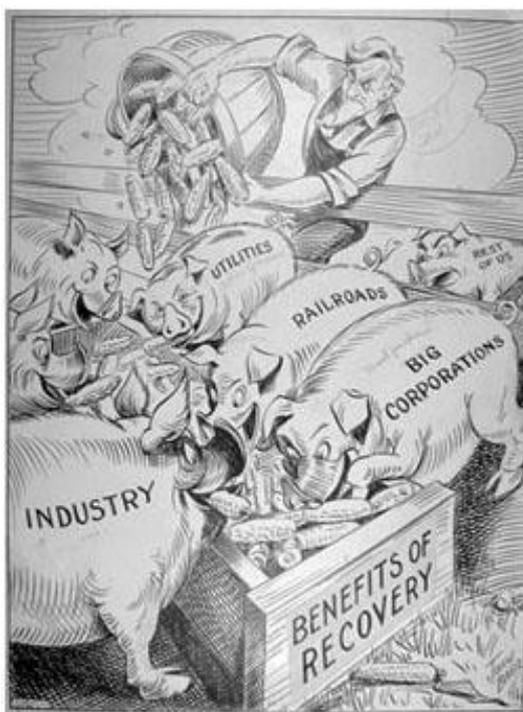


Рис. 6



Рис. 7

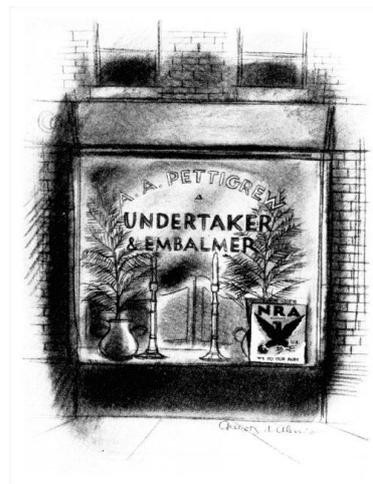


Рис. 8

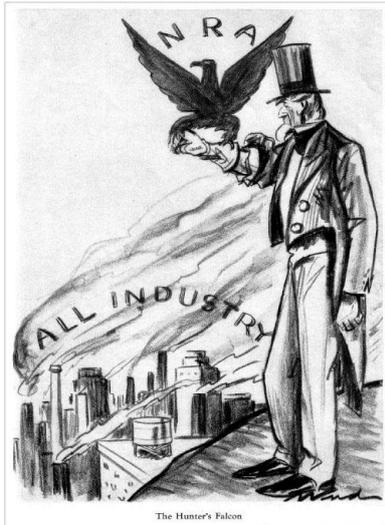


Рис. 9

Впрочем, преобладали рисунки, на которых НАВ выступает гарантом получения работы, регулятором производственных отношений, верным помощником Америки. Последний вариант представлен на рис. 9, где НАВ — это «верный сокол охотника», не сводящий зоркого ока с промышленности США. Если бы не контекст статьи, то в отрыве от текста можно бы было расценить этот рисунок как антиправительственный, показывающий, что дядя Сэм и НАВ разоряют бизнес, но пристрастия карикатуриста, политика издательства и сопровождающий текст не оставляют сомнений в прославлении действий Ф. Д. Рузвельта. Немало рисунков, где эмблема НАВ размещена на воротах больших предприятий, наконец открывших свои двери для обнадеженных толп рабочих, на лицах которых — удовлетворение, надежда, даже улыбки. Лысый орел как традиционный символ США встретился в нашем материале только один раз (рис. 10). Огромный мрачный стервятник Бюрократия водрузился на крышу Белого дома, символизируя политику Ф. Д. Рузвельта, намеренно раздувавшего штат служащих всевозможных ведомств, государственных органов управления и т. д. для создания рабочих мест, что одновременно приводило и к замедлению делопроизводства. Карикатура появилась в 1936 г., когда дело шло к президентским выборам.

Индюшка как традиционный символ Дня благодарения появилась в карикатуре, когда реформы дали результат. Нужно вспомнить, что для американцев это не просто блюдо, а фактически ритуальная дичь, символизирующая преодоление трудностей, страшных испытаний, голода и болезни, Божью благодать, чудесное спасение и счастливое сытое завтра. Один из таких примеров (рис. 11) изображает двух типичных обитателей «Гувервиля» (т. е. лачуг, построенных из картона, остатков досок, мусора и появившихся в период президентства Г. Гувера), ранее обычных американцев, превратившихся в бомжей. На ободранной стене — портрет улыбающегося Ф. Д. Рузвельта, на коробке, в которой принесли индюшку, стоят две надписи: «Handle with care» — «Обращаться деликатно» и «Use No Hooks». Лексема *hook* в прямом



Рис. 10

значении означает «крюк, крючок», в том числе и для подвешивания дичи над огнем. Переносные значения дадут перевод «Не прикасаться руками», «Обмана нет», «Это не подвох», «Это не рекламный трюк». Это если воспринимать часть «No hooks», расположенную под глаголом «use», как отдельный элемент. Если перевести фразу, включающую этот глагол, то помимо прямого кулинарного значения «готовить не подвешивая, готовить деликатно» возможен иной перевод: «Не обманывай!», хорошо сочетающийся с уже знакомой нам эмблемой Синего Орла на правом углу коробки. Умиленные лица, молитвенно сложенные руки, благоговейные позы на фоне светлого, но пока разбитого окна и разрухи во дворе дополняют прославление правительственных мер. Изображения индюшки или курицы на огромном яйце или с цыплятами стали символом надежды на окончание спада и регулярно появлялись в канун 1930, 1931, 1932 г. Головки у птиц были задорно подняты вверх. К сожалению, январь не принесил ничего нового, и образ исчезал со страниц. Один из типичных образов крокодила приведен на рис. 12. Крокодил, как правило, связывается в культуре США с Югом, южными штатами. В период Великой депрессии крокодил стал символом флоридского «мыльного пузыря» в сфере недвижимости, который лопнул в 1925 г., став предвестником падения 1929 г. Немало американцев брало займы и покупало землю и дома во Флориде по крайне завышенным ценам. Флорида на протяжении многих лет была курортным штатом, поэтому люди надеялись не только вернуть вложенные деньги, но и получить баснословную прибыль. Когда цены резко упали, вкладчики не смогли ни вернуть свои вложения, ни отдать взятые кредиты. Кстати, кризис 2008 г. тоже начался с обвала рынка недвижимости и ипотечного кредитования. Судя по карикатуре, американцы в лице маленького человечка, едва вырвавшись с воплями из пасти крокодила, тут же бегут к вставшему на дыбы быку, олицетворяющему Нью-Йоркский фондовый рынок. Карикатура называется «That Little Guy Never Seems to Learn Anything» — «Эта мелочь никогда не извлекает

урока» и сначала появилась в «Columbus Dispatch», а 4 декабря 1928 г. украсила страницы «Chicago Daily Tribune» — до краха 11 месяцев и один день. Белка воплощала в себе «разумного» экономиста, который с удивлением спрашивает среднестатистического американца, ставшего жертвой не спекуляций на рынке, а разорения банков, почему он ничего не откладывал на «черный» день (рис. 13). На что тот отвечает: «Откла-

дывал». Критика в данном случае была направлена против тех специалистов, которые были склонны обвинять граждан США в отсутствии здравого смысла и нежелании откладывать деньги, когда они были. На самом деле одной из причин кризиса стали, напротив, неумеренные кредиты и спекуляции, погубившие вклады многих американцев, никак не участвовавших в играх на бирже.

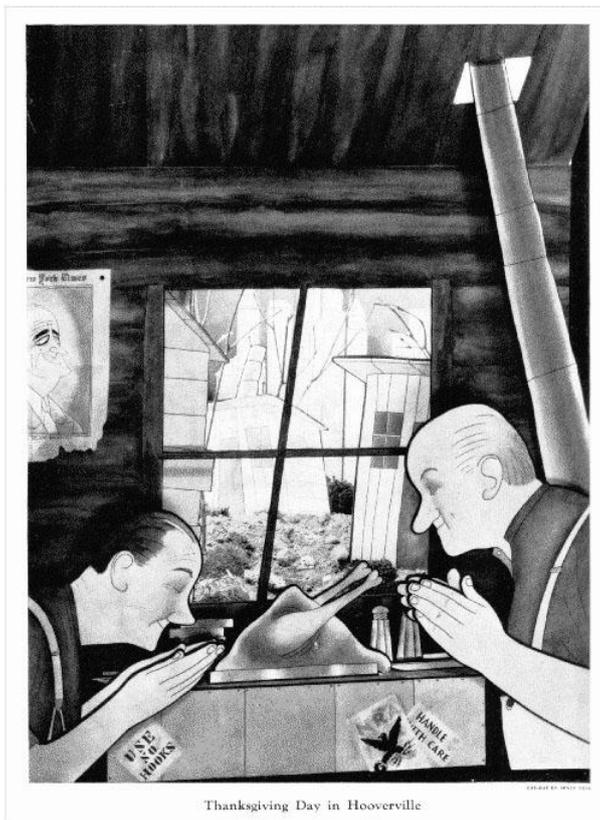


Рис. 11



Рис. 12



Рис. 13



Рис. 14



Рис. 15

В заключение сопоставим зооморфизмы карикатуры Великой депрессии и наших дней. Одной из примет зооморфных образов кризиса последних лет было изображение улитки по имени Экономика, с которой постоянно съезжает седло (рис. 14). Это что касается достаточно экзотичных персонажей. В остальном наш материал демонстрировал традиционные изображения слона и осла, символизирующих две партии, индюка, американского лысого орла и стервятников — советников Б. Обамы, которые кружат над окровавленным дядей Сэмом (рис. 15). В нашей выборке карикатур времен Великой депрессии слона республиканцев нет вообще (хотя соответствующий символ к тому времени уже давно был создан Т. Настом), осел появился один раз в карикатуре прореспубликанского издания.

ИСТОЧНИКИ

1. Funny caricature [Electronic resource] : Politic caricature, Obama Caricature, Celebrity caricature : blog. — 2011. URL: <http://www.allfunnycaricatur.blogspot.com> (date of access: 16.08.2015).
2. Hire an illustrator [Electronic resource]. URL: <http://www.hireanillustrator.com/> (date of access: 16.08.2015).
3. Humor in America [Electronic resource]. URL: <http://humorinamerica.wordpress.com/> (date of access: 16.08.2015).
4. Jokes.conservativepapers [Electronic resource]. URL: <http://www.jokes.conservativepapers.com> (date of access: 16.08.2015).

E. V. Shustrova
Ekaterinburg, Russia

ANIMALISTIC IMAGES OF THE GREAT DEPRESSION TIMES: AMERICAN POLITICAL CARTOON REFLECTION

ABSTRACT. *The paper investigates mental models which form a basis for graphic (multimodal) metaphors that were connected with the representation of animals in American editions in the time that is traditionally called the Great Depression. This period began when the Stock Market crashed on October 29, 1929. As is known, that was the time of Herbert Hoover's (Republican) unfortunate presidency. In 1932, Franklin Delano Roosevelt was elected, who immediately started "The New Deal" program.*

The methods of investigation are formed on the basis of conceptual metaphor theory, multimodal metaphor approach. These methods of study have been further changed in the process of the given research so that linguistic data could be analyzed in a more detailed way.

As a result the authors have described transferred meanings, pun, decomposition of set-expressions and analyzed images that are deeply rooted in culture. All these form the basis for satire and irony in political cartoons of the given period. The animalistic images of that period included bulls and bears, lambs (sheep), horses, cows, swine, donkeys, crocodiles, squirrels, eagles (interchangeable with falcons) and domestic fowl.

Americans of different social strata, brokers, H. Hoover, F. D. Roosevelt, the Congress, the Administration, state programs, and US economy formed the target metaphoric sphere. The causes of the Depression as seen by the American cartoonists of that period are compared with what is happening today in US cartoon as far as economic reduction is concerned.

The results of the research in question contribute to the investigations of political metaphors. Some results may also be of interest for scholars whose professional sphere is linked to cross-cultural and linguo-cultural studies.

KEYWORDS: *graphic metaphor; political discourse; political cartoon; animalistic images; the Great Depression, H. Hoover, F. D. Roosevelt, B. Obama.*

ABOUT THE AUTHOR: *Shustrova Elizaveta Vladimirovna, Doctor of Philology, Professor of Department of English, Methods of Teaching and Translation Theory, Ural State Pedagogical University, Ekaterinburg, Russia.*

5. Kaltoons = KAL [Electronic resource] : the official site of Kevin Kallaughter. URL: <http://www.kaltoons.com> (date of access: 16.08.2015).

6. Los Angeles Times [Electronic resource]. URL: <http://www.latimes.com> (date of access: 16.08.2015).

7. New York Post [Electronic resource]. URL: <http://www.nypost.com> (date of access: 16.08.2015).

8. Ohio state University Billy Ireland collection of Cartoons [Electronic resource]. URL: <http://cartoons.osu.edu/> (date of access: 16.08.2015).

9. Political Irony [Electronic resource]. URL: <http://www.politicalirony.com> (date of access: 16.08.2015).

10. Political Graffiti | Independent Political cartoons [Electronic resource]. URL: <http://www.politicalgraffiti.wordpress.com> (date of access: 16.08.2015).

11. Shutterstock images (2003—2012) [Electronic resource]. URL: <http://www.shutterstock.com> (date of access: 16.08.2015).

12. The Authentic History Center [Electronic resource]. URL: <http://www.authentichistory.com> (date of access: 16.08.2015).

13. The Cagle Post Cartoons & Commentary [Electronic resource]. URL: <http://www.cagle.com/> (date of access: 16.08.2015).

14. The Economist [Electronic resource]. URL: <http://www.theeconomist.com> (date of access: 16.08.2015).

15. The Guardian [Electronic resource]. URL: <http://www.theguardian.com/> (date of access: 16.08.2015).

16. The Huffington Post [Electronic resource]. URL: <http://www.huffingtonpost.com/> (date of access: 16.08.2015).

17. The Library of Congress [Electronic resource]. URL: <http://www.loc.gov/pictures> (date of access: 16.08.2015).

18. The New York Public Library [Electronic resource]. URL: <http://digital.gallery.nypl.org> (date of access: 16.08.2015).

19. The New York Times [Electronic resource]. URL: <http://www.nytimes.com> (date of access: 16.08.2015).

20. The Onion [Electronic resource]. URL: <http://www.theonion.com> (date of access: 16.08.2015).

21. The Political Carnival [Electronic resource]. URL: <http://thepoliticalcarnival.net/> (date of access: 16.08.2015).

22. The Washington Times [Electronic resource]. URL: <http://p.washingtontimes.com/> (date of access: 16.08.2015).

23. The Week [Electronic resource]. URL: <http://www.theweek.com> (date of access: 16.08.2015).

ЛИТЕРАТУРА

1. АБВУУ Lingvo : электр. программа.
2. Шустрова Е. В. Ориентационные метафоры в американской карикатуре времен Великой депрессии // Политическая лингвистика. 2015. № 3. С. 65—73.

REFERENCES

1. ABBYY Lingvo : elektr. programma.
2. Shustrova E. V. Orientatsionnye metafory v amerikanskoj karikature vremen Velikoy depressii // Politicheskaya lingvistika. 2015. № 3. S. 65—73.
3. Funny caricature [Electronic resource] : Politic caricature, Obama Caricature, Celebrity caricature : blog. — 2011. URL: <http://www.allfunnycaricatur.blogspot.com> (date of access: 16.08.2015).
4. Hire an illustrator [Electronic resource]. URL: <http://www.hireanillustrator.com/> (date of access: 16.08.2015).
5. Humor in America [Electronic resource]. URL: <http://humorinamerica.wordpress.com/> (date of access: 16.08.2015).
6. Jokes.conservativepapers [Electronic resource]. URL: <http://www.jokes.conservativepapers.com> (date of access: 16.08.2015).
7. Kaltoons = KAL [Electronic resource] : the official site of Kevin Kallaughter. URL: <http://www.kaltoons.com> (date of access: 16.08.2015).
8. Los Angeles Times [Electronic resource]. URL: <http://www.latimes.com> (date of access: 16.08.2015).
9. New York Post [Electronic resource]. URL: <http://www.nypost.com> (date of access: 16.08.2015).
10. Ohio state University Billy Ireland collection of Cartoons [Electronic resource]. URL: <http://cartoons.osu.edu/> (date of access: 16.08.2015).
11. Political Irony [Electronic resource]. URL: <http://www.politicalirony.com> (date of access: 16.08.2015).
12. Political Graffiti | Independent Political cartoons [Electronic resource]. URL: <http://www.politicalgraffiti.wordpress.com> (date of access: 16.08.2015).
13. Shutterstock images (2003—2012) [Electronic resource]. URL: <http://www.shutterstock.com> (date of access: 16.08.2015).
14. The Authentic History Center [Electronic resource]. URL: <http://www.authentichistory.com> (date of access: 16.08.2015).
15. The Cagle Post Cartoons & Commentary [Electronic resource]. URL: <http://www.cagle.com/> (date of access: 16.08.2015).
16. The Economist [Electronic resource]. URL: <http://www.theeconomist.com> (date of access: 16.08.2015).
17. The Guardian [Electronic resource]. URL: <http://www.theguardian.com/> (date of access: 16.08.2015).
18. The Huffington Post [Electronic resource]. URL: <http://www.huffingtonpost.com/> (date of access: 16.08.2015).
19. The Library of Congress [Electronic resource]. URL: <http://www.loc.gov/pictures> (date of access: 16.08.2015).
20. The New York Public Library [Electronic resource]. URL: <http://digital.gallery.nypl.org> (date of access: 16.08.2015).
21. The New York Times [Electronic resource]. URL: <http://www.nytimes.com> (date of access: 16.08.2015).
22. The Onion [Electronic resource]. URL: <http://www.theonion.com> (date of access: 16.08.2015).
23. The Political Carnival [Electronic resource]. URL: <http://thepoliticalcarnival.net/> (date of access: 16.08.2015).
24. The Washington Times [Electronic resource]. URL: <http://p.washingtontimes.com/> (date of access: 16.08.2015).
25. The Week [Electronic resource]. URL: <http://www.theweek.com> (date of access: 16.08.2015).

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

РАЗДЕЛ 2. ПОЛИТИЧЕСКАЯ КОММУНИКАЦИЯ

УДК 81 '27:32
ББК Ш100.621+Ф043

ГСНТИ 16.21.27; 11.15.23

Код ВАК 10.02.21; 23.00;02

У. А. Асаналиев
Бишкек, Кыргызстан (Киргизия)

ПОЛИТИЧЕСКИЙ РИСК И ЕГО ВЛИЯНИЕ НА ХАРАКТЕР ПОЛИТИЧЕСКОГО ПРОЦЕССА

АННОТАЦИЯ. *Исследование риска — попытка адаптироваться к условиям глобализирующегося мира. Необходимость изучения рисков в политике связана с потребностью анализировать, прогнозировать и моделировать развитие политических процессов с целью сохранения государственности и реализации собственных интересов. Исследование рисков становится особенно актуальным в условиях перехода от плановой экономики и командно-административного метода управления государством к рыночной экономике и демократии в политической сфере. Необходимо выработать методологию анализа современного политического процесса с учетом неопределенности и риска, позволяющую раскрыть и объяснить причины и факторы рисков. Однако до сих пор предпринимаются только попытки определения риска в отдельных областях деятельности человека. Риск становится объектом исследования в различных науках. Больше всего экономических трудов, изучающих риск, связанных с риском инвестиций, страхования, финансовой деятельностью, риском в предпринимательской деятельности в банковской сфере, причем под риском понимается опасность понести убытки. Менее многочисленны соответствующие исследования в философии, правоприменительной практике, социологии, психологии, рассматривающие риск как форму проявления поведения человека. Категория политического риска появилась в лексиконе зарубежных транснациональных компаний и банков применительно к рынку развивающихся стран, т. е. речь шла об отрицательном воздействии политических причин на экономику. Такой взгляд представляется односторонним, отражающим только интересы инвесторов. Кроме того, риск в политике может включать не только политическую составляющую, но и широкий круг экономических, организационных, социальных, психологических, манипуляционных и других действий, он шире по содержанию категории «политический риск». Поэтому полагаем, есть необходимость различать «риск в политике» и «политический риск».*

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: *политический риск; процесс глобализации; неопределенность; инвестиция.*

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ: *Асаналиев Уланбек Аскарбекович, кандидат политических наук, исполняющий обязанности доцента кафедры философии и гуманитарных дисциплин, Институт гуманитарных знаний, Кыргызский государственный университет им. И. Арабаева; адрес: 720026, Кыргызская Республика, г. Бишкек, ул. Разакова, 51 а; e-mail: ulanbek_asanaliiev@mail.ru.*

Глобальные изменения современного мира, нарастание элементов непредсказуемости в общественной жизни, неопределенность природы политических процессов, потребность поиска средств, позволяющих учитывать факторы неопределенности в осуществлении политической деятельности определяют целесообразность исследования механизма взаимосвязи риска и технологий реального осуществления политического процесса.

Современный процесс глобализации можно определить как триединство процессов формирования целостной глобальной экономики, опирающейся на транснациональные корпорации как субъектов глобальных (основывающихся прежде всего на общемировых, а не национально-страновых рынках) экономических отношений, объективно означающего качественное ограничение суверенитета государств, особенно занимающих места от второго и ниже в фактической иерархии субъектов международных отношений. Интеграция в ряде случаев может являться фактором не только наращивания национальной мощи, но и ее ограничения, дискриминации, угрозы национальным интересам [см.: Лойко 2015].

Процессы глобализации сопровождаются риском во всех сферах деятельности в силу неопределенности, противоречивости и неоднозначности природы этих процессов.

Существенными факторами глобального политического риска, наряду с обозначенным ограничением суверенитета национального государства, являются риски в деятельности правительств, принимающих решения, а также актуализация экологической опасности, рост цен на энергоресурсы, международные тенденции движения капиталов, мировая торговля наркотиками, рост терроризма и др.

Для того чтобы воздействовать на глобальные факторы риска, необходимо тщательно исследовать их. Исследование риска, таким образом, является своеобразной попыткой понять сложный и неоднозначный глобализирующийся мир и противостоять его отрицательным тенденциям. Необходимость изучения рисков в политике связана с потребностью анализировать, прогнозировать и моделировать развитие политических процессов с целью сохранения государственности и реализации собственных интересов. И если философия, синергетика ставят проблему, то изучение риска призвано ее решать, помочь адаптироваться к ситуации неопределенности.

Утверждение в Кыргызстане рыночных отношений в экономике и демократии в политике требует осмысления роли политики в обществе. Существовавшие раньше в нашей стране командно-административный метод управления и плановая экономика исключали элемент неопределенности и риска, так как политическое пространство рассматривалось как жестко детерминированное и предопределенное.

В условиях перехода к рыночным отношениям ситуация изменилась, игнорировать фактор неопределенности становится невозможным. Экономическая, социальная, информационная и другие сферы общественной жизни становятся все более неопределенными. Этот фактор приобретает дополнительную актуальность и значимость, если учесть глобализационные процессы в мировом экономическом и политическом пространстве, в котором Кыргызстан стремится занять достойное место в «числе наиболее конкурентоспособных и динамично развивающихся стран мира». Взаимодействие экономики и политики в Кыргызстане, характеризующееся, с одной

стороны, последствиями многолетней плановой экономики, с другой — несформированностью демократических институтов, имеет весьма специфический характер, что сказывается на осуществлении политической деятельности и увеличивает рисковость. В связи с этим отечественная политическая наука должна выработать методологию анализа современного политического процесса, которая бы учитывала неопределенность и риск, позволяла раскрыть и объяснить причины и факторы, лежащие в их основе. Однако до настоящего времени в нашей стране в основном предпринимались попытки определения риска только применительно к отдельным областям деятельности человека.

Сегодня о риске говорят специалисты разных отраслей знаний. Лидирующее положение занимают экономические науки, рассматривающие риски инвестиций, страхования, финансовой деятельности, риски в предпринимательской деятельности в банковской сфере — риски, связанные с возможным убытком. Менее многочисленны исследования в философии, правоприменительной практике, социологии, психологии, рассматривающие риск как форму проявления поведения человека.

Категория «политический риск» появилась в лексиконе зарубежных транснациональных компаний и банков, понесших существенные финансовые потери на зарубежных рынках, особенно в странах с так называемой переходной экономикой. Риск изучался для оценки социальной и политической ситуации в странах возможного вложения своих инвестиций. «Под политическим риском понимались риски, которым подвергалась деятельность компаний в других странах, оценивались как ухудшение экономической деятельности субъектов на зарубежных рынках в результате влияния политических факторов: конфликтов, нестабильности, роста национализма, фундаментализма» [Политический риск 1992: 8]. Во всех случаях речь идет об отрицательном воздействии политических причин на экономику. Такое понимание политического риска закрепилось в современной политической науке. Полагаем, что подобная позиция односторонняя, отражает только утилитарные интересы и цели страны-инвестора. А в зависимости от цели могут меняться и оценка уровня риска, и подходы к исследованию факторов риска.

Современное государство все в большей степени сталкивается с необходимостью анализа рисков в различных аспектах не только внешней, но и внутренней политики. Развивающиеся рынки и демократизационные процессы способствуют усилению нестабильности политического процесса. При этом речь идет не только о революциях, переворотах, смене правительства и курса, но и о рисках, которые не представляют угрозы для страны-инвестора, напротив, есть реальная угроза национальной безопасности и политической стабильности, обусловленная внутривнутриполитическими процессами. Силовые политические решения на национальном уровне не обязательно влияют на деятельность иностранных компаний, кардинально или существенно влияя на внутриполитические процессы в экономической, политической, социальной и прочих сферах.

Таким образом, рассматриваемая проблема риска в технологиях осуществления политического процесса является для отечественной науки новой.

Риски в политической деятельности в структуре рискологии являются одним из главных исследовательских объектов, так как многие разновидности экономических, психологических, социальных и других рисков в значительной степени связаны с политической стабильностью и легитимностью органов власти. При изучении реализации политического процесса теория риска занимается проблемами особенностей его проявления в политической деятельности, рисками, связанными с функционированием политической системы, анализом степени допустимости, социальной приемлемости и оправданности, выбора оптимальных, целесообразных технологий осуществления политики. Разработка методов, позволяющих эффективно анализировать, выявлять, распознавать, оценивать риски в политической деятельности, учитывать его в технологиях реализации политического процесса, — необходимость, диктуемая потребностями сегодняшнего дня.

Рассмотрение риска в политической деятельности в рамках рискологии предопределяет целесообразность следующего порядка исследования: 1) содержательный анализ подходов к осмыслению и пониманию категории «риск», 2) рассмотрение сущности понятия «политический риск».

В современной зарубежной и отечественной литературе нет единого, общепринятого определения категории «риск». В зависимости от сферы научных интересов авторов «риском» называют различные явления, состояния и процессы. Но все признают, что риск является многозначным, полиаспектным и, в конечном счете, непредсказуемым феноменом различных процессов, в том числе и политического.

В свете вышесказанного необходимо прежде всего рассмотреть, как используется рассматриваемое понятие в разных областях научного знания, и выделить специфику риска в политике.

В научный оборот термин «риск» ввел американский исследователь Ф. Х. Найт. По его мнению, следует различать неопределенность и риск. «Риск или вероятность в определенной степени дополняют теоретический анализ исследования эмпирических данных» [Найт 1994: 15]. Значительное число авторов используют слово «риск» как синоним неопределенности. В этом случае говорят о «принятии решения в условиях неопределенности» вместо «принятия решения в условиях риска». Естественно, что для этого имеются существенные логические основания, так как риск является одним из способов преодоления неопределенности и возникает лишь в ситуации неуверенности в возможности достижения предполагаемого результата.

«Неопределенность обозначает ситуации, при которых неизвестны, и в принципе не могут быть выявлены ни количество возможных решений проблемы, ни последствия предлагаемых вариантов, ни вероятности наступления событий» [Там же: 27]. В области политики, в частности, это означает, что в условиях неопределенности субъект политической жизни не располагает полной информацией об альтернативах решения

проблемы, их полезности и ему не известны вероятности возникновения политической ситуации, событий, на которые влияет огромное число внешних факторов, и его действия в указанной ситуации становятся рискованными.

Значит, понятие «риск» применяется для обозначения объективной неопределенности, которая поддается нормированию, тогда как понятие «неопределенность» необходимо для обозначения не поддающейся нормированию данности. В политологической, юридической и философской литературе существуют различные подходы к пониманию соотношения объективного и субъективного в явлении «риск».

Во-первых, распространена точка зрения, согласно которой риск — явление, имеющее только объективное содержание, поскольку оно определяется независимыми от людей условиями. Риск является формой описания реально существующей неопределенности, ее выражения в количественных и качественных характеристиках и соответствует некоторым объективным закономерностям социальной жизни. В этом и выражается объективность риска, который существует независимо от того, осознают субъекты политической жизни его наличие или нет, учитывают его или нет в своей деятельности. Например, реально существует вероятность заболевания того или иного человека той или иной болезнью в зависимости от исполнения им профессиональных обязанностей либо каких-нибудь действий, принадлежности к профессии с высоким уровнем риска, курения, алкоголизма, употребления наркотиков, радиационного излучения.

Во-вторых, в ряде работ, например в сочинениях В. А. Ойгензихта и Г. Н. Солнцева [Ойгензихт 1973: 21; Солнцева 1999: 21], риск предстает как сугубо субъективное явление, поскольку вероятность опасности, неудачи есть не что иное, как результат оценки человеком последствий поступка, действий. Субъективность риска связана прежде всего с восприятием риска и его оценкой.

В-третьих, в работах А. П. Альгина, Л. А. Байдельдинова, В. Ф. Лапицкого, Р. Доусона, В. В. Ильина, А. С. Панарина [Альгин 1989; Байдельдинов 2000; Лапицкий 1992; Доусон 1996; Ильин, Панарин 1994: 16] риск включает как объективное, так и субъективное содержание. Риск представляет собой действия субъекта в условиях выбора, когда субъект, принимающий политические решения, объективно располагает информацией, позволяющей выявить варианты решения, их потенциальные последствия и оценить вероятность их возникновения. Рисковость в политике исходит от «объективной и субъективной неопределенности, существующей между замыслом и конечным его воплощением, оперирующей категориями *запланированный результат — частичная реализация — фактический провал*» [Доусон 1996: 12]. В этой связи заслуживает поддержки мнение В. А. Ойгензихта о том, «что риск, понимаемый как допущение при указанных обстоятельствах отрицательного результата, невозможных потерь, является наряду с виной одним из видов психического отношения субъекта к своим собственным действиям или к поведению третьих лиц, либо к результату, происшедшему в силу событий, не зависящих от воли субъекта.

Принимая рискованное решение, субъект сознательно и добровольно принимает на себя ответственность» [Ойгензихт 1973: 40].

Особое место в рискологической литературе занимают попытки определения риска, в которых выделяются черты и свойства, характеризующие риск как общенаучное понятие.

«Риск представляет собой образ действий в неясной, неопределенной обстановке» [Абчук 1993: 26]. «Риск — это действие в вероятностных условиях, при наличии информации об оценках вероятности каждого из возможных исходов событий» [Райа 1979: 3]. Риск расценивается как «затрата усилий и средств, при неопределенном соотношении выигрыша и потерь, шанса на удачу или краха» [Пригожин 1989: 26], риск — это «единство обстоятельств и индивидуально-групповых предпочтений или критериев оценки ситуации, на основе которых принимается оперативное решение» [Макаренко 1977: 45]. Таким образом, риск связывают прежде всего с субъектом, осознающим его и имеющим право выбора.

Очень часто риск отождествляется только с неудачей, убытками и потерями. Так, некоторые специалисты считают, что «риск — это определенные явления, которые содержат возможность материальных потерь» [Собчак 1963: 55]. «Риск — это опасность, от которой проводится страхование имущества» [Рассудовский 1963: 42], «риск — мера ожидаемой неудачи, неблагоприятия в деятельности» [Гринбург 1963: 68]. Подобная характеристика риска преимущественно присуща правовой деятельности, предпринимательской и экономической сфере, которые избегают неопределенности, предпочитая выгоду, пусть и небольшую, и ясность.

Такие исследователи, как У. Бек, Э. Гидденс, Н. Луман рассматривают случайность и риск как «неизменные спутники системы, стремящейся к установлению господства над природой» [Giddens 1991: 109].

Анализ различных источников по проблемам риска позволяет сделать следующие выводы.

Во-первых, риск отождествляется с понятием «действие». Под действием в политическом процессе понимают деятельность, т. е. риск может возникнуть только там, где есть деятельность. Следовательно, риск — категория субъективная: там, где нет деятельности, не может быть и риска.

Во-вторых, субъект, осуществляющий деятельность, располагает упреждающим потенциалом, может прогнозировать будущие ситуации.

В-третьих, деятельность осуществляется не просто так, а исходя из какой-то определенной цели. В основе изучения проблем риска лежит представление о целеполагании и целеосуществлении. Без этих важнейших понятий нельзя говорить о риске.

Подход, при котором риск включает в себя не только политическую составляющую, но и широкий круг действий экономических, организационных, социальных, психологических, манипуляционных и других форм деятельности, выражает сущность понятия «риск в политике», которое по содержанию шире понятия «политический риск». Поэтому полагаем, что следует различать эти категории, определяя «*риск в политике*» как сис-

тему целенаправленных действий, основанных на прогнозных оценках вероятности достижения поставленных и решаемых задач. Процесс целеполагания и целеосуществления — процесс субъективный, зависящий от множества факторов, отсюда не всегда логичный, но предсказуемый.

Определившись с категориями «риск», «риск в политике», перейдем к характеристике основных точек зрения на понятие «политический риск». Политический риск является одной из разновидностей риска, наряду, например, с глобальным, профессиональным, военным, экономическим, экологическим и другими рисками.

Начало изучения обозначенной проблемы относится ко второй половине 1960-х гг. Одной из первых работ по политическому риску была монография Ф. Рута. После понадобилось еще несколько лет для того, чтобы осознать, что политический риск — это особое явление, тесно связанное с экономической деятельностью корпораций.

Специфика множества возникающих в современном мире ситуаций состоит в том, что они «лишь по форме имеют экономический оттенок, а по содержанию и последствиям приобретают преимущественно политический характер» [Лапицкий 1992: 42]. Толчком к изучению политического риска послужил энергетический кризис 1970-х г. После него в ряде американских фирм стали формироваться организационные структуры по оценке политического риска. Первым в 1974 г. подобную структуру создал Ситибанк — один из наиболее крупных финансовых институтов США. Следующим событием, значительно повлиявшим на продолжение изучения данного явления, стала революция в Иране, произошедшая в 1979 г. Иранские события 1979 г. способствовали подъему престижа политологов — теоретиков политического риска, так как именно они предсказывали возможность революции, хотя политики-практики не прислушались к их прогнозам [Подколзина 1996: 19].

Дальнейшее развитие теории политического риска стимулировалось США, так как в результате аналитической деятельности в начале 80-х гг. прошлого столетия выяснилось, что военно-политические методы, традиционно используемые американским правительством для защиты своих экономических интересов, отнюдь не всегда приносят ожидаемые результаты. Становилось очевидным, что нужна разработка эффективных средств, позволяющих достаточно точно предвидеть негативные события в политической сфере и оценивать их последствия, т. е. политический риск. Это привело к тому, что к настоящему времени для анализа, оценки и прогнозирования политического риска создана мировая сеть специализированных аналитических центров как коммерческого, так и некоммерческого характера.

В настоящее время в зарубежных и отечественных исследованиях нет единых подходов к определению понятия «политический риск». Проанализируем, какие точки зрения существуют на сущность категории «политический риск».

Как видно из определений, в центре внимания ученых находится проблема взаимодействия бизнеса с политическими процессами страны вложения капитала.

«По мнению американского исследователя Ч. Кеннеди, под термином „политический риск“ следует понимать „неопределенность среды“, в которой действуют все нерыночные силы. Под „нерыночными“ факторами Ч. Кеннеди рассматривает экономические, социальные, культурные и чисто политические. При этом „политический риск“ связан не только с кризисными явлениями, такими как революция и военный переворот. В понятие „политический риск“ включаются события повседневного характера: изменение законодательства, ротация политических элит» [Джус 2002: 35].

Ч. Кеннеди сформулировал современное определение политического риска, обозначил факторы, влияющие на уровень риска. На основе различий уровня политического риска им была предложена классификация. Согласно данной классификации, по масштабам распространения различаются макро- и микрориск. Макрориск ограничивается масштабами национального государства, тогда как микрориск может ограничиваться деятельностью индивидуальных субъектов или отдельных компаний, не отражающихся в целом на экономике страны. На основе легитимности действий Ч. Кеннеди выделяет экстра-легальный и правительственно-легальный риск. *К экстралегальным рискам* относятся терроризм, саботаж, военный переворот, революция, которые расцениваются как нелегитимные, выходящие за рамки установленных правовых законов и общественных норм. К правительственно-легальным Ч. Кеннеди относит риски на основе легитимных действий правительственных структур, касающиеся деятельности иностранных компаний, возможное изменение законодательства, смену правительства [см.: Kennedy 1987: 5].

Современные исследования риска, в том числе и политического, основаны на методике, предложенной Ч. Кеннеди. Предложенные им схема анализа и классификация не претерпели существенных изменений и продолжают применяться во всех исследованиях по проблемам риска. Современный мир имеет более сложную структуру, более обширный набор внутренних и внешних факторов, что обуславливает необходимость развития методики анализа политического риска Ч. Кеннеди, ее дополнения новыми переменными, наиболее полно отражающими политический процесс.

М. Фицпатрик, В. Ашер и Т. Брювер считают существующую дефиницию политического риска неудовлетворительной из-за того, что она конституирует политический событийный риск. По их мнению, «основное внимание должно быть уделено динамике политического действия, следствием которого являются политические события. Спрогнозировать действия политических сил можно точнее, чем предсказать победителей и проигравших» [Подколзина 1996: 22]. Подобный подход имеет свои достоинства, так как позволяет проследить политический риск в развитии, с учетом конкретной ситуации, на основе анализа действий политических сил выявить причины конфронтаций.

Разнообразные трактовки и оценки политических рисков свидетельствуют о недостаточной методологической базе, малоизученности проблемы, что затрудняет исследование феномена.

ЛИТЕРАТУРА

1. Абчук В. А. Теория риска в морской практике. — Л., 1993.
2. Альгин А. П. Риск и его роль в общественной жизни. — М., 1989.
3. Байдельдинов Л. А. Проблема субъективности политической практики // Евразийское сообщество. 2000. № 4. С. 5—6.
4. Гринберг М. С. Проблема производственного риска в уголовном праве. — М., 1963.
5. Джус И. В. Теория политических рисков: проблемы дефиниции // Вестн. МГУ. Сер. 12, Политические науки. 2002. № 4. С. 30—38.
6. Доусон Р. Уверенно принимать решения / пер. с англ. Д. Л. Стровского. — М.: Объединение «ЮНИТИ», 1996.
7. Ильин В. В., Панарин А. С. Философия политики. — М.: МГУ, 1994.
8. Лапицкий В. Ф. Политический риск в управлении социальными конфликтами: автореф. дис. ... канд. филос. наук. — М., 1992.
9. Лойко О. Т. Глобальные проблемы современности: учеб. пособие. — Томск, 2015.
10. Макаренко В. П. Риск при принятии решения в научной политике. — М., 1977.

U. A. Asanaliev
Bishkek, Kyrgyzstan

POLITICAL RISK AND ITS IMPACT THE NATURE OF THE POLITICAL PROCESS

ABSTRACT. *Research of risk problems reflects the desire to adapt to the conditions of the globalizing world. The necessity to study risks in politics is connected with the need to analyze, predict and model the development of political processes with the aim to preserve statehood and realization of personal interests. The study of risks becomes especially important in the conditions of transition from planning economy and administrative way of state administration to market economy and democracy in the political sphere. It is necessary to work out a methodology of analysis of the modern political process with its instability and risks and reveal and explain the causes and factors of risks. Nevertheless, up to now researchers have only made separate attempts to define risks in some spheres of human activity. Risk becomes an object of research in some sciences. There are more economic treatises studying risks of investment, assurance, financial activity and banking, where risk is defined as a possibility to suffer from a financial loss. Fewer works on the subject are in philosophy, law enforcement, sociology and psychology, regarding risk as a personal behavior trait. The category of political risk appeared in the vocabulary of foreign trans-national companies and banks in relation to the market of developing countries, i.e. it was connected with the negative impact of political reasons on economy. Such approach seems to be one-sided and reflecting the interests of only the investors. What is more, a risk in politics may include not only the political aspect, but also a large number of economic, organization, social, psychological, manipulation and other actions; it is wider in content than the category of "political risk". That is why it is considered necessary to differentiate "a risk in politica" from "a political risk".*

KEYWORDS: *political risk; globalization; uncertainty; investment.*

ABOUT THE AUTHOR: *Asanaliev Ulanbek Askarbekovich, Candidate of Political Science, Associate Professor of Department of Philosophy and Humanitarian Subjects, Institute of Humanitarian Knowledge, Arabaev Kyrgyz State University, Bishkek, Kyrgyzstan.*

REFERENCES

1. Abchuk V. A. Teoriya riska v morskoy praktike. — L., 1993.
2. Al'gin A. P. Risk i ego rol' v obshchestvennoy zhizni. — M., 1989.
3. Baydel'dinov L. A. Problema sub"ektivnosti politicheskoy praktiki // Evraziyskoye soobshchestvo. 2000. № 4. S. 5—6.
4. Grinberg M. S. Problema proizvodstvennogo riska v ugovnom prave. — M., 1963.
5. Dzhus I. V. Teoriya politicheskikh riskov: problemy definititsii // Vestn. MGU. Ser. 12, Politicheskie nauki. 2002. № 4. S. 30—38.
6. Douson R. Uverenno prinimat' resheniya / per. s angl. D. L. Strovskogo. — M.: Ob"edinenie «YUNITI», 1996.
7. Il'in V. V., Panarin A. S. Filosofiya politiki. — M.: MGU, 1994.
8. Lapitskiy V. F. Politicheskoy risk v upravlenii sotsial'nymi konfliktami: avtoref. dis. ... kand. filos. nauk. — M., 1992.
9. Loyko O. T. Global'nye problemy sovremennosti: ucheb. posobie. — Tomsk, 2015.
10. Makarenko V. P. Risk pri prinyatii resheniya v nauchnoy politike. — M., 1977.
11. Nayt F. Kh. Ponyatiya riska i neopredelennosti // Tezis. 1994. Vyp. 5.

11. Найт Ф. Х. Понятия риска и неопределенности // Тезис. 1994. Вып. 5.
12. Ойгензихт В. А. Аспекты соотношения вины и риска // Советское государство и право. 1973. № 10.
13. Подколзина И. А. Проблемы дефиниции и оценки политического риска в зарубежных исследованиях // Вестн. МГУ. Сер. 12, Политические науки. 1996. № 5. С. 19—33.
14. Политический риск. Анализ, оценка, прогнозирование, управление. — М., 1992.
15. Пригожин А. И. Нововведения: стимулы и препятствия. — М., 1989.
16. Райа Э. Деловой риск. — Таллин, 1979.
17. Рассудовский В. Вопрос об имущественном риске в гражданском праве // Советская юстиция. 1963. № 18.
18. Собчак А. А. О некоторых спорных вопросах общей теории правовой ответственности // Правоведение. 1963. № 1.
19. Солнцева Г. Н. О психологическом содержании понятия «риск» // Вестн. МГУ. Сер. 14, Психология. 1999. № 2.
20. Giddens A. Fate, Risk and Security // Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age. — Cambridge: Polity Press, 1991.
21. Kennedy Ch. Political Risk management. — N. Y., 1987.

12. Oygensikht V. A. Aspekty sootnosheniya viny i riska // Sovetskoye gosudarstvo i pravo. 1973. № 10.
13. Podkolzina I. A. Problemy definititsii i otsenki politicheskogo riska v zarubezhnykh issledovaniyakh // Vestn. MGU. Ser. 12, Politicheskie nauki. 1996. № 5. S. 19—33.
14. Politicheskoy risk. Analiz, otsenka, prognozirovaniye, upravleniye. — M., 1992.
15. Prigozhin A. I. Novovvedeniya: stimuly i prepyatstviya. — M., 1989.
16. Raya E Delovoy risk. — Tallin, 1979.
17. Rassudovskiy V. Vopros ob imushchestvennom riske v grazhdanskom prave // Sovetskaya yustitsiya. 1963. № 18.
18. Sobchak A. A. O nekotorykh spornykh voprosakh obshchey teorii pravovoy otvetstvennosti // Pravove-denie. 1963. № 1.
19. Solntseva G. N. O psikhologicheskoy soderzhanii ponyatiya «risk» // Vestn. MGU. Ser. 14, Psikhologiya. 1999. № 2.
20. Giddens A. Fate, Risk and Security // Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age. — Cambridge: Polity Press, 1991.
21. Kennedy Ch. Political Risk management. — N. Y., 1987.

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

И. Д. Бекоева, В. П. Джиоева, Т. Ю. Тамерьян
Владикавказ, Россия

ДОМИНАНТНЫЕ ПОЛИТТЕХНОЛОГИИ ЮГООСЕТИНСКОГО ПОЛИТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА

АННОТАЦИЯ. Представлено исследование современной политической коммуникации в Южной Осетии, парламентского и президентского дискурсов. Югоосетинский политический дискурс — осуществляемый в условиях русско-осетинского двуязычия речевой акт политической коммуникации институционального типа, становление которой еще не завершено. Под политическим дискурсом понимается совокупность всех речевых актов, используемых в политических дискуссиях, а также правил публичной политики, освященных традицией и проверенных опытом. На примере выступлений югоосетинских ведущих политиков рассматриваются стратегии и тактики устного политического дискурса и соотношение их с языковыми средствами выражения. Основной целью исследования является раскрытие особенностей функционирования политической коммуникации в Республике Южная Осетия. Основным методом исследования является метод дискурсивно-когнитивного анализа, который предполагает выявление и описание специфики реализации речевого взаимодействия в опоре на контекстуальное окружение, влияющее на выбор лингвистических средств. Материалом для исследования послужили русскоязычные скрипты, репрезентирующие жанры пресс-конференций и интервью. Диалогическое общение в прямом эфире интересно тем, что оно, в отличие от официальной риторики, обнаруживает доминантные, системообразующие стратегии и тактики продуцентов политического дискурса. В качестве специфической черты политической коммуникации югоосетинских политических лидеров указывается реализация стратегии открытости и стратегии обратной связи. Ролевая самопрезентация представителей двух ветвей верховной власти выдержана в рамках осетинской культурной традиции, предполагающей отношения, основанные на общности и иерархии: президент объективирует высшую власть посредством индивидуального «я», а спикер, соблюдая коллегиальность, эксплицитует коллективное «мы».

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: политическая коммуникация; коммуникативные стратегии и тактики; стратегия открытости; стратегия обратной связи; общинные отношения.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ: Бекоева Ирина Давидовна, аспирант, Северо-Осетинский государственный университет им. К. Л. Хетагурова; адрес: 362025, г. Владикавказ, ул. Ватутина, 44-46; e-mail: irina.beckoeva@yandex.ru.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ: Джиоева Варвильна Павловна, аспирант, Северо-Осетинский государственный университет им. К. Л. Хетагурова; адрес: 362025, г. Владикавказ, ул. Ватутина 44-46; e-mail: jio.varvilina@mail.ru

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ: Тамерьян Татьяна Юльевна, доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры иностранных языков для неязыковых специальностей факультета иностранных языков, Северо-Осетинский государственный университет им. К. Л. Хетагурова — СОГУ; адрес: 362025, г. Владикавказ, ул. Ватутина 44-46; e-mail: tamertu@mail.ru.

Возникновение на карте мира новых государств, только набирающих опыт политического диалога внутри страны и пытающихся интегрироваться в мировой контекст, обуславливает значимость изучения процесса становления политической коммуникации в рамках современной лингвистики.

Республика Южная Осетия — это молодое государство, образовавшееся после объявления независимости в 1990 г. Модель его политического устройства выработывалась в течение нескольких лет.

Сначала был сформирован однопалатный парламент (64 депутата) — в то время Верховный Совет Республики Южная Осетия — на основе всенародного голосования 9 декабря 1990 г. Его ядро составили активисты организации «Адæмон Ныхас» («Народное собрание»).

Институт президентства в Южной Осетии возник несколько позже в соответствии с глобальными законами политического развития. Однако его введению в конце прошлого столетия предшествовал внутривнутриполитический кризис, грозивший гражданской войной. Инаугурация первого президента РЮО Людвиг Алексеевич Чибирова состоялась только в конце 1996 г.

Становление новой политической системы, определение ее идеологии и тенденций развития, служащих факторами укоренения государственной идентичности, отражает появление политических лидеров, разрабатывающих этнообусловленные технологии речевого общения власти с народом.

Исследование югоосетинского президентского и парламентского дискурсов как новой языковой реальности, воплощаемой коммуникативными

личностями Л. Х. Тибилова и А. И. Бибилова, расширяет рамки изучения проблем институциональной коммуникации, от эффективности которой зависят результаты политического развития страны.

Югоосетинский политический дискурс представляет собой осуществляемый в условиях русско-осетинского двуязычия речевой акт политической коммуникации институционального типа, формирование норм которой еще не завершено.

Мы исходим из положения о том, что политический дискурс образует совокупность всех речевых актов, используемых в политических дискуссиях, а также правил публичной политики, освященных традицией и проверенных опытом [Баранов, Казакевич 1991: 6].

Современная антропоцентрическая научная парадигма, проявляющаяся в изучении воздействия языка на поведение и мышление человека, взаимоотношения языка и общества, характеризуется акцентированием человеческого фактора в языке (Ю. Д. Апресян, Н. Д. Арутюнова, Т. В. Булыгина, В. З. Демьянков, В. В. Колесов, Ю. С. Степанов, А. Д. Шмелев).

Данное исследование осуществляется в рамках когнитивно-дискурсивного лингвистического подхода. Дискурсивный анализ предполагает выявление и описание специфики речевого взаимодействия в опоре на контекстуальное окружение, учет его влияния на выбор языковых средств.

Когнитивный подход позволяет выявить связи ментальной активности, речепорождения, когнитивной базы, коммуникативных интенций, прагматических целей, ценностных ориентиров с вербальной реализацией сообщения на фоне

языковой, этнокультурной и институциональной компетенций адресата. Более того, когнитивная лингвистика открывает перспективы построения когнитивных фреймов, схем, сценариев и моделей, структурирующих первоначальную коммуникацию лидеров страны как представителей политических институтов.

Исследование вопросов политического дискурса опирается на положения общей теории дискурса, разрабатываемые как зарубежными (Т. А. van Dijk, G. Brown, G. Yule, J. Baudrillard, P. Sériot, M. Stubbs), так и отечественными лингвистами (В. Н. Базылева, Э. В. Будаева, В. З. Демьянкова, О. С. Иссерс, В. И. Карасик, Е. С. Кубрякова, А. П. Чудинов, Е. И. Шейгал).

Политическая коммуникация — это коммуникация, субъектами которой являются политики или политические журналисты, или же коммуникация, связанная с трактуемыми широко политическими проблемами и рассматриваемая с позиций политических субъектов, выступающих в качестве авторов политических текстов [Чудинов 2006; Будаев 2010 и др.].

Обращение к выступлениям президента РЮО Л. Х. Тибилова и спикера парламента А. И. Бибилова обусловлено возрастающей значимостью устного публичного общения лидеров двух ветвей государственной власти, чьи референтные языковые личности оказывают решающее влияние на становление югоосетинского политического дискурса.

Материалом для статьи послужили русскоязычные скрипты, репрезентирующие жанры пресс-конференций и интервью, — прямой эфир президента, передачи «Добрый вечер, Осетия» и «Парламентский вестник». Такой материал позволил проанализировать жанровое разнообразие коммуникации власти с населением, описать прагматические особенности выступлений югоосетинских политических лидеров и реализующий прагматические интенции языковой инвентарь.

Диалогическое общение в прямом эфире, в отличие от официальной риторики, обнаруживает доминантные, системообразующие стратегии и тактики продуцентов политического дискурса.

Описанию стратегий и тактик, рассматриваемых современной лингвистикой как инструменты коммуникации, посвящен ряд работ (М. В. Гаврилова, О. С. Иссерс, В. И. Карасик, М. Э. Койт, А. В. Олянич, О. Н. Паршина, А. П. Чудинов, Е. И. Шейгал и др.).

Исторически фундаментом общественной жизни осетин были общинные отношения. Осетинская община — это сложный социальный организм, основанный на территориальных связях, предполагающий устойчивость внутриобщественных связей и отношений на межличностном и межгрупповом уровнях, образующий статусную и социальную иерархические системы [Цаллагова, Чибиров 2012: 274].

Низшую ступень в многоуровневой системе общественного строя составляли семейные общины, формирующие, в свою очередь, более крупные родственные объединения фамилий [Газданова 2006].

Сельские общины — *цæдидис* — складывались по принципу территориально-родственного объединения осетин на основе разных форм хозяйст-

венного объединения соседей и взаимопомощи в строительных и других хозяйственных работах — *зуу*, а также для проведения в складчину ежегодного общинного праздника, посвященного святому покровителю села, — *куыддæ* [Ванеев 1926, 1955; Магомедов 1963; Гаглойти 1974].

В результате российских реформ 60—70-х гг. XIX в. для удобства управления населением Осетии сельские общества превратились в государственные общины, ставшие низшими административными единицами. В новой общине все важные вопросы хозяйственной жизни и местного правопорядка решались также на сельском сходе [Газданова 2006].

Система самоорганизации осетин основывалась на двух универсальных принципах — *коллективности* и *старшинства*.

Принцип старшинства должен был строго соблюдаться на всех уровнях общественной системы. При этом почитание старших (по возрасту, статусу, экономическому положению) являлось краеугольным камнем самоорганизации осетин. Таким образом, авторитет (личностный, приписываемый традицией, позиционный) служил условием реализации властных полномочий [Цаллагова, Чибиров 2012: 288].

Югоосетинская политическая коммуникация, развиваясь по законам институционального дискурса, тяготеет к полуофициальным формам, предполагающим отказ от ритуализации, диалог власти и народа, персональное участие в жизни граждан.

Матрицу югоосетинского общества составляют особые этносоциокультурные коды, базовым элементом которых является общинность — «многочисленные родственные связи, длительные отношения внутри трудовых коллективов, участие в неформальных группах и т. д.; гармоничная связь поколений; особое положение личности в обществе, которая не нивелируется, а ставится в особое положение в соответствии с общинной иерархией» [Сергеев 2014].

Общинность современного югоосетинского общества проявляется в проведении *Ныхаса* («Общинного схода») — референдума, вовлекающего все слои общества в обсуждение политически значимых проблем.

Отвечая на вопрос о предстоящем референдуме по вопросу о вхождении Южной Осетии в состав Российской Федерации, Л. Х. Тибилев констатирует:

Этот вопрос волнует всех нас, всех жителей нашей республики. Эта идея появилась не сейчас, она логична, она существовала еще в советские годы. Тогда я слышал и от старших, и от младших, и от ровесников, что как бы ни складывалась ситуация, Южная Осетия в перспективе должна воссоединиться с Северной Осетией. Все-таки это один народ, он разделен.

Идея существует, мы ее получили от предков и будем передавать нашему младшему поколению [Леонид Тибилев: идея воссоединения осетин... 2015].

В приведенном фрагменте президент РЮО, репрезентируя себя как одного из представителей народа, подчеркивает приверженность этнической доминанте при реализации коммуникативной стратегии: *цепочка предки — старшие — ровесники —*

младшие отражает устойчивость в национальном сознании иерархической системы отношений.

Демонстрируя стратегию единения с народом, президент актуализирует представления о целостности югоосетинского сообщества, объединенного не только историческим прошлым, кровными узами, но и общенациональной идеей, воплощение которой растянулось уже на три десятилетия: *Что же касается реализации нашей общенациональной идеи по вхождению в состав России, то здесь можно сказать о том, что в Южной Осетии уже были проведены несколько референдумов по данному вопросу. <...> 19 января 1992 года <...> народ высказался за независимость и перспективу воссоединения. Еще было несколько референдумов, когда наш народ выражал свое отношение к вопросам вхождения* [там же].

Мониторинг ценностных ориентиров народа, проводимый президентом по принципу *Ныхаса*, подкрепляет убежденность Л. Х. Тибилова в правильности политической платформы руководства страны: *Я тщательно изучаю настроения нашего народа. Эта идея принадлежит каждому осетину; Мы ждем этого исторического момента, знаем настрой наших людей, народ скажет однозначно „да“* [там же].

Взаимодействие парламентского лидера А. И. Бибилова с гражданами страны основано на представлениях о равнозначности: *И народ тоже должен это понимать, потому что, как бы то ни было, те, кто у власти, они тоже вышли из народа. Тем более что в югоосетинском обществе нет таких политических элит, где власть передается только в рамках определенного круга лиц. Президент республики, Председатель парламента, большинство министров и депутатов — выходцы из рабочих семей и интеллигенции. У нас нет у власти детей олигархов, и олигархата как такового не существует. Поэтому власть в Южной Осетии гораздо ближе к народу, чем в той же Украине, и лучше знает чаяния народа, чем в той же Грузии* [Парламент Республики Южная Осетия].

Если президент выстраивает диалог с народом с позиции коммуникативного «я», объективирующего индивидуальное «я», то спикер предпочитает надличностное «мы»: *Официально заявляю — мы не отказываемся от своих целей и будем по-прежнему добиваться вхождения Южной Осетии в состав Российской Федерации, потому что мы убеждены в том, что для народа Южной Осетии это самый лучший выход* [там же].

В рамках социополитической коммуникации концептуализация единства власти и народа проецируется на всю политическую действительность:

(Президент): *<...> хочу отметить, что все <...> ветви власти республики сформированы, они работают, каждая из них несет ответственность за то доверие, которое оказано народом всем ветвям власти* [Леонид Тибиллов: идея воссоединения осетин... 2015].

В этом вопросе спикер парламента всецело поддерживает главу государства, демонстрируя приверженность консолидации ветвей государственной власти.

(Спикер): *Народ должен видеть, что и исполнительная, и законодательная, и судебная власть делают все возможное, чтобы гражданам Южной Осетии жилось комфортно на своей родной земле* [Парламент Республики Южная Осетия].

Единство политического курса президента РЮО Л. Х. Тибилова и спикера парламента А. И. Бибилова, их синхронное взаимодействие проявляются на основе стратегии *демонстрации единства глав* двух ветвей власти, что продиктовано необходимостью сохранения и укрепления нового государства. Когнитивная модель «президент + спикер = политико-управленческий блок» реализуется на основе коллективного «мы».

(Спикер): *Мы в любом случае будем работать над тем, чтобы налаживать контакты не только с Арменией, но и с другими республиками постсоветского пространства. <...> Мы не прячем, что хотим наладить дружеские отношения со всеми государствами, которые близки нам по духу, по идеологии. <...> мы этого не боимся, мы говорим о той правде, которая есть <...>* [Парламентский вестник. 15.05.2015].

В нижеприводимом примере президент Республики Южная Осетия Л. Х. Тибиллов, говоря о взаимоотношениях между главами ветвей власти — законодательной и исполнительной — акцентирует единство целей и сотрудничество, несмотря на наличие отдельных расхождений, опирается на коллективное «мы», что служит гарантией эффективного развития республики: *Сегодня парламента, и, в частности, Анатолий Бибилов понимает, что для реализации договора нужно будет провести соответствующую работу по внесению изменений в отдельные законы. Так что мы ищем пути, которые и всем народом должны восприниматься однозначно, пути, которые не будут нас разводить в стороны, а будут сближать наши позиции* [Леонид Тибиллов: идея воссоединения осетин... 2015].

Дистанцируясь от оппозитивности стилей руководства как малозначимого фактора, президент использует прием описания ситуации от третьего лица: *Хотел бы отметить, что какой-либо напряженности между президентом республики и председателем парламента Анатолием Бибиловым не было и нет. Конечно, он, являясь председателем парламента, проявляет свой стиль работы. У меня свой стиль. Они в некоторой степени отличаются. Но мы регулярно встречаемся и каждый раз отмечаем, что и президент, и председатель парламента должны способствовать тому, чтобы сохранить мир в республике, сохранить стабильность. Ведь в конце 2011 — начале 2012 года республика находилась на грани внутренней войны* [там же].

Если политический дискурс, вбирая в себя универсальные и национально-специфические культурные ценности и глубинные устремления народа, безусловно, является отражением общественно-политической жизни страны, то прагматические особенности языкового воплощения и обоснования стратегических и тактических ходов служат «переменными» параметрами коммуникации, свидетельствующими об индивидуальных предпочтениях языковой личности. Так, солидари-

зируясь с президентом, спикер, тем не менее, вносит тональность личностной оценки, характеризую внутриполитический климат в республике: *Мы с Президентом Республики смогли грамотно решить ситуацию, которая была еще месяц назад, сейчас этот градус напряженности сводится к личностным моментам, где одни пытаются ущипнуть других побольнее. Но, как вы сами понимаете, все это не серьезно и напоминает скорее игры в песочнице* [Nog Uasamonga].

Метафорический контекст **«межличностных отношений группы детского сада»** отрицает серьезность конфликта.

Национальной спецификой политтехнологий президента и спикера РЮО является применение наиболее эффективной в этнической среде жителей Закавказья близкогоконтактной социальной коммуникации, эксплицируемой посредством **стратегии открытости власти**.

Спикер парламента, устанавливая контакт с аудиторией, использует технологические приемы суггестии. Идея взаимодействия реализуется семантическими повторами **«выслушать, обсудить, прислушаться»**:

И тем не менее, осознавая все это, я не отвергаю даже их притязания. Еще раз подчеркиваю — мы готовы взаимодействовать даже с незарегистрированными организациями, даже с теми, кто изначально настроен на отрицание любого нашего действия. Ответственно заявляю, я готов выслушать, обсудить, прислушаться к любой критике [там же].

Встречаясь с народом, Л. Х. Тибиллов устанавливает формат и регистр общения, предполагающий предельную открытость, маркируя готовность к плодотворному сотрудничеству с населением республики. Смысловые повторы служат тактическим приемом, основанным на суггестии, употребляемым с целью имплицитного внушения адресату того, что главные принципы политической деятельности президента — открытость и честность: *Нам необходимо работать в открытом и прозрачном режиме с населением республики, чтобы не возникало вопросов к тому, что происходит в политической жизни нашего государства* [Президент Республики Южная Осетия... 2014].

Президент, общаясь с гражданами страны, реализует комплекс стратегий **«открытость — обратная связь»**. Высказывание президента подчеркивает недопустимость того, чтобы чаяния какого-либо жителя республики остались неуслышанными, поскольку президент держит под личным контролем не только государственные вопросы, но и бытовые нужды граждан:

<...> всем есть что сказать народу. Мы должны доходить до народа. Мы открыты для прессы, готовы вести диалог с населением, в том числе и посредством прямых эфиров, это важная разъяснительная работа.

Завершая прямой эфир с гражданами Республики Южная Осетия, Л. Х. Тибиллов подтверждает действенность своих коммуникативно-стратегических ориентиров в общении с народом: *Я получил такое удовлетворение от этой встречи, что мне захотелось еще больше сделать для них, активнее поработать во имя того, чтобы бу-*

дущее у Южной Осетии было прекрасным. И оно будет прекрасным <...> [там же].

В то же время спикер, манифестируя стратегию открытости, пока еще апробирует свой коммуникативно-стратегический «пакет», исходя из потенциальной модальности установления обратной связи: *И если кому-то не нравится, что для меня жизненным кредо, которое я взял с собой в политику, является искренность и прямолинейность, то, пожалуй, это их личные проблемы. И я очень ценю в людях, когда они могут также открыто выразить свою позицию, с такими людьми я всегда готов вести диалог, даже если мы на разных полюсах. Я всегда могу выслушать любого человека, я никогда не относился предвзято к той или иной личности* [Nog Uasamonga].

Коммуникативно-ролевой аспект персонального политического дискурса эксплицирует специфику самоидентификации его персонажей. Так, в терминологии А. П. Чудинова, «речевая маска» Л. Х. Тибилова, порожденная социально-коммуникативной ролью, репрезентирует президента как первое лицо страны, главу государства Республика Южная Осетия, его символ [Чудинов 2009: 127].

Я как Президент, выбранный народом, ответственен за это и буду делать все, от меня зависящее. Я работаю каждый день, без праздников и выходных, лишь бы получилось преворить в жизнь все, что задумано [Президент Республики Южная Осетия... 2014].

Коммуникативная стратегия самопрезентации спикера А. И. Бибилова направлена на создание образа политика, позиционирующего себя как представителя большинства в парламенте, руководящего деятельностью палаты, осуществляющего связи с государственными органами и общественными объединениями с позиции интересов партии, которую он возглавляет, поэтому «речевая маска» объективируется коллективным «мы»:

Да, вы верно отметили, и партия „Единая Осетия“ пока единственная политическая сила в Республике, которая использует механизм реальных проектов для решения социальных проблем, а не пустословие и красноречие. Мы создаем условия для занятий спортом и интеллектуальным развитием для детей и подростков, для развития новых форм творческой деятельности <...>. Мы оказываем материальную помощь социальным учреждениям — детским домам, интернату, дому престарелых. Мы также помогаем продвигать инициативы граждан, к нам поступило очень много предложений от наших избирателей, с которыми мы не перестаем поддерживать диалог. Мы не превозносимся над другими политическими партиями, мы ходим по земле и общаемся с нашими согражданами, и призываем своих коллег к этому же — к созидаанию и неустанному труду во имя интересов Отечества. Мы выпускаем газету, в которой публикуются самые актуальные комментарии и темы, стоящие в эпицентре общественного внимания [Nog Uasamonga].

Обобщим основные выводы проведенного исследования. Политическая лингвистика уделяет большое внимание языковому аспекту политической сферы как особой области человеческой

деятельности, оказывающей большое влияние не только на общество в целом, но и на отдельно взятую личность.

Этническое своеобразие зарождающейся югоосетинской политической коммуникации характеризуется недопустимостью манипулирования сознанием и волей адресата и выработкой механизмов диалогического взаимодействия на основе отказа от оппозитивности лидеров ветвей власти.

Особыми дискурсивными признаками являются построенные на этнических традициях общности и коллегиальности принципы открытости и обратной связи, показавшие наибольшую эффективность как доминантные стратегии.

Отсутствие дистанции между властью и народом обуславливает доверительную модальность и обеспечивает эффективность дискурса югоосетинских политиков — президента Л. Х. Тибилова и спикера парламента А. И. Бибилова.

Политическая деятельность опирается на традиции и формы национальной политической речи. Персональные «речевые маски» политических лидеров РЮО отражают принципы общности и социально-статусной иерархии: президент объективирует высшую власть посредством индивидуального «я», а спикер, соблюдая коллегиальность, эксплицирует коллективное «мы». Вместе с тем речевое поведение лидеров РЮО демонстрирует

совпадения со структурой российского политического дискурса, поскольку политический дискурс Южной Осетии развивается в соотношении с российским политическим дискурсом.

ЛИТЕРАТУРА

1. Баранов А. Н., Казакевич Е. Г. Парламентские дебаты: традиции и новации. — М.: Знание, 1991. — 63 с.
2. Газданова В. С. Традиционная культура осетин. Общественные отношения. — Владикавказ: Сем, 2006. URL: <http://www.ossethnos.ru/user/Humarty/>.
3. Kavpolit. <http://kavpolit.com/articles/>.
4. Леонид Тиболов: идея воссоединения осетин в одном государстве принадлежит народу // ТАСС. 2015. 29 мая. URL: <http://tass.ru/opinions/interviews/2003104/>.
5. Парламент Республики Южная Осетия. URL: <http://www.parliamentroso.org/>.
6. Президент Республики Южная Осетия: прямой эфир на ГТРК «Ир». 2014. 11 нояб. URL: <http://presidentruo.org/?p=11320/>.
7. Сергеев А. Л. Современная Южная Осетия: уроки и вызовы. — М., 2014. URL: <http://www.regnum.ru/news/polit/>.
8. Чаллагова З. Б., Чибиров Л. А. Осетины / Ин-т этнологии и антропологии им. Н. Н. Миклухо-Маклая РАН; Сев.-Осетин. ин-т гуманитарных и социальных исследований им. В. И. Абаева Владикавказского НЦ РАН и Правительства РСО-Алания. — М.: Наука, 2012. — 605 с.
9. Чудинов А. П. Политическая лингвистика. — М.: Флинта: Наука. — 2006. — 248 с.
10. Nog Uasamonga. URL: <http://noguasamonga.ru/>.

I. D. Bekoeva, V. P. Dzhioeva, T. Y. Tameryan
Vladikavkaz, Russia

DOMINANT POLITICAL TECHNOLOGIES OF THE SOUTH OSSETIAN POLITICAL DISCOURSE

ABSTRACT. *The article deals with the problems of the modern political communication in South Ossetia and its parliamentary and presidential discourses. The South Ossetian political discourse is treated as a speech act of developing political communication of an institutional type realized in the conditions of Russian-Ossetian bilingual community. Political discourse presupposes the sum total of all speech acts used in political discussions, and also rules of public politics governed by tradition and testified by experience. The strategies and tactics of oral political discourse and linguistic means of their expression are studied on the material of speeches of the leading South Ossetian politicians. The main purpose of the study is the analysis of the peculiarities of functioning of political communication in South Ossetia. The basic method of research is the method of cognitive-discursive analysis which involves definition and description of the specificity of realization of speech interaction with reference to the contextual environment that influences the choice of linguistic means of expression. The study is based on the material of Russian language scripts of the genres of press-conference and interview. Live dialogue is interesting due to the fact that in contrast to official rhetoric it demonstrates the dominant, system-forming strategies and tactics of political discourse producers. Realization of the strategies of openness and feedback is regarded to be the specific feature of the political communication of South Ossetian political leaders. Role self-presentation of the representatives of two branches of supreme power is effected in accordance with the South Ossetian cultural tradition, characterized by relations based on communal character and hierarchy: the president exercises supreme power through his individual "self", and the speaker, in line with the principle of plurality, relies on the collective "we".*

KEYWORDS: *political communication; communicative strategies and tactics; strategy of transparency/ openness; strategy of feedback; community relationships.*

ABOUT THE AUTHOR: *Bekoeva Irina Davidovna, Post-graduate Student, North-Ossetia State University, Vladikavkaz, Russia.*

ABOUT THE AUTHOR: *Dzhioeva Varvilina Pavlovna, Post-graduate Student, North-Ossetia State University, Vladikavkaz, Russia.*

ABOUT THE AUTHOR: *Tameryan Tat'yana Yul'evna, Doctor of Philology, Professor of Department of Foreign Languages for Non-linguistic Specialties, Faculty of Foreign Languages, North-Ossetia State University, Vladikavkaz, Russia.*

REFERENCES

1. Baranov A. N., Kazakevich E. G. Parlamentskie debaty: traditsii i novatsii. — М.: Znanie, 1991.
2. Gazdanova V. S. Traditsionnaya kul'tura osetin. Obshchinye otnosheniya. — Vladikavkaz: Sem, 2006. URL: <http://www.ossethnos.ru/user/Humarty/>.
3. Kavpolit. <http://kavpolit.com/articles/>.
4. Leonid Tibilov: ideya vossoedineniya osetin v odnom gosudarstve prinadlezhit narodu // TASS. 2015. 29 maya. URL: <http://tass.ru/opinions/interviews/2003104/>.
5. Parlament Respubliki Yuzhnaya Osetiya. URL: <http://www.parliamentroso.org/>.
6. Prezident Respubliki Yuzhnaya Osetiya: pryamoy efir na GTRK «Ir». 2014. 11 noyab. URL: <http://presidentruo.org/?p=11320/>.
7. Sergeev A. L. Sovremennaya Yuzhnaya Osetiya: uroki i vyzovy. — М., 2014. URL: <http://www.regnum.ru/news/polit/>.
8. Tsallagova Z. B., Chibirov L. A. Osetiny / In-t etnologii i antropologii im. N. N. Miklukho-Maklaya RAN; Sev.-Osetin. in-t gumanitarnykh i sotsial'nykh issledovaniy im. V. I. Abaeva Vladikavkazskogo NTs RAN i Pravitel'stva RSO-Alaniya. — М.: Nauka, 2012.
9. Chudinov A. P. Politicheskaya lingvistika. — М.: Flinta: Nauka. — 2006.
10. Nog Uasamonga. URL: <http://noguasamonga.ru/>.

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

Л. В. Енина, Л. В. Зубова
Екатеринбург, Россия

ПОЛИТИЧЕСКИЕ ФИГУРЫ НА ПОЛЕ КОМИЧЕСКОГО В МАССМЕДИА: СМЕШНЫЕ И СЕРЬЕЗНЫЕ

АННОТАЦИЯ. Цель настоящей статьи — рассмотреть закономерности появления российских политических фигур в юмористической программе и показать их роль в производстве комического. В качестве основного теоретического аппарата применяется концепция дискурса и дискурсивных практик, выдвинутая М. Фуко. В символической реальности российских массмедиа, в досуговом направлении журналистики сближение или отдаление комического и политического определяется в том числе советскими традициями социально-политической уместности смеха. В современном дискурсе комического отсутствуют идеологически заданные объекты осмеяния, зато присутствуют объекты без смехового разоблачения — ведущие государственные политики, выступающие символами российского публичного идеологического пространства. Также российские политики выступают субъектами дискурса комического. Последнее расширяет диапазон идентификаций политика, основанных не только на его политическом статусе, и говорит о большей открытости сферы политического по сравнению с советским временем. Выявлено, что в качестве основного признака различения политических фигур и их дискурсивного объединения/разъединения со зрительской аудиторией выступает ценностный аспект — морально-этическая норма. Соблюдение традиционно одобряемого морально-этического кода не всегда становится позитивной (само)идентификацией политика. Исследование выполнено на материале программы «Вечерний Ургант».

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: дискурс комического; дискурсивные практики; идентичность; журналистика сферы досуга.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ: Енина Лидия Владимировна, кандидат филологических наук, доцент кафедры русского языка и стилистики департамента журналистики Института гуманитарных наук и искусств Уральского федерального университета имени первого Президента России Б. Н. Ельцина; адрес: 620051, г. Екатеринбург, пр-т Ленина, 51; e-mail: enina.lidia@gmail.com.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ: Зубова Лариса Викторовна, старший преподаватель кафедры лингвистики и профессиональной коммуникации на иностранных языках Института социально-политических наук Уральского федерального университета имени первого Президента России Б. Н. Ельцина; адрес: 620051, г. Екатеринбург, пр-т Ленина, 51; e-mail: zubovalv@el.ru.

В современной российской публицистике выделено досуговое направление журналистики, цель которого определяется как «воспитание навыков культурного времяпрепровождения — расширение образовательного кругозора читателя, удовлетворение аудиторного запроса на приобщение к мировой культуре и культуре данного общества, распространение культурных ценностей, развитие потребительских знаний читателей (зрителей), а уж потом отдых и релаксация» [Журналистика сферы досуга 2012: 10]. На наш взгляд, названная в ряду других масштабная целеустановка «распространение культурных ценностей» свойственна всему дискурсу массмедиа, а не только выделенному направлению. Приверженность определенным ценностям — сигнал идентичности, понимаемой как отнесенность субъекта или группы к некоторому (воображаемому) сообществу. Смех — явление социальное, и в юмористических программах смех является единой реакцией на некоторое высказывание и становится одним из различительных идентификационных механизмов участников коммуникации. В советскую эпоху комическое успешно выполняло политико-идеологическую функцию: «...смех в советской России оказался еще одним способом, с помощью которого можно было выучиться „говорить по-большевистски“. Смех вошел в арсенал боевых средств, задействованных в процессе формирования индивидуальных и коллективных идентичностей нового — рабочего — класса. Как аппарат коррекции смех выставлял на всеобщее посмешище личные слабости, обозначая при этом возможности для их преодоления. Как аппарат различения смех выполнял важную задачу социальной стратификации, проводя дискурсивную границу между друзьями и недругами в условиях, когда материальные различия оказались неочевидными или неважными» [Ушакин 2013: 151].

В символической реальности российских массмедиа сближение или отдаление комического и политического определяется разными факторами, в том числе советскими традициями. Советское наследие взаимодействия политического и комического исследователями оценивается по-разному. Так, В. В. Васильева видит динамику этого взаимодействия в зависимости от потребностей аудитории: в период политического затишья телеаудиторию волнует комическое осмысление бытовых перипетий, как, например, было в программе «Кабачок „13 стульев“», а в период политических баталий — острополитические шутки, как, например, в КВНе 60-х [Васильева 2012: 198]. Е. Добренко считает, что в советское время сближение комического и политического, например, в художественной литературе, зависело от насущных государственных задач, что советский смех был *направленным* на идеологически заданные явления [Добренко 2013]. С позиции С. Ушакина, позднесоветские смеховые жанры никогда не теряли социально-политической уместности, совершенствуясь в искусстве «писать смешно» [Ушакин 2013].

Цель настоящей статьи — рассмотреть закономерности появления российских политических фигур в юмористической программе и показать их роль в производстве комического. Рассматривается только вариант приемлемого дискурса комического. Относительно понятия дискурса мы придерживаемся подхода М. Фуко: дискурс, будучи подвижной структурой, испытывает воздействие социокультурных механизмов регуляции и контроля, придающих ему некоторый «порядок», этот «порядок дискурса» создает некоторые закономерности для текстопроизводства в данном дискурсе [Фуко 1996]. В исследовании применяются методы лексико-семантического, стилистического, дискурс-анализа.

Материалом для исследования была выбрана программа «Вечерний Ургант» (далее — «ВУ») по следующим причинам: во-первых, это популярная программа, имеющая высокий рейтинг среди российских зрителей; во-вторых, она выходит на Первом канале, который можно рассматривать как главный телеканал страны, с 51 % акций в собственности у государства. Выборка материала проводилась в два этапа: вначале был проведен качественный и количественный анализ программ за недельный период с 25 ноября 2013 г. по 29 ноября 2013 г. включительно (запись и расшифровка осуществлена студенткой департамента «Факультет журналистики» УрФУ Валерией Чимровой. Общая протяженность записи составила 3 часа); далее полученные на основе сплошной выборки результаты уточнялись и корректировались с привлечением других выпусков программы с 2012 по 2015 г. методом случайной выборки.

С точки зрения тематики «ВУ» содержит обсуждение российских и мировых новостей политики, экономики, киноиндустрии, музыки, социальных сетей, технических новинок (гаджетов) и пр. Большинство тем интерпретируется и комментируется с установкой на комический эффект, который достигается с помощью особых речевых жанров и приемов языковой игры. Темы, связанные с российской политикой, присутствуют практически в каждом выпуске и носят как курьезный, так и серьезный характер.

Практики отбора представителей российской политики в программу «ВУ», как показал анализ, прежде всего основаны на их принадлежности к исполнительной или законодательной власти. Исключаются из персонажей представители судебной власти и правоохранительных органов, а также не были зафиксированы в качестве участников программы политики, оппозиционно настроенные к государственной власти. В качестве персонажей могут выступать ведущие политики: президент, премьер-министр, член правительства или лидер парламентской партии — и политики, условно говоря, второго ряда — региональные или городские: губернатор, мэр, депутат городской думы. На наш взгляд, практики отбора политических персонажей подчиняются некоторой логике политического контроля над объектами и субъектами комического. Логика политического контроля не в том смысле, что существует цензура, а в том, что существуют *правила* официального политического дискурса, в соответствии с которыми происходит селекция политических фигур для появления их в качестве персонажей в рейтинговой развлекательной программе [см. также: Енина 2015]. Благодаря практикам отбора и исключения политических фигур в программе формируется точка зрения на политическое пространство как однородное, не имеющее идеологических противников — в этом, на наш взгляд, сохраняется политическая уместность комического, выработанная в советских смеховых традициях.

Кто же является объектом смеха в однородном политическом пространстве? Смеховыми объектами становятся политики, которые занимают нижние ступени власти. Это похоже на механизм советской политической сатиры, суть ко-

торого в том, что осмеянию подвергается не система, но ее второстепенный персонаж: «...речь всякий раз идет о характеристиках *конкретного* носителя бюрократического зла, о провинностях героя, но не о системности этих персонажей» [Добренко 2013: 171]. Например, в «ВУ» от 29 ноября 2013 г. демонстрировался сюжет о мэре Липецка: *Друзья, в Липецке есть мэр. Его зовут Михаил Владимирович Гулевский. И вот это видео подтверждает, что жители Липецка не ошиблись, когда выбрали именно этого мэра.* Далее показаны фрагменты разных интервью, в которых М. В. Гулевский обещает открыть новую трассу, но дата открытия каждый раз меняется. Наконец, на очередной вопрос журналиста звучит произвольное саморазоблачение Гулевского: *А кто обещал? Я?... Ну че вы пристали с этой дорогой? Ну че вы пристали? Я обещал... кто-то еще обещал... Как сделаем, мы вас пригласим.*

После показа сюжета следуют комментарии ведущих «ВУ»: *Михал Владимирович на самом деле честен... Он не называл год... Он просто готовил сюрприз жителям к четырехсотлетию Липецка... сейчас городу 310.* Суть комментариев сводится к тому, что несоответствие личных качеств мэра Липецка общественно одобряемым моральным качествам руководителя делает его смешным и выводит за пределы социально «своих».

Объектами смеха становятся и члены семей региональных политиков. Так, сообщается, что *супруга депутата от КПРФ калининградской городской думы Игоря Ревина внесла в декларацию о доходах информацию о недвижимом имуществе за рубежом — 1987 кв. м в Таиланде* (ВУ от 21.04.2015). Отсутствие прямых дискурсивных сигналов комического компенсируется недискурсивными практиками — демонстрируется коллаж с изображением самолета, в иллюминаторах которого видна тепличная рассада. Включение в коллаж бытовых деталей уменьшает серьезную политическую составляющую сообщения и увеличивает комическую: «Смех мешает нам относиться серьезно к происходящему» [Бергсон 1992: 89]. Различия в материальной обеспеченности *супруги депутата* и массовой зрительской аудитории настолько очевидны, что роль смеха здесь состоит в приглушении этих различий, сведению их к морально-нравственному коду.

Мэр Липецка, жена депутата калининградской городской думы, мэр Йошкар-Олы и подобные фигуры — это персонажи, которых смех дискурсивно отдаляет от зрительской аудитории: идентификация российских политиков регионального и городского уровня осуществляется с точки зрения нарушения норм общественной морали, но политических последствий для них обнародование этой информации не имеет. Смех над ними придает программе легкий сатирический оттенок, но не становится «аппаратом коррекции», в отличие от принципов советской сатиры.

Крупные российские политики для участия в центральной для программы беседе с Иваном Ургантом приглашаются редко. Так, в начале осеннего телевизионного сезона 2012 г. в программу были приглашены М. Д. Прохоров — лидер непарламентской партии «Гражданская платформа» (ВУ. 26.09.2012), С. В. Лавров —

министр иностранных дел РФ (ВУ. 24.10.2012), В. В. Жириновский — лидер парламентской партии ЛДПР (ВУ. 30.11.2012). В дальнейшем из представителей российской политики гостем программы неоднократно становился только Владимир Жириновский.

На наш взгляд, включение политика в дискурс комического на правах субъекта речи способствует личностному восприятию политика массовой аудиторией, расширяет диапазон его идентификаций, основанных не только на политическом статусе, и говорит о большей открытости сферы политического по сравнению с советским временем. Быть субъектом дискурса означает включиться в процесс его присвоения, иначе говоря, обрести «право собственности на дискурс — воспринимаемое одновременно как право говорить, как компетентность в понимании, как узаконенный и непосредственный доступ к корпусу уже сформулированных высказываний» [Фуко 2004: 142]. Производство и поддержание комического дискурса состоит в реализации дискурсивных практик остроловия, языковой игры [Гридина 1996; Плотникова 2003], в праве выдвижения объектов осмеяния, которые выполняют идентификационную функцию для политического деятеля и его соперников.

Вышедшие в 2012 г. программы с участием политиков показательны с точки зрения того, как взаимодействуют практики политического дискурса [Шейгал 2000] и дискурса комического: комические приемы подчинены политическим задачам. Так, высказывания С. Л. Лаврова и В. В. Жириновского сходны тем, что в них объектом осмеяния выступают их политические оппоненты: у Лаврова — *Хиллари Клинтон*, у Жириновского — *Зюганов*. Смех над политическими оппонентами означает символическую борьбу за лидерство на политическом поле, пусть и в юмористической программе. Например, В. Жириновский описывает свой рабочий кабинет: *Этажом ниже стул в стул сидит Геннадий Зюганов, просверлил дырочку наверх ко мне: подсматривает, подслушивает и потом, что я говорю, появляется в документах КПРФ* (ВУ. 30.11.2012). В дискурсе комического не всегда требуются практики достоверности [Майданова, Чепкина 2011], и здесь смех над «разоблачением» политического соперника есть способ позитивной самоидентификации и символический знак политического лидерства.

Однако отказ в следовании традиционно одобряемым нормам речевого поведения парадоксально становится способом позитивной идентификации. Так, в следующем фрагменте преодоление дискурсивной границы соблюдения правил приличия среди «чужих» вызывает громкий совместный смех и аудитории, и обоих собеседников:

Ургант: *Вы когда-нибудь матерились в присутствии людей, которые по-русски не понимают?*

Лавров: (пауза) *Многократно!* [1]

Смех в данном случае делает «своими» всех участников коммуникации и противопоставляет их широкой группе *не понимающих по-русски* и не опознающих по этой причине грубого речевого регистра.

Михаил Прохоров — нетипичный гость для программы: он не является представителем органов государственной власти, но участвовал в президентских выборах 2012 г. Когда ведущий представляет М. Д. Прохорова, прямое указание на политический статус, как это было в беседе с С. Л. Лавровым и В. В. Жириновским, отсутствует, хотя на момент программы Прохоров был лидером партии «Гражданская платформа». Представление содержит иронию по отношению к Прохорову: *Сегодня у нас в гостях человек, которого мы очень давно ждали... к нам, сюда, в гости... Михаил Прохоров! ...Много вопросов накопилось с нашей последней встречи. Мы часто встречаемся в телевизионном эфире, но поскольку в ближайшее время президентских выборов не предвидится, тема у нас другая сегодня. Ну что сейчас происходит с баскетболом в Соединенных Штатах Америки, а именно с командой, которая сейчас называется „Бруклин нетс“* (ВУ. 26.09.2012). Политические темы в беседе не поднимаются.

Дискурсивно М. Прохоров не соответствует статусу политика: он не вступает с ведущим в состязание за коммуникативное лидерство, а тематически следует за ним. В его речи отсутствуют политические соперники в качестве объектов осмеяния, и он не опровергает невыгодную для себя идентификацию со стороны ведущего: *младший брат Ирины Прохоровой*. Он не столько производит комический дискурс, сколько поддерживает его: смеется над шутками Ивана Урганта, в которых объектом осмеяния выступает в том числе персонаж «Михаил Прохоров». Со стороны ведущего идентификация М. Прохорова через бытовые смыслы о том, как *варить суп, подшивать брюки* и сколько стоит в аптеке *настойка боярышника*, контрастирует с первым вопросом о том, зачем он купил американскую баскетбольную команду. Этот контраст практик идентификаций вызывает смех, объектом которого становится М. Д. Прохоров.

Политический деятель может оказаться и, так скажем, «формальным» субъектом дискурса комического. Это происходит благодаря соведущему, который использует прием, описанный Д. С. Лихачевым применительно к средневековому смеху: «Авторы притворяются дураками, валяют дурака, делают нелепости и прикидываются непонимающими» [Лихачев 1987: 347; см. также: Бахтин 1990]. Одна из соведущих Ивана Урганта ведет рубрику «Острый репортаж с Аллой Михеевой», и ее дискурсивные и недискурсивные действия не выходят за пределы игрового процесса самоидентификации, поэтому вступление с ней в диалог уже втягивает собеседника в дискурс комического. Алла Михеева придает смеховой аспект различным сторонам общественной жизни, в том числе посещает, например, посольство Мексики в Москве или ведет «репортаж» из Государственной думы. В последнем случае она задает депутатам вопрос, как они провели летние каникулы. На ее вопрос отвечают А. Нарышкин (*у озера, у реки, в деревеньке*), С. Митрофанов (*в Италии и в Хорватии*), В. Жириновский (*отвратительно*), И. Кобзон (*провел с внучками, провел с семьей*), А. Беляков (*по окраине родины*

нашей, по Сибири, правда, Сибирь это не окраина, а центр) и др. Примечательно, что для этих депутатов не требуются титры с именами, потому что их лица узнаваемы: они частые гости на телеэкранах. Хотя в этой коммуникативной ситуации они и являются субъектами дискурса комического, их вклад в смеховое начало минимален, большинство ответов не имеет смехового эффекта. Всю комическую нагрузку этого сюжета несет Алла Михеева: намеренное косноязычие, речевые ошибки и бытовая тематика вопросов. Политическое в данном случае не вступает во взаимодействие с дискурсом комического, а присутствует в нем ради значимости самого присутствия, повторяя логику журналистского дискурса: «Логика взаимодействия политических персон со СМИ часто приводит к тому, что заявление политика может иметь первой целью именно возможность его публикации или сообщения о нем на телевидении, радио, в новостных лентах» [Чепкина 2012: 76].

В анализируемом дискурсе комического также следует отметить ряд политических персонажей, которые не являются ни субъектами комического, ни объектами смехового разоблачения; их главная и единственная идентифицирующая характеристика — положительная оценка. Эти объекты — основные для журналистского дискурса, ведущие персонажи политического дискурса, и в дискурсе комического они повторяются как символы российского публичного идеологического пространства. Появление этих персонажей обычно обеспечивается информационным поводом и отвечает актуальности программы, информация о них не выходит за рамки фактической, но является вторичной, так как уже была распространена в новостном сегменте журналистского дискурса. Например, персонаж «Президент РФ»: *Вчера Владимир Путин провел несколько важных встреч в Италии, одна из которых состоялась в Ватикане с Папой Римским Франциском. Получается, самый влиятельный человек в мире по версии журнала Форбс [встретился] с самым влиятельным человеком по версии газеты „Ватиканская правда“* (ВУ. 26.11.2013). Смеховой эффект создается за счет сопоставления влиятельности персонажей по источникам информации: авторитетный экономический журнал *Форбс* и несуществующая *Ватиканская правда*.

Так, о назначении А. Ткачева министром сельского хозяйства сообщается даже в двух выпусках программы (ВУ от 23 апреля 2015 г. и от 24 апреля 2015 г.): *Важная новость этой недели: в Министрство сельского хозяйства пришел новый министр Александр Ткачев, который был губернатором Краснодарского края, и на его работе обязательно скажется тот позитивный опыт, который он получил во время проведения Олимпийских игр в Сочи. Теперь есть большая вероятность, что мы будем наблюдать красочные открытия и закрытия сельскохозяйственного сезона* (ВУ. 24.04.2015). Отметим, что в приведенных примерах позитивная оценка не связана с морально-этическим основанием.

По нашим предположениям, дублирование информации об этих объектах в публичном пространстве, в том числе в дискурсе комического, создает перформативный эффект — повторяю-

щиеся позитивные смыслы, идентифицирующие эти объекты, формируют идеологическую норму, которая существует и одновременно утверждает-ся благодаря воспроизведению этих дискурсивных практик: «...успешность перформатива достигается тогда, когда он порождает те обстоятельства, на которые ссылается» [Каллер 2006: 113; см. также: Остин 1999; Юрчак 2014]. Это приводит нас к выводу, что в анализируемом дискурсе комического есть идеологически заданные объекты с постоянной позитивной оценкой — ведущие государственные политики, при этом отсутствуют идеологически заданные объекты осмеяния, как это было в советском дискурсе, осмеяние связано только с нарушением общественной морали, а не с политико-идеологической нормой, и смех не выполняет функцию идеологической коррекции.

В целом пространство, дискурсивно конструируемое в программе «ВУ», можно охарактеризовать как пространство общего благополучия, где политическое предстает достаточно однородным и репрезентируется, как правило, представителями российской исполнительной и законодательной власти. В качестве основного признака различия политических фигур и их дискурсивного объединения / разъединения со зрительской аудиторией выступает ценностный аспект — морально-этическая норма, но следование ей или ее нарушение представителями власти оценивается в дискурсе комического непоследовательно.

Таким образом, рассматриваемый дискурс комического, принадлежащий досуговому направлению российской журналистики, по выбору и исключению объектов осмеяния сходен с советским публичным дискурсом комического: основная предметная сфера осмеяния — отступление отдельных региональных и местных политиков от морально-этической нормы. Ведущие политики государства обычно имеют позитивную оценку и обретают ее даже в том случае, если признаются в нарушении этических норм. Ряд политических фигур присутствует в дискурсе комического как позитивный идеологически значимый объект, не подвергаемый осмеянию.

ПРИМЕЧАНИЯ

[1]. Этот диалог состоялся в 2012 г., а в 2015 г. предметом широкого обсуждения в СМИ стало нецензурное высказывание С. Лаврова на пресс-конференции глав дипломатических ведомств Российской Федерации и Саудовской Аравии 11 августа 2015 г. Официальный представитель МИДа Мария Захарова заявила, что «ничего не слышала такого» [МИД прокомментировал прозвучавшее...]. Это говорит о том, что публичные нарушения норм речевой этики находятся в зоне общественного осуждения.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бахтин М. М. Творчество Франсуа Рабле и народная культура Средневековья и Ренессанса. — М.: Худож. лит., 1990.
2. Бергсон А. Смех. — М.: Искусство, 1992.
3. Васильева В. В. Эволюция юмористических передач на телевидении // Журналистика сферы досуга: учеб. пособие / под общ. ред. Л. Р. Дускаевой, Н. С. Цветовой. — СПб.: Высшая школа журн. и мас. коммуникаций, 2012. С. 196—202.
4. Гридина Т. А. Языковая игра: стереотип и творчество. — Екатеринбург, 1996.

5. Добренко Е. Гоголи и Щедрины: уроки «положительной сатиры» // НЛО. 2013. № 121. С. 163—191.

6. Енина Л. В. Российские политические персонажи в дискурсе комического // Вестн. Новосиб. гос. ун-та. Сер.: История, филология. 2015. Т. 14, вып. 6 : Журналистика. С. 114—118.

7. Журналистика сферы досуга : учеб. пособие / под общ. ред. Л. Р. Дускаевой, Н. С. Цветовой. — СПб. : Высшая школа журн. и мас. коммуникаций, 2012.

8. Каллер Д. Теория литературы: краткое введение. — М. : Астрель : АСТ, 2006.

9. Лихачев Д. С. Смех в Древней Руси // Избр. раб. / Д. С. Лихачев. — Л., 1987. Т. 2.

10. Майданова Л. М., Чепкина Э. В. Медiatekст в идеологическом контексте. — Екатеринбург : Гуманитарный ун-т, 2011.

11. МИД прокомментировал прозвучавшее из уст Лаврова слово «дебиль» // РБК. 2015. 12 авг. URL: <http://www.rbc.ru/rbcfreenews/55cb30d79a79476083ad88b0>.

12. Остин Дж. Как совершать действия при помощи слов? // Избр. / Дж. Остин. — М. : Идея-Пресс : Дом интеллектуальной книги, 1999. С. 13—135.

13. Плотникова С. Н. Комический дискурс // Аксиологическая лингвистика: игровое и комическое в общении : сб. науч. тр. / под ред. В. И. Карасика, Г. Г. Слышкина. — Волгоград : Перемена, 2003. С. 162—172.

14. Пропп В. А. Проблемы комизма и смеха. — СПб. : Алетейя, 1997.

15. Ушакин С. А. «Смехом по ужасу»: о тонком оружии шутов пролетариата // НЛО. 2013. № 121. С. 130—162.

16. Фуко М. Порядок дискурса // Воля к истине: по ту сторону знания, власти и сексуальности : работы разных лет / М. Фуко. — М., 1996. С. 47—96.

17. Фуко М. Археология знания. — СПб. : Гуманитарная Академия : Университетская книга, 2004.

18. Чепкина Э. В. Практики конструирования поля политики в журналистском дискурсе // Вестн. Новосиб. гос. ун-та. Сер.: История, филология. 2012. Т. 11, вып. 6 : Журналистика. С. 72—77.

19. Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса. — Волгоград, 2000.

20. Юрчак А. Это было навсегда, пока не кончилось. Последнее советское поколение. — М. : Новое литературное обозрение, 2014.

L. V. Enina, L. V. Zubova
Ekaterinburg, Russia

POLITICAL FIGURES ON THE BACKGROUND OF THE COMICAL IN MASS MEDIA: FUNNY THINGS AND SERIOUS STUFF

ABSTRACT. *The purpose of this article is to consider trends of appearance of Russian political figures in a comic show and discover their role in production of the comical. Michel Foucault discourse and discursive practices concept is applied as a basic theoretical apparatus. Convergence or estrangement of the comical and the political in the symbolic reality of the Russian mass media of leisure is determined by the Soviet tradition of social and political relevance of laughter among other things. There are no ideologically defined objects of ridicule in today's comical discourse, but there are objects without the comical disclosure — the leading state politicians as the symbols of the Russian public ideological space. Russian politicians are the subjects of the comical discourse as well, and it extends the range of political figures identifications, based not only on their political status and shows greater transparency of today's political realm compared with Soviet times. It is revealed that the value aspect — moral and ethical standards, serves as the main distinguishing feature of political figures and discursive unity / separation with the viewing audience. Compliance of the traditionally approved moral and ethical code does not always improve a politician's positive (self-) identification. The study was performed on the material of the "Evening Urgant" comic show.*

KEYWORDS: *comical discourse; discursive practices; identity; leisure activity journalism.*

ABOUT THE AUTHOR: *Enina Lidiya Vladimirovna, Candidate of Philology, Associate Professor of Department of Russian and Stylistics, Faculty of Journalism, Institute of Humanities and Arts, Ural Federal University named after the First President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia.*

ABOUT THE AUTHOR: *Zubova Larisa Viktorovna, Senior Lecturer 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.*

REFERENCES

1. Bakhtin M. M. Tvorchestvo Fransua Rable i narodnaya kul'tura Srednevekov'ya i Rennsansa. — М. : Khudozh. lit., 1990.

2. Bergson A. Smekh. — М. : Iskusstvo, 1992.

3. Vasil'eva V. V. Evolyutsiya yumoristicheskikh peredach na televidenii // Zhurnalistika sfery dosuga : ucheb. posobie / pod obshch. red. L. R. Duskaevoy, N. S. Tsvetovoy. — SPb. : Vysshaya shkola zhurn. i mas. kommunikatsiy, 2012. S. 196—202.

4. Gridina T. A. Yazykovaya igra: stereotip i tvorchestvo. — Ekaterinburg, 1996.

5. Dobrenko E. Gogoli i Shchedriny: uroki «polozhitel'noy satiry» // NLO. 2013. № 121. S. 163—191.

6. Enina L. V. Rossiyskie politicheskie personazhi v dis-kurse komicheskogo // Vestn. Novosib. gos. un-ta. Ser.: Istoriya, filologiya. 2015. T. 14, vyp. 6 : Zhurnalistika. S. 114—118.

7. Zhurnalistika sfery dosuga : ucheb. posobie / pod obshch. red. L. R. Duskaevoy, N. S. Tsvetovoy. — SPb. : Vysshaya shkola zhurn. i mas. kommunikatsiy, 2012.

8. Kaller D. Teoriya literatury: kratkoe vvedenie. — М. : Astrel' : AST, 2006.

9. Likhachev D. S. Smekh v Drevney Rusi // Izbr. rab. / D. S. Likhachev. — Л., 1987. Т. 2.

10. Maydanova L. M., Chepkina E. V. Mediatekst v ideologicheskoy kontekste. — Ekaterinburg : Gumanitarnyy un-t, 2011.

11. MID prokommentiroval prozvuchavshee iz ust Lavrova slovo «debily» // RBC. 2015. 12 avg. URL: <http://www.rbc.ru/rbcfreenews/55cb30d79a79476083ad88b0>.

12. Ostin Dzh. Kak sovershat' deystviya pri pomoshchi slov? // Izbr. / Dzh. Ostin. — М. : Ideya-Press : Dom intellektual'noy knigi, 1999. S. 13—135.

13. Plotnikova S. N. Komicheskii diskurs // Aksiologicheskaya lingvistika: igrovoye i komicheskoye v obshchenii : sb. nauch. tr. / pod red. V. I. Karasika, G. G. Slyshkina. — Volgograd : Peremena, 2003. S. 162—172.

14. Propp V. A. Problemy komizma i smekha. — SPb. : Aleteyaya, 1997.

15. Ushakin S. A. «Smekhom po uzhasu»: o tonkom oruzhii shutov proletariata // NLO. 2013. № 121. S. 130—162.

16. Fuko M. Poryadok diskursa // Volya k istine: po tu storonu znaniya, vlasti i seksual'nosti : raboty raznykh let / M. Fuko. — М., 1996. S. 47—96.

17. Fuko M. Arkheologiya znaniya. — SPb. : Gumanitarnaya Akademiya : Universitetskaya kniga, 2004.

18. Chepkina E. V. Praktiki konstruirovaniya polya politiki v zhurnalisticheskoy diskurse // Vestn. Novosib. gos. un-ta. Ser.: Istoriya, filologiya. 2012. T. 11, vyp. 6 : Zhurnalistika. S. 72—77.

19. Sheygal E. I. Semiotika politicheskogo diskursa. — Volgograd, 2000.

20. Yurchak A. Eto bylo navsegda, poka ne konchilos'. Poslednee sovetskoye pokolenie. — М. : Novoye literaturnoye obozrenie, 2014.

Статью рекомендует к публикации д-р филол. наук Э. В. Чепкина.

Т. Н. Зубакина
Екатеринбург, Россия

**МЕТАФОРИЧЕСКОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ КАК СПОСОБ РЕКОНСТРУКЦИИ
ИНДИВИДУАЛЬНОЙ ЯЗЫКОВОЙ КАРТИНЫ ВОЕННОГО СОБЫТИЯ
(НА МАТЕРИАЛЕ ТЕКСТА МЕМУАРОВ У. ЧЕРЧИЛЛЯ)**

АННОТАЦИЯ. Современная лингвистика признает метафорическое моделирование событийной действительности основной ментальной операцией, способом структурирования и объяснения мира. В статье анализируется, как У. Черчилль моделирует с помощью метафор военное событие. Метафорическое моделирование рассматривается в когнитивной лингвистике как метод реконструкции авторских ментальных моделей образного представления действительности. Рабочая гипотеза исследования формулировалась с учетом теоретических суждений американского историка и литературного критика Хайдена Уайта, который сравнивает использование тропов в историческом дискурсе с воплощением души автора текста. Историк, согласно этой концепции, постоянно находится в поиске нужной метафоры для точного и образного представления исторического прошлого, историческое повествование всегда содержит элемент интерпретации и предлагает структуру прошлого, не имеющего собственной структуры, в результате чего эта структура представляется новой в каждом новом тексте. В статье представлены фрагменты интерпретации контекстов употребления метафорических моделей. Материалом анализа являются мемуары бывшего премьер-министра Великобритании, единственного из трех политических лидеров «Великого союза», чьи мысли нашли свое воплощение в метафорах, — мемуары, заложившие основу последующей англосаксонской историографии событий Второй мировой войны. Контекстуальный метафорический анализ выявил доминантные метафорические модели и их потенциал в реконструкции индивидуальных языковых событийных картин. Толкование этих языковых картин в значительной степени зависит от восприятия таких доминантных метафорических моделей, как «Нация/государство — человек»; «Нация/государство — преступник/друг/враг/жертва».

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: событие; метафорическая модель (М-модель); метафорическое моделирование (М-моделирование).

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ: Зубакина Татьяна Николаевна, кандидат филологических наук, старший преподаватель факультета международных отношений. Место работы: Уральский федеральный университет (Екатеринбург); 620002, Екатеринбург, ул. Ленина, 51; e-mail: zoubakina@mail.ru.

Для современной лингвистической науки особенно значимыми становятся представления о метафоре как о средстве познания мира и модели образного отображения действительности. Метафорическое моделирование событийной действительности описывается как основная ментальная операция, способ структурирования и объяснения мира [Баранов 1991; Будаев 2004; Караулов 1991; Телия 1988; Чудинов 2001; Charteris-Black 2004; Grady 1997; Lacoff, Johnson 1980; Holyoak, Thagard 1989; Fauconnier, Turner 1998; Jackel 1995]. Человек, согласно когнитивным воззрениям, «не только выражает свои мысли при помощи метафор, но и мыслит метафорами, познает при помощи метафор тот мир, в котором он живет...» [Чудинов 2005: 6]. Наша работа развивает идеи автора теории *метафорического моделирования (М-моделирования)* и основана на допущении, что метафора помогает воссоздать, сконструировать и интерпретировать дистантно удаленный событийный мир. Наше исследование является попыткой представить результаты изучения М-моделирования ряда событий двух мировых войн XX в. [Зубакина 2014].

При формулировании рабочей гипотезы исследования мы обратились к теории известного американского историка и литературного критика Хайдена Уайта, который сравнивает использование тропов в историческом дискурсе с воплощением души автора текста («troping is the soul of discourse») [White 1978: 29]. По мнению исследователя, чтобы представить в собственном тексте на языке тропов реальный факт истории как возможный объект познания, историк должен предельно перенести на язык тропа целую цепь событий, о которых говорится в документах [Там же: 30]. Состояние воображения, в котором пребывает автор до изложения в тексте исторического события посредством фигур речи Х. Уайт на-

зывает предобразным актом (*prefigurative act*) и сравнивает его с поэтическим.

Можно предположить, что историк также находится в поиске нужной метафоры для точного и образного представления исторического прошлого. Ссылаясь на ряд мнений, Х. Уайт полагает, что все исторические повествования содержат тот или иной элемент интерпретации и с трудом поддаются дальнейшему упрощению («an irreducible and inextinguishable element of interpretation») [Там же: 51]. Исследователь объясняет, почему историку, автору текста, приходится обращаться к интерпретации своего материала, чтобы создать живой фрагмент образов, в котором должен зеркально отразиться отрезок исторического процесса: «The historian has to interpret his materials in order to construct the moving pattern of images in which the form of the historical process is to be mirrored» [Там же: 51]. Фактически в определенном смысле исследователь доказывает, что повествование предлагает структуру прошлого, не имеющего собственной структуры, в связи с чем эта структура оказывается новой в каждом новом тексте.

Прагматический потенциал авторского исторического текста Х. Уайт усматривает в том, что текст представляет особые вариации построения сюжета, доказательства и присутствующего в повествовании идеологического скрытого смысла: «...represents a particular combination of modes of *emplotment* (курсив наш. — Т. З.), argument and ideological implication» [White 1973: 29]. Смысл термина *emplotment*, введенного Х. Уайтом и отсутствующего в словаре, понимается нами как понятие *сюжетирования*, или «построение сюжета».

В попытке представить потенциал *М-моделирования* в реконструкции авторской метафорической картины военных событий мы обратились к мемуарам У. Черчилля. Работа политика «The

Second World War» заложила основу всей последующей, прежде всего англосаксонской, историографии событий 1939—1945 гг. *Историографическая функция авторской концептуальной метафоры проявилась в образной индивидуальной интерпретации исторического прошлого.* Мемуарный текст мы трактуем как репрезентацию знаний о конкретных событиях. Исходя из термина «мемуары» (франц. *memoires* — «воспоминания»), можно считать, что «понятие мемуарного жанра связано с повествованием от лица автора о реальных событиях прошлого, участником или очевидцем которых он являлся. По материалу, его достоверности и отсутствию вымысла большинство мемуаров близко исторической прозе. Однако, в отличие от историка и исследователя-биографа, мемуарист основывается на собственных непосредственных впечатлениях и воспоминаниях; при этом повсюду на переднем плане или он сам, или его точка зрения на описываемое» [Литературный энциклопедический словарь 1987: 216].

Профессор истории Кембриджского университета Дэвид Рейнольдс, называя текст «The Second World War» философией истории У. Черчилля, указывает не столько на наличие индивидуальности в описании исторических событий, сколько на присутствие в тексте системы мыслей автора, влияющих на ход истории [Reynolds 2001: 225].

Из шести томов мемуаров У. Черчилля нами были исследованы первый и третий. Первый том назван «The Gathering Storm» («Надвигающаяся буря»), и в этом названии метафорически обозначается факт приближения Второй мировой войны. Повествование отличается присутствием образных рассуждений политика о событиях в Европе с 1919 по 1939 г., которые привели к новой мировой войне.

Третий том мемуаров назван «The Grand Alliance» («Великий союз»), и в нем описаны события только 1941 г., когда У. Черчилль был премьер-министром Великобритании. В названии метафорически подчеркнута значимость единения великих государств — стран антигитлеровской коалиции.

Логика поэтапного построения и описания индивидуальной языковой метафорической картины строилась на текстовой событийной последовательности и представлена восьмью сюжетами мемуаров У. Черчилля «The Second World War». Том I «The Gathering Storm»: «Поражение Германии в 1-й мировой войне»; «Зарождение фашизма»; «Возникновение „оси Рим — Берлин“»; «Мюнхенский сговор»; «Падение Чехословакии»; «Захват Польши». Том III «The Grand

Alliance»: «Восстание в Югославии»; «Нападение Германии на СССР»; «Создание „Великого союза“».

В попытке репрезентации системы взглядов политика на развитие военных событий мы ориентируемся на методику *М-моделирования* А. П. Чудинова (2001). Представляя *М-модель* формулой «X — это Y», исследователь полагает, что отношение между компонентами формулы понимается не как прямое тождество, а как подобие. Сигнификативная область, к которой относятся неметафорические смыслы, изначально структурирована фреймами, «каждый из которых понимается как фрагмент наивной языковой картины мира» [Чудинов 2005: 76]. Фрейм, по определению В. З. Демьянкова, организует наше понимание мира в целом. «Фрейм — структура данных для представления стереотипной ситуации» [Краткий словарь когнитивных терминов 1996: 188].

Количественный анализ *М-моделей* выявил пять основных тематических сигнификативных областей: «Человек»/«Person», «Общество»/«Society», «Природа»/«Nature», «Артефакт»/«Artifact» и «Точные науки»/«Exact Sciences». Семантические поля концептов из этих областей образуют соответственно антропоморфные, социоморфные, природоморфные, артефактные *М-модели* и *М-модели* точных наук. Персонализация мира в мемуарах У. Черчилля предполагает его насыщенность антропоморфными *М-моделями*.

Классическая антропоморфная *М-модель* метафоры «Нация/Государство — Человек» / «A Nation/State — A Person», а также вариации социоморфных *М-моделей* «Нация/Государство — Преступник/Друг/Враг/Жермея» / «A Nation/State — A Criminal/Friend/Enemy/Victim» доминируют в составе метафор текста и задают им сюжет. Остальные фреймо-слотовые разновидности *М-моделей* выступают как дополнительные звенья в *М-моделировании* истории военных событий.

Метафора как когнитивная категория, обладающая моделирующей функцией в раскрытии смысла события, позволяет реконструировать мыслительные модели, закрепленные в метафорических выражениях автора, которые соотносимы с конкретными событиями двух мировых войн XX в.

Результаты *М-моделирования* нашли отражение в содержании таблиц. Эти данные соотносимы с результатами проведенных семантического и контекстуального анализов языковых репрезентаций употребления *М-моделей*.

Информация таблицы 1 соответствует метафорическому описанию событийного сюжета «Поражение Германии в 1-й мировой войне».

Табл. 1. Модели метафор в сюжете «Поражение Германии в 1-й мировой войне»

Germany — a Person/Conqueror/Debtor/Criminal	Германия — человек, который был завоевателем, не вернул одолженные ему деньги; преступник
Russia — a diseased Person	Россия — больной человек
the United States — a Person/Lender	Соединенные Штаты — персона, которая ссужала деньги
France — a Warrior/frightened Person	Франция — воин, запуганный человек
England and France — Conquerors	Англия и Франция — завоеватели

Модели метафор из табл. 1 представляют стран — участниц 1-й мировой войны.

Исходя из интерпретации М-моделирования, поражение Германии в Первой мировой войне метафорически представляется **поражением человека, который был изначально завоевателем и которого затем Америка поддержала**

деньгами. Россия вышла из военных действий, будучи больной. Англия и Франция — победители и завоеватели, при этом Франция запугана Германией.

Данные следующей таблицы соответствует метафорическому описанию событийного сюжета «Зарождения фашизма».

Табл. 2. Модели метафор в сюжете «Зарождение фашизма»

Hitler — a Priest	Гитлер — жрец и духовный покровитель
British Government — an inert Person	Британское правительство — персона бездеятельная, инертная
The League of Nations — a Person without support, activity, strength	Лига Наций — пассивный, слабый человек, лишенный какой-либо поддержки
Europe — a diseased Person	Европа — больной человек

Проведенное М-моделирование языковых репрезентаций события в мемуарном тексте позволяет понять причины возникновения фашизма именно в этот период времени. Мы интерпретируем индивидуальную метафорическую картину события следующим образом: **появление Гитлера как жреца и духовного вдохновителя**

фашизма явилось следствием инертности британского правительства, бездеятельности Лиги Наций, лишенной поддержки, а также болезненности Европы.

В табл. 3 представлены результаты анализа метафорических описаний возникновения оси «Рим—Берлин» в тексте мемуаров У. Черчилля.

Табл. 3. Модели метафор в сюжете «Возникновение „оси Рим—Берлин“»

Britain/France/the USA — irresolute Germany opponents France — an inert and paralyzed Person	Британия, Франция и США — нерешительные оппоненты Германии Франция — парализованный, инертный человек
The League of Nations — a disheartened and weakened Person	Лига Наций — слабый человек, который упал духом
The Germany — Italy Union — The Berlin — Rome Axis	Союз Германии и Италии — ось, которая связала Берлин и Рим

Опираясь на анализ М-моделирования языковых репрезентаций данного исторического события, мы пришли к следующим выводам: **нерешительность в поведении Британии, США и Франции, которая была парализована и инертна, а также слабость Лиги Наций, которая совершенно упала духом, привели к**

возможности объединения сил Германии и Италии.

Следующая таблица отражает структурирование образной интерпретации У. Черчиллем военно-политической ситуации 1938 г. и опирается на проведенный семантический анализ языковых метафорических выражений текста.

Табл. 4. Модели метафор в сюжете «Падение Чехословакии»

the Czechs — the Babes in the Wood	Чехи — младенцы в лесу
the Czechoslovak State — a Carcass	Чешское государство — туша мяса
Czechoslovakia — a piece of Meal	Чехословакия — еда
The Germans — Vultures	Немцы — стервятники
Czechoslovakia — a dead Person	Чехословакия — мертвец
the British and French Cabinets — overripped Melons	Британский и французский кабинеты — перезревшие дыни

Моделирование метафорой представленного в мемуарах события — падения Чехословакии в 1938 г. — воссоздает не только представления У. Черчилля об участниках события, но и позволяет в основных моделях метафорических проекций усмотреть осуждение бездействия и пассивности кабинетов министров Франции и Британии; сочувствие нации, оставленной на съедение волкам; ненависть к Германии, терзающей труп Чехословакии.

Наша версия интерпретации авторской метафорической картины такова: **чехи — младен-**

цы, оставленные в лесу своими опекунами, а Чехословакия — предмет поедания в лесу, на поле брани или на трапезе. Немцы — стервятники, питающиеся мертвечиной. Чехословакия мертва, а правительства Британии и Франции — перезревшие дыни, которые могут быть также предметом изображения натюрморта.

Система моделей метафор следующего сюжета соотносима с анализом контекстов метафорических описаний события 1939 г.

Табл. 5. Модели метафор в сюжете «Захват Польши»

German/Polish Armies — moving Persons	Армии Германии и Польши — персоны в движении
Blitzkrieg actions — Human actions	Военные операции Германии — действия человека
Poland — a Rock	Польша — утес

Армии Германии потребовалось 27 дней, чтобы захватить Польшу, и 42 дня, чтобы покорить Францию. Территория Югославии была захвачена немецкой армией за 11 дней. Наша интерпретация смоделированной индивидуальной метафорической картины события таково: **захват Польши армией Германии происходит подоб-**

но продвижению человека, но Польша — утес, который сложно покорить.

Система разновидностей М-моделей, представленная в табл. 6, соотносима с контекстуальным анализом фрагментов языковых метафорических репрезентаций события апреля 1941 г. в мемуарном тексте У. Черчилля.

Табл. 6. Модели метафор в сюжете «Восстание в Югославии»

A German War Operation — a Disaster	Военная операция Германии — бедствие
An Animal — a Person	Животное — человек

М-моделирование языковых репрезентаций события позволяет увидеть в сочетаемости антропоморфной и природоморфной М-моделей осмысление безысходности надвигающегося бедствия, когда происходит персонификация беззащитного мира животных. Толкование метафорической событийной картины таково: **подавление**

восстания в Югославии — бедствие для всего живого, его было невозможно пережить людям.

Следующая таблица отражает структурирование образной интерпретации У. Черчиллем факта нападения Германии на СССР.

Табл. 7. Модели метафор в сюжете «Нападение Германии на СССР»

War — a Spectacle/Performance	Война — представление, спектакль
Hitler — an Animal/Criminal	Гитлер — животное, преступник
Britain — a Hero/struggling Person	Британия — воюющий человек, герой
Russia — Mother/an indifferent Ally	Россия — матушка и индифферентный союзник
The Soviet Government — a purblind Person	Советское правительство — близорукая персона

Находящаяся в доминантном положении модель персонификации может быть полноценно интерпретирована только в сочетании со второстепенными фреймо-слотовыми разновидностями М-моделей. Наша версия восприятия фрагмента авторской наивной языковой картины события, основанная на семантике комплекса метафорических проекций, таково: **Гитлер — преступник, воюющий с Британией, которая ге-**

ройски противостоит этому животному, нападающему на ранее индифферентного союзника Британии — Россию. Россия — матушка большого семейства, во главе которого сидит близорукое руководство, просмотревшее смертельную угрозу преступника.

Таблица 8 соотносима с обзором метафорических описаний У. Черчиллем периода создания «Великого союза».

Табл. 8. Модели метафор в сюжете «Создание „Великого союза“»

The Grand Alliance — a boat	Великий союз — лодка
the Alliance of The British Empire, the Soviet Union, the United States — the Union of Strong Persons	Альянс Британской империи, Советского Союза и Соединенных Штатов Америки — союз сильных личностей

Интерпретация смыслового «переплетения» М-моделей позволяет выстроить динамичную метафорическую картину: **три персоны в лодке — это союз сильных государств, все они объединились и двигаются к общей цели — победе над их общим врагом, враждебным союзом Германии, Италии и Японии.**

Таким образом, исследование языковых репрезентаций военных событий в мемуарном тексте с позиции базовых метафорических моделей, составляющих его основу, подразумевает реконструкцию комплексного многообразия метафорических моделей. Результатом анализа контекстов использования метафорических моделей явилось выявление индивидуального смысла события, создаваемого посредством концептуальных метафор. Раскрывая новые возможности метафорического моделирования, мы попытались воссоздать и интерпретировать версии индивидуальных метафорических картин событий, представленных известным политиком на страницах его мемуаров.

Специфика метафорического моделирования как метода реконструкции фрагментов авторской наивной языковой картины событий представля-

ется в доминировании и определенной константности антропоморфных и социоморфных видов метафоры. Данные модели соотносятся с субъективностью метафорического описания, способствуют выявлению авторских прагматических установок, а также отражают авторское понимание социальной значимости осмысленных событий.

ИСТОЧНИКИ

1. Churchill Winston S. The Second World War. The Gathering Storm. — Boston : Houghton Mifflin Company, 1948.
2. Churchill Winston S. The Second World War. The Grand Alliance. — Boston : Houghton Mifflin Company, 1950.

ЛИТЕРАТУРА

3. Зубакина Т. Н. Метафорическое моделирование историко-политического события (на материале мемуаров У. Черчилля «The Second World War») : дис. ... канд. филол. наук. : 10. 02. 19. — Пермь, 2014.
4. Краткий словарь когнитивных терминов / Е. С. Кубрякова, В. З. Демьянков, Ю. Г. Панкрац, Л. Г. Лузина ; под общ. ред. Е. С. Кубряковой. — М. : Филологический фак. МГУ им. М. В. Ломоносова, 1996.
5. Литературный энциклопедический словарь / под общ. ред. В. М. Кожевникова, П. А. Николаева. — М. : Сов. энцикл., 1987.
6. Чудинов А. П. Метафорическая мозаика в современной политической коммуникации / Урал. гос. пед. ун-т. — Екатеринбург, 2005.

7. Reynolds D. Churchill's Writing of History: Appeasement, Autobiography and "The Gathering Storm" // Transactions of the Royal Historical Society. Sixth Series. 2001. Vol. 11. P. 221—247.

8. White H. Metahistory. The Historical Imagination in Nineteenth-Century Europe. — Baltimore & London : The Johns Hopkins Univ. Pr., 1973.

9. White H. Tropics of Discourse. — Baltimore : Johns Hopkins Univ. Pr., 1978.

T. N. Zubakina

Ekaterinburg, Russia

METAPHORIC MODELLING AS A WAY OF (RE)CONSTRUCTION OF AN INDIVIDUAL LANGUAGE PICTURE OF A WAR EVENT (IN W. CHURCHILL'S MEMOIRS)

ABSTRACT. *Modern linguistics treats metaphoric modelling of reality as the basic mental activity, the way to structure and explain the world. The article studies how Churchill's metaphor models describe a real war event. In cognitive linguistics metaphoric modelling is a way of reconstruction of the author's mental models of the figurative perception of the world. The hypothesis of the paper is based on the theoretical ideas of the American historian and literary critic Hayden White who compares the use of tropes in the historical discourse with the embodiment of the author's soul. The historian, according to this concept, is constantly in search for the necessary metaphor and figurative representation of the historical past; the historical narration always contains the elements of interpretation and suggests the structure of the past, which has no structure of its own, and therefore this structure is new in every new text. The article presents the fragments of interpretation of the contexts of metaphor models. The material for research is the memoirs of the ex-Prime Minister of Great Britain, the only of the three political leaders of "The Grand Alliance", whose thoughts were expressed with the help of metaphors; the memoirs made the bases for the further Anglo-Saxon historiography of World War II. Contextual metaphorical analysis revealed the dominant metaphor models and their potential in reconstruction of the individual language picture. The interpretation of these language pictures depends on the perception of the dominant models, such as "a Nation/state — a Person"; "a Nation/state — a Criminal/Friend/Alien/Victim".*

KEYWORDS: *event; metaphor model (M-model); metaphor modelling (M-modelling).*

ABOUT THE AUTHOR: *Zubakina Tatyana Nickolaevna, Candidate of Philology, Senior Lecturer of the Faculty of International Relations; Urals Federal University (Ekaterinburg).*

REFERENCES

1. Churchill Winston S. The Second World War. The Gathering Storm. — Boston : Houghton Mifflin Company, 1948.

2. Churchill Winston S. The Second World War. The Grand Alliance. — Boston : Houghton Mifflin Company, 1950.

3. Zubakina T. N. Metaforicheskoe modelirovanie istoriko-politicheskogo sobytiya (na materiale memuarov U. Cherrillya «The Second World War»): dis. ... kand. filol. nauk. : 10.02.19. — Perm', 2014.

4. Kratkiy slovar' kognitivnykh terminov / E. S. Kubryakova, V. Z. Dem'yankov, Yu. G. Pankrats, L. G. Luzina ; pod obshch. red. E. S. Kubryakovoy. — M. : Filologicheskiy fak. MGU im. M. V. Lomonosova, 1996.

5. Literaturnyy entsiklopedicheskiy slovar' / pod obshch. red. V. M. Kozhevnikova, P. A. Nikolaeva. — M. : Sov. entsikl., 1987.

6. Chudinov A. P. Metaforicheskaya mozaika v sovremennoy politicheskoy kommunikatsii / Ural. gos. ped un-t. — Ekaterinburg, 2005.

7. Reynolds D. Churchill's Writing of History: Appeasement, Autobiography and "The Gathering Storm" // Transactions of the Royal Historical Society. Sixth Series. 2001. Vol. 11. P. 221—247.

8. White H. Metahistory. The Historical Imagination in Nineteenth-Century Europe. — Baltimore & London : The Johns Hopkins Univ. Pr., 1973.

9. White H. Tropics of Discourse. — Baltimore : Johns Hopkins Univ. Pr., 1978.

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

Е. А. Исакова
Екатеринбург, Россия

ЖАНР РЕПОРТАЖА В БЛОГЕ (НА МАТЕРИАЛЕ «ЖИВОГО ЖУРНАЛА» РУСТЕМА АДАГАМОВА)

АННОТАЦИЯ. Статья посвящена анализу функционирования репортажа в одной из ключевых форм гражданской журналистики — блоге. С целью выявления жанровых и лингвостилистических особенностей интернет-варианта репортажа, который принимает вид публикации с большим количеством фотографий, снабженных комментарием, автор последовательно рассматривает в материалах «Живого журнала» Рустема Адагамова способы выражения жанрообразующих признаков: событийности, эффекта присутствия и «я» репортера. В работе подробно описывается представленность в текстах компонентов категории «событийность»: событие, время и пространство, участники, наблюдатель, — выявляются грамматические и текстовые средства создания «эффекта присутствия» для адресата, а также собственно грамматические, лексико-синтаксические и лексические средства выражения «я» репортера. В результате анализа отмечается сохранение репортажем в блоге всех инвариантных жанровых черт и фиксируются особенности выражения каждой из них. В тексте публикации блога, несмотря на использование знаков разных семиотических систем, отмечается важность традиционных лингвистических средств, которые играют ведущую роль в представлении события и личности автора.

Результаты исследования позволяют продолжить рассмотрение жанра «репортаж» применительно к сфере интернет-коммуникации, в том числе за пределами профессионального журналистского медиадискурса, и могут быть использованы при изучении жанров СМИ и гражданской журналистики.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: гражданская журналистика; блог; репортаж; жанрообразующие признаки.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ: Исакова Елена Александровна, аспирант кафедры риторики и стилистики русского языка; Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б. Н. Ельцина; адрес: 620000, Екатеринбург, пр-т Ленина, 51, к. 312; e-mail: mbarts@mail.ru.

В сетевом информационном поле можно условно выделить два взаимодействующих сегмента. Первый из них — это интернет-журналистика, создаваемая профессионалами традиционных СМИ, которые осваивают новую площадку для диалога с аудиторией (исследованию интернет-журналистики посвящены работы А. А. Калмыкова и Л. А. Кохановой, М. М. Лукиной и И. Д. Фомичевой, С. Г. Машковой, А. А. Тертычного и др.). Второй сегмент — журналистика, для обозначения которой в отечественной традиции закрепился термин «гражданская журналистика», объединивший два понимания этого феномена, разграниченные в западных работах с помощью названий «civic journalism» — «направление в журналистике, содействующее развитию общественного участия и гражданской активности» и «citizen journalism» — «деятельность любителей, развернувшаяся в Интернете» [Хлебникова].

Возникшая в XX в. в Западной Европе в виде самодельных журналов, гражданская журналистика в настоящее время стремительно набирает популярность и является актуальным объектом исследований (см. работы Sh. Bowman и C. Willis, S. Robinson и C. DeShano, И. М. Дзялошинского, А. Г. Качкаевой, О. А. Евтуш, К. А. Каряжиной и др.). Наибольший интерес вызывает блог, занимающий одну из ключевых позиций в гражданской журналистике. Блог формируется на основе освоения и объединения известных ранее речевых и литературно-публицистических жанров, в частности жанра репортажа.

Репортаж — жанр, хорошо изученный в теории СМИ [Триккель 1967; Солганик 1970, Тертычный; Тертычный 2002, 2014; Ким 2005; Кузнецов, Цвик, Юровский 2005; Майданова, Калганова 2006; Новиков 2006; Колесниченко 2008: 41—52 и др.], обладающий следующими жанрообразующими чертами: (1) событийностью, (2) эффектом присутствия для адресата и (3) проявлением «я» репортера [Солганик 1970; Майданова, Калганова 2006: 42—52]. Однако появление новой формы —

сетевого репортажа — приводит к трансформации инвариантных признаков. Современный сетевой репортаж, как правило, представляет собой подборку фотографий, снабженных комментарием. Целью нашего исследования является анализ лингвистических особенностей варианта подобного репортажа в блоге. Материалом для исследования послужили публикации в журнале Другого [Журнал Другого]. Ресурс был создан в 2002 г. Рустемом Адагамовым — фотографом, специалистом в сфере рекламы, общественным деятелем.

Главным признаком репортажа является *событийность*, т. е. представление события. Вслед за А. А. Тертычным [Тертычный] мы понимаем событие в журналистике как «точно фиксированный в пространстве и во времени (т. е. с ясным началом и концом) шаг в общественном процессе», «действие людей с определенными целями и результатами» и выделяем следующие компоненты категории «событийность» в репортаже: собственно событие, время и пространство, участники, наблюдатель.

Компонент «собственно событие» связан с категорией темы, которая, как в текстах публицистических стилей, отбирается автором с точки зрения актуальности и новизны [Купина, Матеева 2012: 226]. Тематические группы материалов в «Журнале Другого» свидетельствуют об одном из ключевых отличий варианта репортажа в блоге от вариантов жанра в СМИ — отличии тематическом. Публикации посвящены не только общественно значимым, но и незначительным событиям из жизни автора (поездке к другу на празднование Пасхи — «Пасха в Чехии, или Что такое помлазка» от 22 апреля 2014 г. или прогулке с собакой в парке рядом с домом — «Жизнь таксы по имени Нора» от 24 февраля 2015 г. и т. п.) Однако независимо от темы структура материала остается стандартной. Автор выносит название события в заголовок публикации («Первомай в Лондоне», «JE SUIS CHARLIE: марш единства в Париже» и др.), а затем повторяет его несколько раз в тек-

сте, где перечисляются все основные этапы события. Например, в заголовке репортажа «Пасха в Чехии, или Что такое помлазка» союз «или» соединяет две части: нейтральную номинацию информационного повода и экспрессивную единицу, построенную на ее основе с использованием слова «помлазка» (особая плетка, которую согласно народному обычаю делают на празднике Пасхи в Чехии. — *Е. И.*), обладающего неизвестным большинству читателей значением. В тексте самой публикации также присутствуют нейтральные и экспрессивные номинации события: *Пасха, Пасха в Чехии и Словакии, Пасхальный (Поливальный) понедельник, гулянка, праздник, этот день*, — а комментарии восстанавливают его основные этапы: *Мой пражский друг Ондра позвал меня в эти выходные посмотреть, как чехи отмечают Пасху. Для этого мы поехали к нему на дачу... / Можно помлазку купить, но по-настоящему ее нужно, конечно, сделать самому. <...> Для того, что набрать материал для работы, мы отправились к соседям, у которых на участке растут несколько ив. / Мы набрали веток и пошли к соседям... / На следующее утро Ондра приступил к плетению помлазок. / В три часа дня все собрались в условленном месте. / Потом отправились в другой дом, и еще один, и еще. / Утром мы отправились домой в Прагу...*

Второй компонент категории «событийность» — место действия. Указание на страну в большинстве случаев включается в начальную шаблонную часть публикации: «**26.08.2014, Швеция**...», «**24.12.2014, Чехия** [...]» или «**Местонахождение: Португалия**». В тексте место действия обозначено лексемами с локальным значением, топонимами и под. Так, в репортаже «Новый highlander: тест-драйв в Калифорнии» от 3 февраля 2014 г. в заголовке присутствует топоним — название штата, а в тексте использованы названия значительных географических объектов: *Побережье Тихого океана в районе Монтеррея, Пebbл-бич, Кармеля; места по всей длине 17-Mile Drive и дальше вдоль океана по хайвею №1, который ведет в Лос-Анджелес; холмы у Кармеля; на берегу Тихого океана* и др. А в репортаже «Про события у Украинского дома» от 26 января 2014 г., где также основной топоним вынесен в заголовок текста, в самой публикации фиксируем единицы, максимально точно и подробно описывающие место действия: *Евромайдан; в здании Украинского центра, расположенного на Европейской площади и, следовательно, позади линий баррикад на Грушевского и на территории Евромайдана; баррикады; Майдан; зал, где собрались ВВшники; главная лестница; черный ход* и др.

Нередко автор стремится дать наиболее полную информацию о месте события или отдельных находящихся там интересных объектах, для чего использует гиперссылки: *В наших роудбуках были проложены несколько маршрутов для тестовых поездок и в том числе по Семнадцатимильной дороге* («Новый highlander: тест-драйв в Калифорнии», 3.02.2014). *Отец Карела и Йозефа Чапека работат на местном курорте врачом. Рядом с центральной площадью стоит памятник в их честь (Карел слева, с лейкой)*

(«Пасха в Чехии, или Что такое помлазка», 22.04.2014). Формат гиперссылки возможен только в сетевом варианте репортажа и подчеркивает, что скрытая за ней информация расценивается автором как второстепенная, а читателю предоставляется полное право решить, знакомиться с этими данными или нет.

Автор блога часто использует наречие «здесь» (а иногда — разговорное «тут»), которое свидетельствует о связи интернет-репортажа с традиционными вариантами газетного, теле- и радиорепортажа: *Здесь же рядом разбирают мостовую и несут камни к тому месту, где стояли ледяные баррикады* («Война в Киеве», 20.02.2014). *Говорят, тут полгорода скупил один из местных жителей* («На Škoda Yeti — по Чехии», 27.05.2015).

Третий компонент категории «событийность» — время. В блоговых записях указание даты входит в обязательную шаблонную форму. В самих текстах чаще всего используется наречие «сегодня» и производное от него прилагательное, которые могут сочетаться с более точными временными указателями: *Сегодня в выставочном зале Artirelad недалеко от Стокгольма компания Volvo представила, наконец, новую модель внедорожника XC90...* («Новый XC90: премьера в Стокгольме», 26.08.2014). *Сегодня, как обычно в сочельник, в Праге была организована бесплатная раздача традиционного рыбного супа...* («Сочельник в Праге: рождественский суп на Староместской», 24.12.2014). *Сегодняшний праздник прошел под знаком резкой критики в адрес нынешнего президента Чехии Милоша Земана* («Чехия: 25 лет со дня начала „бархатной революции“», 17.11.2014).

Реже используются наречие «вчера» и прилагательное «вчерашний»: *Вчера поздно вечером разведка сил обороны Евромайдана обнаружила, что в здании Украинского центра <...> находятся около 300 военнослужащих внутренних войск и несколько сотрудников „Беркута“* («Про события у Украинского дома», 26.01.2014). *Вчерашней кульминацией стало, конечно, выступление освобожденной Юлии Тимошенко* («Майдан: финальный аккорд?», 23.02.2014).

Показатели времени в блоговых репортажах сигнализируют об оперативности сообщения. Это подчеркивается наречиями «только что» и «сейчас», свидетельствующими об одновременности происходящего/произошедшего действия и рассказа о нем: *Только что Рада проголосовала за отставку Януковича и спела национальный гимн страны* («Ситуация в Киеве», 22.02.2014). *На самом Майдане сейчас в основном только бойцы отрядов самообороны* («Киев: перемирие», 21.02.2014). *Итак, меньше чем через час вот такая ракета должна вывест на орбиту ползный груз...* («Из серии „Как это делается“: частные космические спутники», 8.07.2014).

Гражданский журналист получает возможность максимально быстро сообщать любую полученную информацию, размещая ее в новой записи или же добавляя к уже опубликованной, снабжая соответствующей меткой «UPDATE». Именно с такой отметкой прикреплен к сообщению «Ситуация в Киеве» указанный выше контекст.

Такие компоненты рассматриваемой категории «событийность», как участники и наблюдатель, в репортажных материалах блога находятся в неразрывной связи: презентация участников включает описание их внешности, сведения из биографии и почти всегда сопровождается авторской оценкой: *Рядом обедают врачи из г. Ахтырка Сумской области. Два хирурга, два анестезиолога и травматолог. Взяли отпуск за свой счет, договорившись с коллегами, что те их подменяют на несколько дней, и приехали помогать раненым в Киеве... Хирург, с которым я говорил, получает 2000 гривен, из которых 1000 платит за коммуналку. Жена не работает — негде. На жизнь остается около 100 долларов. А там еще дети, больная мать и прочее. Пробовал заниматься собственным бизнесом, разорили и чуть не посадили. Обычная история, говорит («Киев: перемирие», 21.02.2014).*

Вчерашней кульминацией стало, конечно, выступление освобожденной Юлии Тимошенко. <...> Юлия говорила очень эмоционально, уж чего-чего, а говорит она всегда умела. Было видно как она постарела и выглядит нездорово («Майдан: финальный аккорд?», 23.02.2014). Представление участников помогает воссоздать яркую и достоверную картину происходящего.

Второй жанрообразующий признак репортажа — эффект присутствия адресата. В блогговом варианте ведущую роль в создании такого эффекта играют фотографии. Тем не менее автор использует для выражения репортажного настоящего времени различные лингвистические средства, свойственные классическому репортажу. Во-первых, к ним относятся:

- грамматические средства — глаголы настоящего времени, поддерживаемые наречиями «здесь» и «сейчас»: *Уговаривают* (блокированные силовики — Е. И.) *не кидать в зал камни и взрывпакеты. Но кидают все равно. <...> В сторону Грушевского от Майдана идут организованные отряды* («Про события у Украинского дома», 26.01.2014). *Защитники баррикад продолжают оставаться на своих местах. Им несут и чай, и еду* («Ситуация в Киеве», 22.02.2014);

- предложения в форме синтаксического индикатива: *На сцене Майдана отряд милиции из Львова... <...> На самом Майдане сейчас в основном только бойцы отрядов самообороны* («Киев: перемирие», 21.02.2014);

- местоимение «это» и частица «вот»: *Это передний край — баррикада на Институтской рядом с гостиницей Украина* («Киев: перемирие», 21.02.2015). *А вот те самые задумчивые фигуры с клюшками. <...> Вот еще хозяин частной территории* («Новый highlander: тест-драйв в Калифорнии», 3.02.2014). Частотное использование таких местоимений в комментариях под фотографиями вполне естественно, но в то же время роднит репортаж в блоге с телерепортажем.

Во-вторых, автор использует текстовые средства — описательные фрагменты (в них могут указываться подробности, которые невозможно передать через изображение): *Картинка была совершенно кинематографичной — яркие проектора, дым от горящих покрышек, огонь в бочках, фигуры защитников в шлемах и ровный*

тревожный стук щитов. <...> На улице — 20. Даже огонь в бочках не спасает и холод пробивает до костей («Про события у Украинского дома», 26.01.2014). Большое значение приобретают описательные фрагменты в репортажах — путевых очерках, где они сопровождаются использованием стилистических приемов и авторской оценкой. Так, в репортаже «Вид на Прагу с колокольни собора святого Вита» (24.09.2014) восхищение автора передается с помощью антитезы, усиленной рядом однородных членов, гиперболой «великолепная сила камня, улетающего ввысь» и литотой «крошечное ничто»: *В таких местах чувствуешь себя крошечным ничем по сравнению с великолепной силой камня, улетающего ввысь, этим волшебным светом, проникающим сквозь витражи, этим таинственным эхом, которое рождается в стенах от каждого произнесенного слова.*

Актуальным в создании эффекта присутствия остается и использование детали. Особо отметим в этом отношении один из зафиксированных нами контекстов. В репортаже «Киев: перемирие» (21.02.2015) под одной из фотографий читаем такой текст: *Это передний край — баррикада на Институтской рядом с гостиницей Украина. Вчера утром здесь снайпер застрелил одного из обороняющихся. По этому поводу стоит фляжка из-под воды с букетом цветов.* При этом на фотографии — только участники события на фоне баррикады, сооруженной из покрышек, но в кадре нет фляжки с букетом цветов.

Наконец, обратимся к жанрообразующему признаку «Я репортера» (или «Я-темы» [Купина, Матвеева 2012: 228]), для выражения которого блог предлагает богатейший арсенал средств. Прежде всего блог обязательно предполагает наличие информации об авторе. В разделе «Личная информация» указаны «имя» ресурса: *Иллюстрированный журнал обо всем на свете*, а также в виде гиперссылок представлены «местонахождение» автора: *Москва, Russian Federation*, сведения о его образовании: *Российский государственный гуманитарный университет (РГУ), б. МГИАИ — Москва, Москва и Московская область, Russian Federation (1980—1985)*, адреса электронной почты для связи и для рекламодателей, страницы в «Twitter» и «Facebook».

Как показывают материалы, роль «Я-темы» для Рустема Адагамова, как и многих других блогеров, является более важной, чем в репортажах официальных СМИ. Автор ЖЖ много рассказывает о своих привычках, взглядах, родственниках и друзьях, при этом часто соединяет описание крупных мероприятий с информацией из своей жизни, масштабное, историческое и личное: *А здесь я живу — где-то минут двадцать пешком до Пражского града и собора святого Вита* («Вид на Прагу с колокольни собора святого Вита», 24.09.2014). *Мне, как любителю хорошего коньяка, было интересно посмотреть как делается его конкурент на рынке крепкого алкоголя. Да и в Нормандии я никогда не был...* («Из серии «Как это делается» | Кальвадос» от 4.07.2014). *Первый раз за два с половиной года ко мне приехала моя мама. Нине Михайловне в следующем году 80 лет, ездить ей непросто, да еще и тя-*

желая болезнь, с которой она борется. Но она старается держаться молодцом и вчера с удовольствием слушала на ярмарке концерт старинной музыки. <...> Нора и Аса остались довольны прогулкой и потом еще долго носились в парке, где до сих пор течет тот самый ручей Бруснице, у которого тысячу лет назад встретились чешский князь Болеслав II и епископ Войтех... («Как я провел субботу: средневековая ярмарка в Бржегновском монастыре», 24.05.2015).

Лингвистические средства выражения признака «Я репортера» можно условно разделить на три группы. Первая группа — собственно грамматические средства, к которым мы относим личностный дейксис, прямые указания на автора в тексте. Это местоимения и глаголы первого лица единственного и множественного числа, а также притяжательные местоимения: **Я пишу это в одном из немногих работающих сейчас в районе Майдана кафе** («Киев: перемирие», 21.02.2014); **Пока я стоял в магазинчике и пил воду, четверо жандармов привели туда чернокожего мужчину с большой сумкой и быстро его обыскали.** <...> **Мы с моим троллем Митричем гордимся, что были вместе с парижанами в такой исторический момент** («JE SUIS CHARLIE: марш единства в Париже», 12.01.2015); **В нашем районе Праги центром для таких праздников <...> является знаменитый Бржегновский монастырь.** («Как я провел субботу: средневековая ярмарка в Бржегновском монастыре», 24.05.2015).

Как можно заметить, в текстах встречаются в основном глаголы, указывающие на включенность автора в действие. Метапоказатели — глаголы речи — можно найти значительно реже. В этом также состоит отличие в представленности «Я репортера» в блоге от выражения этого жанрообразующего признака, например, в репортажах на радио, где глаголы с семантикой говорения типичны и частотны. Автор блога обычно использует глаголы-метапоказатели, чтобы дать ссылку на дополнительную информацию или свои ранее опубликованные материалы на подобные темы, и сочетает их с гипертекстовыми средствами: **Давайте я еще еще раз вам расскажу про то, что я думаю по этому поводу** («All You Need is Love: гей-прайд в Праге», 23.09.2014); **Я показывал в прошлом году, как чехи ловят рождественского карпа...** («Сочельник в Праге: рождественский суп на Староместской», 24.12.2014); **Еще раз порекомендую статью о нем в Вики:** http://ru.wikipedia.org/wiki/Федеральный_аэродром_Моффетт («Из серии „Как это делается“: частные космические спутники», 8.07.2014).

Ко второй группе лингвистических средств для выражения рассматриваемого признака относятся лексико-синтаксические средства — вводные слова и конструкции, частицы с персуазивными или эмоционально-оценочными значениями: **Я думаю, что усердие, с которым российская пропаганда занимается раскруткой негатива по этой теме, вряд ли кто-то оценит по достоинству.** <...> **Безусловно, в этом есть политическая составляющая, но только для определенной части населения. А так люди просто с удовольствием удовлетворяют свое любопытство** («Американский конвой „DragoonRide“ в Праге»,

30.03.2015); **Одним словом, прекрасное место, чего там говорить** («Новый highlander: тест-драйв в Калифорнии», 3.02.2014); **Хелен ... живет здесь давно. У нее семья, двое детей и, помимо, самая лучшая в мире работа** («Неформат: dreamjob», 6.11.2014)

Наконец, третью группу составляют собственно лексические средства. Это оценочная лексика, в поле которой попадают также экспрессивные единицы, разговорные, просторечные и жаргонные: **Французы крутые** (прост. «оставляющие сильное впечатление» [Ожегов, Шведова 2005: 310]) и **вчера это увидел весь мир** («JE SUIS CHARLIE: марш единства в Париже», 12.01.2015).

Наградой был лучший вид на Прагу из всех мне известных. <...> **Собор святых Вита, Вацлава и Войтеха в Пражском Граде — одно из самых великолепных архитектурных сооружений, в которых я когда-либо бывал. Даст десять очков форы Нотр-Даму в Париже или Кёльнскому собору** (в переносном значении с разговорным оттенком употреблено устойчивое выражение «дать кому-нибудь фору» — «в некоторых играх: заранее дать преимущество» [Ожегов, Шведова 2005: 855]) («Вид на Прагу с колокольни собора святого Вита», 24.09.2014).

За руль садиться в кайф (мол., жарг. «о чем-либо очень хорошем, отличном, заслуживающем высокой оценки» [Мокиенко, Никитина 2001: 237]) — **все удобно, уютно...** <...> **Теперь про разные приятные ништяки** (жарг., мол., одобр. «что-либо очень хорошее, отличное, высшего качества, являющееся источником приятных эмоций» [Мокиенко, Никитина 2001: 383]). («Новая Škoda Fabia: впечатление от автомобиля», 10.12.2014).

Его отвели немного подальше и дали неслезного пенсаля (жарг. «пинок, несильный удар (обычно ногой по ягодицам)» [Химик 2004: 428]) («Про события у Украинского дома», 26.01.2014).

Экспрессия на страницах блога нередко усиливается за счет графических средств, например прописных букв. В следующем контексте выделенное ими слово усиливает эмоционально-оценочное значение разговорной вводной конструкции «страшно сказать»: **А вообще это, страшно сказать, ДЕВЯТЫЙ век** («Вид на Прагу с колокольни собора святого Вита», 24.09.2014).

К средствам выражения оценки относятся также стилистические приемы сравнения и иронии. В репортаже «Война в Киеве» от 20 февраля 2014 г. позитивная оценка участников строительства баррикад поддерживается с помощью сравнения с муравьями, жилище которых разрушено грибником: **Бывает идет грибник по лесу и раз, наступил сапогом в муравейник, разрушил. Муравьи собираются, оценивают ущерб и приступают к ликвидации последствий катастрофы. Вот так сегодня вечером на Майдане и Грушевского тысячи человек восстанавливают разрушенные баррикады.** <...> **Все время подвозят новые запасы, люди, как мураши в лесу, тащат на Грушевского камни в мешках на своих спинах...**

Сравнение и ирония соединены во фрагменте репортажа «Сочельник в Праге: рождественский суп на Староместской» (24.12.2014), в котором через сравнение с пражскими чиновниками

на самом деле выражена негативная оценка московских чиновников и российских государственных мероприятий, их идеологии. Об иронии сигнализирует последнее предложение, в частности использование вводного слова «разумеется»: *«Без сравнений не обойтись, конечно. Я представил себе такую сцену с Собяниным — кортеж на „мерседесах“, ФСО, ОМОН, оцепление из ментов на два квартала, аккредитация для журналистов, массовка из активистов „Народного фронта“ и Союза ветеранов. И все, разумеется, с георгиевскими ленточками. Потому что, Россия — великая страна, а не какая-то там подстилка для Обамы.»*

Подведем итог. Среди медиажанров, освоенных гражданами журналистами в формате блога, значительное место занимает репортаж, который приобретает вид публикации с большим количеством фотографий, снабженных комментариями, начальным и финальным текстом.

Сетевой репортаж сохраняет все инвариантные жанровые признаки: событийность, эффект присутствия для адресата и «я» репортера, однако каждый признак в большей или меньшей степени модифицируется, подчиняясь новой форме.

Трансформация признака «событийность» в интернет-репортаже связана с категорией темы: публикации могут быть посвящены обычным, незначительным событиям из жизни автора. Показатели времени подчеркивают максимальную оперативность сообщения и сигнализируют о возможности быстрого обновления данных, использование гиперссылок позволяет адресату отбирать интересующую его информацию, а представление героев в большинстве случаев снабжается авторской оценкой, что также является отличительной характеристикой репортажных материалов гражданской журналистики.

Особенность выражения признака «эффект присутствия адресата» заключается в ведущей роли фотоизображения. Однако значимость морфологических, синтаксических, а также стилистических средств, характерных для печатного и телевизионного вариантов репортажа, устойчиво сохраняется.

Трансформация жанрообразующего признака «я репортера» обусловлена природой блога, в центре которого находится личность автора. Я-тема занимает в репортажах гражданских журналистов более значительное место, чем в репортажах корреспондентов официальных СМИ, а для представления «я репортера» предложен широкий арсенал различных средств, в первую очередь — лингвистических. Среди них на первый план в сетевом репортаже выходит оценочная лексика, а также стилистически маркированные единицы.

E. A. Isakova
Ekaterinburg, Russia

THE GENRE OF REPORTAGE IN A BLOG (ON LIVE JOURNAL MATERIALS BY RUSTEM ADAGAMOV)

ABSTRACT. *The article deals with the analysis of the genre of reportage functioning in a blog — one of the key participatory journalism forms. To define the genre and linguo-stylistic peculiarities of internet-reportage, which takes the form of a publication with many photographs accompanied by comments, the author consistently reveals the means of expression of the genre forming features in the Live Journal materials by Rustem Adagamov: the eventfulness, the effect of presence and the reporter's "ego". The article dwells in detail on the components of the category of eventfulness as consisting of the following: event, time and place, participants and observer; it reveals the grammatical and textual means of creation*

ЛИТЕРАТУРА

1. Мокиенко В. М., Никитина Т. Г. Большой словарь русского жаргона — СПб. : Норинт, 2001.
2. Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка. — М. : ЭЛПИС, 2005.
3. Химик В. В. Большой словарь русской разговорной экспрессивной речи. — СПб. : Норинт, 2004.
4. Дзялошинский И. М. Журналистика соучастия. Как сделать СМИ полезными людям. — М. : Престиж, 2006.
5. Евтуш О. А. Гражданская журналистика как тип коммуникативной стратегии региональной прессы // Социальный PR и социальная реклама: опыт и новаторство : материалы 2-й Междунар. науч.-практ. конф. (2009, май, 21) / под ред. О. П. Чернеги. — Барнаул, 2009. С. 78—87.
6. Журнал Другого. URL: <http://drugoi.livejournal.com>.
7. Кацмыков А. А., Коханова Л. А. Интернет-журналистика. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2005.
8. Карякина К. А. Актуальные формы и модели новых медиа: от понимания аудитории к созданию контента // Медиа-скоп. 2010. № 1. URL: <http://www.mediascope.ru/node/524> (дата обращения: 01.09.2015).
9. Качаева А. Г. Жанры и форматы современного телевидения: последствия трансформации // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2010. № 6. С. 42—51.
10. Ким М. Н. Репортаж: технология жанра. — СПб. : Изд-во Михайлова В. А., 2005.
11. Колесниченко А. В. Прикладная журналистика. — М. : Изд-во Моск. ун-та, 2008.
12. Кузнецов Г. В., Цвик В. Л., Юровский А. Я. Телевизионная журналистика — М. : Изд-во Моск. ун-та, 2005.
13. Кулина Н. А., Матвеева Т. В. Стилистика современного русского языка. — М. : Юрайт, 2012.
14. Лукина М. М., Фомичева И. Д. СМИ в пространстве Интернета. — М. : Факультет журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова, 2005.
15. Майданова Л. М., Калганова С. О. Практическая стилистика жанров СМИ. — Екатеринбург : Гуманитарный ун-т, 2006.
16. Машкова С. Г. Интернет-журналистика. — Тамбов : Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2006.
17. Новиков К. Ю. Радиореporter и радиореporter в XXI веке. — М. : ВК, 2006.
18. Солганик Г. Я. Стиль репортажа. — М. : Изд-во Моск. ун-та, 1970.
19. Тертычный А. А. Жанры периодической печати. — М. : Аспект Пресс, 2002. URL: <http://evartist.narod.ru/text2/01.htm> (дата обращения: 01.09.2015).
20. Тертычный А. А. Миг жизни явит репортаж // Журналист. 2002. № 3. С. 69—71.
21. Тертычный А. А. Интернет-публицистика: жанровый профиль // Учен. зап. Казан. ун-та. Сер. «Гуманит. науки». 2014. Т. 156, кн. 6. С. 7—16.
22. Трикель И. Некоторые вопросы теории репортажа. — М., 1967.
23. Хлебникова Н. В. Гражданская журналистика: к истории становления термина // Медиа-скоп. 2011. № 3. URL: <http://www.mediascope.ru/node/896#3> (дата обращения: 01.09.2015).
24. Bowman S. and Willis C. We Media: How Audiences are Shaping the Future of News and Information. — The Media Center at the American Press Institute, 2003. URL: <http://www.hypergene.net/wemedia/weblog.php> (дата обращения: 19.08.2015).
25. Robinson S., DeShano C. «Anyone Can Know». Citizen Journalism And The Interpretive Community of The Mainstream Press // Journalism. Theory, Practice and Criticism. 2011. Vol. 12, № 8 (Nov.). P. 963—982.

of the effect of presence and the grammatical, lexico-syntactical and lexical means of representation of the reporter's "ego". As a result of the analysis, the author points out, that the internet-reportage in a blog keeps all the invariant genre features, and characterizes their transformations. The texts of blog publications display the importance of traditional linguistic means, which play the leading role in representation of events and the author's ego; nevertheless, the use of signs of other semiotic systems is still important.

The results of the investigation help to extend the analysis of the genre of reportage functioning in the sphere of Internet-communication and in areas outside professional journalism, and may be applied to researches of mass media genres in general and participatory journalism in particular.

KEYWORDS: *participatory journalism, blog, reportage, genre forming features.*

ABOUT THE AUTHOR: *Isakova Elena Aleksandrovna, Post-graduate Student 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.*

REFERENCES

1. Mokienko V. M., Nikitina T. G. Bol'shoy slovar' russkogo zhargona — SPb. : Norint, 2001.
2. Ozhegov S. I., Shvedova N. Yu. Tolkovyy slovar' russkogo yazyka. — M. : ELPIS, 2005.
3. Khimik V. V. Bol'shoy slovar' russkoy razgovornoy ekspressivnoy rechi. — SPb. : Norint, 2004.
4. Dzyaloshinskiy I. M. Zhurnalistika souchastiya. Kak sdelat' SMI poleznymi lyudyam. — M. : Prestizh, 2006.
5. Evtush O. A. Grazhdanskaya zhurnalistika kak tip komunikativnoy strategii regional'noy pressy // Sotsial'nyy PR i sotsial'naya reklama: opyt i novatorstvo : materialy 2-y Mezhdunar. nauch.-prakt. konf. (2009, may, 21) / pod red. O. P. Chernegi. — Barnaul, 2009. S. 78—87.
6. Zhurnal Drugogo. URL: <http://drugoi.livejournal.com>.
7. Kalmykov A. A., Kokhanova L. A. Internet-zhurnalistika. — M. : YuNITI-DANA, 2005.
8. Karyakina K. A. Aktual'nye formy i modeli novykh media: ot ponimaniya auditorii k sozdaniyu kontenta // Mediaskop. 2010. № 1. URL: <http://www.mediascope.ru/node/524> (data obrashcheniya: 01.09.2015).
9. Kachkaeva A. G. Zhanry i formaty sovremennogo televideniya: po-sledstviya transformatsii // Vestn. Mosk. un-ta. Ser. 10: Zhurnali-stika. 2010. № 6. S. 42—51.
10. Kim M. N. Reportazh: tekhnologiya zhanra. — SPb. : Izd-vo Mikhaylova V. A., 2005.
11. Kolesnichenko A. V. Prikladnaya zhurnalistika. — M. : Izd-vo Mosk. un-ta, 2008.
12. Kuznetsov G. V., Tsvik V. L., Yurovskiy A. Ya. Televizionnaya zhurnalistika — M. : Izd-vo Mosk. un-ta, 2005.
13. Kupina N. A., Matveeva T. V. Stilistika sovremennogo russkogo yazyka. — M. : Yurayt, 2012.
14. Lukina M. M., Fomicheva I. D. SMI v prostranstve Interneta. — M. : Fakul'tet zhurnalistiki MGU im. M. V. Lomonosova, 2005.
15. Maydanova L. M., Kalganova S. O. Prakticheskaya stilistika zhanrov SMI. — Ekaterinburg : Gumanitarnyy un-t, 2006.
16. Mashkova S. G. Internet-zhurnalistika. — Tambov : Izd-vo Tamb. gos. tekhn. un-ta, 2006.
17. Novikov K. Yu. Radiereporter i radiereportazh v XXI veke. — M. : VK, 2006.
18. Solganik G. Ya. Stil' reportazha. — M. : Izd-vo Mosk. un-ta, 1970.
19. Tertychnyy A. A. Zhanry periodicheskoy pechati. — M. : Aspekt Press, 2002. URL: <http://evartist.narod.ru/text2/01.htm> (data obrashcheniya: 01.09.2015).
20. Tertychnyy A. A. Mig zhizni yavit reportazh // Zhurnalist. 2002. № 3. S. 69—71.
21. Tertychnyy A. A. Internet-publitsistika: zhanrovyy profil' // Uchen. zap. Kazan.un-ta. Ser. «Gumanit. nauki». 2014. T. 156, kn. 6. S. 7—16.
22. Trikkel' I. Nekotorye voprosy teorii reportazha. — M., 1967.
23. Khlebnikova N. V. Grazhdanskaya zhurnalistika: k istorii stanovle-niya termina // Mediaskop. 2011. № 3. URL: <http://www.mediascope.ru/node/896#3> (data obrashcheniya: 01.09.2015).
24. Bowman S. and Willis C. We Media: How Audiences are Shaping the Future of News and Information. — The Media Center at the American Press Institute, 2003. URL: <http://www.hypergene.net/wemedia/weblog.php> (data obrashcheniya: 19.08.2015).
25. Robinson S., DeShano C. «Anyone Can Know». Citizen Journalism And The Interpretive Community of The Mainstream Press // Journalism. Theory, Practice and Criticism. 2011. Vol. 12, № 8 (Nov.). P. 963—982.

Статью рекомендует к публикации д-р филол наук, проф. И. В. Шалина.

Л. В. Коцюбинская
Санкт-Петербург, Россия

ПОНЯТИЕ «ИНФОРМАЦИОННАЯ ВОЙНА» В СОВРЕМЕННОЙ ЛИНГВИСТИКЕ: НОВЫЕ ПОДХОДЫ

АННОТАЦИЯ. В статье анализируется феномен «информационная война», который имеет комплексный характер и является объектом пристального внимания представителей различных научных дисциплин: социологов, политологов, философов. Проблема информационной войны в языковом (лингвистическом) аспекте все еще является предметом детального рассмотрения ученых. В рамках настоящей работы информационная война определяется как информационные воздействия на общественное (массовое) сознание с целью внесения изменений в когнитивную структуру. В основе понятия «информационная война» лежит метафора, которая как форма мышления играет важную роль в развитии науки и оказывает существенное влияние на изучение соответствующего явления. Исследование данной концептуальной метафоры представляет большой интерес и вносит значительный вклад в разработку лингвистического определения термина «информационная война». Анализ такого явления, как «информационная война», в русле когнитивной лингвистики представляется перспективным, поскольку в фокусе исследования находятся когнитивные структуры (схемы репрезентации знания, которые складываются из вербализованных и невербализованных знаний), реконструируемые на основе анализа языковой системы. Кроме того, когнитивный подход позволит изучить вербализованные ключевые концепты информационного пространства, рассмотреть языковые средства как инструмент политической власти.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: информационная война; когнитивная лингвистика; семантическая атака; когнитивные структуры.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ: Коцюбинская Любовь Вячеславовна, кандидат филологических наук, доцент, заведующая кафедрой перевода и переводоведения АОУ ВПО «Ленинградский государственный университет имени А. С. Пушкина»; адрес: 196605, г. Санкт-Петербург, г. Пушкин, Петербургское шоссе, д. 10; e-mail: luba.74@mail.ru.

В научной литературе предлагается значительное количество разнообразных интерпретаций и трактовок такого феномена, как «информационная война». Это обусловлено тем, что информационная война представляет собой крайне сложное и многогранное явление, а соответствующее понятие должно отражать все аспекты противостояния между государствами с целью достижения подавляющего преимущества над противником в процессе получения, обработки и использования информации.

Информационная война включает в себя все, что связано с информационным противодействием, поэтому изучается целым рядом наук: политологией, социологией, семиотикой, историей, антропологией, философией, а также другими научными дисциплинами. Каждая из наук выделяет в качестве области своего изучения одну из сторон или одну из частей данного явления, подходит к изучению информационной войны со своими методами и способами, формулируя при этом свое понимание и определение этого понятия.

Характеристики информационной войны варьируются в весьма широком диапазоне, включают в себя пропагандистскую деятельность и политические технологии, применяемые различными группировками в ходе политической борьбы; противоправные действия в информационных сетях, связанные с хищением, искажением или уничтожением информации (хакерская активность); нарушение работоспособности самих информационных систем [Бедрицкий 2003: 1]. Кроме того, под этим термином понимают также информационное обеспечение традиционных боевых действий (разведки, управления, связи).

Информационное противостояние как направление научных исследований имеет давнюю историю. Информационно-психологическое воздействие с целью оказания влияния на психику и поведение военнослужащих и населения противника применялось, по мнению В. М. Щекотихина, еще в вооруженных столкновениях племен в эпоху разложения первобытно-общинного строя, в войнах рабовладельческих государств [Щекоти-

хин 2011: 10]. С появлением государства информационное противостояние стало составной частью взаимоотношений различных стран не только в военное время, но и в мирное [Там же]. Государства, корпорации и отдельные личности стремятся, с одной стороны, к увеличению и защите собственных информационных ресурсов, с другой — к доступу к информации противника и ее ограничению [Бедрицкий 2003: 1].

Появление термина «информационная война» («information war») в современном понимании связывают с именем американского физика Томаса Рона, который в отчете «Системы оружия и информационная война» указал на то, что информационная инфраструктура становится ключевым компонентом американской экономики и является уязвимой целью как в военное, так и в мирное время [Rona 1976]. Публикация отчета Т. Рона вызвала повышенный интерес со стороны экспертов спецслужб США, началось активное обсуждение проблемы. Специалисты пришли к выводу о том, что информация может быть как целью, так и оружием.

Одним из первых теоретиков информационной войны признан Мартин Либики, который в работе «Что такое информационная война?» («What is Information warfare») рассматривает информационную войну как информационные воздействия, включающие защиту, манипулирование, искажение и опровержение информации. Мартин Либики описывает семь форм информационного противодействия: командно-управленческую (Command-and-Control Warfare), разведывательную (Intelligence-Based Warfare), электронную (Electronic Warfare), психологическую (Psychological Warfare), хакерскую (Hacker Warfare), экономико-информационную (Economic Information Warfare), кибервойну (Cyber Warfare) [Libicki, 1995].

Важной составляющей информационной войны, как указывает М. Либики, являются семантические атаки (semantic attacks), направленные на введение противника в заблуждение путем воздействия на информацию противника, основанные на ней процессы и информационные сис-

темы. При семантической атаке, в отличие от хакерской атаки, компьютерная система работает абсолютно правильно, но решения, которые она выдает, неверны. Семантическая атака направлена на «органы чувств» компьютерной системы, контролирующей какой-либо процесс с помощью датчиков. Обмануть эти датчики или другие средства ввода — значит вывести систему из строя, ничего в ней не нарушив [Libicki 1995: 77—78].

Принцип семантической атаки может быть рассмотрен не только в связи с компьютерными сетями, но и как эффективный инструмент по внедрению информации с целью изменения в желаемом направлении мнений, взглядов, настроений, ценностных ориентаций, а также массовых настроений и общественного сознания в целом.

При семантической атаке вбрасываемая информация, как правило, носит искаженный характер, а индивид не подозревает о том, что он сформировал свое мнение под влиянием внешних факторов. Американский военный аналитик Ричард Шафрански отмечает, что цель информационной войны — «так повлиять на поведение противника, чтобы он не знал, что на него воздействовали» [Szafranski 1995].

Одним из первых отечественных ученых, кто создает целостную концепцию информационных войн, является С. П. Расторгуев. Ученый трактует понятие «информационная война» как «открытые и скрытые целенаправленные информационные воздействия информационных систем друг на друга с целью получения определенного выигрыша в материальной сфере» [Расторгуев 1998: 36].

Заставить противника изменить свое поведение можно с помощью внешних и внутренних, явных и скрытых информационных угроз. Скрытые угрозы представляют собой неосознаваемые системой в режиме реального времени входные данные, угрожающие ее безопасности. В информационной войне приоритет отдается скрытым угрозам, так как именно они позволяют возвращать внутренние угрозы и целенаправленно управлять системой извне [Расторгуев 2002].

Г. Г. Почепцов рассматривает информационные войны с точки зрения информационно-пропагандистских и информационно-психологических операций. Информационная война, по мнению ученого, — «это коммуникативная технология по воздействию на массовое сознание с долговременными и кратковременными целями» [Почепцов 2000: 10].

В результате коммуникативного воздействия существенно изменяется картина мира индивида. Резкое изменение картины мира, по словам Г. Г. Почепцова, должно рассматриваться как определенное информационное вторжение, представляющее опасность для получателя [Там же]. Также ученый указывает на то, что информационную войну можно трактовать в аспекте «перевода» с одной картины мира в другую. При этом сообщение, которое проходит процесс этой перекодировки, трансформируется до неузнаваемости» [Почепцов 2000: 12].

В качестве субъекта информационной войны, по мнению Г. Г. Почепцова, выступают общности людей — нации, государства, коллективы компаний и др. Объектом же всегда будет массовое

сознание. Ученый указывает, что целью воздействия на массовое сознание является «внесение изменений в когнитивную структуру с тем, чтобы получить соответствующие изменения в поведенческой структуре» [Почепцов 2000: 10]. Таким образом, человек больше реагирует на искаженные когнитивные схемы у себя в голове, а не на объективную реальность, при этом его поведением руководит не действительность, а заранее заданная схема ее интерпретации [Там же].

К когнитивным искажениям, задающим модель поведения, автор относит следующие явления: персонализацию, дихотомическое мышление, выборочное абстрагирование, произвольные умозаключения, сверхгенерализацию, преувеличение.

Информационная война включает в себя два автономных пространства: пространство информации и пространство действия. Так, те или иные изменения в информационном пространстве индивидуального или массового сознания отражаются на тех или иных изменениях в пространстве индивидуального или массового действия, и наоборот. Наибольший интерес представляют такие изменения в пространстве информации, которые могут привести к желательным результатам в пространстве действия. Г. Г. Почепцов указывает на наличие как открытых, т. е. понятных и доступных для сознания потребителя, так и закрытых, т. е. недоступных сознанию, переходов между информационным полем и полем действительности [Почепцов 2000].

Г. Г. Почепцов указывает, что информационное пространство является базовым для понятий информационной войны и информационного оружия, и определяет информационную войну как несанкционированную работу в чужом информационном пространстве. Информационное пространство динамично. В нем не бывает завершенного состояния, поэтому достаточно трудно достичь постоянного информационного доминирования, хотя возможно достижение временного информационного превосходства.

Информационное пространство структурировано. Оно неоднородно, в нем есть аттракторы, привлекающие внимание, и барьеры, отталкивающие внимание потребителя от данной точки информационного пространства. Кроме того, информационное пространство обладает национально-специфичными способами построения, обработки и распространения информации.

Таким образом, можно утверждать, что в настоящее время не существует устоявшегося и общепринятого понимания термина «информационная война». Однако можно говорить о трех подходах, определяющих содержание этого понятия.

Сторонники первого подхода выделяют сугубо военно-технический аспект проблемы и считают, что задачей информационной войны является подавление или уничтожение систем управления, командования и разведки, а также критически важных элементов информационной инфраструктуры противника, при одновременной защите собственных аналогичных систем [Либики 1995; Шафрански 1995; Расторгуев 1998].

Второй подход к определению сущности информационной войны представляет собой попытку комплексного решения проблемы и основан на

трех базовых положениях. Во-первых, любая деятельность имеет информационную основу, связанную с выработкой, принятием и реализацией решений. Во-вторых, противоборство в информационной сфере присуще человечеству с момента его возникновения. В-третьих, концепции информационной войны должны учитывать все выработанные человечеством знания о закономерностях, принципах, методах и формах завоевания информационного пространства противника [Бедрицкий 2008: 6]. При таком широком подходе под информационной войной обычно понимают любые действия, направленные на создание и использование информационного превосходства над противником путем влияния на его информационную инфраструктуру и контроля получаемой противником информации в собственных интересах.

В рамках третьего подхода информационная война изучается как информационно-пропагандистские и информационно-психологические операции, осуществляющиеся с помощью средств массовой информации [Почепцов 2000, 2002; Панарин 2001]. Описанные способы изучения значения языковых единиц не являются взаимоисключающими, скорее дополняют друг друга, что лишний раз свидетельствует о комплексности и многоаспектности этого явления.

Феномен «информационной войны», как уже отмечалось выше, имеет междисциплинарный характер и служит объектом пристального внимания социологов, политологов, философов, юристов, конфликтологов, а также представителей других научных дисциплин. Проблема информационной войны в языковом (лингвистическом) аспекте все еще становится предметом детального рассмотрения ученых.

В основе понятия «информационная война» лежит метафора, которая как форма мышления играет важную роль в развитии науки. Доказано, что характер метафоры, выбранной для определения того или иного научного понятия, оказывает существенное воздействие на его разработку. Термин «война» предполагает вооруженную борьбу между государствами или народами, между классами внутри государства. Информационная война не ведется на полях сражений при помощи военной техники, она осуществляется в «когнитивном пространстве населения планеты с помощью информационных сообщений» [Кучумов 2007]. Таким образом, в качестве рабочего приема следующее определение информационной войны: **информационная война — это информационные воздействия на общественное (массовое) сознание с целью внесения изменений в когнитивную структуру, с тем чтобы в дальнейшем получить изменения в поведенческой структуре.**

Представляется перспективным изучить феномен информационной войны в русле когнитивной лингвистики, в рамках которой можно выделить два различных направления исследований.

Языковая личность, постигающая мир, находится в центре внимания при первом подходе, который представляет собой «когнитивную теорию личности». В поле зрения ученых попадают механизмы усвоения языка, роль когнитивных

структур, лежащих в основе речемыслительной деятельности человека, а также процесс переработки информации и ее хранения в сознании человека в виде вербализованных и невербализованных знаний. Представители этого направления в большей степени опираются на результаты экспериментальных исследований. Психологическая проверяемость является основным условием когнитивной теории семантики, поскольку она (теория) призвана отражать то, что на самом деле «происходит в нашем уме» [Ченки 1996: 69].

В фокусе исследований, проводимых в рамках второго направления, находятся когнитивные структуры (концептуальные системы, модели), реконструируемые на основе анализа языковой системы. При таком подходе переработка полученных знаний о мире и их структурирование соотносится с языковым социумом, а не с индивидом. В центре внимания ученых — выявление общего и специфичного в системе концептуализации языков, описание языковой картины мира или ее фрагмента [Иванова 2002: 9]. В то же время оба направления тесно связаны и взаимодействуют друг с другом.

Исследование информационной войны в рамках второго направления, в фокусе внимания которого находятся когнитивные структуры, реконструируемые на основе анализа языковой системы, позволит изучить вербализованные ключевые концепты информационного пространства, а также рассмотреть языковые средства как инструмент политической власти.

Понятие «когнитивная структура» довольно часто используется в лингвистике как в узком, так и в широком понимании. Существуют разные трактовки термина «когнитивные структуры». А. А. Кибрик рассматривает когнитивные структуры как структуры человеческого сознания, мышления и познания [Кибрик 1994: 126], В. Б. Касевич предполагает, что когнитивные структуры — структуры, создаваемые человеком в процессе переработки информации [Касевич 1989: 8]. В рамках нашего исследования определим понятие «когнитивная структура» как схему репрезентации знания, которая складывается из вербализованных и невербализованных знаний [Иванова 2002; Коцюбинская 2004].

ЛИТЕРАТУРА

1. Бедрицкий А. В. Информационная война: концепции и их реализация в США / под общ. ред. д-ра ист. наук Е. М. Кожокина; Рос. ин-т стратег. исслед. — М.: Российский ин-т стратегических исследований, 2008.
2. Бедрицкий А. В. Эволюция американской концепции информационной войны. — М.: РИСИ, 2003.
3. Иванова Е. В. Пословичные картины мира (на материале английских и русских пословиц). — СПб.: Филол. фак. СПбГУ, 2002.
4. Касевич В. Б. Языковые структуры и когнитивная деятельность // Язык и когнитивная деятельность: сб. ст. / отв. ред. Р. М. Фрумкина. — М., 1989.
5. Кибрик А. А. Когнитивные исследования по дискурсу // Вопросы языкознания. 1994. № 5.
6. Коцюбинская Л. В. Когнитивные структуры английских фразеологических единиц латинского и французского происхождения: автореф. дис. ... канд. филол. наук. — СПб., 2004.
7. Кучумов Д. О. Семантический анализ информационной войны в политике (на примере осетино-ингушского конфликта): автореф. дис. ... канд. полит. наук. — Ростов н/Д, 2007.
8. Панарин И. С. Информационная война и власть. — М.: Мир безопасности, 2001.

9. Почепцов Г. Г. Информационные войны. — М.: Рефл-бук; Киев: Ваклер, 2000.
10. Почепцов Г. Г. Психологические войны. — М., 2002.
11. Расторгуев С. П. Информационная война. — М.: Радио и связь, 1998.
12. Расторгуев С. П. Философия информационной войны. — М., 2002.
13. Ченки А. Современные когнитивные подходы к семантике: сходства и различия в теориях и целях // Вопросы языкознания. 1996. № 2.

L. V. Kotsyubinskaya
St. Petersburg, Russia

THE TERM «INFORMATION WARFARE» IN MODERN LINGUISTICS: PROSPECTS AND APPROACHES

ABSTRACT. *The article deals with the phenomenon of "Information Warfare" that is well-studied in Sociology, Political Science, Philosophy etc. The problem of information warfare is still the subject of linguistic study. For the purpose of this article, information warfare is referred to as informational influence on human consciousness in order to change cognitive structures. The analysis of conceptual metaphor that is in the basis of the term "information warfare" plays an important role in science development and influences the study of the corresponding phenomenon. The study of this conceptual metaphor is urgent and contributes to the linguistic definition of the term "information warfare". The analysis of such phenomenon as "information warfare" within the frame-works of cognitive linguistics is current, because the focus of attention is cognitive structures (schemes of knowledge representation which are composed of verbal and non-verbal information), reconstructed on the basis of the language system analysis. Moreover, the cognitive approach studies verbalized key concepts of information space, consider language means as a tool of political power.*

KEYWORDS: *information warfare; cognitive linguistics; semantic attack; cognitive structure.*

ABOUT THE AUTHOR: *Kotsyubinskaya Lyubov Vyacheslavovna, Candidate of Philology, Associate Professor, Head of Department of Translation Studies, Pushkin Leningrad State University, Pushkin, Russia.*

REFERENCES

1. Bedritskiy A. V. Informatsionnaya voyna: kontseptsii i ikh realizatsiya v SShA / pod obshch. red. d-ra ist. nauk E. M. Kozhokina; Ros. in-t strateg. issled. — M.: Rossiyskiy in-t strategicheskikh issledovaniy, 2008.
2. Bedritskiy A. V. Evolyutsiya amerikanskoy kontseptsii informatsionnoy voyny. — M.: RISI, 2003.
3. Ivanova E. V. Poslovichnye kartiny mira (na materiale angliyskikh i russkikh poslovits). — SPb.: Filol. fak. SPbGU, 2002.
4. Kasevich V. B. Yazykovye struktury i kognitivnaya deyatel'nost' // Yazyk i kognitivnaya deyatel'nost': sb. st. / otv. red. R. M. Frumkina. — M., 1989.
5. Kibrik A. A. Kognitivnye issledovaniya po diskursu // Voprosy yazykoznanija. 1994. № 5.
6. Kotsyubinskaya L. V. Kognitivnye struktury angliyskikh frazeo-logicheskikh edinit latinskogo i frantsuzskogo proiskhozhdeniya: avtoref. dis. ... kand. filol. nauk. — SPb., 2004.
7. Kuchumov D. O. Semanticheskiy analiz informatsionnoy voyny v politike (na primere osetino-ingushskogo konflikta): avtoref. dis. ... kand. polit. nauk. — Rostov n/D, 2007.

14. Щекотихин В. М. Информационная война. Информационное противоборство: теория и практика: моногр. / под общ. ред. канд. техн. наук, проф. В. М. Щекотихина. — М.: Академия ФСО России: ЦАТУ, 2011.
15. Libicki M. C. What is Information Warfare? — Washington: National defense univ., 1995.
16. Rona T. P. Weapon Systems and Information War. — Seattle, WA, 1976: Boeing Aerospace Co.
17. Szafranski R. Theory of Information Warfare: Preparing For 2020. — Washington, 1995.

8. Panarin I. S. Informatsionnaya voyna i vlast'. — M.: Mir bezopasnosti, 2001.
9. Pocheptsov G. G. Informatsionnye voyny. — M.: Refl-buk; Kiev: Vakler, 2000.
10. Pocheptsov G. G. Psikhologicheskie voyny. — M., 2002.
11. Rastorguev S. P. Informatsionnaya voyna. — M.: Radio i svyaz', 1998.
12. Rastorguev S. P. Filosofiya informatsionnoy voyny. — M., 2002.
13. Chenki A. Sovremennye kognitivnye podkhody k semantike: skhodstva i razlichiya v teoriyakh i tselyakh // Voprosy yazykoznanija. 1996. № 2.
14. Shchekotikhin V. M. Informatsionnaya voyna. Informatsionnoe protivoborstvo: teoriya i praktika: monogr. / pod obshch. red. kand. tekhn. nauk, prof. V. M. Shchekotikhina. — M.: Akademiya FSO Rossii: TsATU, 2011.
15. Libicki M. C. What is Information Warfare? — Washington: National defense univ., 1995.
16. Rona T. P. Weapon Systems and Information War. — Seattle, WA, 1976: Boeing Aerospace Co.
17. Szafranski R. Theory of Information Warfare: Preparing For 2020. — Washington, 1995.

Статью рекомендует к публикации д-р филол. наук, доц. О. Н. Морозова.

П. В. Кропотухина, В. В. Тихонов
Екатеринбург, Россия

МЕТАФОРЫ И «КОНТРИМЕТАФОРЫ» САНКЦИОННОГО ДИСКУРСА

АННОТАЦИЯ. Введение экономических санкций против России подразумевает давление на экономику страны с целью изменения ее политики в отношении Украины. Данная статья посвящена сопоставительному когнитивному исследованию концептуальных метафор со сферой-мишенью «экономические санкции», используемых в британских, американских и российских СМИ. Целью работы является сопоставление американского и британского метафорического представления санкций с его российским вариантом, а также мотивы использования тех или иных метафор в дискурсах СМИ названных стран. Сопоставительный метод и методика метафорического моделирования позволили выявить межкультурные и специфические свойства концептуальных метафор санкционного дискурса, определить их функции в данном дискурсе. Предварительный результат показал, что в санкционном дискурсе преобладают негативные метафоры со сферами-источниками «война», «болезнь», «организм», «мир животных», «криминал» и некоторые другие. Работа адресована всем интересующимся вопросами современной политической коммуникации: студентам-филологам, журналистам, политологам.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: экономические санкции; концептуальная метафора; дискурс; российские, американские, британские СМИ; сопоставление.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ: Кропотухина Полина Владимировна, кандидат филологических наук, доцент кафедры профессионально-ориентированного языкового образования, Уральский государственный педагогический университет; адрес: 620017, г. Екатеринбург, пр-т Космонавтов, 26, к. 481; e-mail: pauline8@mail.ru.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ: Тихонов Виталий Владимирович, магистрант, Уральский государственный педагогический университет, Екатеринбург; адрес: 620017, г. Екатеринбург, пр-т Космонавтов, 26; e-mail: vitalik212@hotmail.com.

Разразившийся в 2014 г. украинский кризис был воспринят мировым сообществом как следствие активного участия в украинской политике России, в результате чего страна оказалась в кольце санкций, которые затронули многие секторы ее экономики. С одной стороны, существует мнение, что подобная международная политика привела Россию к полной изоляции и разрушила ее экономику. Однако параллельно с этой крайне негативной точкой зрения многие граждане РФ рассматривают экономические санкции как некий механизм, способный привести к диверсификации и росту экономики страны за счет активизации внутреннего производителя.

Формированию таких крайне полярных точек зрения непосредственно поспособствовали СМИ, использующие во многих своих статьях и репортажах концептуальные метафоры. Как отмечают исследователи политического дискурса, те или иные метафоры могут быть востребованы языковым сообществом в большей или меньшей степени, что продиктовано различными культурными факторами, чаще всего социальными и политико-экономическими потрясениями [Landsheer 1991]. В связи с этим актуальным представляется сопоставительный анализ метафор в российских, британских и американских СМИ и выявление корреляций когнитивно-дискурсивных характеристик метафор со сферой-мишенью «экономические санкции».

Материалом для данного исследования послужили тексты как печатных, так и электронных британских, американских и российских СМИ (WSJ, «the Business Insider», «the Telegraph», «Bloomberg», «Reuters», «the New York Times», «the Washington Post»; «the Observer», «the Guardian», «the Daily Mail the Independent»; РБК, «Правда.ру», РИА, ТАСС, «Аргументы и факты», «Новая газета»). В данной работе мы опираемся на достижения сопоставительной метафорологии (Е. С. Белов, Э. В. Будаев, Т. С. Вершинина, А. А. Каслова, Е. Е. Коптякова, Т. В. Моисеева, Т. В. Таратынова, И. В. Телешева, Т. А. Шаба-

нова, Н. Г. Шехтман и др.), позволившей с начала 2000-х гг. накопить и систематизировать обширный материал, дающий представление о функционировании концептуальных метафор в разных подтипах политического дискурса России, США, Германии, Великобритании, стран СНГ и др. В данной работе мы проводим предварительный лингвокультурологический анализ концептуальных метафор, помогающих осмыслить новый поворот в отношениях между Россией и западными странами.

Анализ языковых единиц, используемых в СМИ для обозначения санкций, позволил выделить концептуальные метафоры со следующими сферами-источниками: «Война», «Организм», «Мир животных», «Болезнь», «Климат», «Криминал».

Как показал анализ отобранных примеров, сфера-источник «Война» относится к наиболее продуктивным понятийным областям, используемым для обсуждения санкций. Милитарные метафоры, как известно, свидетельствуют об активизации темных сторон человеческой природы: агрессивности, конфликтности, стремлении настоять на своем любой ценой. Подтверждением этому служат рассмотренные нами контексты, рисующие картину полномасштабной войны, «войны санкций». Ср.: *The list provoked a backlash from Ukraine's Western allies as it included several European journalists*. — Спуск спровоцировал ответный удар со стороны западных союзников Украины, поскольку содержал несколько имен европейских журналистов [Prentice 2015]; *Putin's economic confrontation with West will destroy his regime*. — Экономическая конфронтация Путина с Западом разрушит его режим [Goble 2015]. В англоязычных СМИ данная сфера-источник весьма подробно структурирована и представлена следующими языковыми единицами: *Russia has been hit by sanctions* (по России ударили санкциями), *a full-blown trade war* (полноценная торговая война), *a weapon of economic warfare* (орудие экономической войны), *a painful weapon* (орудие, причиняющее боль), *the*

two camps differed (два лагеря разошлись во мнениях), *Western allies* (западные союзники), *battlefields* (поля битв), *counter-attacks* (контратаки), *damage* (урон), *to be the casualty of a sweeping plan* (стать жертвой опустошительного плана), *Russia is battling against a collapse* (Россия борется с коллапсом), *the financial and energy sectors are targeted aggressively* (финансовые и энергетические секторы подвергаются ударам) и т. д. Большая часть этих метафор подчеркивает невыгодное положение России. Следует отметить, однако, что с начала существования «железного занавеса» военная метафора являлась традиционным и наиболее наглядным способом моделирования взаимоотношений двух сторон, отражающим архетипическое противостояние разных мировоззрений.

Существенной особенностью военных метафор санкционного дискурса является характер военных действий: западные страны нападают, а Россия ведет оборонительную войну, пытается оградить себя и мобилизовать собственные силы. В российских СМИ это выражается в следующих метафорах: *санкции против России нанесли ощутимый удар по ее экономике, санкционные перепалки, санкционная блокада, санкционная война, нефтегазовый сектор оказался основной мишенью, контрсанкции, разрушительные меры, симметричные заградительные меры, в колыце врагов, главное оружие против РФ; Запад может позволить себе проявить твердость*. Ср.: *Европейская и американская экономики вполне в состоянии без особых потерь перенести тяготы этой войны. В том числе — при любых ответных ходах Кремля* [Запольскис 2015].

При этом стоит отметить, что западные политики и СМИ, оперируя агрессивными метафорами, не забывают обвинять Россию в воинственном поведении. Наиболее известным высказыванием в данном отношении стала фраза генерального секретаря НАТО Й. Столтенберга «бряцанье ядерным оружием» («nuclear sabre-rattling») в отношении В. Путина и Д. Медведева.

Второй группой метафор, отражающих проблемные отношения между Россией, ЕС и США, стали морбиальные метафоры. Цель их употребления состоит в том, чтобы показать американским и европейским читателям, что санкции действительно и производят губительный эффект на российскую экономику. Поэтому англоязычные метафоры приписывают России боли, страдания и увечья от санкций. Ср.: *Russians are wavering between despondency and defiance in the face of crippling U.S. sanctions. — Жители России мечутся между отчаянием и упрямством перед лицом калечащих их экономику американских санкций* [Eremenko 2015]; *Russia is suffering an economic crisis under the weight of plunging oil prices and sanctions from Western countries. — Россия страдает от экономического кризиса под давлением падающих цен на нефть и западных санкций* [Harrold 2015]. Российские СМИ используют морбиальные метафоры других фреймов, связанных не столько с описанием симптомов, а болезней, сколько с поисками лечения. С одной стороны, указывается, что без былого сотрудни-

чества с Западом поправить дела не удастся. Ср.: *Горькая пилюля; Россия себя не вылечит* [Михайлов 2015]. С другой стороны, предпринимаются попытки увидеть положительные стороны сложившегося положения: *„Если бы этих санкций не наступило, то нужно было бы обязательно их выдумать. Потому что, к сожалению, без „шоковой терапии“ мы иногда не умеем работать так, как нам необходимо. Думаю, что санкции многих научат работать и пользоваться теми богатствами, которые предоставляет наша страна,“ — Патриарх Кирилл* [Чинкова 2015]. Таким образом, метафоры данной группы демонстрируют отличия взглядов на последствия санкций в СМИ США, Великобритании и России.

Следующей по степени частотности в санкционном дискурсе является сфера-источник «Организм» с фреймом «Действие». Использование такой сферы-источника позволяет представить, что **санкции — это организм**, который способен к осуществлению неких действий. В данном случае это удар одной из частей тела, причиняющий вред и боль. Например: *U.S. sanctions over Ukraine hit two Russian banks hardest. — Американские санкции из-за Украины ударили по двум российским банкам больше всего* [Shishkin 2015]; *Western sanctions are hitting Russia harder than people realized. — Западные санкции бьют Россию сильнее, чем думали люди* (Business Insider. 03.08.15); *Sanctions on SWIFT could hit Russia where it hurts most. — Санкции против СВИФТ могут ударить Россию в самое больное место* [Ashton 2015]. В российском дискурсе данные метафоры встречаются в следующих контекстах: *Антироссийские санкции больно бьют по благополучию Запада* [Семет 2015]; *Европа бьет по российским банкам* [Адамчук 2014]; *„Придуманные санкции“, которые власти Латвии ввели против России, „бумерангом бьют“ по экономике прибалтийской страны; Европейский Союз безусловно понимает, что санкции „бьют“ не только по России, но и по самому Евросоюзу. И вся философия отказа от России как от партнера — это исключительно снижение европейской конкурентоспособности* [Симонов 2015]. При сопоставлении данных метафор можно видеть, что российские и западные СМИ имеют разные представления о последствиях санкций и контрсанкций. Если в западных СМИ, в преобладающем количестве примеров, видно, что России нанесен ощутимый удар с помощью санкций, то российские журналисты и политики, отчасти соглашаясь с такой формулировкой, утверждают, что экономика Запада получила более сильный удар в ответ.

Далее мы рассмотрим культурно-специфические концептуальные метафоры. Как отмечает Э. В. Будаев, различия в выборе метафор для концептуализации определенного события обусловлены дискурсивными свойствами метафор, а «метафорическое использование культурно-специфичных концептов — широко распространенное средство убеждения» [Будаев 2011: 126—127]. В англоязычных СМИ метафоры, призванные показать эффективность санкций, — это метафоры со сферой-источником «Мир животных», фрейм «Агрессивные действия», что характерно

для представления сложившейся ситуации. Для животных клыки и когти — средства защиты и убийства, для их потенциальной жертвы — опасность и смерть. С помощью использования следующих метафор регулярно указывается на угрозу со стороны санкций: *кусать (клыками)*, *жалить*, *грызть*. Например: *Firms could shut Russia offices as sanctions bite*. — *Компании могут закрыть российские представительства, так как санкции кусаются* [Fouzder 2015]; *Because they will always try to put him on a chain, and as soon as they succeed in doing so they tear out his fangs and his claws* [Zmeyev 2014]; *„Мы полагаем, что санкции, совместно введенные Соединенными Штатами и Европейским союзом против России, больно кусаются. Думаю, вы видите, как упал рубль. Видите, сколько денег Москве пришлось истратить на то, чтобы его защитить. Вы видите, как растет инфляция“*, — *заявила она* (В. Нуланд). Следует сказать, что российские СМИ в настоящее время используют метафору «кусаться» как результат калькирования с английского. Еще одна группа культурно-специфических метафор — это климатические метафоры. Они служат цели изображения негативных последствий от санкций в финансах, международной торговле и банковской сфере России. Например: *put investment plans into the deep freeze* (*заморозить планы инвестаций*), *frozen assets* (*замороженные активы*) и т. д.

Российские культурно-специфические метафоры принадлежат сфере-источнику «Криминал». Криминальные метафоры, ставшие привычными для российских СМИ с начала 90-х гг., в санкционном дискурсе выполняют «защитную» функцию и направлены на дискредитацию стран Запада, поскольку они «душат» российский народ, «разбойничают» и т. д. Ср.: *Цель злодейских США, согласно автору „Российской газеты“, ясна. Всех ограбить, чтобы спасти свой внешний долг, и именно с этим связаны новые санкции в отношении таких людей, как он, Нарышкин* [Мартынов 2015]; *Между тем под санкции попали и некоторые сотрудники СМИ, чем крайне возмущен глава Союза журналистов Москвы Павел Гусев. Он назвал это „политическим и государственным беспределом“* [Ивашкина 2015]. Как видно из примеров, нередко криминальные метафоры исходят из уст первых лиц страны.

В данной статье мы рассмотрели далеко не все обнаруженные метафоры, но даже этот обзор позволяет сделать вывод, что метафоры санкционного дискурса совершенно не способствуют поиску каких-либо решений, а наоборот, подчеркивают имеющийся конфликт и свидетельствуют о преобладании в сознании авторов метафор «конфронтационного» сценария решения проблем. Чтобы смягчить негативное воздействие таких метафор на российского читателя и перенаправить поток агрессии, российские политики и журналисты часто пользуются приемом смены сферы-мишени с точностью до наоборот. В действительности санкционный дискурс показал, что мировые процессы до сих пор рассматриваются многими с точки зрения противостояния России и Запада, продиктованного взаимным страхом и недоверием. Более того, многие эксперты рассмат-

ривают введение экономических санкций в отношении России как начало новой холодной войны, где санкции является оружием, способными привести к уничтожению российской экономики, о чем красноречиво свидетельствуют американские и британские концептуальные метафоры.

ЛИТЕРАТУРА

1. Будаев Э. В. Сопоставительная политическая метафорология. — Н. Тагил : НТГСПА, 2011.
2. Адамчук О. Европа бьет по российским банкам // Газета.ру. 2014. 11 сент. URL: <http://www.gazeta.ru/business/2014/09/11/6210793.shtml> (дата обращения: 25.10.2015).
3. Запольскис А. Санкционная война Запада против России: что пошло не так // Regnum. 2015. 12 May. URL: <http://regnum.ru/news/polit/1923195.html> (дата обращения: 26.10.2015).
4. Ивашкина Д. Член СПЧ о расширении Украиной санкций против РФ: Киев пытается заткнуть рот правозащитникам // КП. 17.09.2015. URL: <http://www.kp.ru/online/news/2165963/> (дата обращения: 02.11.2015).
5. Мартынов К. ФСО для колумниста // Новая газета. 12.08.2015. URL: <http://www.novayagazeta.ru/columns/69509.html?p=3> (дата обращения: 01.11.2015).
6. Михайлов А. Таблеткам отказано в импортозамещении // Правда.ру. 2015. 04 Feb. URL: http://search.pravda.ru/?cx=partnerpub9823569451097165%3A1949946536&co_f=FORID (дата обращения: 02.11.2015).
7. Семет С. NI: антироссийские санкции больно бьют по благополучию Запада // РИА. 2015. 7 июля. URL: <http://ria.ru/economy/20150707/1117887984.html> (дата обращения: 21.10.2015).
8. Чинкова Е. Патриарх Кирилл — «Комсомолке»: «Шоковая терапия» нам на пользу! // Комсомольская правда. 2015. 21 сент. URL: <http://www.kp.ru/daily/26435.5/3306677/> (дата обращения: 21.10.2015).
9. Ashton G. Sanctions On SWIFT Could Hit Russia Where It Hurts Most // Investopedia. 2015.15 Aug. URL: <http://www.investopedia.com/corp/contentlicensing.aspx> (date of access: 20.10.2015).
10. Eremenko A. Russians Feel Pinch as U.S. Sanctions Bite, Oil Prices Plummet // NBC NEWS. 2015. 4 Feb. URL: <http://www.nbcnews.com/news/world/russians-feelpinch-u-s-sanctions-bite-oil-prices-plummet-n299121> (date of access: 25.10.2015).
11. Fouzder M. Firms could shut Russia offices as sanctions bite // 2015. 23 Mar. URL: <http://www.lawgazette.co.uk/practice/firms-could-shut-russia-offices-as-sanctionsbite/5047750.fullarticle> (date of access: 26.10.2015).
12. Goble P. Putin's Economic Confrontation with West Will Destroy His Regime // The Interpreter. 2014. 11 Aug. URL: <http://www.interpretermag.com/putins-economicconfrontation-with-west-will-destroy-his-regime-mitrokhin-says/> (date of access: 25.10.2015).
13. Harrold A. Shoplifting is increasing in Russia as Western sanctions and low wages damage the economy // The Independent. 2015. 26 July. URL: <http://www.independent.co.uk/news/world/europe/shoplifting-is-increasing-in-russia-aswestern-sanctions-and-low-wages-damage-the-economy-10415930.html> (date of access: 25.10.2015).
14. Landtsheer Ch., de. Function and the Language of Politics. A Linguistics Uses and Gratification Approach // Communication and Cognition. 1991. Vol. 24. № 3/4.
15. Prentice A. Ukraine government says will propose more sanctions on Russian firms // The Daily Mail. 2015. 25 Sep. URL: <http://www.dailymail.co.uk/wires/reuters/article-3248923/Ukraine-government-says-propose-sanctions-Russian-firms.html> (date of access: 25.10.2015).
16. Shishkin Ph. U.S. Sanctions Over Ukraine Hit Two Russian Banks Hardest // The Wall Street Journal. 2015. 5 Mar. URL: <http://www.wsj.com/articles/u-s-sanctionsover-ukraine-hit-two-russian-banks-hardest-1425597150> (date of access: 20.10.2015).
17. Zmeyev M. Putin claims U.S., Europe sanctions 'decaw' Russia, infringe on sovereignty: 'They will always try to put him on a chain' // Daily News. 2014. 18 Dec. URL: <http://www.nydailynews.com/news/world/putin-claims-u-s-europe-sanctionsdecaw-russia-article-1.2049510> (date of access: 26.10.2015).

P. V. Kropotukhina, V. V. Tikhonov
Ekaterinburg, Russia

METAPHORS AND "COUNTER-METAPHORS" OF THE SANCTIONS DISCOURSE

ABSTRACT. *The imposition of economic sanctions means pressure on Russian economy in order to make Russia change its policy towards Ukraine. The article examines the usage of conceptual metaphors with the target-domain "economic sanctions" in the British, American and Russian mass-media. The aim of the paper is to compare the US, British and Russian versions of metaphorical representation of economic sanctions, as well as the motivation of their usage in the mass-media discourse. The comparative method, used in the research, has helped to identify cross-cultural and specific properties of conceptual metaphors in the sanctions discourse. The technique of metaphorical modeling gives an opportunity to reveal and study the mechanism of metaphor production in discourse. The results of the undertaken analysis show that the sanctions discourse is dominated by negative connotation metaphors from the source-domains of "war", "disease", "organism", "animal world", "crime" and some other. The results would be useful for those interested in the current processes in the Russian and English-speaking political discourse, for linguists, journalists and political scientists.*

KEYWORDS: *economic sanctions; conceptual metaphor; discourse; Russian; American, British mass-media; comparison.*

ABOUT THE AUTHOR: *Kropotukhina Polina Vladimirovna, Candidate of Philology, Associate Professor of Department of Professionally Oriented Linguistic Education, Ural State Pedagogical University, Ekaterinburg.*

ABOUT THE AUTHOR: *Tikhonov Vitaliy Vladimirovich, Master's Degree Student, Ural State Pedagogical University, Ekaterinburg.*

REFERENCES

1. Budaev E. V. Sopostavitel'naya politicheskaya metaforologiya. — N. Tagil : NTGSPA, 2011.
2. Adamchuk O. Evropa b'et po rossiyskim bankam // Gazeta.ru. 2014. 11 sent. URL: <http://www.gazeta.ru/business/2014/09/11/6210793.shtml> (data obrashcheniya: 25.10.2015).
3. Zapol'skis A. Sanktsionnaya voyna Zapada protiv Rossii: chto poshlo ne tak // Regnum. 2015. 12 May. URL: <http://regnum.ru/news/polit/1923195.html> (data obrashcheniya: 26.10.2015).
4. Ivashkina D. Chlen SPCh o rasshirenii Ukrainoy sanktsiy protiv RF: Kiev pytaetsya zatknut' rot pravozashchitnikam // KP. 17.09.2015. URL: <http://www.kp.ru/online/news/2165963/> (data obrashcheniya: 02.11.2015).
5. Martynov K. FSO dlya kolumnista // Novaya gazeta. 12.08.2015. URL: <http://www.novayagazeta.ru/columns/69509.html?p=3> (data obrashcheniya: 01.11.2015).
6. Mikhaylov A. Tabletkam otkazano v importozameshchenii // Pravda.ru. 2015. 04 Feb. URL: <http://search.pravda.ru/?cx=partnerpub9823569451097165%3A1949946536&co f = FORID> (data obrashcheniya: 02.11.2015).
7. Semet C. NI: antirossiyskie sanktsii bol'no b'yut po blagopoluchiyu Zapada // RIA. 2015. 7 iyulya. URL: <http://ria.ru/economy/20150707/1117887984.html> (data obrashcheniya: 21.10.2015).
8. Chinkova E. Patriarkh Kirill — «Komsomolke»: «Shokovaya terapiya» nam na pol'zu! // Komsomol'skaya pravda. 2015. 21 sent. URL: <http://www.kp.ru/daily/26435.5/3306677/> (data obrashcheniya: 21.10.2015).
9. Ashton G. Sanctions On SWIFT Could Hit Russia Where It Hurts Most // Investopedia. 2015.15 Aug. URL: <http://www.investopedia.com/corp/contentlicensing.aspx> (date of access: 20.10.2015).
10. Eremenko A. Russians Feel Pinch as U.S. Sanctions Bite, Oil Prices Plummet // NBC NEWS. 2015. 4 Feb. URL: [http://www.nbcnews.com/news/world/russians-feelpinch-u-s-](http://www.nbcnews.com/news/world/russians-feelpinch-u-s-sanctions-bite-oil-prices-plummet-n299121)
- sanctions-bite-oil-prices-plummet-n299121 (date of access: 25.10.2015).
11. Fouzder M. Firms could shut Russia offices as sanctions bite // 2015. 23 Mar. URL: <http://www.lawgazette.co.uk/practice/firms-could-shut-russia-offices-as-sanctionsbite/5047750.fullarticle> (date of access: 26.10.2015).
12. Goble P. Putin's Economic Confrontation with West Will Destroy His Regime // The Interpreter. 2014. 11 Aug. URL: <http://www.interpretermag.com/putins-economicconfrontation-with-west-will-destroy-his-regime-mitrokhin-says/> (date of access: 25.10.2015).
13. Harrold A. Shoplifting is increasing in Russia as Western sanctions and low wages damage the economy // The Independent. 2015. 26 July. URL: <http://www.independent.co.uk/news/world/europe/shoplifting-is-increasing-in-russia-as-western-sanctions-and-low-wages-damage-the-economy-10415930.html> (date of access: 25.10.2015).
14. Landtsheer Ch., de. Function and the Language of Politics. A Linguistics Uses and Gratification Approach // Communication and Cognition. 1991. Vol. 24. № 3/4.
15. Prentice A. Ukraine government says will propose more sanctions on Russian firms // The Daily Mail. 2015. 25 Sep. URL: <http://www.dailymail.co.uk/wires/reuters/article-3248923/Ukraine-government-says-propose-sanctions-Russian-firms.html> (date of access: 25.10.2015).
16. Shishkin Ph. U.S. Sanctions Over Ukraine Hit Two Russian Banks Hardest // The Wall Street Journal. 2015. 5 Mar. URL: <http://www.wsj.com/articles/u-s-sanctions-over-ukraine-hit-two-russian-banks-hardest-1425597150> (date of access: 20.10.2015).
17. Zmeyev M. Putin claims U.S., Europe sanctions 'declaim' Russia, infringe on sovereignty: 'They will always try to put him on a chain' // Daily News. 2014. 18 Dec. URL: <http://www.nydailynews.com/news/world/putin-claims-u-s-europe-sanctions-declaim-russia-article-1.2049510> (date of access: 26.10.2015).

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

М. В. Никифорова
Екатеринбург, Россия

СТРАТЕГИЯ ДИСКРЕДИТАЦИИ В ДИСКУРСЕ РЕГИОНАЛЬНОГО ПОЛИТИКА (НА МАТЕРИАЛЕ РЕЧЕЙ МЭРА ЕКАТЕРИНБУРГА Е. РОЙЗМАНА)

АННОТАЦИЯ. *Статья посвящена исследованию способов реализации стратегии дискредитации в дискурсе мэра Екатеринбурга Е. Ройзмана. Материалом для анализа послужили тексты интервью политика различным средствам массовой информации за период с июля 2013 по июль 2015 г. Цель статьи — проанализировать способы дискредитации политических оппонентов в высказываниях Е. Ройзмана и определить доминирующие средства их языковой объективации.*

В процессе работы использовались такие методы исследования, как дискурсивный анализ, контекстуальный анализ, обобщение и интерпретация языкового материала, приемы дефиниционного анализа. В ходе исследования автором статьи описываются основные тактики и языковые средства, с помощью которых в зависимости от объекта высказывания осуществляется дискредитация Е. Ройзманом своих политических противников.

В результате проведенного анализа автор делает вывод, что основу стратегии дискредитации в дискурсе рассматриваемого регионального политика составляет апелляция к территориальной принадлежности политических оппонентов, а именно указание на их социокультурную инородность. В то же время апелляция к территориальной принадлежности в ряде фрагментов выражается в приеме социокультурной самоидентификации с жителями родного города, становясь таким образом средством самопрезентации политика.

Результаты проведенного исследования могут быть использованы для дальнейшего изучения специфики региональной политической коммуникации, а также для описания речевых портретов политических деятелей.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: *региональный политический дискурс; коммуникативные стратегии и тактики; стратегия дискредитации; концептуальная оппозиция; концептуальная метафора.*

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ: *Никифорова Марина Владимировна, аспирант, преподаватель, Российский государственный профессионально-педагогический университет, Институт инженерно-педагогического образования; адрес: 620012, г. Екатеринбург, ул. Машиностроителей, 11; e-mail: armada29@yandex.ru.*

В связи с возрастающей ролью регионов в социально-политической жизни нашей страны возникает необходимость в изучении индивидуальной речи политических деятелей регионального уровня, в частности, такого аспекта их коммуникативно-речевого поведения, как тактико-стратегический репертуар.

Настоящая статья посвящена анализу способов реализации коммуникативной стратегии дискредитации в дискурсе мэра г. Екатеринбурга Е. Ройзмана. Материалом для статьи послужили печатные тексты, стенограммы и расшифровки видеозаписей выступлений политика в интервью различным средствам массовой информации за период с июля 2013 по июль 2015 г. Исследованный материал включает 60 текстов теле- и радиointервью общим объемом звучания более 25 часов и шесть текстов интервью, размещенных на сайтах федеральных и региональных печатных изданий.

В настоящем исследовании под коммуникативной стратегией мы будем понимать «часть коммуникативного поведения или коммуникативного взаимодействия, в которой серия различных вербальных и невербальных средств используется для достижения определенной коммуникативной цели» [Кобец 2012: 11]. Каждая стратегия реализуется за счет использования определенных тактик. Коммуникативная тактика — более мелкий масштаб рассмотрения коммуникативного процесса: «...она соотносится не с коммуникативной целью, а с набором отдельных коммуникативных интенций (намерений)» [Там же] и «эксплицируется совокупностью приемов, обуславливающих применение языковых средств» [Атьман 2011: 98].

По замечанию А. П. Чудинова, «в политической коммуникации стратегия ориентирована на изменение политических взглядов адресата, на преобразование его отношения к тем или иным теориям, событиям, людям» [Чудинов 2006: 76]. Стратегия дискредитации в этом смысле являет-

ся очень ярким примером, поскольку своей целью имеет изменение представления о политическом оппоненте в глазах массового адресата, формирование негативного представления о нем, понижение его политического статуса.

Е. Ройзман, несмотря на собственное отрицание принадлежности к оппозиционным силам, многими журналистами и политологами называется представителем несистемной оппозиции, по меньшей мере на региональном уровне. Политик открыто критикует действия областного руководства, подчеркивая непрекращающееся противостояние между городской и областной администрациями. В этой связи представляется вполне закономерным, что стратегия дискредитации становится одной из ведущих в его дискурсе.

Традиционно рассматриваемая в качестве инструмента в борьбе за власть, стратегия дискредитации реализуется на фоне четкого проявления концептуальной дихотомии «свои — чужие». Наше исследование демонстрирует, что в дискурсе мэра Екатеринбурга Е. Ройзмана к когнитивному полю чужих относятся две категории властных субъектов — представители регионального правительства и руководители областных правоохранительных органов. В период выборов в когнитивное поле чужих попадают также московские журналисты, освещающие предвыборные кампании кандидатов на пост мэра Екатеринбурга.

Вне зависимости от объекта дискредитации основным приемом актуализации категории чужих в дискурсе Е. Ройзмана становится апелляция к территориальной принадлежности — указание на их «социокультурную инородность» [Власть... 2004: 369]. Этот прием реализуется как эксплицитно, так и имплицитно, в форме метафор и инсинуаций.

В зависимости от объекта дискредитации варьируется степень вербальной агрессии, направленной против оппонентов. Так, в отношении регионального правительства — губернатора и

его команды — ведущей тактикой дискредитации выступает тактика обвинения. На уровне языкового воплощения тактика манифестируется комплексом лингвистических средств:

– пропозициями деструктивного действия и состояния: *Губернатор — человек со стороны, из Москвы, — бросил нам вызов. Пришёл в город, где мы живём, решаем проблемы, никому ничего не должны. Пришёл и начал махать палкой направо и налево — борется с общественниками, с журналистами. Давит наш фонд. Подключил к этим конфликтам силовиков, развязал им руки. Где губернатор слаб, там набирают вес силовики — здесь сложилась настоящая хунта. Разгромили наш хоспис, где находились 300 реабилитантов (теперь умирают только 100 человек). Создали свою организацию „Урал без наркотиков“ — работают уже год, но до сих пор не спасли ни одного человека. При этом пиарятся на всю страну. Это симулякр, притон для наркоманов* («Аргументы недели», № 29 (371), 2013);

– оценочными эпитетами с отрицательным компонентом значения: *Все видели, какая грязная и низкая была кампания. Я вроде опытный человек, но я такого не видел никогда* [«Комсомольская правда — Урал». «Первый брифинг». 09.09.2013]; *Губернатор слабый* откровенно // *И приезжий* [ТК «Продвижение». «Лица». 21.11.2014];

– пропозициями с отрицательной модальностью: *Он (губернатор — М. Н.) не готов к этой работе. Получилось так, что по своему личному уровню не соответствует уровню Екатеринбурга* [«Радио Свобода», «Лицом к событию», 13.08.2013]; *...депутаты продемонстрировали неуважение к традиции / неуважение к жителям города / которые выбирали Главу города / их мнение никто не спросил // Неуважение и унижение самого города здесь налицо* // [РС «Эхо Москвы». «Интервью». 15.07. 2015]; *Я стараюсь лишней раз не упоминать губернатора, но если доходит до этого, то да, я считаю основной проблемой несоответствие личного уровня уровню Екатеринбурга* [rsn.ru. 15.07.2015];

– действительными элементами *там, вон*: *Они там ноют, рассказывают там о подкупах. Смотрите, партия власти обвиняет человека, у которого ни малейшего административного ресурса в давлении, в подкупе и так далее* [РС «Эхо Москвы». «Интервью». 08.09.2013]; *Никто не спросил мнение жителей города // Я считаю / что это неуважение к жителям города // И в Екатеринбурге так нельзя // И каждый / кто приехал там из Тюмени / он должен понимать / здесь надо разговаривать с горожанами / с уважением* [ТК «41 — Домашний». «Открытая студия. Екатеринбург». 17.11.2014];

– предикативными элементами с ложной положительной оценкой, реализующими прием иронии: *У нас подряд зашли в город несколько назначенцев, причем все люди амбициозные такие, деятельные* [ТК «Дождь». «Собчак живьем». 10.09.2013].

Особенно ярко отрицательная оценка чужих представителей власти проявляется в ярлыках. По замечанию Р. Бахема, «важным лингвистическим фактором, способствующим превращению

нейтрального слова в инвективный ярлык, является его многократное упоминание в негативном контексте, благодаря чему оно буквально „включается в сознание“, конденсируя в себе привнесенные контекстом негативные ассоциации» [цит. по: Шейгал 2000: 174]. В дискурсе Е. Ройзмана такого рода контекстуальным ярлыком становится лексема *назначенец*, первоначально нейтральная в аксиологическом отношении (*назначенец — лицо, назначенное кем-н. на какую-н. ответственную административную должность, а также тот, кто назначен администрацией для выполнения какого-н. дела, поручения* [Назначенец]). Помешая указанное существование в негативный контекст, Е. Ройзман придает ему устойчивый неодобрительный оттенок. Ср.: *Наша проблема — это именно губернатор-назначенец, который своим уровнем не соответствует уровню города <...> Мелкие назначенцы решают все свои проблемы за счет федеральной власти. И федеральная власть несет огромные имиджевые убытки именно за счет бестолковых назначенцев* [РС «Радио Свобода». «Лицом к событию». 13.08. 2013]; *Представляете / ситуация какая // Губернатор / назначенец / приезжий // Начальник полиции / приезжий / назначенец // Начальник городской милиции / приезжий // Министр культуры / приезжий // Министр здравоохранения / приезжий // Министр финансов / приезжий // И сейчас еще Куйвашев хочет своего ситуменеджера / поставить управлять городом // Ну с чего вдруг? Эти люди приехали и уехали / а нам-то здесь жить / мы отсюда уезжать не собираемся* // [«Комсомольская правда». «Политика: в России». 19.07.2013]; *Они зашли, назначенцы, и они просто с нами не считались, они нас пытались уничтожить по-настоящему* [ТК «Дождь». «Собчак живьем». 10.09. 2013]. Отметим, что большая часть контекстов, содержащих указания на социокультурную инородность губернатора и его команды, относится к периоду выборов, однако и в период мэрства Е. Ройзмана продолжает отставать «региональный суверенитет» [Власть... 2004: 369], апеллируя к пространственной принадлежности руководителей областного правительства. Ср.: *Губернатор — чужой, министр финансов — чужой, министр природных ресурсов, министр культуры приехал из Тюмени. А что, здесь людей не было? Они нацеливались сюда, там куча людей сидела на чемоданах. Если бы Силин выиграл, куда бы пошёл поток из Тюмени* [ТК «РБК». «100 дней на посту мэра Екатеринбурга». 26.12.2013]; *...Очень сложно совместить идеологию коренного жителя с мировосприятием командировочного* [Znak.com. Пресс-конференция Е. Ройзмана. 24.12.2014].

В отношении губернатора области Е. Ройзман применяет также тактику намека, суть которой заключается в имплицитной оценке объекта высказывания. Ср.: *Ситуация накалилась при распределении бюджета. Реально у Екатеринбурга практически срезали весь бюджет развития <...> И возможность регулировать эти средства дали губернаторам. Если губернатор попадает незрелый или амбициозный,*

для него это возможность удовлетворять свои амбиции: открыть краник или прикрыть краник. А город не может в своем стратегическом развитии опираться на настроения чьи-то. Он должен опираться на бюджетный кодекс, на Конституцию, на законы [Е1.ru. 25.12.2013].

В отношении журналистов, освещавших предвыборную кампанию конкурента Е. Ройзмана Я. Силина, политик, наряду с тактикой обвинения, применяет тактику оскорбления, которая выражается в использовании инвективной и грубой лексики, фамилий в собирательном значении, дейктических элементов, выражающих пренебрежительное отношение. Ср.: *Когда против тебя работают **дебилы / дебилам** главное не мешать // То есть они сами за тебя все сделают // Еще там появились **какие-то карауловы / там / доренки** // Их извлекли **там /** отряхнули от нафталина / **откуда-то** из пыльных шкафов / и всех их / **как клоунов...** // Их не воспринимают здесь // **Журика** еще попросили // **Жирик там еще че-то...** // [ТК «Продвижение». «Лица». 21.11.2014].*

Разнообразные формы вербальной агрессии используются Е. Ройзманом также при описании действий правоохранительных органов, с которыми у политика давняя конфронтация в связи с деятельностью фонда «Город без наркотиков». Среди них — отрицательной-оценочные эпитеты и номинации с отрицательной окраской. Ср.: *Отдельно нам удалось создать реставрационное отделение в училище имени **Шадра** <...> И вдруг **какие-то бандерлоги** пришли в реставрационное отделение, описали все иконы (бандерлоги: шумная, бестолковая компания, крикливая толпа [http://russian_argo.academic.ru/407/]) [РС «Радио Свобода». «Лицом к событию». 13.08.2013]; И вдруг появляется **какой-то Строганов**, который рассказывает нам здесь сказки. Ну, вот бред **сумасшедшего** что ли я буду комментировать? [РС «Эхо Москвы». «Разворот». 29.08.2013.]; **Высадился в Екатеринбурге огромный полицейский десант, начальник главного управления МВД по Свердловской области, прислали такого Бородин**, на мой взгляд, **один из самых бездарных руководителей главка, ГУ МВД по Свердловской области** [РС «Радио Свобода». «Лицом к событию». 13.08.2013].*

Вне зависимости от объекта дискредитации для номинации чужих Е. Ройзман активно использует местоименные варианты лексемы-презентанта — *он, они, те, их*, актуализирующие когнитивный признак *отчужденности, отдаленности*. Ср.: ***Они** же кулуарно принимают решения [«Комсомольская правда». «Политика: в России». 19.07.2013]; **Они** считают нас — жителей Екатеринбурга — за идиотов [РС «Эхо Москвы». «Разворот». 29.08.2013].* Отсутствие прямых номинаций в таких контекстах компенсируется предикатной лексикой: дается однозначно негативная трактовка деятельности оппонентов. Ср.: *И когда города-миллионники хотят отдать приезжим назначенцам / чтобы **они** решали / не те люди / которые здесь родились и выросли / у которых дети здесь живут / и которые не уезжают отсюда / а **людям / которые сегодня** пришли / завтра ушли / наделали долгов /*

*исчезли / это же все нам остается / это же нам надо платить // [РС «Эхо Москвы. Екатеринбург». «Интервью». 09.06.2014]; Видимо, у **некоторых людей**, которые попадают на такую высокую должность, **происходит некое смещение. Он не понимает, что деньги, которые он дает, — не из его кармана** [Siapress.ru. 16.12.2014].*

В ряде контекстов стратегия дискредитации реализуется в связке с самопрезентацией. Прием апелляции к территориальной принадлежности в этом случае приобретает два вектора реализации: самоидентификации с жителями города и одновременного указания на социокультурную инородность чужих. Ср.: *Бюджет очень сложный. Но, к нашей чести бюджет сказано, у нас нет долгов. Это очень большое достижение. У области уже сейчас долг 32 млрд рублей, и в следующем году его могут дозвать до 90 млрд. И когда все это произойдет, нам придется подставить области плечо. Если **мы не планируем уезжать из этого города** и **здесь остаются жить наши дети, то платит эти долги будем мы, которые здесь родились и выросли, а не те несколько тюменцев, которые их занимали и которые рано или поздно уедут** [ПЦ «Комсомольская правда — Урал». Пресс-конференция Е. Ройзмана. 26.11.14].* В данном фрагменте Е. Ройзман применяет тактику поляризации [Руженцева 2004: 86]: в результате параллельного противопоставления *мы* и *они* политик реализует прием «игры на повышение», целью которого является создание собственного положительного образа на фоне намеренного понижения политического статуса оппонента.

Значимым приемом дискредитации в речи Е. Ройзмана становится сарказм, который можно рассматривать как частный случай тактики оскорбления, издевки: *И вот 20 лет назад мы решили — упразднили райсоветы и создали Городскую Думу числом 35 человек. С этого момента Екатеринбург стал единым городом. А теперь нас хотят вернуть на 20 лет назад. Зачем? Я в таких случаях говорю — **не надо чесать, когда не чешется**. <...> На этой неделе в вопросах реформирования у меня появился **неожиданный союзник — сам губернатор, заявивший, что он против расчленения города. Я не совсем понимаю, почему он это сделал. Как будто не того разбудили** [ПЦ «Комсомольская правда — Урал». Пресс-конференция Е. Ройзмана. 26.11.14].*

Важную роль в реализации стратегии дискредитации также играет метафора. В речи Е. Ройзмана наибольшим дискредитирующим потенциалом обладают метафоры с исходными понятийными сферами «Война» и «Криминальный мир». С помощью метафоры войны Е. Ройзман характеризует разные уровни власти как военных соперников, при этом в роли врага, агрессора выступает областное руководство, а обороняющейся стороной являются город и городская администрация: ***Город находится в обороне, сопротивляется, потому что губернаторы меняются, как перчатки, а городу скоро 300 лет. И каждый из губернаторов считает своим долгом город как-то подчинить*** [Siapress.ru.

16.12. 2014]; *Другой вопрос, что мэрия живет в состоянии обороны, до 40 % рабочего времени у чиновников уходит на проверки* [ТК «РБК». «100 дней на посту мэра Екатеринбурга». 26.12.2013]. Используя метафорические репрезентации, относящиеся к субсфере «Криминальный мир», политик характеризует нечестные, преступные методы и инструменты политической борьбы: *У нас всегда очень серьезные выборы в Городскую Думу, а выборы мэра — ещё жёстче. Возможно всё: прослушка, наружка, силовые акции. Но мы тоже не мальчики для битья. В своём-то городе* [izvestia.ru 30.09.2013]; *Понятно, что сталкивались и с фальсификациями наглыми, и с подлогами, и еще с разными вещами <...> Каждый играет в интересах своих избирателей. Все нормально, пока это не превращается в откровенный саботаж* [«Комсомольская правда — Урал». 24.09.2013]. В целом криминальные метафоры в дискурсе Е. Ройзмана характеризуются высокой концентрацией глаголов, заимствованных из воровского жаргона — *мочить, шельмовать, громить, расправиться, зачистить* и др. Ср.: *Урлашов начал собирать митинги против оппонентов. И, конечно, с Урлашовым расправились и расправились показательно* [РС «Эхо Москвы». «Интервью». 09.09.2013]; *Я знаю, что губернатор ставил задачу до февраля зачистить мэрию от меня. Но у них это не получилось* [ПЦ «Комсомольская правда — Урал». Пресс-конференция Е. Ройзмана. 26.11.14]; *Просто людям, которые в партии, легче дышать. Это уже так не задушат, уже не растопчут, катком не переедут, если будет представительство в парламенте* [izvestia.ru 30.09.2013].

Анализ прагматического потенциала милитарных и криминальных метафор в дискурсе мэра Екатеринбурга Е. Ройзмана демонстрирует актуализацию концептуальных смыслов агрессии, вражды, соперничества, бескомпромиссной борьбы между городским и областным уровнями власти. Представление субъектов областного руководства в образе врага, а субъектов городской власти — в образе обороняющейся стороны становится средством экспликации оценки *своих* и *чужих*, одним из проявлений «регионального негативизма» [Шейгал 2000: 169] со стороны мэра Екатеринбурга.

Таким образом, анализ способов и средств вербализации стратегии дискредитации в дискурсе мэра Екатеринбурга Е. Ройзмана свидетельствует о следующем:

– в основе стратегии дискредитации в речи политика — апелляция к территориальной принадлежности политических оппонентов, указание на их социокультурную инородность;

– данный прием находит отражение в тактиках обвинения, оскорбления и намека, актуализация которых варьируется в зависимости от объекта дискредитации: в отношении руководителей областного правительства ведущей тактикой нами признана тактика обвинения, в то время как в отношении руководителей областных правоохранительных органов и московских журналистов, освещавших предвыборные кампании кандидатов на пост главы Екатеринбурга, используется преимущественно тактика оскорбления;

– тактики дискредитации манифестируются комплексом лингвистических средств и приемов, особое место среди которых занимают различные маркеры чуждости: лексема с субъективно-оценочным знаком *назначенец*, местоименные репрезентанты *чужих* — *он, они, те, их*, эпитеты с отрицательно-оценочным знаком и др.;

– дискредитирующим потенциалом в речи Е. Ройзмана обладают метафорические репрезентации, относящиеся к субсферам «Война» и «Криминальный мир»; проецируясь на когнитивную оппозицию «свои — чужие», военные и криминальные метафоры становятся средством экспликации оценки в речи политика;

– в ряде фрагментов дискредитация реализуется в связке с самопрезентацией; используя прием апелляции к пространственной принадлежности, Е. Ройзман самоотожествляется с жителями города и одновременно указывает на социокультурную инородность своих политических оппонентов; данный прием позволяет политику понизить статус последних, а самому предстать в наиболее выгодном свете.

ЛИТЕРАТУРА

1. Асташова О. И. Речевой портрет Н. Ю. Белых: динамический аспект // Политическая лингвистика. 2011. № 3 (37). С. 64—68.
2. Атьман О. В. Вербализация стратегии самопрезентации в президентских предвыборных теледебатах как агональном жанре политического дискурса США // Политическая лингвистика. 2011. № 1 (35). С. 96—102.
3. Балашова Л. В. Реализация концептов «свой — чужой» в российском политическом дискурсе начала XXI в. // Политическая лингвистика. 2014. № 1 (47). С. 40—50.
4. Бандерлог // Словарь русского апро. URL: http://russian_argo.academic.ru/407.
5. Бушев А. Б. Языковая личность политика: в чем ее специфика? // Русская языковая личность в современном коммуникативном пространстве : материалы Междунар. науч. конф. (22—23 нояб. 2012 г.). — Бийск, 2012. С. 147—152.
6. Власть в русской языковой и этнической картине мира / С. В. Ермаков, И. Е. Ким, Т. В. Михайлова и др. — М. : Знак : Языки славянской культуры, 2004.
7. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. — М. : ЛКИ, 2008.
8. Кобец Е. В. Коммуникативно-прагматическая специфика политического дискурса (на материале речей А. И. Лебеда) : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01. — Абакан, 2012.
9. Минаева Н. А. Фрагмент речевого портрета политика (на материале речевого жанра извинения) // Речь. Речевая деятельность. Текст : материалы Всерос. межвуз. науч. конф., посвящ. памяти проф. Г. Г. Инфантовой. — Таганрог, 2012. С. 281—285.
10. Назначенец // Словарь Ожегова. URL: <http://www.ozhegov.org/words/17074.shtml>
11. Осетрова Е. В. Речевой портрет политика: содержательная и коммуникативная составляющие // Лингвистический ежегодник Сибири. 1999. № 1. С. 58—66.
12. Паршина О. Н. Стратегии и тактики речевого поведения современной политической элиты России : дис. ... д-ра филол. наук : 10.02.01. — Саратов, 2005.
13. Руженцева Н. Б. Дискредитирующие тактики и приемы в российском политическом дискурсе : моногр. / Урал. гос. пед. ун-т. — Екатеринбург, 2004.
14. Чудинов А. П. Россия в метафорическом зеркале: когнитивное исследование политической метафоры (1991—2000) : моногр. / Урал. гос. пед. ун-т. — Екатеринбург, 2001.
15. Чудинов А. П. Политическая лингвистика : учеб. пособие. — М. : Флинта : Наука, 2006.
16. Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса : дис. ... д-ра филол. наук : 10.02.01; 10.02.19. — Волгоград, 2000.
17. Andone C. Confrontational strategic manoeuvres in a political interview // Controversia. 2010. № 7(1). P. 74—90.

M. V. Nikiforova
Ekaterinburg, Russia

**DISCREDITING STRATEGY IN THE DISCOURSE OF A REGIONAL POLITICIAN
(A STUDY OF THE SPEECHES OF THE MAYOR OF EKATERINBURG E. ROIZMAN)**

ABSTRACT. *The paper focuses on the methods of realization of the strategy of discrediting in the discourse of the Mayor of Ekaterinburg E. Roizman. The analysis has been carried out on the material of the politician's speeches during interviews and press-conferences in the period of July 2013 to July 2015. The purpose of the article is to study the methods of discrediting and the linguistic means of their verbalization used by E. Roizman against his political opponents.*

The following methods of research are used: discourse analysis, contextual analysis, generalization and linguistic material interpretation and definition analysis. The author describes the main tactics and linguistic means with the help of which the discrediting strategy is actualized in the politician's speech depending on the object of criticism.

As a result of the undertaken analysis, the author comes to the conclusion that the basis of the discrediting discourse of the considered regional politician is made up by appealing to the territory the political opponents belong to, and, namely, to their socio-cultural heterogeneity. At the same time, appealing to territory in some contexts manifests itself in socio-cultural self-identification with the city's residents, and thus becomes a means of the politician's self-presentation.

The results of the analysis can be used for further investigation of specific features of regional political communication as well as for drawing speech portraits of politicians.

KEYWORDS: *regional political discourse; communicative strategies and tactics; discrediting strategy; conceptual opposition; conceptual metaphor.*

ABOUT THE AUTHOR: *Nikiforova Marina Vladimirovna, Post-graduate Student, Assistant Lecturer, Russian State Vocational Pedagogical University, Ekaterinburg, Russia.*

REFERENCES

1. Astashova O. I. Rechevoy portret N. Yu. Belykh: dinamicheskiy aspekt // Politicheskiy lingvistika. 2011. № 3 (37). S. 64—68.
2. At'man O. V. Verbalizatsiya strategii samoprezentatsii v prezidentskikh predvy-bornykh teledobatakh kak agonal'nom zhanre politicheskogo diskursa SShA // Poli-ticheskaya lingvistika. 2011. № 1 (35). S. 96—102.
3. Balashova L. V. Realizatsiya kontseptov «svooy — chuzhooy» v rossiyskom politicheskom diskurse nachala XXI v. // Politicheskaya lingvistika. 2014. № 1 (47). S. 40—50.
4. Banderlog // Slovar' russkogo argo. URL: http://russian_argo.academic.ru/407.
5. Bushev A. B. Yazykovaya lichnost' politika: v chem ee spetsifika? // Russkaya yazykovaya lichnost' v sovremennom kommunikativnom prostranstve : materialy Mezhdunar. nauch. konf. (22—23 noyab. 2012 g.). — Biysk, 2012. S. 147—152.
6. Ermakov S. V. Vlast' v russkoy yazykovoy i etnicheskoy kartine mira / S. V. Erma-kov, I. E. Kim, T. V. Mikhaylova i dr. — M. : Znak : Yazyki slavyanskoy kul'tury, 2004.
7. Issers O. S. Kommunikativnye strategii i taktiki russkoy rechi. — M. : LKI, 2008.
8. Kobets E. V. Kommunikativno-pragmaticheskaya spetsifika politicheskogo diskursa (na materiale rechey A. I. Lebedya) : avtoref. dis. ... kand. filol. nauk : 10.02.01. — Abakan, 2012.
9. Minaeva N. A. Fragment rechevogo portreta politika (na materiale rechevogo zhanra izvinieniya) // Rech'. Rechevaya deyatel'nost'. Tekst : materialy Vseros. mezhvuz. nauch. konf., posvyashch. pamyati prof. G. G. Infantovoy. — Taganrog, 2012. S. 281—285.
10. Naznachenets // Slovar' Ozhegova. URL: <http://www.ozhegov.org/words/17074.shtml>
11. Osetrova E. V. Rechevoy portret politika: sodержatel'naya i kommunikativnaya so-stavlyayushchie // Lingvisticheskiy ezhegodnik Sibiri. 1999. № 1. S. 58—66.
12. Parshina O. N. Strategii i taktiki rechevogo povedeniya sovremennoy politicheskoy elity Rossii : dis. ... d-ra filol. nauk : 10.02.01. — Saratov, 2005.
13. Ruzhentseva N. B. Diskreditiruyushchie taktiki i priemy v rossiyskom politicheskom diskurse : monogr. / Ural. gos. ped. un-t. — Ekaterinburg, 2004.
14. Chudinov A. P. Rossiya v metaforicheskom zerkale: kognitivnoe issledovanie poli-ticheskoy metafory (1991—2000) : monogr. / Ural. gos. ped. un-t. — Ekaterinburg, 2001.
15. Chudinov A. P. Politicheskaya lingvistika : ucheb. posobie.— M. : Flinta : Nauka, 2006.
16. Sheygal E. I. Semiotika politicheskogo diskursa : dis. ... d-ra filol nauk : 10.02.01; 10.02.19. — Volgograd, 2000.
17. Andone C. Confrontational strategic manoeuvres in a political interview // Controversia. 2010. № 7(1). P. 74—90.

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

Д. Р. Нуриева
Елабуга, Россия

СОВЕТСКАЯ ПОЛИТИЧЕСКАЯ ВОЕННАЯ КАРИКАТУРА КАК ПОЛИКОДОВЫЙ ТЕКСТ

АННОТАЦИЯ. Статья посвящена актуальной на сегодняшний день теме поликодowości текстовых образований, содержащих в себе не один, а множество языковых и неязыковых кодов. Поликодность информации наблюдается тогда, когда в текстовое пространство, кроме языковых элементов, включаются элементы других знаковых систем, обладающих своими кодами. Функции поликодности рассмотрены на материале политических военных плакатов (1941—1945 гг.) советских художников-карикатуристов В. Н. Дени и «Кукрыниксов». Их работы демонстрируют единство вербальной и визуальной информации, которое обусловлено коммуникативно-когнитивной задачей адресанта, ярко выраженной манипулятивной функцией. Советская власть активно использовала поликодовые тексты в собственных целях: распространить и утвердить в сознании людей негативный образ Гитлера с помощью когнитивных метафор и приема визуальной зоологизации; с помощью цвета и приема «художественной литоты» смоделировать образы «своих» и «чужих», положительно и отрицательно маркированных и представленных рядом социально и концептуально значимых оппозиций «советский солдат ↔ фашист», «Сталин ↔ Гитлер», «красный ↔ черный», «жизнь ↔ смерть», «добро ↔ зло».

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: поликодовый текст; советский политический плакат; карикатура; антонимия «свой — чужой»; когнитивная метафора; зоологизация; военная метафора; цвет; агитация; идеология.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ: Нуриева Динара Ринатовна, аспирант кафедры русского языка и контрастного языкознания, Казанский (Приволжский) федеральный университет (Елабужский институт); адрес: 423604, г. Елабуга, ул. Казанская, д. 89; e-mail: nurievadinara@yandex.ru.

В последнее время в лингвистических работах все чаще утверждается, что текст является не только языковым образованием, в него включаются разнообразные знаковые элементы. В современном блоке языковедческих наук развивается новое направление исследований, все более активно говорится о так называемом медиальном повороте [Чернявская 2013]. При этом термин «медиальное» имеет ряд значений, в некоторых из которых медиальность коррелирует с понятиями коммуникативного канала как способа передачи информации, «медиального формата» и коммуникативного кода как определенного соединения знака и его содержания. Взаимодействие нескольких различных коммуникативных каналов отражается термином «мультимедиальность», или «поликодность». Так, в научный оборот вошел термин «поликодовый текст», который мы понимаем как коммуникативное единство, не ограничивающееся только языковыми элементами, такое, на функционирование смыслового целого которого оказывают влияние компоненты неязыковых кодов.

В поликодовом тексте нет четких правил, определяющих важность того или иного элемента сообщения в общем контексте. Автор подобного текста должен искусно владеть умением кодировать информацию в форму, удобную для передачи и хранения. Успешность подобной коммуникации зависит как от автора, творца «текста», так и от адресата, его умения адекватно декодировать информацию, выраженную вербально и/или визуально.

В качестве иллюстраций обратимся к советскому плакатному искусству времен Великой Отечественной войны. Одним из основных «орудий» политической коммуникации того времени был смех. Именно он в русском национальном сознании является «лекарством» от всех болезней общества, мощным средством категоризации мира и оценки происходящего. Так, в годы Великой Отечественной войны становится популярным жанр карикатуры, «рисунка, изображающего

кого-либо в намеренно преувеличенном, смешном, искаженном виде» [Ворошилова 2013: 95]. Однако жанр карикатуры не воспринимался в то время как тип неформальной политической коммуникации и не был таковым. У руля советской пропаганды стояло правительство, авторитарная власть, и к печатному слову граждане СССР относились с полным доверием. Иначе их неминуемо ждала трагическая судьба «врагов народа»: инакомыслие вырубалось на корню.

СССР и Веймарская республика (1919—1933 гг.) были стратегическими партнерами, но ситуация ухудшилась после прихода Гитлера к власти в Германии в 1933 г. и начавшейся в ходе «национальной революции» антисоветской и антикоммунистической политики. Гитлер предложил Сталину сотрудничество, но не отказался от захватнических планов против Советского Союза. Складываясь геополитическая ситуация подтолкнула СССР к подписанию не в свою пользу с Германией в 1939 г. Договора о ненападении, который послужил сигналом для начала Второй мировой войны. Договор облегчил Гитлеру нападение на Польшу и ряд других европейских стран. 22 июня 1941 г. Германия напала на Советский Союз без объявления войны. Началась операция «Барбаросса», общая стратегическая задача которой заключалась в том, чтобы нанести поражение СССР в быстрой кампании еще до того, как будет закончена война против Англии. Гитлер не сдержал данное слово, он показал себя холодным расчетливым политиком, коварным и подлым. Поэтому образ Гитлера в советских политических плакатах представлял собой средоточие только «негативных штрихов».

Плакат (рис. 1) [Дени], датированный 1944 г., автором которого является русский и советский художник-график — карикатурист В. Н. Дени, является ярким примером поликодового текста, вербально-визуального единства, в котором смысловое целое — это результат взаимоналожения двух кодов (вербального и визуального).



Рис. 1

Интерпретация смысла данного сообщения у адресата не вызывала затруднений: Гитлер не уйдет от наказания, за его деяния последует расплата. Вербальный элемент данного «текста» находится в сильных позициях начала и конца, что существенно влияет на силу воздействия, реализацию манипулятивной функции. «Что посеешь, то и пожнешь!» — гласит русская народная пословица. Человек своими поступками сам определяет свое будущее. Данная лексическая единица претерпевает грамматическую трансформацию: глагол второго лица единственного числа «посеешь», характерный для паремий и указывающий на обобщенное лицо субъекта действия, переходит в форму третьего лица единственного числа «посеял» и отсылает к конкретному лицу. Так пословица становится разновидностью прецедентного текста [1], наличие которого в поликодовом тексте решает несколько задач: 1) отсылает к древней общенародной мудрости, объединяя русских людей; 2) несет лингвокультурную информацию, выражает присущее русскому народу исторически обусловленное миропонимание, т. е. содержит этнолингвокультурный код, архетип. Кроме того, обращает на себя внимание пунктуация вербальной составляющей. Восклицательный знак — завершающий знак каждой фразы — является репрезентантом эмоций волнения, призыва к действию. Эмоции напрямую связаны с когнитивными процессами, они вызывают стремление к действию, интуитивную оценку увиденного и эмоциональный отклик у адресата. Сознание адресата оказывается во власти идеи текста: Гитлер отождествляется с фашизмом,

всемирным злом. Спустя семьдесят лет это тождество сильно в сознании русского человека. Об этом свидетельствуют данные «Русского ассоциативного словаря» под редакцией Ю. Н. Караулова, где среди полученных реакций на стимул «Гитлер» самой частотной (20 %) становится именно «фашист/фашизм» [РАС 2002]. Создается универсальная лингвокогнитивная и этнокультурная антиномии «свой ↔ чужой»: «фашист ↔ русский солдат», «Гитлер ↔ Сталин» (о прагматике плакатов, продиктованной дидактической функцией и ярко выраженной идеализацией (положительной визуализацией) образа вождя мирового пролетариата — И. Сталина — мы упоминали в одной из предшествующих работ [Данилова, Нуриева 2015]). О. С. Иссерс рассматривает оппозицию «свой — чужой» как проявление давней социокультурной традиции деления общества на «своих» и «чужих» [Иссерс 2002]. Природа такого деления, по мнению автора, является манипулятивной и становится в то же время базой для управления социумом. Наличие оппозиции «свой — чужой» в нашем случае является частью персуазивной стратегии — стратегии убеждения адресата в отрицательной сущности Гитлера, породившего и олицетворяющего фашизм. Оппозиция сведена к абсолюту — противостоянию универсальных категорий добра и зла.

Однако знаковое поле плаката не ограничивается только языковыми знаками, в организации семантики текста участвуют и другие коды. Образ Гитлера, подвешенного на букве д слова «год», иллюстрирующий вербальную часть: «От суда не уйдешь!», связан с репрезентируемым денотатом внешним сходством. Однако, кроме визуального сходства, в нем присутствуют элементы, призванные высмеять Гитлера, вызвать отвращение и презрение у адресата, например: маленький рост, шарообразное тело, тонкие конечности, длинный нос. В тексте присутствуют знаки-атрибуты палача: топор, виселица, цепи. Гитлер посеял в мире хаос, насилие, разрушение и смерть, этим он определил свое будущее. Символом приближающихся победы и наказания фюрера является дата «1945 год». Гитлер словно пойман этой датой, по его выражению лица становится ясно, что фюрер испытывает страх. Справедливый суд неминуем (библ. «кесарю кесарево»; лат. «кто воюет мечом, от меча и погибает»; русск. «кто к нам с мечом придет, от меча и погибнет»; «что посеешь, то и пожнешь»), палачу — виселица. Символично здесь и цветовое исполнение: красный — цвет коммунизма и социализма, которые привели советский народ к победе над фашизмом, к мирной жизни и светлому будущему. Красный цвет противопоставляется черному, цвету тьмы, смерти, горя, продолжая ряд социально и концептуально значимых оппозиций «свой ↔ чужой», «советский солдат ↔ фашист», «Сталин ↔ Гитлер», «красный ↔ черный», «жизнь ↔ смерть», «добро ↔ зло».



Рис. 2

Примечателен и другой пример. Плакат «Кукрыниксов» «Не так страшен черт, как его малюют» (рис. 2) [Кукрыниксы], датированный 1941 г., иллюстрирует мысль Р. Барта, что иногда слово отягощает образ.

Очевидно, что невербальный код играет роль приоритетного персуазивного средства, без вербальной составляющей прагматика текста и его смысловое наполнение просты и прозрачны. «Визуальные элементы, в отличие от вербальных или интеллектуальных, позволяют человеку практически мгновенно воспринимать запрограммированное воздействие, причем это воздействие является и более глубоким, поскольку визуальные системы влияют не только на интеллект, но и на эмоционально-чувственный базис человека» [Розин 2006: 26]. Плакат изображает фюрера в намеренно преувеличенном, смешном, искаженном виде с целью вызвать у адресата отвращение к образу Гитлера и заменить им чувства страха и тревоги. Художники создают два контрастных образа: «Гитлер реальный» и «Гитлер, искусно нарисованный рукой Геббельса». Йозеф Геббельс, будучи государственным и политическим деятелем, рейхсминистром народного просвещения и пропаганды нацистской Германии, преуспел в деле агитации, создал свои правила успешной политической коммуникации: пропаганда должна отказаться от гуманизма и эстетики; пропаганда должна не развлекать, а быть средством достижения политической цели. Именно в период III рейха тоталитарная пропаганда смогла очень тонко и верно использовать то, что мы называем поликодовостью, в стратегии прославления нацистской идеологии и Гитлера. Гиперболизированная мощь Гитлера (сильный, мускулистый титан) на холсте опровергается реальной действительностью (маленький, худой, сухой старик). Объективности ради отметим, что в 1941 г. Гитлеру было 52, его рост составлял около 170 сантиметров, вес — примерно 70 килограммов. Следовательно, фюрер не обладал выдающимся ростом и телосложением, он был среднестатистическим человеком. «Кукрыниксы» намеренно исказили его образ («художественная литота») для достижения прагматической цели карикатуры. Взаимодействуя с визуальным



Рис. 3

кодом, русская пословица в качестве названия плаката: «не так страшен чёрт, как его малюют», указывающая на преувеличение значимости какого-либо отрицательного явления, понимается буквально. Вновь возникает ассоциативный ряд: Гитлер отождествляется с чертом. Образ черта имеет давнюю культурную составляющую и восходит к мифологическим формам видения мира: черт предстает как «антропоморфно-зооморфное существо» [БФСРЯ 2010: 721]; «демонический код культуры»; «(в народных поверьях) — злой дух, олицетворение абсолютного зла. Он не способен к созиданию, он совершает только зло и несет разрушение» [Там же: 285]. То есть в основе данного имплицитного сравнения лежит переосмысление древнейшей метафорической аналогии: такие качества черта, как хитрость, подлость, коварство, свойственны и фюреру.

Плакат «Кукрыниксов» 1941 г. «Золотое дно Геббельса» (рис. 3) [Кукрыниксы] является результатом взаимоналожения двух кодов. В поликодовом тексте возникают различные отношения между вербальным и визуальным составляющими. Плакат «Кукрыниксов» иллюстрирует интегративные отношения, при которых невозможно отделить элементы поликодового текста. Визуальный компонент участвует в создании когерентного целого, семантически дополняет текстовую структуру.

На рисунке 3 изображен Геббельс верхом на бочке с надписью «Программа Геббельса», подзывающий корреспондентов газет. Из своего чана «мастер пропаганды» разливает журналистам в головы навоз, после чего в газетах появляется ложная информация: «Немцы окружили и захватили целый русский полк!». Вербальная часть плаката является своего рода ключом к пониманию и интерпретации текста: «Вперед! Все к моему чану! Кто еще не позволил себе навоз! Нам уже самим плохо, но, безусловно, найдется еще осел, который поверит в это!» (перевод с нем. — Д. Н.). Текст созвучен с правдами и убеждениями Геббельса — всеми правдами и неправдами завоевать умы немецкого народа, внушить отвращение и презрение к русским, воспеть Гитлера как национального героя.



Рис. 4



Рис. 6

Одним из самых распространенных инструментов завоевания человеческого сознания в XX в. была метафора. Уже тогда метафора [2] не ограничивалась одной лишь сферой языка. Примерами могут служить советские военные карикатуры.

Плакат «Кукрыниксов» 1941 г. «Беспощадно разгромим и уничтожим врага!» (рис. 4) [Кукрыниксы] выполнен в карикатурной графике: на нем изображен маленький крысоподобный Гитлер и большой сильный советский солдат. Это служит ярким воплощением концептуальной визуальной антинормы «свой ↔ чужой»: положительный образ защитника родины и полностью ему противоположный отрицательный образ врага.

Создавая карикатурный образ фюрера, художники преследовали цель не только вдохновить на подвиги, но и показать истинную сущность Гитлера. Значительную роль в восприятии образа врага играют детали: разорванный Гитлером Договор о ненападении между Германией и Советским Союзом, сорванная маска [3], — всё это свидетельствует о лживой, «крысиной» [4]



Рис. 5

натуре фюрера. Эти метафорические образы построены на традиционной ассоциативной связи вербального и визуального элементов, при котором текст является стимулом, а визуальный ряд дает верное русло для развития ассоциаций.

На плакате «Кукрыниксов» «Завоеватели, связанные дружбой» (рис. 5) [Кукрыниксы] изображены А. Гитлер и его единомышленники: Гитлер ведет собачью свору, его друзья (И. В. Антонеску, В. Квислинг, Муссолини) — цепные псы, злые прислужники.

Перед нами визуальная военная метафора: Гитлер в военном обмундировании со сворой собак идет завоевывать мир. Военная метафора актуализирует агрессивно-прагматический потенциал, заключенный в образе фюрера, а комический, сатирический эффект создается зоологизацией и глупым выражением лица персонажей плаката.

На плакате-карикатуре В. Н. Дени «Узнал фашистский стервятник, что у нас — не ягнтятник!» (рис. 6) [Дени] изображена душераздирающая сцена: немецко-фашистский захватчик в образе стервятника тянется к ребенку, но тут большая сильная рука советского солдата хватается за горло и спасает мирное население.

В данной карикатуре образ врага снова подвергается метафорической зоологизации, в основных чертах карикатурной птицы угадываются черты фюрера. Вербальная и визуальная составляющие текста тесно спаяны — вербальный текст является стимулом к разворачиванию визуальной метафоры: из вербальной части узнаем об истинных намерениях фашистов — истребление мирного населения, что иллюстрирует изображение ребенка в когтях птицы; главная информация, содержащаяся в тексте лозунга, говорит о том, что и мирное население нашей страны способно дать отпор врагу — «у нас не ягнтятник». Символическое и ценностное наполнение концепции данного текста снова актуализируется за счет цветового решения: смысловые черно-красные акценты надписи, красная звезда на руке солдата выступают как знаки-атрибуты советской власти, советских людей и доброй светлой силы.

Таким образом, советская власть активно и верно использовала поликодовые тексты в целях пропаганды и агитации в военное время. Прагматика подобных текстов сводилась к следующему: 1) быть доступными, понятными простому рабочему советскому человеку; 2) распространить и утвердить в сознании людей негативный образ Гитлера с помощью отождествления его с чертом, абсолютным злом; с помощью когнитивных метафор и приема визуальной зоологизации изобразить фюрера подобным героям басен и высмеять его; 3) с помощью цвета как визуального кода наглядно показать, «что такое хорошо, а что такое плохо»: черный — Гитлер, фашизм, враг (отрицательная символика); красный — советская армия, Сталин, социализм (положительная); 4) концептуальная антиномия «свой ↔ чужой» сведена к абсолюту — противостоянию универсальных категорий добра и зла: маркером «добро» выделены образы советского солдата, Сталина, Красной армии и т. п., ассоциирующиеся с защитниками родины, дарующими жизнь; в то же время фашист, Гитлер, немец, немецкая армия, Геббельс и т. п. маркированы отрицательно и окрашены в черный цвет, чаще всего символизирующей смерть.

Восприятие врага является важнейшим элементом сознания солдат и мирного населения в период ведения войны. Именно из отношения к врагу проистекает стойкость сопротивления, жажда победы и ярость атаки. В советских плакатах создавался и поддерживался ярко положительный образ советского солдата и полностью противоположный ему сугубо отрицательный образ врага. Советским солдатам внушалось представление о психологическом превосходстве над немецко-фашистскими захватчиками, в сознании «наших» враг представлялся глупым, самонадеянным, жестоким, лживым, таким, которого нужно победить любой ценой — эта установка легко считывается и на вербальном, и на визуальном уровнях поликодового текста, которым является военный агитационный плакат.

ПРИМЕЧАНИЯ

[1]. Вслед за Ю. Н. Карауловым под прецедентным текстом мы понимаем «законченный и самодостаточный продукт речемыслительной деятельности, (поли)предикативную единицу;

сложный знак», знакомый «любому среднему члену лингвокультурного сообщества», обращение к которому «многократно возобновляется в процессе коммуникации через связанные с этим текстом высказывания и символы» [Караулов 2010: 216].

[2]. Вслед за А. П. Чудиновым мы понимаем метафору как способ познания, структурирования и объяснения мира [Чудинов 2001].

[3]. Маска — специальная накладка, скрывающая лицо: *носить маску* (перен.: притворяться), *сорвать маску с кого-н.* (перен.: разоблачить кого-н.) [Ожегов, Шведова 2004: 343].

[4]. Крыса (перен.) — о тех, кто бросает общее дело в трудный, опасный момент и приносит вред [Ожегов, Шведова 2004: 302].

ЛИТЕРАТУРА

1. Большой фразеологический словарь русского языка / отв. ред. В. Н. Телия. — М.: АСТ-ПРЕСС КНИГА, 2010.
2. Ворошилова М. Б. Политический креолизованный текст: ключи к прочтению: моногр. — Екатеринбург: Урал. гос. пед. ун-т, 2013.
3. Данилова Ю. Ю., Нуриева Д. Р. Советские плакаты как средство визуально-вербальной политической агитации // Мир науки, культуры, образования. 2015. № 2 (51). С. 408—411.
4. Дени В. Н. Плакаты и рисунки. URL: <http://www.davno.ru/posters/artists/дени> (дата обращения: 10.09.2015).
5. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. — М.: Едиториал УРСС, 2002.
6. Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность. — М.: Изд-во ЛКИ, 2010.
7. Кукрыниксы. Военные плакаты Великой Отечественной войны. URL: <http://kotindom.ru/art/11-kukryniksy-voennye-plakaty-velikoy-otechestvennoy-voyny.html> (дата обращения: 10.09.2015).
8. Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка. — М.: А ТЕМП, 2004.
9. Розин В. М. Визуальная культура и восприятие. Как человек видит и воспринимает мир. — М.: УРСС, 2006.
10. Русский ассоциативный словарь (РАС) / сост. Ю. Н. Караулов, Г. А. Черкасова, Н. В. Уфимцева, Ю. А. Сорокин, Е. Ф. Тарасов. — М.: АСТ-Астрель, 2002. URL: tesaurus.ru/dict/dict.php (дата обращения: 16.10.2015).
11. Чернявская В. Е. Лингвистика текста. Поликодовость. Интертекстуальность. Интердискурсивность. — М.: УРСС, 2009.
12. Чернявская В. Е. Текст в медиальном пространстве. — М.: ЛИБРОКОМ, 2013.
13. Чудинов А. П. Россия в метафорическом зеркале: когнитивное исследование политической метафоры (1991—2000): моногр. / Урал. гос. пед. ун-т. — Екатеринбург, 2001.

D. R. Nurieva
Yelabuga, Russia

SOVIET MILITARY POLITICAL CARICATURE AS A MULTIMODAL TEXT

ABSTRACT. *The article describes the topical problem of multi-code in modern textual formations including not the only one but a considerable number of sets of language codes and sub-codes. It is possible to speak about multi-code when a textual formation includes not only the language elements, but also the elements from the other systems, having their own codes.*

The functions of multi-code are considered on the text material of the Soviet political war posters (1941—1945) created by the Soviet artists-cartoonists V. N. Denis and Kukryniksy. Their works represent the unity of the verbal and vis-ual information, which is due to communicative and cognitive priority of the sender and pronounced manipulative function. The Soviet government actively used multimodal texts in their purposes: to disseminate and to fix in human consciousness a negative image of Hitler with the help of cognitive metaphors and the use of visual Zoologica metaphors; using color and artistic litotes to simulate the images of «us» and «them», they positively and negatively labeled and presented a number of socially and conceptually meaningful oppositions «Soviet soldier ↔ fascist», «Stalin ↔ Hitler», «red ↔ black», «life ↔ death», «good ↔ evil».

KEYWORDS: *multimodal text; Soviet political poster; caricature; antinomy «friend or foe»; cognitive metaphor; Zoological; military metaphor; color; propaganda; ideology.*

ABOUT THE AUTHOR: *Nurieva Dinara Rinatovna, Postgraduate Student of the Russian Language and Contrastive Linguistics Department, Kazan Federal University (Yelabuga Institute), Yelabuga, Russia.*

REFERENCES

1. Bol'shoy frazeologicheskiy slovar' russkogo yazyka / otv. red. V. N. Teliya. — M.: AST-PRESS KNIGA, 2010.
2. Voroshilova M. B. Politicheskiy kreolizovannyi tekst: klyuchi k prochleniyu : monogr. — Ekaterinburg : Ural. gos. ped. un-t, 2013.
3. Danilova Yu. Yu., Nurieva D. R. Sovetskie plakaty kak sredstvo vizual'no-verbal'noy politicheskoy agitatsii // Mir nauki, kultury, obrazovaniya. 2015. № 2 (51). S. 408—411.
4. Deni V. N. Plakaty i risunki. URL: <http://www.davno.ru/posters/artists/deni> (data obrashcheniya: 10.09.2015).
5. Issers O. S. Kommunikativnye strategii i taktiki russkoy rechi. — M.: Editorial URSS, 2002.
6. Karaulov Yu. N. Russkiy yazyk i yazykovaya lichnost'. — M.: Izd-vo LKI, 2010.
7. Kukryniksy. Voennye plakaty Velikoy Otechestvennoy voyny. URL: <http://kotindom.ru/art/11-kukryniksy-voennye-plakaty-velikoy-otechestvennoy-voyny.html> (data obrashcheniya: 10.09.2015).
8. Ozhegov S. I., Shvedova N. Yu. Tolkovyy slovar' russkogo yazyka. — M.: A TEMP, 2004.
9. Rozin V. M. Vizual'naya kul'tura i vospriyatie. Kak chelovek vidit i vosprinimaet mir. — M.: URSS, 2006.
10. Russkiy assotsiativnyy slovar' (RAS) / sost. Yu. N. Karaulov, G. A. Cherkasova, N. V. Ufimtseva, Yu. A. Sorokin, E. F. Tarasov. — M.: AST-Astrel', 2002. URL: tesaurus.ru/dict/dict.php (data obrashcheniya: 16.10.2015).
11. Chernyavskaya V. E. Lingvistika teksta. Polikodovost'. Intertekstu-al'nost'. Interdiskursivnost'. — M.: URSS, 2009.
12. Chernyavskaya V. E. Tekst v medial'nom prostranstve. — M.: LIBRO-KOM, 2013.
13. Chudinov A. P. Rossiya v metaforicheskom zerkale: kognitivnoe issledovanie politicheskoy metafory (1991—2000) : monogr. / Ural. gos. ped. un-t. — Ekaterinburg, 2001.

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

О. О. Сподарец
Уфа, Россия

**ВОЗДЕЙСТВУЮЩИЙ ПОТЕНЦИАЛ ИЗОБРАЗИТЕЛЬНОГО РЯДА
В КРЕОЛИЗОВАННЫХ ТЕКСТАХ ПОЛИТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА СМН
(НА МАТЕРИАЛЕ СОВРЕМЕННОГО АМЕРИКАНСКОГО ПОЛИТИЧЕСКОГО МЕДИАДИСКУРСА)**

АННОТАЦИЯ. В статье особое внимание уделяется изобразительному ряду, представленному в рамках креолизованного текста политического дискурса СМН. Исследование проводится на материале американских новостных и аналитических онлайн-сообщений. Целью данной статьи является анализ смысловых связей между изобразительным и текстовым компонентами в политических медиатекстах. В процессе анализа эмпирического материала используются такие методы, как контекстуальный анализ и дефинитивный анализ. Исследование позволяет установить, что в большинстве случаев изображение несет основную часть смысловой нагрузки текста и может становиться мощным механизмом манипулирования сознанием. Так, фотоизображение, коррелируя с вербальной составляющей, 1) образует равноценные отношения; 2) может выступать главным и единственным элементом в интерпретации смысла сообщения независимо от контекста; 3) создает более широкий контекст и способствует расширению информативной составляющей. Автор находит изображения, которые контрадикторны смыслу статьи, что позволяет выявить новый тип связи между визуальным и текстовым компонентами — контрадикторность. Кроме того, изображение с определенным комментарием к нему превращается из вспомогательного компонента в самостоятельное средство передачи информации и может исключать необходимость прочтения вербальной составляющей медиатекста.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: медиатекст; креолизованный текст; фотоизображение; воздействие; визуальный компонент; текстовый компонент.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ: Сподарец Оксана Олеговна, кандидат филологических наук, старший преподаватель кафедры иностранных языков гуманитарных факультетов, Башкирский государственный университет; 450076, Россия, Республика Башкортостан, г. Уфа, ул. Заки Валиди, 32, к. 338; e-mail: tender_wo@mail.ru.

В виртуальном пространстве язык визуализации занимает главенствующее место при передаче информации и оказывает мощнейшее воздействие на реципиента. Как известно, «визуальные средства в отличие от вербальных или интеллектуальных (слово, понятие, теории) позволяют человеку практически мгновенно воспринимать запрограммированное воздействие, причем это воздействие является и более глубоким, поскольку визуальные системы влияют не только на интеллект, но и на эмоционально-чувственный базис человека» [Розин 2006: 26]. Цель настоящего исследования заключается в раскрытии характеристик взаимодействия между визуальным и текстовым компонентами. Необходимо отметить, что под текстовым компонентом понимается сам медиатекст, заголовок и подпись к фотоизображению. Материалом для исследования послужили онлайн-версии американских политических медиатекстов. Выбор данных типов текстов связан прежде всего с тем, что «уровень интегрированности всех изобразительных средств, равно как и других знаковых образований, в единое текстуральное пространство печатных и электронных изданий весьма высок» [Березин 2003]. Любое визуальное сообщение занимает сильную позицию в тексте, «это «наживка», на которую должен клюнуть читатель» [Мардиева 2012: 43—44]. Объект исследования составляет невербальная и вербальная информация в рамках политической коммуникации. Предметом исследования является типология смысловых связей между изобразительным и текстовым компонентами.

В лингвистике тексты, содержащие разного рода изобразительную информацию, обозначаются терминами «креолизованные» или «поликодовые». Рассматривая вербальную и невербальную составляющую креолизованного текста, Е. Е. Анисимова отмечает, что вербальный комментарий может играть в нем как главную, так и второстепенную роль. В первом случае вербальный компо-

нент снимает возможную неопределенность в интерпретации смысла изобразительного компонента, во втором случае он только описывает изображение, дублируя его информацию [Анисимова 2003: 12]. По словам М. Б. Ворошиловой, «информационная емкость и прагматический потенциал креолизованного текста формируется за счет синтеза вербальных и невербальных средств» [Ворошилова 2013: 29]. При характеристике отношения между невербальной и вербальной составляющей С. Д. Зауэрбир выделяет следующие соотношенности: 1) параллельная корреляция, при которой содержание рисунка и вербальной части полностью совпадают; 2) комплиментарная — содержание невербальной и вербальной частей частично перекрывают друг друга; 3) субститутивная — невербальная информация замещает вербальную; 4) интерпретативная — между содержанием вербальной и невербальной частей нет прямых точек соприкосновения, и эта связь устанавливается на ассоциативной основе (цит. по: [Ворошилова 2007: 76]). Виднейший теоретик медиакоммуникации В. Флуссер считает, что фотография определяет модель поведения адресата. Адресат читает статью сквозь фотографию: не статья поясняет фотографию, а фотография иллюстрирует статью [Flusser 2007: 67—75].

Немаловажная роль в декодировании невербальной информации отводится паралингвистическим средствам. Так, Е. Е. Анисимова выделяет следующие основные функции паралингвистических средств: аттрактивную (привлечение адресата), информативную (передача определенной информации), экспрессивную (воздействие на эмоции адресата) и эстетическую (воздействие на эстетические чувства адресата) [Анисимова 2003: 17]. Являясь носителем определенных смыслов, изображения с запечатленными автором сообщения позами, мимикой и жестами делают возможным полное извлечение информации из текста. Как пишет известный итальянский

ученый У. Эко, мимика и жесты являются продуктом культуры, хотя по своей сути они не природны. По его словам, движения тела не являются «естественными» изначально, но представляют собой усваиваемые в процессе социализации образцы поведения [Эко 1998: 103].

Исследованный эмпирический материал позволяет утверждать, что изображение и подпись под ним служат главными «путеводителями» в раскрытии смысла сообщения. Как показывает анализ 24 медиатекстов дискурса американских СМИ, невербальный компонент, наряду с вербальным комментарием к нему, сводит к минимуму необходимость чтения самого текста. Так, «распаковывая» смыслы различных комбинаций семиотических кодов, представленных на фотографиях к статье и в подписях к ним, читатель воспринимает факты с большим доверием за счет экспрессивности. Примером этого может служить статья «Guess which presidential candidate has been raising more than half a million a day?» [Gold 2015]. Под заголовком сообщения размещается фотография Хиллари Клинтон с двумя победительницами конкурса красоты штата Нью-Гэмпшир (рис. 1). Одной из функций, которую выполняет фотография на первоначальном этапе восприятия, является информирующая — она сразу же отвечает на вопрос заголовка статьи. Сам текст СМИ сообщает о том, что Х. Клинтон, претендующей на выдвижение кандидатом в президенты США от Демократической партии, в ходе предвыборной кампании за два с половиной месяца удалось собрать 45 млн долларов пожертвований. Далее приводятся и сравниваются суммы пожертвований, полученные другими кандидатами на пост президента США.

На первый взгляд информацию, заложенную в вербальной и невербальной составляющей статьи, можно считать абсолютно исчерпывающей. Однако внимательное изучение изображения позволяет выделить нечто большее, чем простые факты.



Рис. 1. Democratic presidential candidate Hillary Rodham Clinton flexes her muscles with Miss Teen New Hampshire Allie Knault, center, and Miss New Hampshire Holly Blanchard, during a Fourth of July parade, Saturday, July 4, 2015, in Gorham, N. H.

Весьма символичным можно считать выбор автором статьи фотографии именно с двумя победительницами конкурса, на голове которых возвышаются короны. Как правило, в разных культурах корона является символом высшей власти, славы и победы над другими. Символ

может рассматриваться как специфический фактор социокультурного кодирования информации и одновременно как механизм передачи этой информации [Лосев 1995: 30—31]. Складывается впечатление, что из трех представленных на фотографии только Хиллари Клинтон не хватает короны. Еще привлекают внимание позы, в которых стоят сфотографировавшиеся. Их позы можно трактовать как желание продемонстрировать свою силу и мощь. Кроме того, такая поза не воспринимается женственной и придает характеру некую «маскулинность». В довершение всего, символичными являются цвета одежды: красный, белый, голубой — цвета американского флага. Подпись к изображению отсылает читателя к предыдущему событию, которое произошло 4 июля — День независимости США. Как известно, большинство политических деятелей поднимают свой рейтинг в этот день, выступая на общественных мероприятиях, восхваляя наследие своей страны.

Таким образом, смысл, заложенный в образном сообщении, можно интерпретировать с двух точек зрения: с одной стороны, невербальные знаки указывают на мощь и независимость самой страны, с другой стороны, центром событий является Хиллари Клинтон, одержавшая одну из первых побед на пути к предстоящим выборам президента. Итак, данный пример свидетельствует, что невербальный компонент дублирует вербальный и делает сообщение более экспрессивным.

Следующий пример усиления вербальной составляющей текста — фотографии к статье «Merkel visit after parade boycott does little to mend rift with Russia» [Williams 2015] (рис. 2, 3).

Основная смысловая нагрузка в данных фотоизображениях приходится на паралингвистические средства. Так, если посмотреть на расположение главных действующих лиц, запечатленных на снимках (рис. 2), то очевидно, что на первый план выдвигается фигура президента России Владимира Путина, за спиной которого виден слегка размытый образ канцлера Германии Ангелы Меркель. Взгляд президента России, мимика, поворот головы в противоположную сторону говорят о холодности отношений между представителями стран. На рис. 3 напряжение усиливается дистанцией между главными лицами на фотографии. Кроме того, подпись под изображением содержит лексические единицы с отрицательным компонентом: *to snub* означает «to **insult** someone by ignoring them or being **rude** to them» [Oxford 2010], *to damage* — «to have a **negative** effect on someone or something» [Oxford 2010]. Таким образом, текстовый компонент подкреплен визуальным. Заголовок, сам текст и подписи к фотографиям соотносятся друг с другом и воспринимаются как единое целое.

Еще одним примером корреляции вербальной и невербальной составляющей является фотоизображение к статье «Obama's deal with Iran could hinder his successors, particularly Republicans» [Memoli 2015]. Первое, что привлекает внимание — красная дорожка, по которой собирается спускаться президент США Барак Обама. Красная дорожка традиционно является символом статуса, знаком высших чинов, а также выступает обязательным атрибутом встреч глав государств.



Рис. 2. German Chancellor Angela Merkel and Russian President Vladimir Putin didn't see eye to eye on much during their talks in the Kremlin on Sunday and at a news conference that followed



Рис. 3. German Chancellor Angela Merkel was accompanied by Russian President Vladimir Putin in laying a wreath at the Kremlin wall in honor of Soviet troops who died in World War II. Her gesture in visiting Putin a day after most Western leaders snubbed his Victory Day parade did little to mend East-West relations damaged by Kremlin actions in Ukraine



Рис. 4. President Obama's pursuit of the deal on Iran's nuclear program is likely to be an ongoing issue central to the 2016 presidential election

Автор статьи рассуждает на тему предстоящих выборов президента США и указывает на возможные трудности, с которыми придется столкнуться новому главе государства. Основной проблемой, по мнению журналиста, является соглашение с Ираном о снятии санкций в обмен на ограничение ядерной программы Тегерана. Автор приводит в сообщении критические высказывания различных политических деятелей, экспертов по данному вопросу и упоминает о других неудачных соглашениях, заключенных Бараком Обамой.

Итак, ознакомившись с вербальной частью сообщения, вернемся к изображению. Журналист привлекает внимание к красным ступенькам трапа самолета, по которым собирается спускаться президент США. На последней ступеньке видна надпись «WATCH YOUR STEP», что, несомненно, является значимым и предупреждает действующего главу государства об осторожности в ведении политических дел. Если рассматривать лестницу как

соотношение верха и низа, то фотоизображение можно интерпретировать как символ того, что Барак Обама постепенно уходит от своих обязанностей и последняя ступень его правления скрывает в себе опасность. В то время как для новоизбранного президента 2016 года она (ступень) будет являться первой и далеко не самой легкой. Таким образом, вербальная информация (подпись под изображением, заголовок и сам текст сообщения) позволяет снять неопределенность при декодировании смыслов изобразительного ряда.

Ярким примером того, когда иллюстрация «затмевает» нарисованные словесно образы и восприятие вербального текста осуществляется сквозь призму самого изображения, является статья под названием «Diplomatic diss to Obama: Russia, China step up ties with new investment bank» [Sands 2015] (рис. 5). Заголовок содержит лексическую единицу с отрицательным компонентом (*to diss* — «to speak or behave rudely to someone, or to show someone no respect» [Oxford 2010]) и тем самым привлекает внимание читателя к фотоизображению. Медиа-текст сообщает о том, что председатель КНР Си Цзиньпин прибыл в Москву по приглашению президента Владимира Путина для участия в праздничных мероприятиях по случаю 70-летней годовщины Победы в Великой Отечественной войне. В рамках встречи 8 мая 2015 года Китай и Россия подписали ряд соглашений об углублении партнерских отношений для поддержки совместных проектов и торговли между двумя странами. На фоне вербальной информации текста фотоизображение статьи привлекает большое внимание, поскольку на нем запечатлены президенты США и Китая, а не России. Как известно, в результате сложившейся на Украине политической обстановки Россия и США на данном этапе являются двумя враждующими странами.



Рис. 5. President Barack Obama, left, toasts with Chinese President Xi Jinping on Nov. 12 at a lunch banquet in the Great Hall of the People in Beijing. China has become one of the world's largest two economies, and is wealthy enough to buy up at least \$1.3 trillion of the U.S. debt. But that hasn't stopped Uncle Sam from continuing to send foreign aid to Beijing

Итак, подпись к изображению отсылает читателя к предшествующему событию — встрече США и Китая 12 ноября. В этот день президент США Барак Обама и председатель Си Цзиньпин заключили два соглашения, направленные на предотвращение конфликтов в Тихоокеанском регионе между вооруженными силами двух стран. Подпись к фотографии содержит в себе прецедентное имя «Uncle Sam», которое традиционно применяется для обозначения правительства

США. Часто образ дяди Сэма используют, когда стремятся создать ироничный или комический образ американского правительства, обладающего вполне человеческими потребностями и желаниями [Dis.acad]. В рамках исследуемого контекста данный образ приобретает положительную коннотацию. Несмотря на то что Китай является крупнейшим держателем долгов США, дядюшка Сэм продолжает оказывать этой стране помощь.

Анализ невербального и вербального компонентов сообщения (подписи к изображению) дает основания предположить, что автор намеревался показать открытость, готовность США к сотрудничеству с Китаем. Об этом свидетельствует и положение двух лидеров на выбранном автором статьи снимке, где видны лицо и мимика только президента США, а председатель КНР запечатлен со спины. Данную позу Си Цзиньпина можно интерпретировать как свидетельство неискренности или невозможности разгадать намерения КНР. Американцы склонны к прямому, открытому обсуждению любых проблем, которые возникают между собеседниками, предпочитают избегать недосказанностей [Стернин, Стернина 2001: 55].

Таким образом, прецедентное имя и паралингвистические средства (мимика и позы) на фотографии, подпись к нему и заголовок, выстраиваясь в своеобразную цепочку знаков, наслаиваются друг на друга и образуют смысловую целостность, сводя значимость вербальной информации самого медиатекста к минимуму. В результате сообщение о том, что Россия станет одним из самых больших внешних инвесторов китайского Банка развития, открытие которого администрация президента США Барака Обамы пыталась предотвратить, приобретает иную смысловую направленность.

Примером того, когда фотография способствует расширению смысловой составляющей текста, служит статья под названием «Vladimir Putin is suffocating his own nation» [Editorial Board 2015]. Основная задача данного медиасообщения заключается в том, чтобы создать устрашающий образ главы государства России. Уже в заголовке медиатекста содержится лексема с отрицательным компонентом: *to suffocate* — «to kill somebody by not letting them breathing» [Oxford 2010: 1547]. Автор делает акцент именно на изображении президента России. По словам журналиста, Владимир Путин подписал решение о признании нежелательной на территории РФ деятельности иностранных неправительственных организаций, таких как Национальный фонд в поддержку демократии, фонд Макартуров и фонд «Династия». Данные организации были жизненно важными источниками поддержки гражданского общества, образования и правозащитной деятельности. Согласно закону РФ, нежелательной может быть признана любая организация, которая угрожает конституционному строю, обороноспособности или безопасности России. Автор считает обвинения против этих фондов нелепыми и заявляет о том, что главная цель президента России — уничтожить гражданское общество. Статья иллюстрируется портретом с изображением В. Путина, который был выполнен украинской художницей Дарьей Марченко. Она создала его из гильз, соб-

ранных во время боевых действий на востоке Украины. На картине, по словам художницы, изображено «циничное лицо политика тирана» [Dashart]. Подобный стереотипный образ президента России сформировался у большинства представителей европейских стран в свете событий на Украине. «Чужие» в дискурсах многих стран «преимущественно представлены как нарушающие традиционные нормы, то есть лентяи, преступники, нравственные уроды или фанатики» [Чудинов 2006: 13]. Очевидно, что данным фотоизображением картины «Лицо Войны» автор предлагает читателю взглянуть на ситуацию в широком масштабе и представить политика как символ тирании и источника всех мировых бед.



Рис. 6. A portrait of Russian President Vladimir Putin, by Ukrainian artist Dasha Marchenko

Таким образом, визуальный элемент настоящей статьи и вербальный комментарий к нему оказывают определенное воздействие на реципиента, подталкивая его к новому прочтению смыслов.

Проанализированные в исследовании примеры подтверждают, что «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]. «Распаковывая» смыслы различных комбинаций знаков, представленных на фотографии к статье и в подписях к ним, читатель: 1) либо отдалается от оригинального контекста, представленного в вербальной части сообщения, в сторону расширения информативной составляющей; 2) удостоверяется в фактах, которые подкреплены экспрессивностью; 3) либо выдвигает на первый план совершенно противоположную вербальному контексту информацию. Соответственно, наряду с такими типами смысловых связей, как комплиментарность, субститутивность и интерпретативность, анализ позволяет выявить новый тип отношений между изобразительным и текстовым компонентами — контрадикторность (когда изображение абсолютно противоречит смыслу статьи).

В заключение отметим, что визуальный образ объективен и нейтрален сам по себе, однако в сочетании с определенным комментарием может стать мощным средством манипулирования сознанием. Символы, прецедентные феномены, стереотипы, выбранные автором сообщения ракурсы, позы, мимика, жесты, социальная дистанция на фото-

изображении и подписи к нему, в тесной взаимосвязи друг с другом, оказывают огромное воздействие на восприятие информации текста СМИ.

ЛИТЕРАТУРА

1. Анисимова Е. Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов). — М. : Академия, 2003.
2. Березин В. М. Массовая коммуникация: сущность, каналы, действия. — М. : РИП-холдинг, 2003.
3. Ворошилова М. Б. Креолизованный текст: аспекты изучения // Политическая лингвистика. 2007. Вып. 21. С. 74—79.
4. Ворошилова М. Б. Политический креолизованный текст: ключи к прочтению / Урал. гос. пед. ун-т.— Екатеринбург, 2013.
5. Иванова С. В., Артемова О. Е. Маршрутизация восприятия и воздействующий потенциал политического интернет-медиа-текста // Политическая лингвистика. 2013. № 3 (45). С. 28—36.
6. Лосев А. Ф. Проблема символа и реалистическое искусство. — М. : Искусство, 1995.
7. Мардиева Л. А. Механизмы воздействия прецедентных визуальных феноменов на сознание читателей // Филология и культура. 2012. № 1 (27). С. 42—49.
8. Розин В. М. Визуальная культура и восприятие: как человек видит и воспринимает мир. — М. : КомКнига, 2006.
9. Стернина И. А., Стернин М. А. Американское коммуникативное поведение. — Воронеж : ВГУ-МИОН, 2001.
10. Чудинов А. П. Современная политическая коммуникация / Урал. гос. пед. ун-т. — Екатеринбург, 2009.
11. Эко У. Отсутствующая структура. Введение в семиологию. — Петрополис, 1998.
12. Dashart. URL: <http://dashart.com.ua/zhivopis/kartina-darimarchenko-litso-voiny-portret-putina> (date of access: 30.08.2015).

О. О. Spodarets
Ufa, Russia

PERSUASION POTENTIAL OF VISUAL COMPONENT IN CREOLIZED TEXTS OF POLITICAL MEDIA DISCOURSE (ON THE BASIS OF US POLITICAL DISCOURSE)

ABSTRACT. *Special attention in the article is paid to the visual component in the framework of creolized text of mass media political discourse. The research is carried out on the basis of US news and analytical online-articles. The aim of the article is to analyze semantic relations between visual and textual components in political media texts. In the process of investigation the methods of contextual analysis and definitive analysis are used. The research makes it possible to determine that in most cases the image expresses the main idea of the text and can become a powerful means of manipulation. So, the photographic image correlating with verbal component, 1) forms equal relations; 2) can be the main and the only element in the interpretation of the meaning of the article irrespectively of the context; 3) creates a broader context and broadens informative component. The author finds images that contradict the idea of the article which makes it possible to single out a new type of relationship between visual and textual components — contradictoriness. Besides, an image with a certain commentary to it turns from the supportive component into an independent means of communication and can eliminate the necessity of studying of the verbal component of the media text.*

KEYWORDS: *media text; creolized text; photographic image; persuasion; visual component; textual component.*

ABOUT THE AUTHOR: *Spodarets Oksana Olegovna, Candidate of Philology, Senior Lecturer of the Department of Foreign Languages for the Faculties of the Humanities, Bashkir State University, Ufa, Russia.*

REFERENCES

1. Anisimova E. E. Lingvistika teksta i mezhkul'turnaya kommunikatsiya (na materiale kreolizovannykh tekstov). — М. : Akademiya, 2003.
2. Berezin V. M. Massovaya kommunikatsiya: sushchnost', kanaly, deystviya. — М. : RIP-kholding, 2003.
3. Voroshilova M. B. Kreolizovanny tekst: aspekty izucheniya // Politicheskaya lingvistika. 2007. Vyp. 21. S. 74—79.
4. Voroshilova M. B. Politicheskiiy kreolizovanny tekst: klyuchi k prochteniyu / Ural. gos. ped. un-t.— Ekaterinbur, 2013.
5. Ivanova S. V., Artemova O. E. Marshrutizatsiya vospriyatiya i vozdeystvuyushchiy po-tentsial politicheskogo intrnet-media-teksta // Politicheskaya lingvistika. 2013. № 3 (45). S. 28—36.
6. Losev A. F. Problema simvola i realisticheskoe iskustvo. — М. : Iskustvo, 1995.
7. Mardieva L. A. Mekhanizmy vozdeystviya pretsedentnykh vizual'nykh fenomenov na soznanie chitateley // Filologiya i kul'tura. 2012. № 1 (27). S. 42—49.
8. Rozin V. M. Vizual'naya kul'tura i vospriyatie: kak chelovek vidit i vospriimaet mir. — М. : KomKniga, 2006.
9. Sternina I. A., Sternin M. A. Amerikanskoe kommunikativnoe povedenie. — Voronezh : VGU-MION, 2001.

13. Dic.acad. URL: <http://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki> (date of access: 12.10.2015).
14. Flusser V. Towards a Philosophy of Photography. — London : Reaktion Books, 2007.
15. OALDCE 2010 = Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English. — Oxford Univ. Pr., 2010.

ИСТОЧНИКИ

16. Editorial Board. Vladimir Putin is suffocating his own nation // Washingtonpost : site. 2015.28 July. URL: https://www.washingtonpost.com/opinions/vladimir-putin-is-suffocating-his-own-nation/2015/07/28/3b27ae8e-3562-11e5-adf67227f3b7b338_story.html (date of access: 10.08.2015).
17. Gold Matea. Guess which presidential candidate has been raising more than half a million a day? // Washingtonpost : site. 2015. 7 July. URL: <http://www.washingtonpost.com/blogs/post-politics/wp/2015/07/07/guess-which-presidential-candidate-has-been-raising-more-than-half-a-million-a-day/> (date of access: 07.07.2015).
18. Memoli Michael A. Obama's deal with Iran could hinder his successors, particularly Republicans // Latimes : site. 2015. 14 July. URL: <http://www.latimes.com/nation/la-na-iran-presidential-politics-20150714-story.html> (date of access: 23.07.2015).
19. Sands David R. Diplomatic diss to Obama: Russia, China step up ties with new investment bank // Washingtonpost : site. 2015. 8 May. URL: <http://www.washingtontimes.com/news/2015/may/8/diplomatic-diss-obama-russia-china-step-ties-new/> (date of access: 09.07.2015).
20. Williams Carol J. Merkel visit after parade boycott does little to mend rift with Russia // Latimes : site. 2015. 10 May. URL: <http://www.latimes.com/world/europe/la-fg-russia-germany-victory-day-20150510-story.html> (date of access: 22.05.2015).

10. Chudinov A. P. Sovremennaya politicheskaya kommunikatsiya / Ural. gos. ped. un-t. — Ekaterinburg, 2009.
11. Eko U. Otsustvuyushchaya struktura. Vvedenie v semiologiyu. — Petropolis, 1998.
12. Dashart. URL: <http://dashart.com.ua/zhivopis/kartina-darimarchenko-litso-voiny-portret-putina> (date of acces: 30.08.2015).
13. Dic.acad. URL: <http://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki> (date of access: 12.10.2015).
14. Flusser V. Towards a Philosophy of Photography. — London : Reaktion Books, 2007.
15. OALDCE 2010 = Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English. — Oxford Univ. Pr., 2010.
16. Editorial Board. Vladimir Putin is suffocating his own nation // Washingtonpost : site. 2015.28 July. URL: https://www.washingtonpost.com/opinions/vladimir-putin-is-suffocating-his-own-nation/2015/07/28/3b27ae8e-3562-11e5-adf67227f3b7b338_story.html (date of access: 10.08.2015).
17. Gold Matea. Guess which presidential candidate has been raising more than half a million a day? // Washingtonpost : site. 2015. 7 July. URL: <http://www.washingtonpost.com/blogs/post-politics/wp/2015/07/07/guess-which-presidential-candidate-has-been-raising-more-than-half-a-million-a-day/> (date of access: 07.07.2015).

18. Memoli Michael A. Obama's deal with Iran could hinder his successors, particularly Republicans // Latimes : site. 2015. 14 July. URL: <http://www.latimes.com/nation/la-na-iran-presidential-politics-20150714-story.html> (date of access: 23.07.2015).

19. Sands David R. Diplomatic diss to Obama: Russia, China step up ties with new investment bank // Washingtonpost : site. 2015. 8 May. URL: <http://www.washingtontimes.com/news/>

2015/may/8/diplomatic-diss-obama-russia-china-step-ties-new/ (date of access: 09.07.2015).

20. Williams Carol J. Merkel visit after parade boycott does little to mend rift with Russia // Latimes : site. 2015. 10 May. URL: <http://www.latimes.com/world/europe/la-fg-russia-germany-victory-day-20150510-story.html> (date of access: 22.05.2015).

Статью рекомендует к публикации д-р филол. наук, проф. С. В. Иванова.

А. И. Томилова
Екатеринбург, Россия

**ПРЕПОЗИТИВНАЯ MORFEMA AUTO- В СОВРЕМЕННОМ ИСПАНСКОМ ЯЗЫКЕ
(НА ПРИМЕРЕ ПОЛИТИЧЕСКИХ ТЕКСТОВ)**

АННОТАЦИЯ. Данная статья посвящена проблемам префиксального словообразования в современном испанском языке. Подробно изучено функционирование в испанском языке (и, в частности, в испанских политических текстах) греческой препозитивной морфемы *auto-*, выбор которой обусловлен высокой частотностью и продуктивностью. Кроме того, актуальность статьи объясняется пограничным статусом морфемы, приводящим к дополнительным трудностям: некоторые авторы вообще не относят ее к префиксам, а другие полагают, что данная препозитивная морфема используется как при аффиксальной деривации, так и при словосложении. Для исследования было отобрано 179 испанских лексем с префиксом *auto-*, из которых 17 % относятся к тематической группе «политика». Лексические единицы были классифицированы по частеречной принадлежности, для однокоренных лексем с интересующим нас элементом было определено направление аффиксальной деривации. Многозначность греческой препозитивной морфемы *auto-* позволила классифицировать содержащие ее лексемы по семантике. Рассмотрены основные тенденции перевода данного элемента на русский язык в политических текстах.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: морфология; словообразование; аффиксация; префикс; испанский язык; препозитивная морфема; политический текст.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ: Томилова Александра Игоревна, кандидат филологических наук, старший преподаватель кафедры романских языков, Уральский государственный педагогический университет; адрес: 620017, Екатеринбург, пр-т Космонавтов, 26; e-mail: alexara@list.ru.

В статье рассматривается функционирование препозитивной морфемы *auto-* в испанских политических текстах. На наш взгляд, правомерно рассматривать политические тексты как часть газетно-публицистического дискурса, под которым понимается самостоятельный тип дискурса, представляющий собой совокупность речевых произведений (коммуникативных актов), объединенных семантическими, коммуникативными, функционально-целевыми и другими отношениями, но главным образом коммуникативной целью — стремлением адресанта воздействовать на реципиента, подготовить его к адекватному, с точки зрения отправителя информации, взаимодействию внутри социума путем преподнесения ему в той или иной языковой форме предмета речи — значимого для социума события, явления, факта и т. п. [Алимова 2013: 10]. Материалом для данной работы послужили испанские статьи на политические темы за период 2000—2015 г. известных испанских ежедневных газет «El Mundo» и «El País», размещенные на сайтах www.elmundo.es и www.elpais.es. Выбор источников объясняется несколькими причинами. Во-первых, на современном этапе СМИ развиваются по своим законам, обладают серьезными механизмами воздействия на общественное мнение, отражают изменения, происходящие в стране и за ее пределами, в соответствии с которыми появляются новые языковые образования, значения. В СМИ гораздо раньше лексикографических источников находят отражение обновление лексики, расширение значений имеющихся лексем, устаревание и заимствование слов, появление неологизмов и новых реалий, а также наиболее четко видны словообразовательные тенденции. Во-вторых, «El País» является крупнейшей и одной из наиболее читаемых испанцами общественно-политических газет и считается первой демократической газетой послефранкистской Испании; «El Mundo» занимает второе после «El País» место, является авторитетной, читаемой и отражающей все политические и иные события в Испании и мире. Прежде чем перейти непосредственно к рассмотре-

нию функционирования лексем в политических текстах, правомерным представляется всесторонне изучить препозитивную морфему *auto-* в испанском языке в целом, ее особенности и место в словообразовании современного испанского языка.

Необходимо отметить, что развитие теоретических дисциплин не всегда идет в ногу с практическими потребностями. Интерес к испанскому языку возрастает с каждым годом, потребности преподавания этого иностранного языка зачастую не удовлетворяются имеющимися специализированными теоретическими исследованиями, что объясняет практическую значимость настоящей статьи, поскольку проведенное в рамках нее исследование может быть полезно при преподавании лексикологии испанского языка, сравнительной типологии, морфологии, переводоведения и различных практических курсов испанского языка.

Как известно, морфологическая структура языка никогда не стоит на месте, она постоянно изменяется. Среди наиболее продуктивных словообразовательных инструментов современного испанского языка приоритетное место по-прежнему занимает аффиксация, в составе которой преобладает префиксальный способ образования.

Л. И. Чернобай определяет префикс как регулярно находящуюся в препозиции по отношению к корню морфему, обладающую обобщенным лексико-категориальным значением и создающую структурно-семантическую модель, способную (потенциально или реально) порождать ряд новых лексических единиц. Префикс не обладает транспонирующей функцией и не характеризуется формально-семантической автономностью, поскольку не имеет формально-семантического коррелята и эксплицирует свою семантику только при сочетании с производящей основой [Чернобай 1985: 6].

Любопытным представляются современные воззрения на аффиксы (в том числе префиксы) как на когнитивные структуры, служащие для кодирования определенного значения в языковых

формах [Новодранова 2008; Буженинов 2013]. Р. Р. Алимova [Алимova 2013] объясняет преобладание префиксального способа словообразования тем, что, с одной стороны, префикс как словообразовательный инструмент легко позволяет менять значение производного слова на противоположное, с другой — приставки актуализируют семантику основы или сообщают слову дополнительную коннотацию, оценочность или модальность, такую как повтор, интенсификация, аномализация, превышение предела, виртуализация и др. Автор отмечает, что в последнее время в испанском языке особенно часто используются в качестве словообразовательных элементов такие префиксы, как *super-*, *mega-*, *ciber-*, *hiper-*, а также префиксальные элементы *aero-*, *auto-*, *bio-*, *nano-*, *ciber-*, *video-*, *foto-*, *audio-*, *eco-*, *euro-*, образовавшиеся от полнoзначных слов [Алимova 2013: 13].

В данной статье мы впервые рассмотрим функционирование греческой препозитивной морфемы **auto-** в современном испанском языке, поскольку, помимо своей высокой частотности и продуктивности, она является многозначной и участвует как в аффиксальной деривации, так и в словосложении, что представляет дополнительные трудности и интерес, а также дает основание некоторым авторам не относить ее к префиксам. Этим объясняется актуальность написания данной статьи.

Толковый словарь Королевской академии испанского языка (RAE) разделяет **1)** составной элемент *auto-* греческого происхождения (del gr. αὐτο- elem. compos. Significa 'propio' o 'por uno mismo'), имеющий значение «собственный», «сам», который часто переводится на русский язык как *авто-*, *само-*, **2)** существительное *auto*, происходящее от *acto*, имеющее несколько значений: «1. m. Composición dramática de breves dimensiones y en la que, por lo común, intervienen personajes bíblicos o alegóricos (драматическое сочинение краткого размера, в котором обычно участвуют библейские или аллегорические персонажи)» — которое переводится на русский язык как *ауто*; «2. m. Der. Forma de resolución judicial, fundada, que decide cuestiones secundarias, previas, incidentales o de ejecución, para las que no se requiere sentencia» (юр. форма обоснованного юридического решения, которое решает второстепенные, предварительные, случайные или исполнительные вопросы, для которых не требуется вынесение приговора) — переводится на русский язык как *судебное решение*, *постановление* и образует различные устойчивые сочетания (*auto acordado* (m. Der. Determinación que, en el antiguo derecho, tomaba por punto general algún consejo o tribunal supremo con asistencia de todas las salas) — *решение пленума Верховного суда*; *auto de fe* (m. Castigo público de los penitenciados por el Tribunal de la Inquisición) — *аутодафе*, *публичное сожжение на костре*; *auto definitivo* (m. Der. El que impide la continuación del pleito o deja resuelta alguna de las cuestiones litigiosas, aunque sea dictado incidentalmente) — *окончательное (в процессуальном смысле) судебное решение*; *окончательное решение*; *auto interlocutorio* (m. Der. El que decide asunto del procedimi-

ento durante el juicio) — *промежуточный судебный приказ (в ходе процесса до вынесения решения по делу)*, *промежуточное, преюдициальное определение или постановление, приказ суда по промежуточному вопросу*; *auto-sacramental* (m. auto dramático escrito en loor del misterio de la eucaristía) — *ауто (испанская короткая драма на религиозный сюжет XVI—XVII вв.): ст. драматическая аллегория; мистерия; ауто книжн.; действо* высок.; *auto en favor* (loc. adv. coloq. p. us. Con tanta más razón) — *разг. с полным основанием, по праву*; *constar de, en autos* (locs. verbs. coloqs. Estar enterado de algo) — *быть очевидным, явствовать из материалов дела; de autos* — юр. *относящийся к преступлению; estar (ir) cosido a los autos* (locs. verbs. coloqs. p. us. Acompañar siempre a una persona determinada) — *разг. ходить как тень за кем-либо; hacer auto de fe de una cosa* (loc. verb. coloq. Quemarlo) — *сжечь, предать огню что-либо; poner a uno en autos* (loc. verb. Enterarle de algún negocio) — *звестить кого-либо в курс дела; estar en (los) autos* — *разг. быть в курсе дела; auto de comparecencia* — *повестка, вызов в суд; auto de prisión* — *ордер на арест*) и **3)** *auto*, являющееся сокращением от *automóvil* (автомобиль, машина), которое может быть переведено как *авто (разг.)*.

Как видно из вышеперечисленного, правомерно разделять составной элемент *auto-*, который участвует в аффиксальной деривации и в литературе получил различные номинации (префиксальный элемент или префикс), и сокращение *auto* (препозитивная морфема) от существительного *automóvil*, которое префиксом называться не может, поскольку выполняет функции существительного и участвует в словосложении.

Словосложение — это общий для всех индоевропейских языков способ словообразования, при котором новое слово образуется путем соединения основ двух или, реже, большего количества слов. Словосложение является одним из древних способов образования слов, сохранившим во многих языках и на современном этапе их развития свою продуктивность [Никишина 2009].

Проблема продуктивности считается некоторыми учеными практически неразрешимой. Так например, по мнению З. Хэрриса, методы описательной лингвистики не могут выявить степень продуктивности элементов, поскольку последняя определяется разницей между нашим корпусом (который может охватывать весь современный язык) и неким будущим корпусом языка [Хэррис 1951: 256]. Обращение к корпусной методологии обусловлено необходимостью более точно статистически описать изучаемый лингвистический феномен, разграничить типичное и менее типичное, а также редкое или даже окказиональное [Богоявленская 2015: 7]. Именно в этой связи для определения продуктивности сам же З. Хэррис предложил следующий прием: если большое число элементов класса А вступает в сочетание с элементами класса X, то создается высокая степень вероятности аналогичного соединения других элементов этих двух классов. При наличии этого условия можно считать конструкцию продуктивной. Однако при этом, как отмечает Н. Д. Арутюнова, активность словообразовательной модели не все-

гда совпадает с ее распространенностью, поскольку ранее созданные слова продолжают жить и употребляться в языке. Они могут в определенный момент преобладать над моделью, получившей активность, но еще не создавшей многочисленного лексического ряда. Поэтому в области словообразования нельзя прямолинейно отождествлять степень распространения конструкции с ее жизнеспособностью [Арутюнова 2007: 22].

Для доказательства продуктивности препозитивной морфемы *auto-* мы опирались на приемы выделения активных элементов языка К. Пайка, который считает, что активным можно считать аффикс, если его комбинация с основой возникла недавно; если морфема обладает значением или структурной функцией (морфема, вносящая в общую семантику слов одно и то же значение, обладает регулярной смысловой нагрузкой); если морфему легко выделить в потоке речи и ее границы четко видны [Pike 1954: 87]. Многие авторы определяют продуктивность аффикса количеством основ, к которым он может присоединяться по условиям употребления. Так, Н. Д. Арутюнова считает, что количественная продуктивность словообразовательных типов зависит от собственно языковых факторов, а также от развития понятийного содержания лексики. Абсолютно и неограниченно продуктивными должны быть, по видимому, признаны те модели, действие которых не наталкивается на препятствия лингвистического порядка. Строение таких моделей гармонирует с грамматическим и фонетическим строем языка и закономерностями развития его лексики. По продуктивным моделям испанские слова создаются по мере необходимости в процессе речевого общения почти с такой же легкостью и свободой, с которой конструируются словосочетания и парадигматические формы слова [Арутюнова 2007: 31—32]. Все вышеперечисленные условия характеризуют препозитивную морфему *auto-* как активную и продуктивную.

Методом сплошной выборки из испанских толковых и переводных словарей нами было отбранено 179 лексем, содержащих данный элемент, из которых 17 % могут однозначно быть отнесены к теме «Политика». Например: *autoridad* (власть, право, полномочие, авторитет), *autoritariamente* (авторитарно, принудительно), *autoritario* (авторитарный, самоуверенный, повелительный), *autoritarismo* (авторитаризм), *autoritativo* (авторитетный, полномочный) и др.

По семантическому значению все лексемы с элементом *auto-* можно разделить на лексемы со значением *само-* (71 %): *autopublicidad* — *самореклама*, *autoservicio* — *самообслуживание*, *autoinculpación* — *самообвинение*; лексемы, относящиеся к автомобильному делу (13 %): *autoescuela* — *автошкола*, *autopartes* — *автозапчасти*, *autocarravana* — *автомобиль*; прямых заимствований из греческого или латинского (16 %) — *autómata* (*автомат, робот*) del lat. *automāta*, t. f. de *-tus*, y este del gr. *αὐτόματος*, *espontáneo*; *autoridad* (*власть, право, полномочия, властн, авторитет*) del lat. *auctoritas*, *-ātis*; *autor* (*автор, писатель, виновник*) del lat. *auctor*, *-ōris* и др.

По частеречной принадлежности среди рассматриваемых слов 70 % составляют существи-

тельные (*autoabastecimiento*, *autoafirmación*, *autoayuda*, *autobronceador*, *automoción*, *autoritarismo*, *autovía* и др.), 8 % — глаголы (*autoafirmarse*, *autocensurar*, *autodefinirse*, *autografiar*, *automatizar*, *autorregularse* и др.), 13 % — прилагательные (*autoadhesivo*, *autobiográfico*, *autodestructivo*, *autónomo*, *autoritario*, *autosuficiente* и др.), 3 % — наречия (*autorizadamente*, *autoritariamente*, *automáticamente*).

Как видно из приведенных примеров, большинство глаголов с префиксом *auto-* в значении *само-* являются к тому же возвратными, т. е. содержат возвратную частичку *se-*, имеющую значение действия, совершающегося в интересах лица, что приводит в некоторых случаях к семантической избыточности. Формант глаголов *-se*, по мнению О. К. Васильевой-Шведе, обладает залоговой многозначностью: присоединяясь к переходному глаголу, обычно служит показателем различных залоговых значений (возвратности, взаимности и др.), а непереходным глаголам придает эмфатический характер и стилистическое значение или изменение лексического значения [Васильева-Шведе 1972: 149].

6 % рассмотренных лексем относятся одновременно и к существительным, и к прилагательным, что объясняется развитостью прямой транспозиции (конверсии) в испанском языке, когда прилагательное в некоторых контекстах может субстантивироваться, а некоторые существительные, наоборот, адъективироваться. Например: **autógrafo** 1. adj. Que está escrito de mano de su mismo autor. U. t. c. s. m. 2. m. Firma de una persona famosa o notable; **automático** 1. adj. Perteneciente o relativo al autómata. 2. adj. Dicho de un mecanismo: Que funciona en todo o en parte por sí solo. U. t. c. s. 3. adj. Que sigue a determinadas circunstancias de un modo inmediato y la mayoría de las veces indefectible. Después de su mala gestión, el cese fue automatic 4. adj. Maquinal o indeliberado. 5. m. Especie de corchete que se cierra sujetando el macho con los dientes de la hembra, que actúan como un resorte. 6. f. Ciencia que trata de sustituir en un proceso el operador humano por dispositivos mecánicos o electrónicos; **autotécnico** 1. adj. Perteneciente o relativo a la aerotécnica. 2. m. y f. Persona experta en aerotécnica. Подобное явление, на наш взгляд, может также объясняться наличием морфологической и функциональной близости между испанскими существительными и прилагательными, а также сходством способов словообразования.

Согласно О. К. Васильевой-Шведе, адъективации в испанском языке легче всего подвергаются существительные, имеющие формы обоих родов, а также существительные в предикативном употреблении, так как они во многом теряют свою субстанциональность [Васильева-Шведе 1972: 98]. Некоторые авторы выделяют полную (вплоть до согласования в роде) и частичную (именно грамматическую) адъективацию.

Относительно субстантивации в испанском языке можем отметить, что ей подвержена любая часть речи, словосочетание или даже целое предложение. Среди рассмотренных в данной статье лексем наблюдается свершившаяся историческая субстантивация, поскольку смена грамматического класса уже совершена, и слово су-

ществует как самостоятельная лексическая единица, зафиксированная словарями.

Среди рассмотренных лексем встречаются целые группы однокоренных производных, относящихся к разным частям речи. При этом, как отмечалось ранее в определении префикса, префиксы не обладают классифицирующей грамматической функцией и образуют слова только того лексико-грамматического разряда, к которому принадлежит производящее слово, а значит классификация испанских префиксов может носить лишь семантический характер, а не грамматический, а переход производного в другую часть речи достигается за счет суффиксальной деривации. Зачастую дальнейшее словообразование идет от существительных, что соответствует типологическим особенностям испанского языка — это доказывают данные испанских толковых словарей. Например: **autografía** (de *auto-* y *-grafía*) — **autografiar** (reproducir un escrito por medio de la *autografía*) — **autográfico** (perteneiente o relativo a la *autografía*); **autómata** (del lat. *automāta*, t. f. de *-tus*, y este del gr. αὐτόματος, espontáneo) — **automático** (perteneiente o relativo al *autómata*) — **automáticamente** — **automatización** (cualidad de *automático*) — **automatismo** (cualidad de lo que es *automático*) — **automatizar** (convertir ciertos movimientos corporales en movimientos *automáticos* o indeliberados; tr. aplicar la *automática* a un proceso, a un dispositivo, etc.) — **automatizado** — **automatización** (acción y efecto de *automatizar*). При образовании глаголов от существительных категория переходности/непереходности зачастую не имеет значения, полученные глаголы могут быть как транзитивными, так и интранзитивными.

Стоит отметить, что среди лексем с префиксом *auto-* нередки случаи, когда при дальнейшей деривации производящая основа принадлежит глаголам, что также вполне соответствует словообразовательным тенденциям современного испанского языка в целом. Например: **autorizar** (уполномочивать, давать право (на что-л); разрешать) — **autorizado** (разрешенный, правомочный, уполномоченный) — **autorizador** (уполномочивающее лицо) — **autorizadamente** (авторитетно) — **autorizable** (разрешимый) — **autorización** (разрешение, одобрение, виза (на документе)) — **autorizamiento** (разрешение) — **autorizante** (уполномочивающий). Образование прилагательных от глаголов в испанском языке дополняется модальными и залоговыми значениями (например, суффикс *-able* имеет пассивное залоговое значение).

В ходе анализа лексем с префиксом *auto-* в испанском языке нам встретилась особая категория однокоренных существительных с различными окончаниями в рамках как одного и того же, так и разных словарей: *autobombo* (самовосхлеление) — *autobomba* (пожарная машина, автоматический насос), *automático* (кнопка) — *automática* (автоматизация), *autotécnico* (автомеханик) — *autotécnica* (автомеханика). Флективные оформители *-o*, *-a* в однокоренных существительных регулярно используются в испанском в целях семантической дифференциации: *rato* 'букет' — *rama* 'ветвь, отрасль', *rozo* 'колодець' — *roza* 'лужа', *romo* 'яблоня' — *rota* 'яблоко'.

В ходе развития испанского языка подобные оппозиции использовались и используются для дифференциации обозначений предметов по размеру: *cesta* 'большая корзина' — *cesto* 'корзинка', *caldera* 'большой котел' — *caldero* 'котел небольшого размера' [Васильева-Шведе 1972: 30]. В некоторых приведенных нами примерах также прослеживается семантическое отношение общего к частному.

Интересным и актуальным представляется также рассмотреть функционирование отобранных лексем, содержащих препозитивную морфему *auto-*, в политических текстах. Так, например, лексема *autoadministración* (самоуправление) не зафиксирована в испанском толковом словаре RAE, но уже на протяжении нескольких лет (в статьях за 2000, 2001, 2009, 2012 гг.) встречается в испанских политических текстах, хотя там не наблюдается единства в написании префиксальной морфемы *auto-*: во всех статьях газеты «El País» слово пишется слитно, а в «El Mundo» — часто через дефис, хотя встречается и слитное написание. Помимо рассмотренной лексемы, нам встретились и однокоренные ей *autoadministrarse*, *autoadministrado*, *autoadministrador*, также не зафиксированные словарями. Например: *En conclusión, muchos radicales quieren aprender a matar sin saber auto-administrarse* (El Mundo, 2014) / *Ну и наконец, многие радикалы хотят научиться убивать, еще не умея управлять собой* (пер. с исп. газетных текстов здесь и далее наш. — А. Т.).

В данном примере речь идет об обеспокоенности европейских властей резким увеличением количества молодых европейцев, отправляющихся воевать в Ирак и Сирию, многие из которых забросили учебу, не имеют представления о реальном положении дел и представляют угрозу для ЕС по возвращении. Стоит отметить, что для правильного перевода данной фразы недостаточно узкого (синтаксического) контекста, необходим широкий контекст и экстралингвистические знания, поскольку у глагола *autoadministrarse* есть другое распространенное значение — «принимать (перорально, внутривенно или иным способом) медицинские (*me autoadministro yo misma la medicación; los participantes que se autoadministraron la oxitocina intranasal; Jackson se autoadministró las medicinas que le provocaron la muerte; Michael Jackson se autoadministró una sobredosis de propofol*) или наркотические (*evitar la autoadministración intravenosa de heroína*) препараты или проходить курс этих препаратов» (*los pacientes se autoadministran el tratamiento*).

Производным от рассмотренного глагола является причастие *autoadministrado*: *El cardenal arzobispo de Sevilla, Carlos Amigo Vallejo, se manifestó "abiertamente en contra de todo tipo de pena de muerte, tanto la legal como la autoadministrada"* (El Mundo, 2007) / Епископ Севильи Карлос Амиго Вайехо резко высказался против всякого рода смертной казни, как предусмотренной законом, так и самоубийства.

Буквальный перевод *autoadministrada* (самоуправляемой) в данном контексте не соответствовал бы нормам сочетаемости русского языка, очевидна необходимость семантических преобразований, а именно конкретизации значения

(«саморазрешаемой, самоисполняемой»). Словарные эквиваленты (если таковые имеются) далеко не всегда помогают составить верное представление о полном объеме семантики: например, *autogestión* и *autogobierno* тоже переводятся на русский язык как *самоуправление*, но в первом случае это самоуправление происходит на уровне какого-либо предприятия и ограничивается участием сотрудников в принимаемых фирмой решениях (Econ. *Sistema de organización de una empresa según el cual los trabajadores participan en todas las decisiones*), а во втором подразумевается самоуправление уже на уровне некой территории, провинции и т. п. (Der. *Facultad concedida a una colectividad o a un territorio para administrarse por sí mismo*). Проблема данных смысловых различий, как правило, снимается в контексте: *El PNV presenta 8 enmiendas para defender el autogobierno y mejorar las inversiones* (El Mundo, 2015) / Баскская националистическая партия представила к рассмотрению 8 бюджетных поправок для поддержания самоуправления региона и привлечения инвестиций; *Para Tejería, en Euskadi autogobierno político y económico están "intrínsecamente unidos"* (El País, 2014) / По мнению главы баскского парламента Техерья, политическое и экономическое самоуправление в регионе по сути едины; *Así nacieron las llamadas empresas recuperadas, un fenómeno nuevo de autogestión obrera* (El País, 2011) / Таким образом появляются так называемые восстановленные предприятия — новый феномен рабочего самоуправления.

В последнем примере речь идет о целом движении за восстановленные предприятия, когда фабрики и прочие предприятия были должны своим рабочим выплатить огромные суммы долгов по зарплатам, примерно равные стоимости самого предприятия, а рабочие, проработавшие на одном месте десятки лет, не желая позволить распродать имущество предприятия и обанкротить его, закрывались внутри подобных фабрик и полностью самостоятельно, без собственника, управляли процессами на своих рабочих местах. Как видно из других примеров, лексема *autogestión* включает в себе наиболее узкое понимание самоуправления, которое в некоторых контекстах сводится к еще более минимизированному значению — управлению самим собой: *Según ha explicado la consejera, este nuevo protocolo garantizará "la implicación activa de la mujer en todo su proceso, rompiendo así con el modelo asistencial de paciente pasiva y fomentando la autoestima, el empoderamiento y la autogestión, claves en la recuperación de una vida normalizada y libre de violencia"* (El Mundo, 2015) / Как пояснила советник, данный протокол индивидуальной помощи обеспечит активное участие женщины в его исполнении, тем самым разрушая устоявшуюся модель пассивного пациента и стимулируя повышение самооценки, осознание своих прав и возможностей и умение управлять собой — ключевые моменты в восстановлении нормальной и свободной от насилия жизни.

Все рассмотренные лексемы с препозитивной морфемой *auto-* в испанских текстах политической тематики демонстрируют целый ряд индивидуально-авторских значений, свидетельствуют

о продуктивности семантической метафоризации и метонимизации, о распространенности процессов сужения и расширения значений, транспозиции частей речи и семантического сдвига.

В целом проведенное в рамках данной статьи исследование испанских лексем с греческим препозитивным аффиксом *auto-* позволяет сделать следующие выводы:

1) по семантике и функции правомерно различать префикс *auto-*, участвующий в аффиксальной деривации и не употребляющийся самостоятельно, и препозитивную морфему *auto-*, участвующую в словосложении и способную функционировать в качестве самостоятельного слова;

2) в рассмотренных 179 лексемах четко видно (и по формальным, и по семантическим критериям), где проходит граница между морфемами;

3) типологические особенности испанского языка (развитая субстантивация и адективация, количественное преобладание существительных, частое отглагольное словообразование путем аффиксации и др.) полностью проявляются и в рассмотренных лексемах;

4) греческий префикс *auto-* обладает высокой степенью продуктивности, что доказывается большим числом содержащих его неологизмов, встречающихся в газетно-публицистическом дискурсе, а также недавно вошедших в словари слов, отражающих современное состояние общества и различных областей науки, техники, медицины и пр.;

5) испанские политические тексты являются сферой активного словообразования, в которой отражается поиск новых языковых форм и способов выражения нового содержания, что демонстрируется в том числе еще не вошедшими в словари лексемами с префиксом *auto-* и их многочисленными производными.

ЛИТЕРАТУРА

1. Алимова Р. Р. Неология в современном испанском газетно-публицистическом дискурсе: деривационные и лексико-семантические процессы : автореф. ... канд. филол. наук : 10.02.05. — М., 2013.
2. Арутюнова Н. Д. Проблемы морфологии и словообразования. — М. : Языки славянских культур, 2007.
3. Богоявленская Ю. В. Конвергенция парцелляции и лексического повтора во французских и русских медиатекстах // Вестн. Томск. гос. ун-та. Филология. 2015. № 3 (35). С. 5—15.
4. Большой испанско-русский словарь / Н. В. Загорская, Н. Н. Курчаткина, Б. П. Нарумов и др. ; под ред. Б. П. Нарумова. 8-е изд., стер. — М. : Рус.яз.-Медиа, 2007.
5. Буженинов А. Э. Подъязык гомеопатии в категориальном освещении (на материале русского и французского языков) : дис. ... канд. филол. наук. — Екатеринбург, 2013.
6. Васильева-Шведе О. К., Степанов Г. В. Теоретическая грамматика испанского языка: морфология и синтаксис частей речи : для ин-тов и фак-ов иностранного языка. — М. : Высшая школа, 1972.
7. Никишина В. О. Некоторые рекуррентные способы образования современной английской лексики. 2009. URL: www.pglu.ru/lib/publications/University.../II/uch_2009_II_0002_4.pdf (дата обращения: 30.08.2015).
8. Новодранова В. Ф. Именное словообразование в латинском языке и его отражение в терминологии. — М. : Языки славянских культур, 2008.
9. Чернобай Л. И. Словообразовательные потенции префиксов в современном французском языке (на материале новообразований) : автореф. ... канд. филол. наук : 10.02.05. — М., 1985.
10. Diccionario de la lengua española. 23 edición / Real Academia española. 2014. URL: www.rae.es (дата обращения: 30.08.2015).

11. Harris Z. *Methods in Structural Linguistics*. — Chicago, 1951. URL: https://archive.org/stream/structurallingu00harr/structurallingu00harr_djvu.txt (дата обращения: 30.08.2015).

12. Pike K. L. *Language in relation to a unified theory of the structure of human behavior, part 1*. — Glendale, Calif. : Summer Institute of Linguistics, 1954.

13. El Mundo. URL: www.elmundo.es.

14. El País : el periódico global. URL: www.elpais.es.

A. I. Tomilova

Ekaterinburg, Russia

THE PREPOSITIVE MORPHEME *AUTO-* IN MODERN SPANISH POLITICAL TEXTS

ABSTRACT. *The article deals with the problems of affixal derivation in modern Spanish. The author presents a detailed study of functioning of the Greek prepositive morpheme "auto-" in Spanish (and particularly in Spanish political texts) because of its frequency and productivity. What is more, the urgency of the article follows from the fact that the morpheme under study is a borderline case leading to extra difficulties in affixal derivation; many authors do not consider it as a prefix and believe that it is used both in affixal derivation and word composition. The article describes 179 Spanish lexemes with the prefix auto-, 17 % of which belong to the semantic group "politics". The lexical units have been classified according their belonging to different parts of speech; the direction of affixal derivation of cognate lexemes with the studied morpheme has been specified. The polysemy of the Greek prepositive morpheme auto- gives an opportunity to classify the constituent lexemes according to their meaning. The article also describes the main tendencies in the translation of this element into Russian in political texts.*

KEYWORDS: *morphology; word-formation; affixation; prefix; Spanish language; prepositive morpheme; political text.*

ABOUT THE AUTHOR: *Tomilova Aleksandra Igorevna, Candidate of Philology, Senior Lecturer of Department of Romance Languages, Ural State Pedagogical University, Ekaterinburg, Russia.*

REFERENCES

1. Alimova R. R. Neologiya v sovremennom ispanskom gazetno-publitsisticheskom diskurse: derivatsionnye i leksiko-semanticheckie protsessy : avtoref. ... kand. filol. nauk : 10.02.05. — M., 2013.

2. Arutyunova N. D. Problemy morfologii i slovoobrazovaniya. — M. : Yazyki slavyanskikh kul'tur, 2007.

3. Bogoyavlenskaya Yu. V. Konvergentsiya partsellyatsii i leksicheskogo povtora vo frantsuzskikh i russkikh mediatekstatkh // Vestn. Tomsk. gos. un-ta. Filologiya. 2015. № 3 (35). С. 5—15.

4. Bol'shoy ispansko-russkiy slovar' / N. V. Zagorskaya, N. N. Kurchatkina, B. P. Narumov i dr. ; pod red. B. P. Narumova. 8-e izd., ster. — M. : Rus.yaz.-Media, 2007.

5. Buzheninov A. E. Pod"yazyk gomeopatii v kategorial'nom osveshchenii (na materiale russkogo i frantsuzskogo yazykov) : dis. ... kand. filol. nauk. — Ekaterinburg, 2013.

6. Vasil'eva-Shvede O. K., Stepanov G. V. Teoreticheskaya grammatika ispanskogo yazyka: morfologiya i sintaksis chastey rechi : dlya in-tov i fak-ov inostarnnogo yazyka. — M. : Vysshaya shkola, 1972.

7. Nikishina V. O. Nekotorye rekurrentnye sposoby obrazovaniya sovremennoy angliyskoy leksiki. 2009. URL: www.pglu.ru/lib/publications/University.../II/uch_2009_II_00024.pdf (data obrashcheniya: 30.08.2015).

8. Novodranova V. F. Imennoe slovoobrazovanie v latinskom yazyke i ego otrazhenie v terminologii. — M. : Yazyki slavyanskikh kul'tur, 2008.

9. Chernobay L. I. Slovoobrazovatel'nye potentsii prefiksov v sovremennom frantsuzskom yazyke (na materiale novoobrazovaniy) : avtoref. ... kand. filol. nauk : 10.02.05. — M., 1985.

10. Diccionario de la lengua española. 23 edición / Real Academia española. 2014. URL: www.rae.es (data obrashcheniya: 30.08.2015).

11. Harris Z. *Methods in Structural Linguistics*. — Chicago, 1951. URL: https://archive.org/stream/structurallingu00harr/structurallingu00harr_djvu.txt (data obrashcheniya: 30.08.2015).

12. Pike K. L. *Language in relation to a unified theory of the structure of human behavior, part 1*. — Glendale, Calif. : Summer Institute of Linguistics, 1954.

13. El Mundo. URL: www.elmundo.es.

14. El País : el periódico global. URL: www.elpais.es.

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

РАЗДЕЛ 3. ЯЗЫК — ПОЛИТИКА — КУЛЬТУРА

УДК 811.111'374:811.161.1'374
ББК ШП43.21-4+ШП41.12-4

ГСНТИ 16.21.47; 16.21.65

Код ВАК 10.02.04; 10.02.20

И. В. Балканов
Москва, Россия

ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА ВОЕННОЙ ЛЕКСИКОГРАФИИ ПЕРВОЙ ПОЛОВИНЫ XX ВЕКА (НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛО-РУССКИХ ВОЕННЫХ СЛОВАРЕЙ)

АННОТАЦИЯ. В статье проводится анализ военного англо-русского словаря, созданного под общей редакцией профессора А. М. Таубе в 1938 г. и переизданного в 1942 и 1949 гг. Композиция словаря отражает уровень лексикографической культуры отраслевых словарей, общие закономерности развития отечественной двуязычной военной лексикографии первой половины XX века.

Составители включили в словарь основные военно-технические понятия и терминологию из смежных областей. Словник структурно делится на две части: англо-русский словарь (25 тыс. слов и выражений) и словарь сокращений. Словнику предшествует предисловие и инструкция о пользовании словарем. В приложении к словарю приведены соответствия между английскими и метрическими мерами длины, веса и объема жидкостей. Каждая словарная статья имеет свою оригинальную и одновременно типовую структуру: заглавное или реестровое слово, грамматическая и страноведческая информация, перевод или интерпретация. В отдельных случаях словарная статья содержит словосочетания и фразеологизмы, образующие словарное гнездо, и их русские соответствия. Аналогичная структура словарной статьи сохраняется во втором и третьем изданиях словаря.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: макро- и микроструктура словаря; словарная статья; заглавное слово; издание; принципы отбора лексики; интерпретация значений слов.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ: Балканов Илья Владимирович, адъюнкт очной адъюнктуры, соискатель ученой степени кандидата филологических наук, кафедра № 32 английского языка, Военный университет Министерства обороны Российской Федерации; адрес: г. Москва, ул. Волочаевская д. 3/4; e-mail: i-balkanov@mail.ru.

Предмет нашего исследования — военный англо-русский словарь, созданный под общей редакцией профессора А. М. Таубе в 1938 г. и переизданный в 1942 и 1949 гг. В этой работе мы подробно поговорим о каждом издании словаря, а также постараемся выявить общие закономерности развития отечественной двуязычной военной лексикографии первой половины XX в.

В истории отечественной двуязычной лексикографии создание фундаментальных военных словарей первой половины XX в. связано с именем А. М. Таубе^[1], автора военных англо-русских, немецко-русских и французско-русских словарей 1930—1940-х гг.

Первое издание военного англо-русского словаря А. М. Таубе выходит в 1938 г. [Таубе 1938]. Обращает на себя внимание небольшой объем словника (25 000 терминов) и тираж (15 000 экземпляров). В работе над словарем используются британские и американские уставы и наставления, военные журналы, труды английских и американских писателей. В предисловии приводится список источников с указанием года издания, а также список словарей и энциклопедий, предназначенных для контроля и обобщения материала.

«Представить военно-техническую терминологию с исчерпывающей полнотой — было задачей явно недостижимой при данном объеме словаря» [Таубе 1938: 3], вследствие чего составитель ограничивается основными военно-техническими понятиями и уделяет больше внимания организационной и оперативнотехнической терминологии^[2]. Ведущая роль военно-морского флота в структуре вооруженных сил Великобритании повлияла на появление в словаре соответствующей лексики.

Словник (корпус) структурно делится на две части: англо-русский словарь и словарь сокращений. Все слова расположены в строго алфавитном порядке, каждое заглавное слово образует

отдельную словарную статью. Подобная структура наблюдается у всех англо-русских военных словарей XX в., кроме третьего издания словаря Г. А. Судзиловского [Судзиловский, Полюхин, Шевчук 1987а, 1987б], в котором эти две части объединены.

Словнику предшествует объяснение фонетических обозначений английских гласных, дифтонгов и согласных с примерами:

i: как в слове see
i — ð
e — get

Включение в словарь подобных фонетических пояснений свидетельствует о том, что он рассчитан на адресата, не имеющего специальной языковой подготовки.

Список английских условных сокращений, предвещающий словник, ограничивается стилистическими и грамматическими категориями, общепринятыми сокращениями: «С — Celsius Цельсия; *sl.* — *slang* сленг; *pl.* — *plural* множественное число».

Русские сокращения, приведенные отдельным списком, обозначают принадлежность термина (или) его эквивалента к определенной области военного дела (*ав.* — авиация; *мотомех.* — мотомеханизированные войска), вооруженным силам той или иной страны (*Инд.* — англо-индийское выражение; *США* — Соединенные Штаты Америки, армия Соединенных Штатов Америки). Встречаются также и общие сокращения: *м* — метр(ов); *обр.* — образца; *что-л.* — что-либо.

Отличие от авторских сокращений А. М. Таубе, военный англо-русский и русско-английский словарь, выпущенный в США в 1941 г. [ТМ 30-254] и переизданный в 1945 г. [ТМ 30-544], использует сокращения на английском языке, официально утвержденные для вооруженных сил США наставлениями FM 21-30 и AR 850-150.

В словаре А. М. Таубе учитываются различия между американской и британской военной тер-

минологией, для чего введены специальные пометы и пояснения:

caisson chest ['keɪsɒn tʃest] *США* *арм.* короб зарядного ящика; **device** [dɪ'vaɪs] *н США* ... значок, знак различия (по роду войск или службы); **fatigue dress** [fə'ti:g dres] *Бр.* рабочее платье.

Составители придерживались британского варианта английского языка, за исключением терминов, характерных только для вооруженных сил США, когда слово сопровождается специальной пометой (*США*). Общеупотребительные термины, допускающие американский вариант написания, имеют две словарные статьи, при этом статья с британским вариантом написания является основной:

defence [dɪ'fens] *н* оборона; защита.

defense *см.* **defence**.

Микроструктура словаря подробно описана в предваряющих текстах. Все термины имеют фонетическую транскрипцию, что не характерно для англо-русских военных словарей второй половины XX в. Это позволяет адресату не обращаться к общему англо-русскому словарю и экономит время.

Омонимы даются в разных словарных статьях и снабжаются римскими цифрами:

arm I [ɑ:m] *н* рука...

arm II [ɑ:m] *н* оружие; род войск.

Кроме транскрипций, все вокабулы снабжаются грамматической информацией, что нехарактерно для отраслевых словарей второй половины XX в.

Переводной словарь «должен давать и активному, и пассивному пользователю... информацию, позволяющую ему образовать любой элемент парадигмы (т. е. любую форму) слова — леммы и эквивалента — и грамматически правильно употребить это слово в контексте» [Берков 2004: 100]. Грамматическая информация может располагаться не только в теле словарного гнезда корпуса словаря, но и в грамматическом очерке (например, список неправильных глаголов английского языка и их форм) в составе завершающих текстов, а объем такой информации определяется составителем с учетом познаний адресата в области морфологии выходного языка.

В окружающем тексте военного англо-русского словаря А. М. Таубе, как и в других отраслевых словарях, грамматический очерк отсутствует.

В теле словарной статьи грамматическая информация указывает на принадлежность английского слова к определенной части речи. Расшифровка используемых при этом сокращений дается в предваряющих текстах: «*a* — *adjective* имя прилагательное; *adv* — *adverb* наречие; *conj* — *conjunction word* союз» — и т. д.

Разные грамматические категории приводятся в одной словарной статье под арабскими цифрами, набранными полужирным шрифтом:

covering ['kʌvərɪŋ] 1. *pres. p.* прикрывающий; 2. *н* равнение в затылок, расположение в затылок.

В состав словарной статьи при необходимости включается дополнительная грамматическая информация: неправильные формы глагола и исключения формы множественного числа имен существительных:

feed [fi:d] 1. *v* (**fed**) кормить; питать; подавать; 2. *н* питание,...

После общих значений в статье могут быть приведены фразеологические сочетания, которые располагаются в следующем порядке: фразеологические обороты, начинающиеся с реестрового слова, затем остальные обороты (в алфавитном порядке без учета артиклей и глагольной частицы *to*):

give [gɪv] 1. *v* (**gave; given**) давать; отдавать; подавать; **g. the alert(s)** поднимать тревогу; **g. away** выдать, обнаружить; **g. chase** *мор* начать погоню...

Когда форма черного слова не меняется, оно сокращается до первой буквы с точкой («**g. the alert(s)** поднимать тревогу — в статье: «**give**»), а если меняется — тильдой (~) с окончанием («**to be ~d мор.** подорваться на mine» — в статье «**mine**»).

В военных англо-русских словарях А. М. Таубе глаголы имеют самостоятельные словарные статьи, в то время как в словарях Г. А. Судзиловского^[3] они появляются только в составе словосочетаний типа глагол — имя существительное в словарном гнезде имени существительного.

Подобная структура словарной статьи сохраняется во втором и третьем изданиях словаря. Описания микроструктуры второго и третьего изданий, помещенные в раздел предваряющих текстов, полностью идентичны.

Другой отличительной особенностью военных англо-русских словарей А. М. Таубе можно считать раздел завершающих текстов, представленный одним приложением, в котором отражены соответствия между английскими и метрическими мерами длины, веса и жидкостей.

Второе, исправленное и дополненное издание военного англо-русского словаря вышло в 1942 г. [Таубе 1942]. В предисловии^[4] говорится о большом количестве изменений в военном деле, произошедших за столь короткий период: появление новых образцов военной техники, начало Великой Отечественной войны, механизация армии и введение обязательной воинской повинности в Великобритании и США, сотрудничество с союзниками по антигитлеровской коалиции. 11 марта 1941 г. президент США Франклин Д. Рузвельт подписывает «Закон по обеспечению защиты Соединенных Штатов», более известный как «Закон о ленд-лизе» (с англ. «lend» — давать взаймы, «lease» — давать внаем), по которому СССР вскоре начинает получать американскую военную технику, боеприпасы и гуманитарные грузы.

Данные изменения нашли свое отражение в работе лексикографов. Тираж второго издания военного англо-русского словаря А. М. Таубе увеличен до 25 000 экземпляров и включает в себя большее количество военно-технических терминов, призванных помочь в переводе сопроводительной документации к американской военной технике. Перевод некоторых вокабул уточнен с учетом изменений, внесенных за эти годы в советские уставы и наставления.

По сравнению с первым изданием в словаре появляются одна грамматическая помета (*attr.* — *attributive*, атрибутивное употребление (в качестве прилагательного)) и несколько сокращений на русском языке, связанных с изменениями, произошедшими в военном деле (*бал.* — баллистика; *ВНОС* — воздушного наблюдения, оповещения и связи; *руч. пул.* — ручной пулемет).

Третье, переработанное издание военного англо-русского словаря А. М. Таубе выходит в 1949 г. Развитие военной науки и техники заставляют составителя изменить порядок отбора терминов: из словаря исчезает военно-морская терминология^[5], значительное место уделяется лексике, связанной с новыми видами вооружения и родами войск.

В словарь входит более 14 000 новых терминов, структура словарной статьи остается без изменений. Недостаточное количество специальных сокращений и отказ составителей от приема гнездования приводят к увеличению общего объема словника и поиску способов экономии места. Это объясняет значительное сокращение фонетической информации: в словаре транскрибируются вокабулы, читающиеся не по общим правилам английской орфоэпии. Произношение наиболее часто встречающихся слов представлено в виде отдельного списка в разделе предваряющих текстов.

Таким образом, при сопоставительном анализе трех изданий военного англо-русского словаря А. М. Таубе мы можем определить основные черты, присущие двуязычной военной лексикографии первой половины XX в.

Мега-, макро- и микроструктура военного словаря во многом повторяет мега-, макро- и микроструктуру общего англо-русского словаря.

Мегаструктура представлена окружающим текстом и словником, структурно разделенным на две части: англо-русский словарь и словарь сокращений, где все термины расположены в начально-алфавитном (прямом) порядке (в алфавитно-гнездовом для фразеологизмов и глагольных сочетаний) без учета артиклей (*a, an, the*) и глагольной частицы *to*. Раздел завершающих текстов представлен одним приложением — таблицей соответствия английских и метрических единиц измерения.

Во всех изданиях словарное гнездо совпадает с рамками словарной статьи, начинающейся соответствующей вокабулой и занимающей один абзац.

Структура словарной статьи включает в себя лемму (вокабулу, заглавное, черное или реестровое слово) и ее эквиваленты, фонетическую (транскрипция) и грамматическую (указание на часть речи) информацию, пометы (указание на эмоционально-окрашенную лексику и (или) определенную страну), а при необходимости — сопутствующую экстралингвистическую информацию:

invader [ɪn'veɪdər] *n* нападающий, вторгнувшийся; захватчик; (1.) США пикирующий бомбардировщик А-36 (приспособленный истребитель „Мустанг“ Р-51).

В словарной статье не используется прием замены заглавного слова тильдой (~), характерный для англо-русских военных словарей второй половины XX в. Это можно считать слабым местом данного словаря, так как при работе над третьим изданием, объем которого составил 947 страниц, пришлось искать другие способы экономии места.

Все реестровые слова снабжены фонетической информацией, но при увеличении объема корпуса А. М. Таубе отказывается от транскрибирования простых вокабул. Транскрипция наиболее

часто встречающихся слов приводится в разделе предваряющих текстов. В словаре последовательно решается проблема омонимии: разные по значению, но одинаковые по звучанию и написанию слова (омонимы) даются в разных гнездах и снабжаются римской цифрой.

В словарной статье представлена необходимая грамматическая информация:

- указание на принадлежность слова к определенной части речи;
- неправильные формы глагола;
- исключения множественного числа имен существительных.

Разные части речи в одной статье снабжаются полужирными римскими цифрами и соответствующей грамматической пометой. Слова, получающие во множественном числе самостоятельное значение, выносятся в отдельную статью. Глаголы образуют самостоятельные гнезда, в тексте которых представлены основные фразеологические сочетания.

Отбор лексических единиц — самая сложная задача, стоящая перед лексикографом. Не имея современных электронных ресурсов, в 1940—1950-х гг. определить частотность и актуальность употребления того или иного термина и, как следствие, необходимость его включения в словарь было возможно только путем анализа большого количества оригинальных текстов (в первую очередь уставов, приказов и наставлений) и образцов устной речи. Опираясь на приобретенный лексикографический опыт, А. М. Таубе от издания к изданию совершенствует структуру словника за счет включения в него терминов, отражающих последние изменения в военной науке и технике, организационно-штатной структуре, стратегии и тактике боя американской и британской армий.

Речевой компонент представлен экспрессивно окрашенной лексикой, для введения которой использовались специальные пометы (*разг.* — разговорное выражение или *sl.* — *slang*, сленг):

Elsie ['elsɪ] *n sl.* радиолокационный прибор управления прожекторами; США денежный штраф, наложенный в специальном порядке.

В словарных статьях встречаются и законченные фразы — преимущественно команды. Чаще всего они помещаются в гнездо глагола: «**o. arms!** к ногам!» в статье «**order 2.** *v* приводить в порядок».

Во всех трех изданиях словаря имеется только одно приложение — «Английские меры», в котором приводится таблица соответствий английских и метрических мер длины, объема, жидкостей и сыпучих тел. Таким образом, в разделе заключающих текстов отсутствуют несобственно-лексикографические материалы: условные и графические обозначения, индексы систем вооружений, пометы и категории секретности документов, таблицы соответствия воинских званий с переводом. При этом определенную военно-страноведческую информацию можно получить с помощью пояснений, которые даются курсивом в скобках в некоторых словарных статьях (экстралингвистический компонент словарной статьи). Среди данных пояснений можно условно выделить следующие группы (в данной классификации все примеры взяты из третьего издания словаря

А. М. Таубе [Таубе 1949]. Фонетическая и грамматическая информация опущена):

- пояснения к организационно-штатной структуре: **activation area** США район формирования (части, предусмотренный планом мобилизации); **Evacuation Division** США эвакуационный отдел (управления начальника медицинской службы театра);

- пояснения к названиям должностей и воинских званий:

Adjutant General генеральный адъютант (ведает личным составом армии: комплектованием, прохождением службы, денежным довольствием и (Бр.) медицинской службой); **exec** США разг. начальник штаба (бригады и ниже);

- пояснения к названиям наград и знаков отличия: **distinguished marksman** США заслуженный стрелок (имеющий три отличия за стрельбу); **Distinguished Unit Badge** США значок отличившейся части (голубая лента в золотой рамке);

- пояснения к отдельным видам вооружения и военной техники:

back filler бекфиллер (машина для обратной засыпки вынудой земли); **carriage guide** направляющая планка (пул. Льюиса);

- пояснения к историческим реалиям:

culverin(e) ист. кульверина (18-фунтовая пушка 16—17 в.); **Intendant-General** Бр. «генерал-интендант» (политический представитель Британского правительства при главном командовании на Среднем Востоке в 1942—44 гг.);

- пояснения к реалиям военной службы:

accrued leave США отпуск по совокупности (неиспользованные отпуска + основной отпуск); **Cardwell system** Бр. ист. система Кардуэла (по которой один из регулярных батальонов пехотного полка несет службу в метрополиси, а другой за морем).

Содержание и объем подобных пояснений тогда и сейчас определяются составителями словаря и носят субъективный характер. Лексикографы ориентируются на среднего адресата (в нашем случае специалиста, хорошо знакомого с общей военной терминологией). При этом возникает вопрос о правильном месте подобных пояснений в структуре словаря (в словарном гнезде или в виде отдельных приложений). В рамках словарной статьи несобственно-лексикографическая информация представлена в виде помет и комментариев и может включать в себя исторические, культурные и иные сведения. Мы считаем логичным вынесение системной экстралингвистической информации (в нашем случае системы воинских званий, наград, данных по организационно-штатной структуре, индексов систем вооружения), в обращении к которой адресат испытывает постоянную необходимость, в отдельные приложения, что было реализовано в англо-русских военных словарях Г. А. Судзиловского. При этом лексикографы должны решать проблемы актуальности, востребованности, системности и лаконичности данной информации.

Предпринятый нами краткий анализ военных англо-русских словарей позволяет выявить общие закономерности развития военной лексикографии и сделать выводы о том, что данные словари:

- в своей мега-, макро- и микроструктуре во многом схожи с общими англо-русскими словарями;
- имеют словник, структурно разделенный на две части;

- оперативно отражают изменения в организационно-штатной структуре, тактике и стратегии ведения боя, средствах вооруженной борьбы, военном деле в целом;

- дают адресату полную фонетическую и минимально необходимую грамматическую информацию о заглавном слове;

- придерживаются традиционного английского (не американского) правописания;

- не имеют достаточного количества приложений, отражающих необходимую в практической работе переводчика несобственно-лексикографическую информацию.

Сильной стороной данных словарей в первую очередь можно считать полноту и актуальность представленной военной и военно-технической терминологии. Таким образом, в исследуемый период были заложены основы микро- и макроструктуры отраслевого словаря, нашедшие свое отражение в работе военных лексикографов второй половины XX в.

ПРИМЕЧАНИЯ

[1]. В этой связи следует отметить выдающегося лексикографа, профессора Военного института иностранных языков полковника Александра Михайловича Таубе, который является составителем всех военных англо-русских (1938, 1942 и 1949 гг.), немецко-русских (1931, 1936, 1942, 1944, 1945 гг.) и французско-русских (1931, 1937, 1942 гг.) словарей. Его феноменальные энциклопедические знания военной терминологии и основных европейских языков определили развитие всей отечественной военной лексикографии первой половины XX века.

[2]. Интерес к СССР и создание антигитлеровской коалиции обусловили выход военных словарей в США в 1941 г. [ТМ 30-254] и 1945 г. [ТМ 30-544]. Как и словари А. М. Таубе, американские издания содержат основные понятия из области военного дела (о чем говорится в предисловии), но объединяют в себе как англо-русский, так и русско-английский военный словарь.

[3]. Фронтовой офицер и военный лексикограф Г. А. Судзиловский является составителем англо-русских военных словарей периода 1960—1980-х гг.

[4]. Традиционное обезличивающее авторское предисловие «От издательства» во втором и третьем изданиях словаря заменяется на «Предисловие ко 2-му (к 3-му) изданию», подписанное А. М. Таубе [Таубе 1949].

[5]. Появление большого количества военных и военно-технических терминов вынудило А. М. Таубе отказаться от включения морской терминологии в третье издание словаря и обусловило создание в Военном институте иностранных языков Красной армии «Морского англо-русского словаря» в 1943 г. (22 000 слов и выражений), «Англо-русского морского словаря» в 1951 г. (22 000 слов и выражений) и «Англо-русского военноморского словаря» (40 000 слов и сочетаний) в 1962 г.

ЛИТЕРАТУРА

1. Берков В. П. Двухязычная лексикография : учеб. — М. : Астрель [и др.], 2004.
2. Судзиловский Г. А. Англо-русский военный словарь : около 50000 терминов. — М. : Воениздат, 1968.
3. Таубе А. М. (сост.). Военный англо-русский словарь : около 25 000 слов и терминов из основных областей воен. дела с прил. словаря воен. сокращений. — М. : Изд-во нац. и иностр. словарей, 1938.
4. Таубе А. М. (сост.). Военный англо-русский словарь. 2-е изд., испр. и доп. — М. : Гос. изд. нац. и иностр. словарей, 1942.
5. Таубе А. М. (сост.). Военный англо-русский словарь. 3-е изд., перераб. — М. : Гос. изд. нац. и иностр. словарей, 1949.
6. Судзиловский Г. А., Богданова К. Н., Буряков Ю. Ф. (сост.). Англо-русский военный словарь : около 50000 терминов / под общ. ред. Г. А. Судзиловского. — М. : Воениздат, 1960.
7. Судзиловский Г. А. (общ. ред.). Англо-русский военный словарь : около 50000 терминов. — М. : Воениздат, 1968.
8. Судзиловский Г. А., Полохин В. М., Шевчук В. Н. [и др.]. Англо-русский военный словарь : около 70000 терминов. 3-е изд., перераб. и доп. — М. : Воениздат, 1987а. 655 с.
9. Судзиловский Г. А., Полохин В. М., Шевчук В. Н. [и др.]. Англо-русский военный словарь : около 70000 терминов. 3-е изд., перераб. и доп. — М. : Воениздат, 1987б. 688 с.
10. TM 30-254. Military Dictionary (Advance Installment): Part I. English-Russian; Part II. Russian-English. — Washington D. C. : War Department, 1941.
11. TM 30-544. Russian Military Dictionary: English-Russian, Russian-English. — Washington D. C. : War Department, 1945.

I. V. Balkanov
Moscow, Russia

THEORY AND PRACTICE OF MILITARY LEXICOGRAPHY: A STUDY BASED ON MILITARY ENGLISH-RUSSIAN DICTIONARIES OF THE FIRST HALF OF THE 20TH CENTURY

ABSTRACT. *This article is dedicated to the analysis of the military English-Russian dictionary created by A. Taube. The second and third editions were published in 1942 and 1949, respectively. Its construction reflects the general trends of the Russian lexicography and the lexicographical culture of specialized dictionaries in the first half of the 20th century.*

The scope of the dictionary was quite closely limited to military subject matter and terminology from directly related fields. The vocabulary comprises over 25 thousand words and phrases as well as abbreviations preceded by the author's introduction, instruction for users, and only one appendix — Weights and Measures. Each dictionary entry has its own unique structure: entry word or headword, grammatical or extra linguistic information and translation or interpretation. In some cases, the entry contains word combinations and idioms forming the family and their Russian equivalents. The dictionary features the same structure in all its editions.

KEYWORDS: *macro- and microstructure of a dictionary; dictionary entry; headword; edition; vocabulary selection strategies; interpretation of word meanings.*

ABOUT THE AUTHOR: *Balkanov Il'ya Vladimirovich, Adjunct, Candidate of Philology Degree Applicant, Department of English № 32, Military University of the Russian Federation Defense Ministry, Moscow, Russia.*

REFERENCES

1. Berkov V. P. Dvuyazychnaya leksikografiya : ucheb. — М. : Astrel' [i dr.], 2004.
2. Sudzilovskiy G. A. Anglo-russkiy voenny slovar' : okolo 50000 terminov. — М. : Voениzdat, 1968.
3. Taube A. M. (sost.). Voenny anglo-russkiy slovar' : okolo 25 000 slov i terminov iz osnovnykh oblastey voen. dela s pril. slovary voen. sokrashcheniy. — М. : Izd-vo nats. i inostr. slovary, 1938.
4. Taube A. M. (sost.). Voenny anglo-russkiy slovar'. 2-e izd., ispr. i dop. — М. : Gos. izd. nats. i inostr. slovary, 1942.
5. Taube A. M. (sost.). Voenny anglo-russkiy slovar'. 3-e izd., pererab. — М. : Gos. izd. nats. i inostr. slovary, 1949.
6. Sudzilovskiy G. A., Bogdanova K. N., Buryakov Yu. F. (sost.). Anglo-russkiy voenny slovar' : okolo 50000 terminov / pod obshch. red. G. A. Sudzilovskogo. — М. : Voениzdat, 1960.
7. Sudzilovskiy G. A. (obshch. red.). Anglo-russkiy voenny slovar' : okolo 50000 terminov. — М. : Voениzdat, 1968.
8. Sudzilovskiy G. A., Polyukhin V. M., Shevchuk V. N. [i dr.]. Anglo-russkiy voenny slovar' : okolo 70000 terminov. 3-e izd., pererab. i dop. — М. : Voениzdat, 1987а. 655 s.
9. Sudzilovskiy G. A., Polyukhin V. M., Shevchuk V. N. [i dr.]. Anglo-russkiy voenny slovar' : okolo 70000 terminov. 3-e izd., pererab. i dop. — М. : Voениzdat, 1987б. 688 s.
10. TM 30-254. Military Dictionary (Advance Installment): Part I. English-Russian; Part II. Russian-English. — Washington D. C. : War Department, 1941.
11. TM 30-544. Russian Military Dictionary: English-Russian, Russian-English. — Washington D. C. : War Department, 1945.

Статью рекомендует к публикации д-р филол. наук, проф. Б. Л. Бойко.

О. Н. Морозова, Е. А. Бородавкина
Пушкин, Россия

АКТУАЛИЗАЦИЯ КАТЕГОРИИ МОДАЛЬНОСТИ В АМЕРИКАНСКОЙ РИТОРИКЕ НАЧАЛА XXI ВЕКА

АННОТАЦИЯ. В статье представлен краткий обзор основных изменений, произошедших в сфере интересов риторике конца XX — начала XXI века, которые привели к изменениям в политической расстановке сил в начале XXI века. Соответственно, появляется и распространяется новая парадигма речевых средств воздействия в политической риторике, таких как дискурсивная организация текста выступления, стилистические приемы, использование отдельных языковых (лексико-грамматических) средств и другие, с помощью которых реализуется основная функция политической публичной речи — убеждение и воздействие. Основное внимание в статье уделяется описанию языковых средств выражения модальности, а именно актуализации деонтического значения модальных глаголов, что рассматривается как один из основных приемов воздействия в политическом дискурсе. Модальность политического дискурса определяется как идеологический аспект политической риторики, моделирующий особую реальность; перемены в политической картине мира всегда ведут к изменениям модальности политической риторики. На основе результатов проведенного анализа политических речей за период с 2000 до 2015 года устанавливаются и описываются определенные тенденции в изменении способов актуализации категории модальности в современной американской политической риторике.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: политический дискурс; риторика; текст; модальность; убеждение и воздействие; манипуляция.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ: Морозова Ольга Николаевна, доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры английской филологии, автономное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Ленинградский государственный университет имени А. С. Пушкина»; адрес: 196605, г. Санкт-Петербург, Пушкин, Петербургское шоссе, д. 10; e-mail: olfrost@gmail.com.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ: Бородавкина Елена Анатольевна, старший преподаватель кафедры английской филологии, «Ленинградский государственный университет имени А. С. Пушкина»; адрес: 196605, г. Санкт-Петербург, Пушкин, Петербургское шоссе, д. 10; e-mail: ramsy@mail.ru.

В 1993 г. журнал «Foreign Affairs» опубликовал статью С. Хантингтона «Столкновение цивилизаций?». Вышедшая в 1996 г., книга этого автора стала одним из самых популярных геополитических трактатов конца XX в. Труд содержит прогноз глобального развития всей земной цивилизации в период после холодной войны. Анализ американской риторики начала XXI в. наглядно показывает, что многие положения данного труда уже воплотились в реальность, воплощение других мы наблюдаем в настоящее время. И это, в свою очередь, помогает спрогнозировать развитие событий в будущем.

Сферой интересов риторики конца XX — начала XXI в. (неориторика) является эффективность воздействия и убедительность речи и текста [Малолетнева]. Риторика — это инструмент манипуляции общественным мнением. Арсенал средств, используемых оратором, разнообразен: это и дискурсивная организация текста выступления, и содержание, и стилистические приемы, и использование отдельных языковых (лексико-грамматических) средств, с помощью которых реализуется основная функция политической речи — убеждение и воздействие. Принципы риторики и лингвистические приемы дополняют друг друга в организации политического дискурса.

Одним из ключевых вопросов, поднятых в книге С. Хантингтона, является вопрос о концепции цивилизаций, а также об универсальности цивилизаций. Цивилизация в понимании автора — это «наивысшая культурная общность людей и самый широкий уровень культурной идентичности... Она определяется как общими объективными элементами, такими как язык, история, религия, обычаи, социальные институты, так и субъективной самоидентификацией людей» [Хантингтон 2014: 49]. Автор указывает на то, что после холодной войны наиболее важными различиями между людьми являются не идеологические, политические или экономические, а куль-

турные. «В мире после холодной войны культура является силой одновременно и объединяющей и вызывающей разрыв» [Там же: 23]. Поэтому наиболее серьезные и опасные конфликты происходят не между социальными классами, бедными и богатыми, а между народами различной культурной идентичности. С. Хантингтон выделяет 7—8 главных цивилизаций: западную, православную, исламскую, японскую, индуистскую, китайскую, латиноамериканскую и (возможно) африканскую. Такая полицивилизационная парадигма предоставляет инструмент для анализа и прогнозирования мировых событий.

Начало XXI в. ознаменовалось углублением конфликта цивилизаций — западной и незападных. Наиболее глубокие линии разлома прошли между западной и исламской, а также между западной и православной цивилизациями. В связи с этими изменениями возникает необходимость, с одной стороны, объединить европейское сообщество (Западную и Восточную Европу) под эгидой универсальных идеалов; с другой стороны, найти точки соприкосновения с мусульманским миром. Исходя из поставленных целей формируется определенная модальность текста политических выступлений.

Текст, по мнению З. Я. Тураевой, способен изменять модель мира в сознании реципиента, т. е. текст обретает социальную силу: втягивает в свою орбиту широкую ситуационную, контекстуальную информацию, средства управления мыслительными процессами (лингвистические, когнитивные), средства управления истиной, логикой рассуждения, комплекс знаний, привычек и установок данного социума и индивида. Модальность — одна из обязательных характеристик текста и один из приемов его организации.

Тексты политических выступлений различаются модальностью. Модальность политического дискурса — это идеологический аспект, моделирующий особую реальность. Меняется политическая картина мира — меняется модальность вы-

ступления. «Автор может претендовать на то, что он высказывает „истину“; или „одну из точек зрения“; или на то, что „должно делать“; или „объективную картину“» [Алтунян 2014: 42]. Хотя объективность — это категория, в принципе неприменимая к политическим текстам, она является важным критерием политического дискурса. Многие политики стремятся выглядеть объективно. Происходит «объективизация высказываемой точки зрения». Для этого выступающий прибегает к приемам логической и психологической аргументации, таким, как ссылка на авторитетные источники, теоретические или эмпирические обобщения и выводы, аксиомы и постулаты, использование инклюзивного «we», а также модальных модификаторов объективной модальности.

В американской риторике последнего времени всё более настойчиво прослеживается идея о превосходстве американской нации. Начиная с 2009 г. термин 'American exceptionalism' начал приобретать новое значение, абстрагированное от исторического контекста. Американские политики умело используют этот термин, утверждая по всему миру свой менталитет, свои национальные интересы.

*Terrible things happen across the globe, and it is beyond our means to right every wrong. But when, with modest effort and risk, we can stop children from being gassed to death, and thereby make our own children safer over the long run, I believe we should act. **That's what makes America different. That's what makes us exceptional.** With humility, but with resolve, let us never lose sight of that **essential truth*** [Obama 2013a].

*I believe America must remain engaged for our own security. But I also believe the world is better for it. Some may disagree, but I believe **America is exceptional** -- in part **because we have shown a willingness through the sacrifice of blood and treasure to stand up not only for our own narrow self-interests, but for the interests of all*** [Obama 2013b].

*It's the idea held by generations of citizens who believed that America is a constant work in progress; who believed that loving this country requires more than singing its praises or avoiding uncomfortable truths. It requires the occasional disruption, the willingness to speak out for what is right, to shake up the status quo. **That's America.***

That's what makes us unique.** That's what cements our reputation as a beacon of opportunity. **Young people behind the Iron Curtain would see Selma and eventually tear down that wall. Young people in Soweto would hear Bobby Kennedy talk about ripples of hope and eventually banish the scourge of apartheid. Young people in Burma went to prison rather than submit to military rule. They saw what John Lewis had done. From the streets of Tunis to the Maidan in Ukraine, in this generation of young people can draw strength from this place, where the powerless could change the world's greatest power and push their leaders to expand the boundaries of freedom.

*They saw that idea made real right here in Selma, Alabama. **They saw that idea manifest itself here in America.***

That's what it means to love America. That's what it means to believe in America. That's what it

*means when we say **America is exceptional*** [Obama 2015].

Исключительности американской нации выражается также через идею о единых идеалах, о том, что европейская цивилизация Запада есть универсальная цивилизация мира. «Запад, и главным образом Америка, полагает, что незападные народы должны перенять западные ценности демократии, свободного рынка, контролируемого правительства, прав человека, индивидуализма, господства права и затем должны воплотить все эти ценности в своих институтах» [Хантингтон 2014: 282].

Убежденность американского правительства в универсальной значимости западной культуры выражается как в описательном, так и в нормативном видах. «Описательно она основывается на том, что люди всех обществ стремятся воспринять западные ценности, институты и обычаи. Если же оказывается, что у них нет такого желания и что они привержены своим традиционным культурам, то этих людей считают жертвами „ложного сознания“» [Там же: 506].

*America has no better partner than Europe. Now — Now is the time to build new bridges across the globe as strong as the one that binds us across the Atlantic. Now is the time to join together, through **constant cooperation and strong institutions and shared sacrifice and a global commitment to progress**, to meet the challenges of the 21st century. It was this spirit that led airlift planes to appear in the sky above our heads, and people to assemble where we stand today. And this is the moment when **our nations — and all nations — must summon that spirit anew*** [Obama 2008].

*The people of Europe, hundreds of millions of citizens, east, west, north, south, are more secure and more prosperous because **we stood together for the ideals we shared.***

*I believe that over the long haul as nations that are free, as free people, the future is ours. I believe this not because I'm naive. And I believe this not because of the strength of our arms or the size of our economies. I believe this because **these ideals that we affirm are true. These ideals are universal*** [Obama 2014a].

«Нормативно же убежденность западных универсалистов исходит из постулата, что людям во всем мире следует усвоить западные ценности, институты и культуру, потому что те воплощают в себе самое высшее, самое просвещенное, самое либеральное, самое рациональное, самое современное и самое цивилизованное мышление человечества» [Там же: 506].

*So I come here today to insist that **we must never take for granted the progress that has been won here in Europe and advanced around the world, because the contest of ideas continues for your generation.***

*In so many ways, the history of Europe in the 20th century represented the ongoing **clash of these two sets of ideas**, both within nations and among nations. The advance of industry and technology outpaced our ability to resolve our differences peacefully. And even — even among the most civilized of societies on the surface, we saw a descent into barbarism.*

*The success of **our ideals** comes down to us, including the example **of our own lives, our own soci-***

eties. We know that there will always be intolerance, but instead of fearing the immigrant, we can welcome him. We can insist on policies that benefit the many, not just the few, that an age of globalization and dizzying change opens the door of opportunity to the marginalized, and not just a privileged few.

Instead of targeting our gay and lesbian brothers and sisters, we can use our laws to protect their rights. Instead of defining ourselves in opposition to others, we can affirm the aspirations that we hold in common. That's what will make America strong. That's what will make Europe strong. That's what makes us who we are [Obama 2014a].

Одновременно во внешнеполитической американской риторике вновь зазвучала мысль о возврате к холодной войне, о возрождении угрозы со стороны России. Оратор считает себя вправе указывать, что должно быть сделано, а что нет. Автор выступления (Б. Обама) задает приоритеты, выделяет из окружающей действительности черты, которые, с его точки зрения, наилучшим образом характеризуют саму эту действительность. Это преподносится автором выступления как данность, не требующая доказательств.

So far, Russia has resisted diplomatic overtures, annexing Crimea and massing large forces along Ukraine's border. Russia's justified these actions as an effort to prevent problems on its own borders and to protect ethnic Russians inside Ukraine. Of course, there is no evidence, never has been, of systemic violence against ethnic Russians inside of Ukraine [Op. cit.].

Russia is responsible for the violence in eastern Ukraine. The violence is encouraged by Russia. The separatists are trained by Russia. They are armed by Russia. They are funded by Russia. Russia has deliberately and repeatedly violated the sovereignty and territorial integrity of Ukraine. And the new images of Russian forces inside Ukraine make that plain for the world to see. This comes as Ukrainian forces are making progress against the separatists (Barack Obama, On Iraq and Ukraine, 28 August 2014).

Оратор создает негативный образ России, упоминая ее в одном ряду с военными действиями в Ираке, войной в Сирии, террористическими атаками ИГИЛ и вспышкой вируса Эболы в Африке.

And yet there is a pervasive unease in our world — a sense that the very forces that have brought us together have created new dangers and made it difficult for any single nation to insulate itself from global forces. As we gather here, an outbreak of Ebola overwhelms public health systems in West Africa and threatens to move rapidly across borders. Russian aggression in Europe recalls the days when large nations trampled small ones in pursuit of territorial ambition. The brutality of terrorists in Syria and Iraq forces us to look into the heart of darkness [Obama 2014b].

Обосновывая свою точку зрения на необходимость применения жестких санкций против России, Б. Обама прибегает к модальности сильной облигаторности — употреблению модальных модификаторов *must* и *will* в деонтическом значении 'obligation' и 'volition' [Merriam Webster's Collegiate Dictionary; Webster's New World Dictionary of American English].

And that's why Russia's violation of international law, its assault on Ukraine's sovereignty and territorial integrity, must be met with condemnation, not because we're trying to keep Russia down, but because the principles that have meant so much to Europe and the world must be lifted up.

Going forward, every NATO member state must step up and carry its share of the burden by showing the political will to invest in our collective defense and by developing the capabilities to serve as a source of international peace and security.

But with time, so long as we remain united, the Russian people will recognize that they cannot achieve the security, prosperity and the status that they seek through brute force.

And that's why throughout this crisis we will combine our substantial pressure on Russia with an open door for diplomacy.

But at this moment, we must meet the challenge to our ideals, to our very international order, with strength and conviction [Obama 2014a].

Начало нового тысячелетия ознаменовалось яростным противостоянием между мусульманским миром и западной цивилизацией. Различия между исламской и западной культурой имеют глубокие корни (исторические, политические, социальные, бытовые), а соответственно, мусульмане имеют право и на свое будущее. Мусульмане «рассматривают западную культуру как материалистическую, порочную, упадочническую и аморальную» [Хантингтон 2014: 334]. Западные ценности вызывают у мусульман возмущение, они видят в них угрозу своему обществу и своей вере.

В американской риторике прослеживаются две тенденции: с одной стороны, установление контакта с мусульманским миром, с другой — призыв к активизации борьбы с экстремизмом.

Первая цель достигается путем воздействия как на эмоциональном уровне, с обращением к религиозным чувствам мусульман, так и на рациональном. В своих речах Б. Обама неоднократно цитирует Коран — священную книгу для каждого мусульманина. Оратор пытается убедить слушателей, что курс американского правительства не противоречит ценностям исламского мира.

I have come here to seek a new beginning between the United States and Muslims around the world; one based upon mutual interest and mutual respect; and one based upon the truth that America and Islam are not exclusive, and need not be in competition. Instead, they overlap, and share common principles — principles of justice and progress; tolerance and the dignity of all human beings.

So let there be no doubt: Islam is a part of America. And I believe that America holds within her the truth that regardless of race, religion, or station in life, all of us share common aspirations — to live in peace and security; to get an education and to work with dignity; to love our families, our communities, and our God. These things we share. This is the hope of all humanity.

The Holy Koran teaches that whoever kills an innocent, it is as if he has killed all mankind; and whoever saves a person, it is as if he has saved all mankind [Obama 2009].

The United States is not and never will be at war with Islam. Islam teaches peace. Muslims the world

over aspire to live with dignity and a sense of justice. And when it comes to America and Islam, there is no us and them, there is only us — because millions of Muslim Americans are part of the fabric of our country [Obama 2014b]

Для воздействия на рациональном уровне оратор прибегает к ссылкам на исторические события, использует большое количество фактического материала, цитирует высказывания известных людей.

As a student of history, I also know civilization's debt to Islam. It was Islam — at places like Al-Azhar University — that carried the light of learning through so many centuries, paving the way for Europe's Renaissance and Enlightenment. It was innovation in Muslim communities that developed the order of algebra; our magnetic compass and tools of navigation; our mastery of pens and printing; our understanding of how disease spreads and how it can be healed. Islamic culture has given us majestic arches and soaring spires; timeless poetry and cherished music; elegant calligraphy and places of peaceful contemplation. And throughout history, Islam has demonstrated through words and deeds the possibilities of religious tolerance and racial equality.

I know, too, that Islam has always been a part of America's story. The first nation to recognize my country was Morocco. In signing the Treaty of Tripoli in 1796, our second President John Adams wrote, "The United States has in itself no character of enmity against the laws, religion or tranquility of Muslims." And since our founding, American Muslims have enriched the United States. They have fought in our wars, served in government, stood for civil rights, started businesses, taught at our Universities, excelled in our sports arenas, won Nobel Prizes, built our tallest building, and lit the Olympic Torch. And when the first Muslim-American was recently elected to Congress, he took the oath to defend our Constitution using the same Holy Koran that one of our Founding Fathers — Thomas Jefferson — kept in his personal library [Obama 2009].

Часто в выступлениях, посвященных взаимоотношениям с мусульманским миром, Б. Обама упоминает о своем происхождении, что вызывает доверие аудитории.

You know, I have Muslim members of my family.

I have lived in Muslim countries [Al-Arabiya Television Interview With Hisham Melhem 2009].

I am a Christian, but my father came from a Kenyan family that includes generations of Muslims. As a boy, I spent several years in Indonesia and heard the call of the azaan at the break of dawn and the fall of dusk. As a young man, I worked in Chicago communities where many found dignity and peace in their Muslim faith [Obama 2009].

Борьба с экстремизмом требует решительных и жестких действий мирового сообщества. Поэтому речь Б. Обамы насыщена модальными модификаторами, в основном модальным глаголом *must*.

This is the moment when we must defeat terror and dry up the well of extremism that supports it.

This is the moment when we must renew our resolve to rout the terrorists.

This is the moment when we must renew the goal of a world without nuclear weapons.

<...> we must reject the Cold War mind-set of the past, and resolve to work with Russia when we can, to stand up for our values when we must, and to seek a partnership that extends across this entire continent.

This is the moment when we must build on the wealth that opens [sic] markets have created, and share its benefits more equitably.

And this is the moment when we must give hope to those left behind in a globalized world [Obama 2008].

Информация, которую несет любой политический текст, огромна. В каждом политическом тексте мир создан, описан таким, каким его видит автор текста. «Любой политический текст потенциально, в стратегическом плане, нацелен на изменение или поддержание текущей политической ситуации» [Алтунян 2014: 14]. Действительность изображается так, как это необходимо автору. Он изображает не объективную действительность, а картину мира, созданную им самим, его партией. В каждый исторический момент существует определенная точка зрения, определенная, создаваемая политиком картина мира. «Политический текст дает объяснение событию, явлению, ставит его в контекст реальности, убеждает, что именно такое видение события является истинным... Создавая контекст события, автор описывает мир таким, каким он хочет, чтобы его восприняла потенциальная аудитория» [Там же: 76]. Политическая коммуникация преобразует существующую в сознании человека политическую картину мира, которая является фрагментом когнитивной картины мира человека.

Анализ политических речей за период с 2000 до 2015 г. выявил следующую тенденцию в формировании модальности политических текстов: в текстах выступлений употребление модального глагола *must* в деонтическом значении увеличилось с 10 до 31 % от общего количества модальных модификаторов. Относительно редкое употребление данного модального глагола в речи Дж. Майхил связывал с демократизацией дискурса, так как демократические процессы в обществе диктовали адекватное отражение их в речи: «Shall, must and should were all associated with the expression of unequal power; people were assumed to be able to control the actions of other people because they had power over them... On the other hand, the newer modal functions assume equality of power, marking in particular the individuality of and solidarity between the interactants» [Myhill 1995: 202]. Очевидно, что изменения в политической расстановке сил и, соответственно, новая прагматика политического дискурса потребовали новых средств выражения модальности, а именно актуализации деонтического значения модальных глаголов. «Must has the connotation of a directly applied and irresistible force» [Sweetser 1990: 136]. Это свидетельствует о том, что Америка и Запад будут продолжать попытки завоевать и сохранить господствующее положение. Исследование многообразных отношений между языком, мышлением, коммуникацией, субъектами политической деятельности и политическим состоянием общества создает условия для выработки определен-

ных стратегий и тактик политической деятельности. В современном мире ни одна страна не может претендовать на единоличное управление. Поэтому мысль С. Хантингтона о том, что «только понимая и принимая реальный мир, государственные деятели способны изменять его» [Хантингтон 2014: 503], звучит особенно актуально в современной политической реальности.

ИСТОЧНИКИ

1. Obama B. Address to people of Berlin. 2008. 24 July // American Rhetoric Speech Bank. URL: <http://www.americanrhetoric.com/speeches/barackobamaberlinspeech.htm>.
2. Al-Arabiya Television Interview With Hisham Melhem. 2009. 26 Jan. URL: <http://www.americanrhetoric.com/speeches/barackobama/barackobamaal-arabiya.htm>.
3. Obama B. A New Beginning: Speech at Cairo University // American Rhetoric Speech Bank. 2009. 4 June. URL: <http://www.americanrhetoric.com/speeches/barackobama/barackobama-cairouniversity.htm>.
4. Obama B. Address to the Nation on U.S. Military Action in Syria // American Rhetoric Speech Bank. 2013a. 10 Sept. URL: <http://www.americanrhetoric.com/speeches/barackobama/barackobamasyrianation.htm>.
5. Obama B. 68th Session of the United Nations General Assembly Address // American Rhetoric Speech Bank. 2013b. 24 Sept. URL: <http://www.americanrhetoric.com/speeches/barackobama/barackobamaunitednations68.htm>.

O. N. Morozova, E. A. Borodavkina
Pushkin, Russia

ACTUALIZATION OF MODALITY IN AMERICAN RHETORIC IN THE EARLY 21ST CENTURY

ABSTRACT. *This article provides a brief overview of the major changes that have occurred in the sphere of interests of the new Rhetoric of the late twentieth and the beginning of the twenty-first centuries, which led to certain changes in the political power balance in the early 21st century. Accordingly, there appears and is spread a new paradigm of speech means of influence of political rhetoric, including discursive organization of the speech text, stylistic devices, the use of individual language (lexical and grammatical). The author focuses on the description of the linguistic means of expression of modality, namely, updating values of deontic modal verbs, which is considered to be one of the main means of influence in political discourse. The modality of political discourse is defined as an ideological aspect of political rhetoric, particularly modeling reality; changes in the political worldview always lead to changes in the kinds of modality of political rhetoric. On the basis of the results of analysis of political speeches from 2000 to 2015, some trends in the ways of actualization of the category of modality in modern American political rhetoric are distinguished and described.*

KEYWORDS: *political discourse; rhetoric; text; modality; deontic modality; persuasion and influence; manipulation.*

ABOUT THE AUTHOR: *Morozova Ol'ga Nikolaevna, Doctor of Philology, Professor of Department of English Philology, Pushkin Leningrad State University, Pushkin, Russia.*

ABOUT THE AUTHOR: *Borodavkina Elena Anatol'evna, Senior Lecturer of Department of English Philology, Pushkin Leningrad State University, Pushkin, Russia.*

REFERENCES

1. Obama B. Address to people of Berlin. 2008. 24 July // American Rhetoric Speech Bank. URL: <http://www.americanrhetoric.com/speeches/barackobamaberlinspeech.htm>.
2. Al-Arabiya Television Interview With Hisham Melhem. 2009. 26 Jan. URL: <http://www.americanrhetoric.com/speeches/barackobama/barackobamaal-arabiya.htm>.
3. Obama B. A New Beginning: Speech at Cairo University // American Rhetoric Speech Bank. 2009. 4 June. URL: <http://www.americanrhetoric.com/speeches/barackobama/barackobamacairouniversity.htm>.
4. Obama B. Address to the Nation on U.S. Military Action in Syria // American Rhetoric Speech Bank. 2013a. 10 Sept. URL: <http://www.americanrhetoric.com/speeches/barackobama/barackobamasyrianation.htm>.
5. Obama B. 68th Session of the United Nations General Assembly Address // American Rhetoric Speech Bank. 2013b. 24 Sept. URL: <http://www.americanrhetoric.com/speeches/barackobama/barackobamaunitednations68.htm>.
6. Obama B. Speech at the Palais des Beaux-Arts of Bruxelles. 2014a. 26 March. URL: <http://www.voltairenet.org/article183027.html>.
7. Obama B. Address to UN General Assembly // American Rhetoric Speech Bank. 2014b. 24 Sept. URL: <http://www.americanrhetoric.com/speeches/barackobama/barackobamaunitednations2014.htm>.

6. Obama B. Speech at the Palais des Beaux-Arts of Bruxelles. 2014a. 26 March. URL: <http://www.voltairenet.org/article183027.html>.

7. Obama B. Address to UN General Assembly // American Rhetoric Speech Bank. 2014b. 24 Sept. URL: <http://www.americanrhetoric.com/speeches/barackobama/barackobamaunitednations2014.htm>.

8. Obama B. Address on the 50th Anniversary of the Selma. Alabama // American Rhetoric Speech Bank. 2015. 7 March. URL: <http://www.americanrhetoric.com/speeches/barackobama/barackobamaselma50anniversarymarch.htm>.

СЛОВАРИ

9. Merriam-Webster's Online Dictionary. 11th ed. URL: <http://www.merriam-webster.com/>.

10. Webster's New World Dictionary of American English.

ЛИТЕРАТУРА

11. Алтунян А. Г. Анализ политических текстов : курс лекций. URL: www.knigafund.ru/books/174238/read#page150

12. Малолетнева И. В. Риторика и речевая коммуникация : курс лекций. URL: www.knigafund.ru/books/169697/read#page2.

13. Тураева З. Я. Язык и социальное взаимодействие // STUDIA LINGUISTICA XX. Язык в логике времени: наследие, традиции, перспективы : сб. науч. тр. — СПб. : Политехника-сервис, 2011.

14. Хантингтон С. Столкновение цивилизаций / пер. с англ. Т. Велимеева. — М. : АСТ, 2014.

15. Myhill J. Change and continuity in the function of the American English modals // Linguistics. 1995. № 33. P. 157—211.

16. Sweetser Eve From Etymology to Pragmatics. — Cambridge Univ. Pr., 1990.

americanrhetoric.com/speeches/barackobama/barackobamaunitednations2014.htm.

8. Obama B. Address on the 50th Anniversary of the Selma. Alabama // American Rhetoric Speech Bank. 2015. 7 March. URL: <http://www.americanrhetoric.com/speeches/barackobama/barackobamaselma50anniversarymarch.htm>.

9. Merriam-Webster's Online Dictionary. 11th ed. URL: <http://www.merriam-webster.com/>.

10. Webster's New World Dictionary of American English.

11. Алтунян А. Г. Анализ политических текстов : курс лекций. URL: www.knigafund.ru/books/174238/read#page150

12. Малолетнева И. В. Риторика и речевая коммуникация : курс лекций. URL: www.knigafund.ru/books/169697/read#page2.

13. Тураева З. Я. Язык и социальное взаимодействие // STUDIA LINGUISTICA XX. Язык в логике времени: наследие, традиции, перспективы : сб. науч. тр. — СПб. : Политехника-сервис, 2011.

14. Хантингтон С. Столкновение цивилизаций / пер. с англ. Т. Велимеева. — М. : АСТ, 2014.

15. Myhill J. Change and continuity in the function of the American English modals // Linguistics. 1995. № 33. P. 157—211.

16. Sweetser Eve From Etymology to Pragmatics. — Cambridge Univ. Pr., 1990.

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

Д. А. Салимова, Ю. Ю. Данилова, И. Е. Крапоткина
Елабуга, Россия

ИСТОРИКО-СОЦИАЛЬНЫЙ ПОДХОД К ПРОБЛЕМЕ ЯЗЫКА И КУЛЬТУРЫ РОССИЙСКИХ НЕМЦЕВ ПОВОЛЖЬЯ (НА МАТЕРИАЛЕ ОПУБЛИКОВАННЫХ АРХИВНЫХ ДОКУМЕНТОВ)

АННОТАЦИЯ. Рассматривается проблема сохранения языка и культуры предков поволжскими немцами. Актуальность проблемы обусловлена в том числе тем, что, согласно статистическим данным, в начале двухтысячных за 8 лет количество немцев в регионе сократилось на треть. Спорным является вопрос этнической идентичности проживающих на территории России немцев. Разными учеными этническая идентичность поволжских немцев описывается 1) как немецкая (немцы представляются мигрантами, не предполагается существование особого этноса); 2) русская и немецкая одновременно — концепция «промежуточного» этноса; 3) российско-немецкая — концепция самостоятельного этноса; 4) русская, немецкая и российско-немецкая — концепция, учитывающая факты возвращения российских немцев в Германию. Зарубежная и отечественная историческая наука предлагает разные варианты решения вопроса о том, какие константы/доминанты или духовно-нравственные ориентиры, какие традиции определяют культуру российских немцев и их национальную самоидентификацию на фоне русской или современной немецкой культурой. Авторы статьи подчеркивают, что важнейшим фактором этнической идентичности является язык, что обуславливает важность сохранения языка этнических немцев России, а также изучение его во всех его проявлениях, особенно в рамках историко- и лингвокультурного подходов. На основании архивных материалов, относящихся к 1924-1940 гг., подробно рассматривается политика советско-партийного руководства по отношению к поволжским немцам, в том числе государственные меры, затравившие язык и культуру. Отмечается характерное для последних лет возрождение интереса к этнокультурной специфике поволжских немцев, стремление к самоидентификации представителей этого народа на основе языка и культуры предков, явления, демонстрирующие эволюцию немецкого языка, используемого потомками поволжских немцев.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: российские немцы; культура; сохранение языка; архивные материалы; этнос.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ: Салимова Дания Абузаровна, доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой русского языка и контрастивного языкознания, Казанский (Приволжский) федеральный университет (Елабужский институт); адрес: 423604, г. Елабуга, ул. Казанская, д. 89; e-mail: daniya.salimova@mail.ru.

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, д. 89; e-mail: danilovaesru@mail.ru.

Крапоткина Ирина Евгеньевна, кандидат исторических наук, доцент, заведующий кафедрой всеобщей и отечественной истории, истории государства и права, Казанский (Приволжский) федеральный университет (Елабужский институт); адрес: 423604, г. Елабуга, ул. Казанская, д. 89; e-mail: ikrapotkina@mail.ru.

Активизация межкультурных и межъязыковых контактов в последние десятилетия обусловила всплеск исследований, изучающих языки с точки зрения антропоцентрического подхода, как системы национального миропонимания. Сочетание в языке универсального и национально-своеобразного особенно характерно для мировидения народов, которые оказались под ударом из-за историко-социальных, идеологических потрясений.

В отечественной науке, прежде всего историографии, отмечен значительный вклад представителей немецкого народа в развитие России, роль которого особенно велика в становлении науки и образования. Примером может служить история нашего вуза, Казанского федерального университета: у истоков императорского университета в основном стояли именно немецкие ученые [Немецкие 2004]. То же характерно для медицины и отдельных отраслей промышленности России. Между тем язык этого великого народа, да и сама его судьба в России вызывает серьезную тревогу, что следует поставить в укор всем нам, живущим в России. Приведем общеизвестные данные: по переписи 1989 г., в СССР проживало 2 млн 38 тыс. немцев, из них в РСФСР — 842 тыс. Через 13 лет, по переписи 2002 г., в России оставалось уже около 600 тыс. немцев. Перепись 2010 г. зарегистрировала на территории России 394 138 немцев, т. е. всего за 8 лет немцев убыло на треть, стало на 203 074 человека

(34 %) меньше, чем в 2002 г. Такие серьезные изменения в численном составе за несколько десятилетий не демонстрирует в России никакая другая нация.

Что касается этнической идентичности российских немцев, современные авторы предлагают считать основными следующие типы идентичности: 1) немецкая — тип мигранта, отсутствие этноса как такового (позиция В. Н. Шайдурова [Шайдуров]); 2) русская и немецкая одновременно — концепция «промежуточного» этноса В. Г. Дица [Диц]; 3) российско-немецкая — концепция самостоятельного этноса В. Ф. Баумгертнера [Доклад Баумгертнера]; 4) русская, немецкая и российско-немецкая (с учетом случаев возвращения российских немцев в Германию) — позиция Г. Г. Вормсбехера [Вормсбехер 1999].

Невозможно согласиться с суровым выводом некоторых специалистов: «Факт лишения прежде всего компактности проживания с последующим принудительным незаконным дисперсным расселением по огромному пространству бывшего СССР привел на сегодняшний день к печальному результату — этнос в лице российско-немецкого народа распался. Вряд ли в нынешних политических и правовых условиях, существующих в России, возможно его становление в прежнем виде!» [Вольф, Беллер].

Историческая наука, как отечественная, так и зарубежная, не раз обращалась к вопросу о том,

Работа выполнена при финансовой поддержке РГНФ: 15-04-00011а «Язык и культура русских немцев в миграции: проблемы самопрезентации и самоидентификации»

© Салимова Д. А., Данилова Ю. Ю., Крапоткина И. Е., 2015

какие константы/доминанты или духовно-нравственные ориентиры, какие традиции определяют культуру российских немцев и их национальную самоидентификацию в сравнении с русской или современной немецкой культурой. И сегодня актуальны слова великого немецкого философа-лингвиста В. фон Гумбольдта: «Истинная родина — это язык. Отчуждение от родного происходит всегда через язык, очень быстро и легко, хотя и тихо и незаметно» [Гумбольдт 1985: 415]. Именно поэтому сохранение языка этнических немцев России, а также изучение его во всех проявлениях, особенно в рамках историко- и лингвокультурного подходов, является одной из актуальных задач современной науки, причем как для историков, социологов, культурологов, так и для филологов, языковедов.

В данной статье, основанной на опубликованных архивных источниках, а также научных публикациях и работах историков прошлого и современных ученых, материалах научно-практических конференций, периодической печати, статистических отчетов, мы попытались известную проблему осветить в новом ракурсе: дать ответ на вопрос «Как проходил процесс отчуждения этнических немцев от родного языка?» сквозь призму истории Автономной Республики Немцев Поволжья. В архивных документах нам удалось обнаружить свыше 230 источников, касающихся в первую очередь языка, культуры и вероисповедания поволжских немцев.

Итак, источниковую базу нашего исследования составили интервью-переписка с потомками российских немцев, хрестоматии и энциклопедии, архивные материалы [напр.: Немцы Союза ССР 2009; История российских немцев... 1993—1994; Герман, Иларионова, Плева 2005; Российские немцы XXI век... 2008].

Даже поверхностный взгляд на сухие формулировки, приведенные в указанных выше источниках, дает возможность осознать сложные в социо- и психолингвистическом плане явления. Анализ документов только за последние несколько десятилетий (тогда как история российских немцев насчитывает более 400 лет: вспомним, что Немецкая слобода в Москве появилась в 1652 г.) показывает, как поволжские немцы от некогда зафиксированного «игнорирования занятиями русского языка» пришли к игнорированию языка своих предков. Целенаправленный отбор материалов совещаний, конференций, докладных, в которых имелись концептуальные для нас словосочетания «изучение языка», «религиозное воспитание», «идеологическое воспитание», «культура поволжских немцев», «публикации на немецком языке» (признаем, что мы сузили круг рассматриваемых проблем), пролил свет на непростые исторические условия существования этнических немцев Поволжья.

Циркулярное письмо обкома ВКП(б) Области немцев Поволжья кантонным комитетам РКА(б) от 21 ноября 1923 г. гласит: «В немецких селах нашей области, несмотря на все предосторожности, распространяется немецкая литература... эмиграция использует и ряд других способов связи с нашим населением, как личные письма отдельным гражданам и собиравание сведений через духовенство, рассылка анкет и т. д.

В связи с этим ОК предлагает: ...4) Установить, какими путями литература и письма проникают в кантоны. 5) Все, что можно из этой литературы, изъять (ни в коем случае не действуя принуждениями, а исключительно просьбами) и направить на имя ответсекретаря обкома... Никаких циркуляров по этому поводу издавать не следует. Всю эту работу нужно проделывать путем использования личного влияния и знакомства с населением партийных и советских работников. Врид отв. секр. Э. Гросс» [Герман, Иларионова, Плева 2005: 168—169]. Прошло всего 5 лет после того, как Совет народных комиссаров своим декретом провозгласил областную автономию немцев Поволжья (со статусом «Трудовая коммуна»), через год после чего была основана Автономная Социалистическая Советская Республика (АССР) Немцев Поволжья с целью как раз сохранить язык и культуру этого народа, а партийное руководство озабочено «проникновением» писем и газет на немецком языке. Как можно было «просьбами» изымать личные письма у поволжских немцев, представить сложно (впрочем, в истории России добровольное часто становилось принудительным). В ряде других документов конца 20-х гг. тоже четко прослеживается озабоченность советской власти «немецким влиянием» в кантонах. Естественно, такое отношение власти к поволжским немцам приводило к массовому оттоку последних: «Докладная записка Ягоды и Ольского секретарю ЦК ВКП(б) В. М. Молотову от 5 ноября 1929 года излагает об опасной тенденции „бега“ немцев из автономной республики: 120 семей из двух сел. „В Покровском районе оренбургского округа к выезду готовы 800 семейств. Настроение у них боевое, они решили бросить хозяйство и поехать во что бы ни стало, даже в том случае, если их силой захотят задержать“» [Немцы 2009: 651]. Стремление к эмиграции поволжских немцев объяснялось несколькими причинами, среди которых на первом месте стояли ужасы коллективизации — мероприятия, глубоко чуждого хорошему хозяину, крестьянину-немцу; индивидуальные обложения, налоги; пятилетние планы (с точки зрения здравого смысла, характерного для крепкого крестьянина — немца, невозможно запланировать урожай, поголовье скота, когда многое зависит от погодных условий и иных обстоятельств); отсутствие свободы религиозного воспитания и жесткая антирелигиозная пропаганда [Лиценбергер 1999]. Выезд поволжских немец из страны принял чудовищные масштабы. Советские партийные работники вынужденно скорректировали курс. В эти годы друг за другом выходят постановления «О работе среди немецкого населения», «О мобилизации партийцев-немцев в немецкие районы» (1929 г.), об увеличении тиража немецкой печати. Но даже стремление сохранить немецкое крестьянство не заставило партийных функционеров отказаться от идеологического прессинга. Так, на уровне обкома 16 ноября 1934 г. обсуждается вопрос «О проявлениях кулацкого национализма в культурном строительстве и на идеологическом фронте в АССР НП». В соответствующем постановлении Бюро обкома ВКП(б) указывается на «игнорирование и саботаж изучения русского языка

в немецких школах, техникумах и вузах» [Герман, Иларионова, Плева 2005: 180].

В вопросах языка и культуры партия начинает двигаться в прямо противоположном направлении: открываются образовательные учреждения с преподаванием на немецком языке, на нем издаются газеты и журналы. Об этом свидетельствует, например, протокол заседания секретариата обкома ВКП(б) АССР НП г. Покровск по вопросу «Об итогах осеннего набора в Немпединститут» в 1930 г. (докл. т. Пауль А., в прениях выступили тт. Лоос, Пукит, Эрфурт, Горст) [Немцы 2009: 351].

В эти годы открылись Немецкий коммунистический вуз (первый ректор — А. Айрих), Немецкий СХИ (сельскохозяйственный институт). Следует отметить, что поощрение национальной самоидентификации сопровождалось насаждением партийной идеологии: в архивах почти на каждой странице встречаются требования принимать в эти вузы «исключительно коммунистов и комсомольцев». Показательно и строгое постановление бюро обкома ВКП(б) АССР НП «О недопустимости низком уровне коммунистического воспитания студентов в НемСХИ» [Герман, Иларионова, Плева 2005: 356—357].

Встречаются и документы другого характера. Наиболее интересным, например, в плане проведения языковой политики партийным руководством нам представляется решение бюро обкома ВКП(б) АССР НП от 22 июня 1936 г. об обучении немецкому языку ответственных работников: «...представить конкретный список товарищей, которые должны изучать немецкий язык... поручить подготовить предложения по изучению немецкому языку более широкому кругу русских работников и ответственными работниками-немцами, плохо владеющими немецким языком» [Немцы 2009: 427]. Позволим себе небольшое отступление. Цитированные слова были зафиксированы ровно за 5 лет до начала Великой Отечественной войны. С одной стороны, знание немецкого языка могло бы действительно очень пригодиться в этот период, с другой — представить продолжение обучению немецкому языку в таких условиях, стремление уделить серьезное внимание к языку «оккупантов» было бы очень сложно.

Привлекла наше внимание и стенограмма XX областной партийной конференции «О попытках журналистов заменить немецкий литературный язык местным диалектом», состоявшейся 6 июля 1937 г., в непростые для страны 1930-е гг. На уровне партийного руководства области рассматривался вопрос о немецком языке, о его лексических особенностях. Вспомним, что в 1930-х гг. немецкие колонии Поволжья оставались монолингвальными анклавами. Немецкие крестьяне изъяснялись только на немецком, родном языке, используя южногессенский диалект. Насаждение русского языка, постоянный идеологический прессинг (распространение идей коммунизма и интернационализма) поставили немецкие диалекты на грань исчезновения. Поэтому, видимо, журналисты при написании статей (а газеты были основным источником информации в тот период) пытались вставлять в свои материалы лексические компоненты родных диалектов.

В преддверии Великой Отечественной войны партийные чиновники вынуждены были признать «перегибы» в национальной политике. В докладной записке с грифом «Сов. секретно» от 4 апреля 1940 г. И. Гебгардт писал: «Допущенные перегибы без учета национальных и культурных особенностей немецких, польских деревень, дали кулацким и антисоветским элементам возможность усилить свою агитацию за эмиграцию среди основных массы крестьян» [Немцы 2009: 691].

Таким образом, изучение документов, затрагивающих вопросы языка и культуры поволжских немцев, позволило нам проследить постоянные изменения государственной политики, напоминающие колебания маятника в руках советско-партийных чиновников, который качался то в сторону послабления, то усиления, нажима, строгого надзора и, наконец, жесткого приговора. Справедливости ради следует отметить, что во многих проанализированных документах речь идет об открытии новых газет и журналов на немецком языке, о необходимости учета родного языка в работе с поволжскими немцами, т. е. обвинять партийную власть в целенаправленном стремлении уничтожить этнос было бы, мягко говоря, некорректным.

В период «оттепели», 9 января 1965 г., инициативная группа советских немцев выступила с обращением к руководству СССР: «Только восстановление немецкой автономной республики может остановить духовную, нравственную деградацию не имеющего культурной и языковой связи советско-немецкого населения» [История... 1993, т. 1: 323]. И действительно, движение за возврат к истокам, национальным корням приобрело широкий размах. Впрочем, энтузиазм российских немцев натолкнулся на все мыслимые и немыслимые барьеры, нельзя отрицать и пагубную роль прагматизма, стремления к удобству.

Вот что писали, например, потомки поволжских немцев, живущие на Алтае, в газету «Нойе лебен». Мария Мертенс: «Мой муж и я относимся к тем, которые отказались от преподавания немецкого языка. И почему. Потому что директор и учителя нас пугали, что наши дети отстанут, что это будет вредно для их здоровья, что вообще не следует изолировать немецких детей. Учителя нам доказывали, что, мол, достаточно, если дети будут изучать немецкий язык как иностранный. Мы сожалеем о нашем решении» [История... 1994, т. 2: 319].

Аналогичное движение развернулось в 90-х гг. XX в. Б. Н. Ельцин на встрече с жителями села Осиновское Саратовской области 8 января 1992 г. произнес следующее: «Там, где нет компактного проживания немецкого населения... никакой автономии не будет. Я вам как президент гарантирую... Другое дело, скажем, в Волгоградской области военный полигон 300 т. гектаров пустой, и маршал Шапошников его отдает. И там будут они заселены, допустим. И пусть эту землю, которая снарядами начинена, пусть они ее, значит, обрабатывают. И Германия поможет. Там, может быть, в каком-то будущем какая-то такая вот область и будет или, может быть, район какой-то такой национальный немцев Поволжья, но только когда там будет 90 % немцев» [История... 1994,

т. 2: 390]. Лингвистический анализ данного фрагмента выступления тогдашнего президента позволяет сделать неутешительные выводы. Конечно, необходимо сделать скидку на сложность социально-политической обстановки в нашей стране в 1990-х гг. и на индивидуальные особенности устной речи руководителя. Тем не менее нельзя не обратить внимание на обилие слов с семантикой неопределенности («какой-то такой район», «какая-то такая вот область», вводные слова «скажем», «может быть», «допустим»), а также на выдвигание практически невыполнимого требования наличия «90 % немцев» (сегодня такого процента нет даже в самой Германии) — все это позволяет сделать вывод о том, что руководство страны уже тогда (в период так называемого «расцвета демократии») не расценивало подобный проект как реальный.

Крайне пессимистические настроения отдельных представителей российских немцев («Нет сегодня российских немцев» — популярное сообщение на интернет-сайтах и форумах), конечно, можно объяснить. Но в противовес этому можно выдвинуть массу аргументов. Сегодняшние языки, например русский и татарский, — это не те языки, которые функционировали на территории современной России 50—60 лет тому назад. Закономерными итогами развития языка (которые можно по-разному оценивать) становятся лексические нововведения, новые синтаксические структуры и словообразовательные модели, даже иная просодия, тональность в звучании и т. д. Параллельно языку развивается и национальная самоидентификация. Перед нами уже не те немецкие переселенцы, которые прибыли в Россию в XVII—XVIII вв., а скорее новая этническая формация, сохранившая базовые элементы и атрибуты культуры и воспринявшая элементы культуры нации-окружения. Логичнее было бы вести речь не об ассимиляции, а об интеграции российских немцев в условиях дисперсного проживания основной массы граждан немецкой национальности в современной России.

Выбранный нами историко-социальный подход к предмету исследования позволил выявить, что значительную роль в языковой и культурной идентификации российских немцев Поволжья на разных этапах их истории играла регионально-территориальная идентичность, и содержание идентичности поволжских немцев будет определяться в известном смысле влиянием указанного региона. Языковая и культурная идентификация, происходящее сегодня восстановление идентичности поволжских немцев, на наш взгляд, не приводит к полной идентификации с первичной, «материнской» культурой. Характерно наличие альтернативных вариантов культурной идентичности: «поволжские немцы», «немцы в России», «немецкие русские», «русские немцы»...

Принятая «Программа Федеральной национально-культурной автономии „Российские немцы“ на 1998—2000 гг.» [Герман, Иларионова, Плева 2005] в качестве основных направлений предусматривала «разработку научно-методических основ восстановления национального языка, который для сегодняшнего юного поколения российских немцев должен стать родным, наряду с

русским», «вовлечение в национально-культурную деятельность инициативных людей из числа российских немцев и других национальностей, тяготеющих к немецкой культуре» [Там же: 406] (позволим смелость причислить себя именно к таковым — авт.). Жаль, что далеко не все пункты Программы были реализованы, например, такой пункт, как «создание экспериментальной начальной немецкой школы в одном из регионов» [Там же: 405]. Но дух и основная цель Программы — «возрождение, сохранение и развитие культуры российских немцев путем синтеза еще сохранившейся культуры российских немцев, российской и современной германской культур» [Там же: 409] — живы и находят отклик в сердцах потомков поволжских немцев.

Наше непосредственное общение с этническими немцами (среди которых были, например, Екатерина Сайбель, Галина Герк, Светлана Тазетдинова), а также общение с ними в социальных сетях (например, с Кристиной Фрезе, Борисом Лейнвебером — пока всего с 12 людьми, в большинстве являющихся внуками тех немцев, которые были сосланы в Казахстан) позволяет сделать вывод, что большинство этнических немцев сегодня, к большому сожалению, действительно не знают немецкого языка. Тем не менее 20 % из них, к слову, самые яркие и талантливые представители сегодняшней российской молодежи, не только знают немецкий язык, но и сделали его предметом профессиональных интересов: это, например, Борис Лейнвебер, писатель-сценарист, поставивший недавно на сцене документальный спектакль «Лишенные крова» (Санкт-Петербург, режиссер), Кристина Фрезе (Можга). Мы называем подобные явления «возрожденным эхом крови», так как родители наших респондентов на немецком языке практически не общались, хотя деды и бабушки сегодняшних потомков поволжских немцев дома говорили исключительно по-немецки, при этом сохраняя черты южногесенского диалекта. Не требуют комментариев слова Кристины Фрезе: «Хочу быть ближе к своим корням»; Екатерины Сайбель: «Ярким детским воспоминанием было то, как нас встречали: с накрытым столом, громкими восклицаниями „О, майн энгельдин!!!“» (из личной переписки). В переписке с этническими немцами мы обнаруживаем также фрагменты шванка как одного из ярких примеров фольклорных жанров российских немцев. Если принять во внимание и тот факт, что одними из самых обсуждаемых и активных в интернет-пространстве сегодня становятся сайты этнических немцев и тех, кто «ищет свои корни», появляются основания для надежды на положительные сдвиги.

Мы уверены, что в сегодняшних условиях глобализации и универсализации толчком к внутреннему объединению становятся новые факторы, в первую очередь стремление сохранить, а во многих случаях и возродить этнокультурные коды российских немцев, т. е. сохранить внутреннюю целостность этносоциума. Говоря иначе, могут сработать так называемые «генная память» и «звон крови», пробуждение «приглушенных генетических кодов». И это действительно происходит, правда, пока лишь с немногими потомками

российских немцев. Но ведь историческая наука не раз демонстрировала, что историю делают отдельные личности.

Красноречивее всего выше сказанного строки из опубликованного на одном из интернет-форумов [Форум Германии] стихотворения-песни «Русские немцы» (орфография и пунктуация частично изменены — *авт.*):

«Мы возвращаемся туда, где наши предки жили,
Но власть великого Петра их позвала в Россию.
И волей царственной руки и по велению сердца
По снегу мчались рысаки, везя

УЧЕНЫХ НЕМЦЕВ.

Они создали города, и школы, и больницы,
Они остались навсегда, что бы

с РУСЬЮ породниться.

С Екатериновских времен до сталинского строя
Российский колокольный звон звучал

для них судьбою.

Примеч:

Мы — граждане Германии по крови и по сути,
Но через все страдания РОССИЮ не забудем.
Вернулись мы в родимый край, прекрасный,

небольшой.

МЫ — ГРАЖДАНЕ ГЕРМАНИИ,

НО С РУССКОЙ ДУШОЙ.

...А наши дети здесь растут,

и свадьбы здесь играют,

И по-немецки говорят, а русский забывают.

У них счастливые глаза и радостные лица,
Но все же ночью иногда Россия будет сниться.

А может, ветер перемен историю закружит...

И снова русскому царю

НЕМЕЦКИЙ МАСТЕР НУЖЕН БУДЕТ?

И вновь помчатся рысаки, и по велению сердца
Одна душа и две руки у русского у немца...»

Nelli Kunina [Русские немцы]

Завершить статью хотелось бы словами из замечательной книги, которую мы уже не раз цитировали: «Судьба российских немцев насыщена множеством горьких фактов. Но дух и сила и красота этого народа навсегда останутся в жизни России» [Немцы 2009: 5]. Нам бы хотелось расширить это пожелание: пусть язык этнических немцев навсегда впишется в языковое полотно России и остается прекрасным фрагментом орнамента общероссийского многоязычного пространства. И роль этого изумительно интересного фрагмента далеко не сводится к декоративной — этот язык функционирует, развивается, эхом отдается в сердцах, пусть пока небольшого числа, нынешних потомков этнических немцев, привлекает к себе внимание все большего числа специалистов, в том числе не немецкой националь-

ности. Уникальность и гетерогенность языка поволжских немцев с его своеобразной субструктурой, несомненно, обусловлена многослойным языковым и историко-культурным окружением. В условиях современной России, в которой, несмотря на все экономические трудности, все больше осознается ценность языка, культуры в обществе, историко-культурное окружение (среда), несомненно, должно послужить питательной средой для нового этапа в самоидентификации российских немцев.

ЛИТЕРАТУРА

1. Вольф Э. Л., Беллер А. В. О проблеме сохранения этнического у представителей российско-немецкого народа // Два с половиной века с Россией (к 250-летию начала массового переселения немцев в Россию) : тез. докл. 4-й Междунар. науч.-практ. конф. (Москва, 24—26 авг. 2012 г.). URL: <http://dogend.ru/docs/index-428433.html?page=25> (дата обращения: 13.10.2015).
2. Ворсбехер Г. Г. Российские немцы: у последней черты // Общественные науки и современность. 1999. № 2. С. 75—84.
3. Герман А. А., Иларионова Т. С., Плева И. Р. История немцев России : хрестоматия. — М. : МСНК-пресс, 2005.
4. Гумбольдт В. фон. Язык и философия культуры. — М. : Прогресс, 1985.
5. Диц В. Г. Кто мы, российские немцы? URL: http://www.rainfo.ru/soc_rd/article.php?mode=view&site_id=34&own_menu_id=14127 (дата обращения: 11.10.2015).
6. Доклад Баумгертнера В. Ф. на Внеочередном (объединительном) съезде ФНКА РН. URL: <http://www.astratar.ru/eiprd/articleview.aspx?id=173> (дата обращения: 12.10.2015).
7. История российских немцев в документах. Общественно-политическое движение за восстановление национальной государственности (1965—1992 гг.) : в 2 т. / сост. В. А. Ауман, В. Г. Чеботарева. — М., 1993—1994.
8. Лиценбергер О. Антирелигиозные кампании // Немцы России : энцикл. / редкол.: В. Карев (пред. редкол.) и др. — М. : ЭРН, 1999. Т. 1 : А—И. С. 64—67.
9. Немецкие ученые — профессора Казанского университета / сост. В. Г. Диц, А. В. Гарзавина, И. А. Новицкая. — Казань, 2004.
10. Немцы Союза ССР. Драма великих потрясений 1922—1939 гг. Архивные документы. Комментарии / сост. В. Г. Чеботарева ; предисл. В. Ф. Баумгертнера, В. Г. Чеботарева. — М. : Общественная академия наук российских немцев : АНО «Центр немецкой культуры», 2009.
11. Российские немцы XXI век : материалы Междунар. науч.-практ. конф. и социологического опроса / под общ. ред. В. А. Аумана, В. Г. Чеботаревой. — М. : МОО «Общественная организация наук российских немцев : АНО «Центр немецкой культуры», 2008.
12. Русские немцы — великие личности. URL: <http://germany-forum.ru/> (дата обращения: 14.10.2015).
13. Форум Германии. URL: <http://germany-forum.ru/>.
14. Шайдуров В. Н. Российские немцы: сто лет в условиях национального конфликта. URL: <http://www.memo.ru/history/nem/Chapter2.htm> (дата обращения: 11.10.2015).

D. A. Salimova, Y. Y. Danilova, I. E. Krapotkina
Yelabuga, Russia

SOCIO-HISTORICAL APPROACH TO THE LANGUAGE AND CULTURE OF THE RUSSIAN GERMANS OF THE VOLGA REGION (BASED ON THE PUBLISHED ARCHIVAL MATERIALS)

ABSTRACT. *The article deals with the problem of preservation of language and culture of the ancestors by the Volga Germans. This problem remains urgent as, according to statistics, the number of the Germans in the region reduced by one third during 8 years by the early two thousands. The question of ethnic identity of the Russian Germans is open to dispute. Different scholars describe the ethnic identity of the Volga Germans in a different way: 1) as German (the Germans are represented as migrants and no special ethnos is believed to exist); 2) Russian and German at the same time — a conception of a “medium” ethnos; 3) Russian-German — a conception of a separate ethnos; 4) Russian, German and Russian-German — a conception which takes into account the facts of the Russian Germans’ returning to Germany. Foreign and home historical sciences offer different variants of solution of the problem what constants/dominants or spiritual and moral values and traditions define the culture of the Russian Germans and their national self-identification on the background of modern Russian or German culture. The authors of the article stress that language is the most important factor of ethnic identity, and this fact explains the*

importance of preservation of the language of the ethnic Germans in Russia, as well as learning and studying it in all its forms, especially in the framework of historical and linguo-cultural approaches. On the basis of archival materials, relating to 1924-1940, the article dwells in detail on the policy of the soviet state and party leadership in relation to the Volga Germans, including government measures on language and culture. The article specifies the revival of interest to ethno-cultural specificity of the Volga Germans and the aspiration of the representatives of this people to self-identification on the basis of language and culture of their ancestors; these facts demonstrate the evolution of the German language used by the Volga Germans today.

KEYWORDS: *Russian Germans; culture; preservation of language; archival materials; ethnos.*

ABOUT THE AUTHOR: *Salimova Daniya Abuzarovna, Doctor of Philology, Professor, Head of Department of Russian Language and Contrastive Linguistics, Elabuga Institute of Kazan (Volga region) Federal University, Yelabuga, Russia.*

ABOUT THE AUTHOR: *Danilova Yuliya Yur'evna, Candidate of Philology, Associate Professor of Department of Russian Language and Contrastive Linguistics, Elabuga Institute of Kazan (Volga region) Federal University, Yelabuga, Russia.*

ABOUT THE AUTHOR: *Krapotkina Irina Evgen'evna, Candidate of History, Associate Professor, Head of Department of General and National History, History of State and Law, Elabuga Institute of Kazan (Volga region) Federal University, Yelabuga, Russia.*

REFERENCES

1. Vol'f E. L., Beller A. V. O probleme sokhraneniya etnicheskogo u predstaviteley rossiysko-nemetskogo naroda // Dva s polovinoy veka s Rossiey (k 250-letiyu nachala massovogo pereseleniya nemtsev v Rossiyu) : tez. dokl. 4-y Mezhdunar. nauch.-prakt. konf. (Moskva, 24—26 avg. 2012 g.). URL: <http://dogend.ru/docs/index-428433.html?page=25> (data obrashcheniya: 13.10.2015).
2. Vormsbekher G. G. Rossiyskie nemtsy: u posledney cherty // Obshchestvennyye nauki i sovremennost'. 1999. № 2. S. 75—84.
3. German A. A., Ilarionova T. S., Pleve I. R. Istoriya nemtsev Rossii : khrestomatiya. — M. : MSNK-press, 2005.
4. Gumbol'dt V. fon. Yazyk i filosofiya kul'tury. — M. : Progress, 1985.
5. Dits V. G. Kto my, rossiyskie nemtsy? URL: http://www.rinfo.ru/soc_rd/article.php?mode=view&site_id=34&own_menu_id=14127 (data obrashcheniya: 11.10.2015).
6. Doklad Baumgertnera V. F. na Vneochednom (ob"edinitel'nom) s"ezde FNKA RN. URL: <http://www.astrastar.ru/eiprd/articleview.aspx?id=173> (data obrashcheniya: 12.10.2015).
7. Istoriya rossiyskikh nemtsev v dokumentakh. Obshchestvenno-politicheskoe dvizhenie za vosstanovlenie natsional'noy gosudarstvennosti (1965—1992 gg.) : v 2 t. / sost. V. A. Auman, V. G. Chebotareva. — M., 1993—1994.
8. Litsenberger O. Antireligioznye kampanii // Nemtsy Rossii : en-tsikl. / redkol.: V. Karev (pred. redkol.) i dr. — M. : ERN, 1999. T. 1 : A—I. S. 64—67.
9. Nemetskie uchenye — professora Kazanskogo universiteta / sost. V. G. Dits, A. V. Garzavina, I. A. Novitskaya. — Kazan', 2004.
10. Nemtsy Soyuzo SSR. Drama velikikh potryaseniy 1922—1939 gg. Arkhivnye dokumenty. Kommentarii / sost. V. G. Chebotareva ; predisl. V. F. Baumgertnera, V. G. Chebotareva. — M. : Obshchestvennaya akademiya nauk rossiyskikh nemtsev : ANO «Tsentr nemetskoy kul'tury», 2009.
11. Rossiyskie nemtsy XXI vek : materialy Mezhdunar. nauch.-prakt. kon-f. i sotsiologicheskogo oprosa / pod obshch. red. V. A. Aumana, V. G. Chebotarevoy. — M. : MOO «Obshchestvennaya organizatsiya nauk rossiyskikh nemtsev : ANO «Tsentr nemetskoy kul'tury», 2008.
12. Russkie nemtsy — velikie lichnosti. URL: <http://germany-forum.ru/> (data obrashcheniya: 14.10.2015).
13. Forum Germanii. URL: <http://germany-forum.ru/>.
14. Shaydurov V. N. Rossiyskie nemtsy: sto let v usloviyakh natsional'nogo konflikta. URL: <http://www.memo.ru/history/nem/Chapter2.htm> (data obrashcheniya: 11.10.2015).

Статью рекомендует к публикации д-р ист. наук, проф. И. В. Маслова.

Н. А. Сметанина, Л. Б. Голова, А. В. Колотурская
Екатеринбург, Россия

ЭТИЧЕСКИЙ И СТИЛИСТИЧЕСКИЙ АСПЕКТЫ ДЕЛОВОЙ ПЕРЕПИСКИ В XIX—XXI ВВ.

АННОТАЦИЯ. Ставится цель установить, как современные средства коммуникации, позволяющие практически мгновенно обмениваться сообщениями, в том числе письменными, повлияли на жанровые аспекты делового письма. К деловым письмам в XIX в. обычно относили документы, составленные для разрешения или урегулирования какого-либо спора или процесса, а также для установления, соблюдения и определения прав, обязанностей или свобод партнеров. Различались стили публичных и частных дел. Первый был связан с государственными делами, стиль частных дел представлен деловыми письмами всех видов: коммерческими письмами, облигациями, расписками, счетами, объявлениями, свидетельствами и др. В XIX в. текст типичного коммерческого письма делился на три основные части: начало (вступление), содержание и конец. В начале письма, которому предшествует адрес получателя, место и день составления, упоминают дату последнего или всех последних оставленных без ответа писем делового партнера или дату последнего письма, ответа на которое еще не поступило. Рост объемов документооборота в наши приводит к унификации стиля и особенностей построения документов, к увеличению частотности употребления языковых формул, клише. По сравнению с XIX в., в современной деловой переписке чаще используется отраслевая терминология. Наблюдается тенденция к предельному сокращению письма до следующей формулы: «Dear Sir/Madam» — суть вопроса — «Yours faithfully» или «Best regards». Делается вывод, что, как демонстрирует деловая переписка, этические принципы и нормы, преобладающие в XIX в., остаются актуальными и в XXI в.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: деловая переписка; коммерческое письмо; деловой стиль; стилистический аспект; этика.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ: Сметанина Наталья Александровна, ассистент, кафедра лингвистики и профессиональной коммуникации на иностранных языках, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина; адрес: 620002, Екатеринбург, ул. Мира, 19; e-mail: nataliasmetanina@yahoo.com.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ: Голова Людмила Борисовна, ассистент, кафедра лингвистики и профессиональной коммуникации на иностранных языках, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина; адрес: 620002, Екатеринбург, ул. Мира, 19; e-mail: golova.ludmila@yandex.ru.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ: Колотурская Анастасия Викторовна, ассистент, кафедра лингвистики и профессиональной коммуникации на иностранных языках, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина; адрес: 620002, Екатеринбург, ул. Мира, 19; e-mail: anastacia39@yandex.ru.

Умение искусно излагать свои мысли, в частности на бумаге, всегда высоко ценилось. Многие романы писались в эпистолярном жанре. Вплоть до второй половины XIX в. переписка являлась единственным способом общения на расстоянии. Сейчас благодаря современным средствам коммуникации необходимость общаться посредством писем резко снизилась. Однако это не относится к электронной переписке и так называемому онлайн-общению, которое все больше приобретает черты разговорной речи, характерные для обычной беседы.

Цель нашей статьи — сравнение норм написания делового письма в XIX и XXI вв. Один из существенных вопросов — влияние на эти нормы технических средств, физической формы послания. Мы определим основные характеристики делового письма, рассмотрим, какие новые черты оно приобрело в новом тысячелетии, какими этическими нормами руководствуются авторы таких писем, а также опишем стилистические параметры деловых писем.

К деловым письмам в XIX в. относили документы, созданные для разрешения или урегулирования какого-либо спора или процесса, а также для установления, соблюдения и определения прав, обязанностей или свобод партнеров. Подходящие под это определение сочинения принято относить к деловому стилю, в рамках которого выделяются стиль публичных и стиль частных дел [Хоффман 2003: 56—57]. Первый связан с делами государства. К сочинениям стиля частных дел принято относить деловые письма всех видов: коммерческие письма, облигации, расписки, счета, объявления, свидетельства и др.

В XIX в. текст типичного коммерческого письма делился на три основные части: начало (вступление), содержание и конец. В начале письма, которому предшествует адрес получателя, место и день составления, упоминают дату последнего или всех последних оставленных без ответа писем делового партнера или дату последнего письма, ответа на которое еще не поступило. В случае если обмен письмами вызывался торговыми отношениями или если переписка надолго прерывалась, было необходимо в начале письма ознакомить получателя с положением дел и обстоятельствами, которые побудили автора писать ему, или сообщить о причине перерыва в деловых отношениях [Хоффман 2003: 67].

Наличие различных видов коммерческих писем обуславливалось разнообразием деловых отношений. Для писем, содержанием которых были ходатайства, соглашения, заявления и т. д., существовали до сих пор действующие общие правила, учитывающие своеобразие коммерческого стиля. В качестве справочного издания мы обратились к книге «The Art of Correspondence English and French» [Sadler 1865], которая в XIX в. во многих учебных заведениях служила методическим пособием.

П. Садлер считает, что письмо занимает промежуточное положение между научной и популярной литературой. Не существует темы, на которую нельзя высказаться в форме письма [Sadler 1865: 2].

П. Садлер утверждал, что первым и главным требованием для письма являются простота и естественность, так как «чопорный и тяжеловесный стиль неуместны в письме, как и в разговоре.

Но это, однако, не запрещает автору письма быть живым и остроумным. Эти черты придают изящество как письму, так и разговору, особенно когда они являются естественными, а не заученными; когда употреблены к месту, а не по необходимости» [Sadler 1865: 10]. Кроме того, деловое письмо должно быть четким и кратким, насколько это возможно. Далее П. Садлер пишет, что простота и четкость — неотъемлемые составляющие делового письма, потому что «человек, желающий всегда блистать, как в письмах, так и в разговоре, будет нравиться недолго» [Там же: 12]. Таким образом, краткость и четкость — два основных требования. Нужно писать лишь то, что необходимо, и ничего больше. По мнению П. Садлера, ключевым является умение избегать любого рода двусмысленности, способной привести к искажению смысла и отсутствию взаимопонимания. Относительно краткости изложения П. Садлер приводит интересный пример: «Длинное письмо, избилующие ученые терминами, и короткое, в котором сказано лишь необходимое, можно сравнить с двумя джентльменами, обратившимися к даме с просьбой о щепотке табака. Первый джентльмен обратился к ней со следующей пышной речью: „Мадам, позвольте опустить кончики пальцев в ваше душистое хранилище, чтобы взять из него несколько мельчайших крупинок, которые смогут приятно пощекотать мои органы обоняния“. Пока леди пыталась понять, что первый имел в виду, второй джентльмен сказал: „Мадам, не могли бы Вы угостить меня щепоткой табака?“ Его просьба была удовлетворена раньше того, как леди поняла, что первый джентльмен имел в виду» [Там же: 22].

Простота и естественность остаются необходимыми условиями в написании писем и сейчас. Ш. Тейлор пишет, что «лаконичность — основное правило в написании делового письма», аргументируя это следующим: «...длинное, непонятно написанное сообщение способно вызвать раздражение из-за потраченного на его прочтение времени» [Тейлор 2002: 14]. Считали обязательной лаконичность и авторы пособия, выпущенного в 1970-х гг. под руководством канцелярии Белого дома, «Простые письма», полагая, что расточительство в словах ведет к расточительству в деньгах. Письмо идеального объема должно укладываться в одну страницу. Нельзя не учитывать того факта, что официальное письмо — это не развлекательное чтение, а документ, в котором содержится информация, побуждающая к определенным поступкам. В большинстве случаев отказ от излишних слов и выражений делает письмо четче, яснее, более легким для восприятия. В современном мире деловое, или, как его иногда называют, коммерческое письмо является неотъемлемой частью деловой документации и средством общения между организациями, поэтому должно содержать лишь необходимую информацию. Мы также считаем вышеописанные нормы и требования лаконичности, четкости и простоты, предъявляемые П. Садлером и Ш. Тейлор к деловому письму, ключевыми.

П. Садлер считает, что лучшие письма — это те, «что написаны с великолепной легкостью, потому что всегда идет легко то, что диктует

сердце или воображение» [Sadler 1865: 6]. Однако автор считает нужным оговориться: необходимо помнить, что рекомендуемые в эпистолярном жанре простота и легкость не должны быть поняты как небрежность. Даже при сочинении письма самому близкому другу необходимо уделить некоторое внимание предмету и стилю письма. Это своего рода проявление уважения как к себе, так и к другу. Неосторожное слово в разговоре может забыться, но необходимо помнить, беря ручку в руку, «что написанное пером не вырубить топором». Простота, четкость и уважение к партнеру, бесспорно, остаются необходимыми требованиями и сегодня. Следование данным нормам считается проявлением уважения к себе и к адресату. Неосторожное, неподходящее слово в разговоре может не привлечь к себе внимание, забыться. Однако неуместное выражение в письме однозначно привлечет к себе внимание.

На одном из наиболее авторитетных русскоязычных сайтов, посвященных тонкостям деловой корреспонденции [Деловая переписка], сформулированы этические нормы, которыми должен руководствоваться пишущий деловое письмо, и главная из них так же, как и в XIX в., «корректность и уважение к партнеру»: «Даже если целью письма является высказывание претензии, его текст не должен содержать грубых слов и некорректных выражений, способных обидеть контрагента. Заботясь о поддержании достоинства своего адресата, вы, таким образом, сохраняете свое собственное» [Там же].

Интересно заметить, что и в XIX, и в XXI в. авторы пособий (например, П. Садлер, Ш. Тейлор, Л. Лагхид, И. А. Бурова) считают необходимым сделать оговорку по поводу повсеместно используемых сокращений. Так, П. Садлер пишет, что при написании письма человеку, более высокому по статусу, следует избегать таких сокращений, как *I've, I'd, can't, don't* и т. д. Он также считает неуместным использование в письме постскриптума ввиду его чрезмерной фамильярности. Т. Б. Назарова также рекомендует отказаться от использования различного рода сокращений, аргументируя это тем, что они «присущи разговорному стилю» [Назарова, Левина 2006: 19]. Однако С. Г. Тер-Минасова в своей работе «Язык и межкультурная коммуникация» отмечает уместность употребления лексических и графических сокращений [Тер-Минасова 2000: 54], поскольку длинные слова и словосочетания неудобны в речи и затрудняют понимание. Опираясь на личный опыт, мы хотели бы отметить, что, несмотря на категоричность приведенных мнений, сокращения все же часто встречаются в деловых электронных сообщениях. Постскриптум в современных деловых письмах тоже используется достаточно часто и не является индикатором фамильярности. Мы не разделяем точку зрения Т. Б. Назаровой на этот вопрос, считая, что в процессе общения посредством электронной почты различного рода сокращения вполне уместны, поскольку экономят время и облегчают восприятие текста.

П. Садлер не раз подчеркивает в своей книге необходимость дифференцировать простой и фамильярный стили — «понятия отнюдь не сино-

нимичные» [Sadler 1865: 16]. Автор поясняет, что можно просто и лаконично писать людям самого высокого положения, но, конечно же, в письме необходимо выражать уважение к статусу адресата, и следовательно, выдвигается требование «благоразумия, когда мы пишем тем же языком, что нам равным, людям, занимающим более высокое положение. Влиятельные люди очень ревностно относятся, и этому есть основания, к своему происхождению, состоянию или занимаемому положению» [Sadler 1865: 16]. Основные требования к стилю написания, языку и общему настрою современного делового письма состоят в том, что все письмо должно демонстрировать как радушие, так и достоинство [Бурова 2010: 89]. Письма, написанные в таком ключе, создают у читающего впечатление об искренности и дружеском расположении адресанта. Однако в случае злоупотребления радушием письмо может вызвать обратный эффект, и читающий потеряет к нему интерес. Следует также сделать оговорку относительно тона письма, который может меняться в зависимости от содержания. И. А. Бурова дифференцирует общий настрой писем разного характера. Так, письма, направленные государственным деятелям и официальным лицам, разительно отличаются от писем друг к другу людей, общающихся определенное время.

П. Садлер рекомендует отказаться от использования (даже в письмах личного характера) игры слов и острот, так как подобные элементы требуют особого мастерства: «Лучше пожертвовать шуткой, нежели рискнуть чем-то большим» [Sadler 1865: 18].

Правила субординации остаются актуальными и сейчас. Н. Ермилова пишет о важности использования отчества при обращении к малознакомому или незнакомому вовсе партнеру, а также о необходимости прибегать к обращению «Уважаемый» [Ермилова 2004]. В русскоязычной культуре обращение по отчеству — знак уважения и дополнительный способ жанровой дифференциации. Отметим, однако, что в деловом сообщении довольно быстро закрепляется западный стандарт (обращение лишь по имени). Также при выражении просьбы, предложения, напоминании и другом в деловом письме могут использоваться местоимения *Вас*, *Вам* или *Вами*, которые смягчают высказываемую просьбу, снимают излишнюю категоричность и в то же время демонстрируют уважительное отношение к адресату.

П. Садлер в качестве примера приводит ряд устойчивых языковых оборотов и клише, служащих своего рода маркерами официально-делового стиля, например: «Уважаемые господа», «С наивысшим уважением», «Дорогой друг», «Имею честь писать Вам» [Sadler 1865: 212].

Одной из особенностей современной деловой речи является широкое употребление «языковых формул» — устойчивых (шаблонных, стандартных) оборотов, используемых в неизменном виде. Это продиктовано характерным для наших дней стремлением к унификации документооборота. Она проявляется в выборе одного из нескольких возможных способов передачи одной и той же информации. В лексическом плане данное явление и демонстрируют языковые формулы, к

которым относятся, среди прочего, словосочетания, модели предложений, отобранные в результате многолетней практики, термины, принятые сокращения, условные обозначения, единицы измерения, предусмотренные государственными и иными стандартами. И. А. Бурова утверждает, что за каждым таким оборотом закреплено вполне определенное содержание [Бурова 2010: 121]. Выражая типовое содержание, устойчивые языковые обороты обеспечивают точность и однозначность понимания текста адресатом, сокращают время, требуемое для восприятия сообщения. Часто устойчивые языковые обороты выступают как юридически значимые компоненты текста, например: «гарантируем возврат кредита в сумме», «оплату гарантируем», «претензии по гарантии следует предъявить» [Бурова 2010: 114]. Однако именно в терминологии и проявляются наибольшие отличия между современными письмами и написанными в XIX в. В письмах XIX в. употребляется больше устаревшей лексики.

П. Садлер рекомендовал воздержаться от использования терминологии в коммерческом письме [Sadler 1865: 20], однако для современного делового стиля характерно широкое употребление терминологической лексики: «Употребление терминов в строго фиксированном значении обеспечивает однозначность понимания текста» [Бурова 2010: 21], что немаловажно в деловом общении. В современной деловой переписке преимущественно употребляется так называемая отраслевая терминология, отражающая содержание той предметной области, с которой связано содержание письма, а также термины сферы документационного обеспечения и информационных технологий. К термину, употребляемому в современной деловой переписке, предъявляется следующее требование: он должен быть понятен как автору, так и адресату.

Один из важнейших, по мнению П. Садлера, советов — никогда не писать и не отвечать на письма в состоянии возбуждения [Садлер 1865: 10]. В современном делопроизводстве деловые письма обычно подшиваются, поэтому к ним всегда есть возможность обратиться заново. Чтобы убедиться в стилистической важности этого совета, следует вспомнить о письмах, написанных необдуманно: «Никогда не пишите письмо, если можете сдержаться; и даже никогда не сжигайте писем, присланных вам» [Лагутина 2004: 24]. Современная деловая переписка по большей части ведется по электронной почте, и, соответственно, требования к письмам смягчились: иногда уместно употреблять аббревиатуры, даже такие, как RSVP или FYI. Само же письмо имеет тенденцию сокращаться до конструкции «„Dear Sir/Madam“ — суть вопроса — „Yours faithfully“ или „Best regards“».

В результате сопоставления основных этических и стилистических норм написания деловых писем в XIX и XXI вв. стало ясно, что, несмотря на изменения технических средств (обмениваться письмами стало возможно за доли секунд), существенных различий в принципах написания делового письма нет. Этические принципы и нормы, преобладающие в XIX в., сохраняют актуальность и в XXI в.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бузова И. А. Деловая речь. Деловая Переписка. — М., 2010.
2. Деловая переписка: образцы деловых писем. URL: <http://business-letters.ru> (дата обращения: 19.07.2015).
3. Ермилова Н. В. Русский стиль деловой переписки // Ведомости. 2004.
4. Колокольцева Т. Н. Документы XXI века: электронное деловое письмо. — М., 2005.
5. Лагутина Т. М. Деловое письмо. — СПб., 2004.
6. Матвеева А. С. Служебное деловое письмо : дис. ... канд. филол. наук. — Краснодар, 2012.
7. Назарова Т. Б., Левина А. Английский язык делового общения. — М., 2006.
8. Тейлор Ш. Деловая переписка и образцы документов на английском языке. — М., 2002.

N. A. Smetanina, L. B. Golova, A. V. Koloturskaya
Ekaterinburg, Russia

ETHICAL AND STYLISTIC ASPECTS OF BUSINESS CORRESPONDENCE OF THE 19TH – 21ST CENTURIES

ABSTRACT. *The article aims at finding out how modern means of communication allowing instant exchange of information, including written messages, have influenced the genre aspects of business correspondence. In the 19th century, business correspondence usually comprised documents made up in order to solve or regulate a dispute or process and to state, observe and define rights, obligations or freedoms of partners. The styles of public and private cases were distinguished. The former was connected with state business, the latter was represented by business letters of all kinds; commercial letters, bonds, receipts, bills, advertisements, certificates, etc. The text of a business letter in the 19th century was divided into three parts: beginning (introduction), main body of the text and end. In the beginning, which is preceded by the recipient's address, place and date of writing, comes the date of the last or all previous unanswered letters of the business partner or the date of the last letter, the reply to which has not yet been received. Today, the growing volume of business letter correspondence leads to the unification of style and peculiarities of organization of material, to the growing frequency of usage of written formulae and clichés. In contrast to the 19th century, modern business communication more often uses special terminology. One can observe the tendency to the maximum shortening of the letter to the following pattern: "Dear Sir/Madam" — essence of the problem — "Yours faithfully" or "Best regards". The authors come to the conclusion that the ethical principles and norms of the 19th century remain equally important for the 21st century as well.*

KEYWORDS: *business correspondence; commercial letter; official style; stylistic aspect; ethics.*

ABOUT THE AUTHOR: *Smetanina Natal'ya Aleksandrovna, Assistant Lecturer of Department of Linguistics and Professional Communication in Foreign Languages, Ural Federal University named after the first President of Russia B .N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia.*

ABOUT THE AUTHOR: *Golova Ludmila Borisovna, Assistant Lecturer of Department of Linguistics and Professional Communication in Foreign Languages, Ural Federal University named after the first President of Russia B .N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia.*

ABOUT THE AUTHOR: *Koloturskaya Anastasiya Viktorovna, Assistant Lecturer of Department of Linguistics and Professional Communication in Foreign Languages, Ural Federal University named after the first President of Russia B .N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia.*

REFERENCES

1. Бузова И. А. Деловая речь. Деловая Переписка. — М., 2010.
2. Деловая переписка: образцы деловых писем. URL: <http://business-letters.ru> (дата обращения: 19.07.2015).
3. Ермилова Н. В. Русский стиль деловой переписки // Ведомости. 2004.
4. Колокольцева Т. Н. Документы XXI века: электронное деловое письмо. — М., 2005.
5. Лагутина Т. М. Деловое письмо. — СПб., 2004.
6. Матвеева А. С. Служебное деловое письмо : дис. ... канд. филол. наук. — Краснодар, 2012.
7. Назарова Т. Б., Левина А. Английский язык делового общения. — М., 2006.
8. Тейлор Ш. Деловая переписка и образцы документов на английском языке. — М., 2002.

9. Тер-Минасова С. Г. Язык и межкультурная коммуникация. — М., 2000.
10. Хоффман Д. Личные и деловые письма. — М., 2003.
11. Kingsford C. L. Stonor Letters and Papers. — Cambridge, 1919.
12. Loughheed L. Business Correspondence. A Guide to Everyday Writing. — Chicago, 2011.
13. Richardson M. The Earliest Business Letters in English: an Overview. — New York, 1980.
14. Sadler P. The Art of Correspondence English and French. — Paris, 1865.
15. Stapleton T. Plumpton Correspondence. — London, 1839.
16. Thomas J. Business Writing in History: What Caused the Dictamen's Demise. — Michigan, 2012.

9. Тер-Минасова С. Г. Язык и межкультурная коммуникация. — М., 2000.
10. Хоффман Д. Личные и деловые письма. — М., 2003.
11. Kingsford C. L. Stonor Letters and Papers. — Cambridge, 1919.
12. Loughheed L. Business Correspondence. A Guide to Everyday Writing. — Chicago, 2011.
13. Richardson M. The Earliest Business Letters in English: an Overview. — New York, 1980.
14. Sadler P. The Art of Correspondence English and French. — Paris, 1865.
15. Stapleton T. Plumpton Correspondence. — London, 1839.
16. Thomas J. Business Writing in History: What Caused the Dictamen's Demise. — Michigan, 2012.

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

М. В. Терских
Омск, Россия

ДИСКУРС СОЦИАЛЬНЫХ ЦЕННОСТЕЙ: СТРУКТУРА И БАЗОВЫЕ ДИСКУРСИВНЫЕ ПРАКТИКИ

АННОТАЦИЯ. Доля социальной — некоммерческой — рекламы в общем потоке рекламных сообщений сравнительно невелика. Роль же ее чрезвычайно важна: она, как зеркало, отражает социальные проблемы и ориентирует человека на необходимость их решения. Низкая эффективность и недостаточное количество социальной рекламы как во всей стране, так и в регионах определяют необходимость изучения текстов социальной направленности как полкодовых структур в аспекте повышения их воздействующего эффекта на сознание целевых групп. Данное исследование вводит в научный обиход понятие «дискурс социальных ценностей», под которым понимается взаимодействие и взаимопроникновение нескольких дискурсивных образований, ориентированных на трансляцию значимых социальных ценностей, гуманизацию общества в целом, формирование благоприятного психологического климата в социуме (дискурс социальной рекламы, дискурс благотворительности, просветительский дискурс). Модель анализа дискурс-строга представлена в исследовании как совокупность следующих аналитических процедур: выявление основных типов дискурсов, конституирующих дискурс-строй; определение и характеристика основных дискурсивных жанров; выявление и систематизация типичных коммуникативных стратегий и тактик, регулярно используемых в моделируемом дискурсе; изучение дискурсивных доминант; определение когнитивных доминант дискурс-строга (реконструирование концептосферы).

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: дискурс-строй; дискурсивная практика; социальная реклама; дискурс благотворительности; просветительский дискурс; дискурс социальных ценностей.

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.

В настоящее время многообразие дискурсивных практик в различных областях социальной жизни определяет необходимость их инвентаризации, категоризации и систематизации. В данной статье мы представляем модель новой дискурсивной формации — дискурса социальных ценностей, конституируемого совокупностью дискурсивных практик.

Теория дискурса находится в стадии формирования, с этим связана одна из ключевых проблем современной научной практики, направленной на анализ дискурсивного континуума, — сложность таксономических решений, спорность критериев выделения типов дискурса и их номинации.

Так, традиционно социальная реклама рассматривается как ответвление рекламного дискурса, а дискурс благотворительности и просветительский дискурс предстают как самостоятельные дискурсивные практики.

Рекламный дискурс — специфическая область современной языковой реальности, изучение лингвокогнитивных аспектов которой все еще находится в начальной стадии и представляет большой интерес для исследователей.

В процессе развития рекламного дискурса наблюдается появление нового вида рекламы — социального рекламного дискурса, под которым понимается совокупность определенных рекламных текстов, посвященных социальным проблемам, где в качестве рекламируемого объекта выступают не товары и услуги, как в коммерческой рекламе, а поведение человека, способствующее решению социальных проблем.

В качестве первого — рабочего — определения социальной рекламы рассмотрим дефиницию, которую предлагает М. И. Пискунова: «Я понимаю социальную рекламу как форму общественной рефлексии, как осознание гражданской ответственности, как показатель мужества и честности не только осознать социальные проблемы, но и призывать к решению, используя один из самых современных каналов коммуникации, — рекламный» [Пискунова 2004: 174].

Цель данной формы массовой коммуникации состоит не только в оказании воздействия на адресата, но и в изменении мировоззрения реципиента, которое способствует проявлению социальной активности.

Специфика социальной рекламы состоит в том, что она отражает социальные проблемы общества и ориентирует человека на необходимость их решения.

Рассматривая социальную рекламу с точки зрения лингвистики как самостоятельное дискурсивное явление в рамках рекламного дискурса, можно определить закономерности построения коммуникации между источниками рекламы и аудиторией, на которую направлено рекламное воздействие, выработать методы и общие правила построения текстов социальной рекламы, а также связи с другими видами дискурса.

Социальная реклама в современном ее понимании предстает как достаточно новое для России дискурсивное образование. Несмотря на то что социальная реклама как вид рекламной деятельности существует в России уже более 15 лет, очевидной является проблема следующего характера: отсутствие комплексных научных исследований дискурсивных практик в данной сфере обуславливает диффузность как самого понятия «социальная реклама», так и в целом терминологического аппарата, связанного со сферой социальной коммуникации. Кроме того, недостаточная изученность дискурса социальной рекламы приводит к отсутствию научно обоснованных рекомендаций по созданию эффективных сообщений в сфере социальной рекламы.

Между тем социальная реклама является важнейшим инструментом формирования системы ценностей в массовом сознании, а в случае необходимости — корректировки ценностных приоритетов и ориентиров, социально опасной модели поведения и т. п.

Социальная реклама, таким образом, предстает как форма общественной рефлексии, обладающая «широкими возможностями распространения

духовных, эстетических, нравственных и социальных ценностей. В комплексе с другими инструментами воздействия она может работать в целях реализации национальных проектов, модернизации российского общества, утверждения общенациональной идеологии, преодоления социальных деструкций» [Социальная реклама 2009: 3].

Очевидно, что появление социальной рекламы было обусловлено объективными причинами: разрушение устоявшейся системы социальных ценностей, общественных коммуникаций и различных общественных институтов способствовало усугублению существующих и появлению новых социальных проблем. Как правило, именно в переходные периоды общественного развития социальная реклама становится значимым коммуникационным каналом трансляции актуальных для социума ценностных ориентиров, инструментом диагностики и корректировки социальных «недугов».

Анализ научных работ, посвященных дискурсу социальной рекламы, позволяет констатировать, что понятие «социальная реклама» не имеет четкой дефиниции по ряду причин, как то: недостаточная изученность данного вида дискурса, путаница терминологического характера, связанная с тем, что термин «социальная реклама» употребляется только в России. В мировой рекламной практике ему соответствуют понятия «некоммерческая реклама» и «общественная реклама».

Наиболее известное и часто цитируемое определение некоммерческой рекламы принадлежит К. Л. Бове и У. Ф. Аренсу: «Некоммерческая реклама — реклама, спонсируемая некоммерческими институтами или в их интересах и имеющая целью стимулирование пожертвований, призыв голосовать в чью-либо пользу или привлечение внимания к делам общества» [Бове, Аренс 1995: 610].

Некоммерческая реклама включает в себя социальную, однако это понятие шире. Приведем достаточно пространную цитату из работы К. Л. Бове и У. Ф. Аренса, демонстрирующую различие между коммерческой и некоммерческой рекламой: «В то время как коммерческие рекламодатели желают стимулировать благоприятное отношение к тому или иному товару, цель некоммерческой рекламы заключается в привлечении общественного внимания к общественному явлению. Если конкретной целью коммерческого ролика для рекламы шампуня является изменение потребительских привычек, то целью некоммерческого ролика об экономии электроэнергии является изменение поведенческой модели, в данном случае привычки гасить за собой свет... У некоммерческих рекламодателей могут быть следующие цели: поощрить аудиторию, желающую получить более подробную информацию, популяризировать социальные проблемы, изменить поведенческие модели, объяснить политические точки зрения, создать положительное мнение общественности по определенному вопросу, сообщить общественности о новом социальном течении, напомнить людям о необходимости сделать еще одно пожертвование на некоммерческие цели» [Бове, Аренс 1995: 610—611].

«Общественная реклама передает сообщение, пропагандирующее какое-либо позитивное явление. Профессионалы создают ее бесплатно (корректнее говорить об этической позиции отказа от прибыли), место и время в СМИ также предоставляются на некоммерческой основе» [Уэллс, Бернет, Мориарти 2001: 700].

Предметом и некоммерческой, и общественной рекламы является идея, обладающая социальной ценностью. Цель и некоммерческой, и общественной рекламы заключается в изменении поведенческой модели общества для создания и осознания представителями определенного лингвокультурного сообщества социальных ценностей.

Т. Астахова, один из первых отечественных исследователей социальной рекламы, в докладе «Хорошие идеи в Америке рекламируют» описала западные стандарты социальной рекламы, на которые в первую очередь ориентировался данный вид рекламы в России. «Само словосочетание „социальная реклама“ является калькой с английского „social advertising“, в США для обозначения такого типа рекламы используются термины „public service advertising“ и „public service announcement“ — сокращенно PSA. Предметом PSA является идея, которая должна обладать определенной социальной ценностью. Социальная реклама часто рассчитана на самую широкую аудиторию, которую волнуют общечеловеческие проблемы: борьба с насилием, охрана природы, здоровье детей (и общества), наркомания, СПИД. Цель PSA — изменить отношение публики к какой-либо проблеме, а в долгосрочной перспективе — создать новые социальные ценности» [Астахова 1994: 41].

Таким образом, в первую очередь социальная (общественная) реклама, направленная на продвижение нематериальных активов, противопоставлена коммерческому сектору рекламного дискурса, сообщения которого ориентированы на продвижение товаров и услуг.

Социальная реклама, по сути, транслирует информацию, представляющую общественные и государственные интересы и направленную на достижение благотворительных целей; этот вид коммуникации призван привлекать внимание к социальным проблемам, активизировать действия по их решению, укреплять социально значимые институты гражданского общества, изменять поведенческие модели индивидов в соответствии с нуждами социума и т. п.

Социальная реклама занимает промежуточное (пограничное) положение в системе массовых коммуникаций: она как бы заимствует у журналистики целевую установку (передачу и интерпретацию общественно значимой информации), а у коммерческой рекламы — специфические методы воздействия на реципиента.

Социальная реклама, таким образом, представляет собой вид коммуникации, ориентированный на привлечение внимания к самым актуальным проблемам общества и к его нравственным ценностям. Этим во многом объясняется исследовательский интерес к данному виду дискурса. В последнее десятилетие сформировалось несколько научных направлений изучения феномена социальной рекламы и примыкающих к нему

дискурсивных формаций, направленных на гуманизацию общества. Сразу подчеркнем, что в данном обзоре рассматриваются по большей части исследования текстов социальной рекламы. При этом дискурс благотворительности и просветительский дискурс изучаются в современных лингвистических работах лишь эпизодически.

Большая часть научных публикаций, рассматривающих общие проблемы социальной рекламы, написана в начале нашего века. Первые работы, посвященные социальной рекламе, были описательными и фокусировались на некоторых достижениях (прежде всего зарубежной) практики (О. Аронсон [Аронсон 1998], И. Буренков [Буренков 1994] и др.). В дальнейшем появились отечественные публикации по истории социальной рекламы [Ученова, Старых 2006], исследования особенностей ее функционирования (О. О. Савельева, «Введение в социальную рекламу» [Савельева 2006]; С. Э. Селиверстов, «Социальная реклама. Искусство воздействия словом» [Селиверстов 2006]), в том числе предназначенные рекламистам-практикам.

В последнее время был защищен ряд диссертаций (Г. Г. Николайшвили, «Социальная реклама в политическом процессе современной России» [Николайшвили 2008]; Р. В. Дыкин, «Социальная реклама в системе массовой коммуникации: динамический аспект» [Дыкин 2009]; Р. В. Рюмин, «Социальная реклама как речевой жанр» [Рюмин 2012]; А. В. Солодовникова, «Современная социальная реклама: способы воздействия на адресата» [Солодовникова 2013] и др.), в которых анализируются проблемы эффективности социальных рекламных кампаний, рассматривается взаимодействие социальной рекламы с политическими и бизнес-технологиями.

С точки зрения практической пользы отметим исследование В. Л. Вайнера и Н. Ю. Гладковой «Некоммерческие организации: эффективная социальная реклама» [Вайнер, Гладкова 2012], в котором освещаются вопросы создания социальной рекламы с учетом специфики деятельности некоммерческой организации, подробно рассматриваются все ключевые этапы подготовки и реализации рекламной кампании социальной направленности.

Однако, несмотря на то, что интерес исследователей к социальной рекламе растет, общая ее теория все еще не создана. Что же касается комплексного изучения специфики социальной рекламы в лингвокогнитивном аспекте (анализ речевоздействующего потенциала рекламных текстов социальной направленности), то развернутые (диссертационные) работы, посвященные данной проблематике, по нашим данным, на сегодняшний день отсутствуют.

Просветительский дискурс как форма современной социальной практики представляет собой актуальный, но мало изученный объект исследования. До настоящего момента отечественные и зарубежные лингвистические исследования были посвящены в основном «поучительным» трактатам эпохи Просвещения и более поздних времен. Сейчас уже можно утверждать, что в рамках просветительского дискурса XXI в. сложилось несколько направлений: профессиональное, право-

вое, медицинское просвещение; просвещение граждан, находящихся в экстремальных условиях (инвалидов, мигрантов и т. п.). Особенно активно просветительский дискурс развивается за рубежом, менее активно, но поступательно — в России. Среди исследователей, чья область интересов связана с современным просветительским дискурсом, выделим С. Ю. Полуйкову (немецкоязычный медицинский просветительский дискурс), Н. С. Гегелову (культурно-просветительская миссия телевидения), Т. Е. Арсеньеву (просветительский дискурс о русском языке) и др. Таким образом, просветительский дискурс и дискурс благотворительности как составляющие дискурса социальных ценностей представляют собой весьма интересный, но мало изученный объект исследования.

Аналогичным образом обстоят дела с изучением дискурса социальных коммуникаций в мировой науке. Теории и принципам организации и проведения информационных кампаний, подразумевающих использование инструментальной социальной рекламы (public service announcement — PSA), посвящены работы Ч. Аткина и Р. Райса («Теории и принципы информационных кампаний в сфере здравоохранения» [Atkin 2001], «Влияние, использование и результаты поиска информации, связанной с вопросами здравоохранения, в сети Интернет» [Rice 2006], «Общественные информационные кампании: теоретические принципы и их практическое применение» [Rice, Atkin 2009], «Информационные кампании» [Atkin 2010], «Общественные информационные кампании» [Rice, Atkin 2013a]). Кроме того, Ч. Аткин довольно подробно исследовал природу воздействия социальной рекламы на человека и разработал инструменты воздействия, мотивирующие изменение поведения адресата рекламного сообщения, — в работе «Воздействие социальной рекламы: исследование и разработка эффективных стратегий» [Atkin 2001]; также исследователь в соавторстве с Р. Райсом посвятил отдельный труд изучению коммуникативных стратегий воздействия в социальной рекламе «Теория и принципы общественных информационных кампаний» [Rice, Atkin 2013b].

В контексте изучения воздействия социальной рекламы на адресата и механизмов формирования адекватной реакции на рекламное сообщение выполнены работы Р. Багоцци и Д. Мура, например, «Социальная реклама: эмоции и сознание как факторы формирования просоциального поведения» [Badozzi, Moore 1994]. В ряде работ акцент делается на использование специфических инструментов воздействия в контексте социальной рекламы (Д. Трейз, Дж. Волбург, С. Отнес — «Понимание „социального дара“ ритуала пьющего человека: альтернативная модель для разработчиков социальной рекламы» [Treise, Wolburg and Otnes 1999], М. Георгиадис — «Мотивация изменения поведения: контент-анализ социальной рекламы в рамках проекта “Let’s Move!”» [Georgiadis 2013]).

Довольно часто авторы исследований, посвященных социальной рекламе, занимаются изучением отдельных рекламных кампаний, в частности направленных на пропаганду здорового образа

жизни (Ч. Аткин, Л. Уоллак — «Массовая коммуникация и здравоохранение: проблемы и конфликты» [Atkin, Wallack 1990]; Т. Бейкер, Е. Роджерс, П. Сопори — «Разработка кампаний в сфере здравоохранения: что же работает?» [Backer, Rogers, Sopory 1992]; И. Эйзен, Д. Альбаррасин, Р. С. Хорник — «Прогноз и изменение образа жизни: применение подхода мотивированного действия» [Ajzen, Albarracin, Hornik 2007], Х. Коул-Льюис, Т. Кершоу — «Текст как инструмент изменения поведения в области профилактики и лечения заболеваний» [Cole-Lewis, Kershaw 2010] и пр.). Некоторые работы сфокусированы на изучении особенностей социальной рекламы, создаваемой для конкретной целевой аудитории (GAO, «Социальные рекламные кампании: действия и финансовая ответственность семи федеральных департаментов» [GAO 2006]; К. Ченг, К. Чан — «Реклама и китайское общество» [Cheng, Chan 2009]; М. Хота, Р. Ч. Касерес, А. Кузин — «Может ли социальная реклама способствовать изменению привычек в еде у детей?» [Hota, Caseres, Cousin 2010]).

Использованию лингвистических методов в процессе анализа дискурса социальной рекламы посвящены работы Хай Бин Ву «Перспективы оценочного анализа дискурса социальной рекламы» [Wu 2013]; Уиньгуинь Цю «Взаимодействие мультимодальной метафоры и метонимии в социальной рекламе: анализ конкретных примеров» [Qiu 2013]; К. Ченг, В. Лэунг «Усиление гендерных стереотипов: критический дискурс-анализ социальной рекламы в сфере здравоохранения в Гонконге» [Cheng K., Leung 2014]; Чен Линьлинь «Обзор китайской социальной рекламы с системной функциональной точки зрения» [Chen 2015].

При этом социальная реклама не имеет однозначного определения ни в научной литературе, ни в нормативных документах. Разделение рекламы на коммерческую и некоммерческую, приводящее к сопряжению в рамках некоммерческой составляющей политической и социальной рекламы, видится не вполне корректным. Аксиологическая направленность этого вида дискурса предполагает сопряжение иного типа — соотношение с другими ценностно ориентированными дискурсивными феноменами.

Моделирование дискурс-строения в виде конфигурации дискурсивных практик выступает удобным способом организации, структурирования и упорядочивания информации о том или ином типе дискурса, стандартизации методик анализа и описания конституирующих дискурс-строй формаций и дискурсивных новаций.

Данное исследование вводит в научный обиход понятие «дискурс социальных ценностей», представляющий собой взаимодействие и взаимопроникновение нескольких дискурсивных образований, ориентированных на трансляцию значимых социальных ценностей, гуманизацию общества в целом, изменение поведенческих моделей, формирование благоприятного психологического климата в социуме (дискурс социальной рекламы, дискурс благотворительности, просветительский дискурс). В качестве периферийных компонентов моделируемого дискурса мы рассматриваем корпоративный дискурс благотворительности, или социальный маркетинг, и религиозный дискурс.

Помимо общей целевой установки, составляющие дискурс социальных ценностей дискурсивные феномены выполняют идентичные социальные функции, предполагают использование общего инструментария речевого воздействия и манипулирования, схожего набора дискурсивных жанров, пересекающихся механизмов интердискурсивности, интертекстуальности, поликодовости, фреймирования и рефреймирования, обеспечивающих большую эффективность сообщений. Обращает на себя внимание и общность концептосфер составляющих дискурса социальных ценностей.

На примере изучения дискурса социальных ценностей мы представляем модель анализа дискурс-строения как совокупность следующих аналитических процедур:

- 1) выявление основных типов дискурсов, конституирующих дискурс-строй;
- 2) определение и характеристика основных дискурсивных жанров;
- 3) выявление и систематизация типичных коммуникативных стратегий и тактик, регулярно используемых в моделируемом дискурсе;
- 4) изучение дискурсивных доминант — когнитивных механизмов речевого воздействия (метафорическое моделирование, механизмы фреймирования и рефреймирования, интертекстуальности, интердискурсивности и т. п.);
- 5) определение когнитивных доминант дискурс-строения (реконструирование концептосферы).

ЛИТЕРАТУРА

1. Аронсон О. О социальной рекламе // Индекс. Досье на цензуру. 1998. № 6. С. 34—39.
2. Астахова Т. Хорошие идеи в Америке рекламируют // Деньги и благотворительность. 1994. № 3. С. 41—48.
3. Бове К. Л., Аренс У. Ф. Современная реклама. — Тольятти, 1995.
4. Буренков И. Ю. Public Interest в России // Деньги и благотворительность. 1994. № 3. С. 34—46.
5. Вайнер В. Л., Гладкова Н. Ю. Некоммерческие организации: эффективная социальная реклама. — М., 2012.
6. Дыкин Р. В. Социальная реклама в системе массовой коммуникации: динамический аспект : дис. ... канд. филол. наук. — Воронеж, 2009.
7. Николайшвили Г. Г. Социальная реклама в политическом процессе современной России : дис. ... канд. полит. наук. — М., 2009.
8. Пискунова М. И. Социальная реклама как феномен общественной рефлексии // Паблик рилейшнз и реклама в системе коммуникаций. — М., 2004.
9. Рюмин Р. В. Социальная реклама как речевой жанр : дис. ... канд. филол. наук. — Томск, 2012.
10. Савельева О. О. Введение в социальную рекламу. — М., 2006.
11. Селиверстов С. Э. Социальная реклама. Искусство воздействия словом. — Самара, 2006.
12. Солодовникова А. В. Современная социальная реклама: способы воздействия на адресата : дис. ... канд. филол. наук. — Саратов, 2013.
13. Социальная реклама : учеб. пособие для студентов вузов / под ред. Л. М. Дмитриевой. — М., 2009.
14. Ученова В. В., Старых Н. В. Социальная реклама: вчера, сегодня, завтра. — М., 2006.
15. Уэллс У., Бернет Дж., Мориарти С. Реклама: принципы и практика. — СПб., 2001.
16. Ajzen I., Albarracin D., Hornik R. Prediction and Change of Health Behavior: Applying the Reasoned Action Approach. — Psychology Press, 2007.
17. Atkin C., Wallack L. Mass Communication and Public Health. — SAGE, 1990.

18. Atkin C. Theory and principles of media health campaigns // Public communication campaigns / R. Rice, C. Atkin. — Thousand Oaks, 2001. P. 125—145.
19. Atkin C. Impact of public service advertising: Research evidence and effective strategies. — Oregon State, 2001.
20. Atkin C. Communication campaigns // Handbook of communication science / C. Berger, M. Roloff, Roskos-Ewoldsen. — Thousand Oaks, 2010. P. 419—435.
21. Badozzi P., Moore D. Public Service Advertisement: Emotions and Empathy Guide Prosocial Behavior // Journal of Marketing. 1994. Vol. 58, Iss. 1. P. 56—70.
22. Backer T., Rogers E., Sopory P. Designing health communication campaigns: What works? — Newbury Park, CA : Sage; 1992.
23. Chen Linlin. A Survey of Chinese Public Service Advertising From Systemic Functional Perspective // Canadian Social Science. 2015. Vol. 11, № 6. P. 153—157.
24. Cheng K., Chan K. Advertising and Chinese Society. — Copenhagen Business Univ. Pr., 2009.
25. Cheng K., Leung V. Reinforcing Gender Stereotypes: A Critical Discourse Analysis of Health-Related PSAs in Hong Kong // American International Journal of Social Science. 2014. Vol. 3, № 3.
26. Cole-Lewis H., Kershaw T. Text messaging as a tool for behavior change in disease prevention and management // Epidemiol Rev. 2010. № 32 (1). P. 56—69.
27. Georgiadis M. Motivating Behavior Change: A Content Analysis of Public Service Announcements From the Let's Move! Campaign // Elon Journal of Undergraduate Research in Communications. 2013. Vol. 4, № 1. P. 10—13.
28. Hota M., Caseres R., Cousin A. Can public-service advertising change children's nutrition habits? // Journ. of Advertising Research. 2010. 50 (4). P. 460—477.
29. Public Service Announcement Campaigns: Activities and Financial Obligations for Seven Federal Departments. GAO-06-304. Publicly Released: Jan 13, 2006.
30. Rice R. Influences, usage, and outcomes of Internet health information searching: Multivariate results from the Pew surveys // International journal of Medical informatics. 2006. № 75 (1). P. 8—28.
31. Rice R., Atkin C. Public communication campaigns: Theoretical principles and practical application // Media effects: Advances in theory and research / J. Brayant, M. Oliver. — Hillsdale, NJ, 2009. P. 436—468.
32. Rice R., Atkin C. Public communication campaigns. — London, 2013a.
33. Rice R., Atkin C. Theory and principals of public communication campaigns // Public communication campaigns. — London, 2013b.
34. Treise D., Wolburg J.M. and Otnes C. Understanding the "Social Gifts" of Drinking Rituals: An Alternative Framework for PSA Developers // Journ. of Advertising. 1999. Vol. 28, № 2. P. 17—31.
35. Yingying Qiu. Interaction of Multimodal Metaphor and Metonymy in Public Service Advertising: A Case Study // Theory and Practice in Language Studies. 2013. Vol. 3, № 9. P. 1584—1589.
36. Wu Hai-bin. Appraisal Perspective on Attitudinal Analysis of Public Service Advertising Discourse // English Language and Literature Studies. 2013. Vol. 3, № 1. P. 55—66.

M. V. Terskikh
Omsk, Russia

DISCOURSE OF SOCIAL VALUES: STRUCTURE AND BASIC DISCURSIVE PRACTICES

ABSTRACT. *The share of nonprofit PSA (Public Service Announcements) in the bulk of advertisements is not too large. But it plays a very important part in our lives; like a mirror, it reflects social issues and guides a person towards making solutions. Taking into consideration the low efficiency of PSA in our country on the whole and in the regions particularly, it is necessary to study public service texts and polycode structures to enhance their influence upon target audiences' consciousness. Under the auspices of the current research the author introduces a new term "discourse of social values", which is used to describe the interconnection and interpenetration of several discursive formations oriented towards transmitting important social values, humanizing the society and creating a friendly psychological climate in the society (PSA discourse, charity discourse, educational discourse). The model of analysis is presented as combination of the following analytical procedures: identification of the main discourse types constituting of the order of discourse; determination and description of the basic discourse genres; identification and systematization of the typical communicative strategies and tactics which are regularly used in the modeled discourse; studying discourse dominants; definition of the cognitive dominants of the order of discourse (reconstruction of conceptsphere).*

KEYWORDS: *discourse structure; discursive practice; social advertising; charity discourse; educational discourse; discourse of social values.*

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.*

REFERENCES

1. Aronson O. O sotsial'noy reklame // Indeks. Dos'e na tsenzuru. 1998. № 6. S. 34—39.
2. Astakhova T. Khoroshie idei v Amerike reklamiruyut // Den'gi i blagotvoritel'nost'. 1994. № 3. S. 41—48.
3. Bove K. L., Arens U. F. Sovremennaya reklama. — Tol'yatti, 1995.
4. Burenkov I. Yu. Public Interest v Rossii // Den'gi i blagotvoritel'nost'. 1994. № 3. S. 34—46.
5. Vayner V. L., Gladkova N. Yu. Nekommercheskie organizatsii: effektivnaya sotsial'naya reklama. — M., 2012.
6. Dykin R. V. Sotsial'naya reklama v sisteme massovoy komunikatsii: dinamicheskiy aspekt : dis. ... kand. filol. nauk. — Voronezh, 2009.
7. Nikolayshvili G. G. Sotsial'naya reklama v politicheskom protsesse sovremennoy Rossii : dis. ... kand. polit. nauk. — M., 2009.
8. Piskunova M. I. Sotsial'naya reklama kak fenomen obshchestvennoy refleksii // Pablik rileyshnz i reklama v sisteme komunikatsiy. — M., 2004.
9. Ryumin R. V. Sotsial'naya reklama kak rechevoy zhanr : dis. ... kand. filol. nauk. — Tomsk, 2012.
10. Savel'eva O. O. Vvedenie v sotsial'nyuyu reklamu. — M., 2006.
11. Seliverstov S. E. Sotsial'naya reklama. Iskusstvo vozdeystviya slovom. — Samara, 2006.
12. Solodovnikova A. V. Sovremennaya sotsial'naya reklama: sposoby vozdeystviya na adre-sata : dis. ... kand. filol. nauk. — Saratov, 2013.
13. Sotsial'naya reklama : ucheb. posobie dlya studentov vuzov / pod red. L. M. Dmitriyevoy. — M., 2009.
14. Uchenova V. V., Starykh N. V. Sotsial'naya reklama: vchera, segodnya, zavtra. — M., 2006.
15. Uells U., Bernet Dzh., Moriarti S. Reklama: printsipy i praktika. — SPb., 2001.
16. Ajzen I., Albarracin D., Hornik R. Prediction and Change of Health Behavior: Applying the Reasoned Action Approach. — Psychology Press, 2007.
17. Atkin C., Wallack L. Mass Communication and Public Health. — SAGE, 1990.
18. Atkin C. Theory and principles of media health campaigns // Public communication campaigns / R. Rice, C. Atkin. — Thousand Oaks, 2001. P. 125—145.
19. Atkin C. Impact of public service advertising: Research evidence and effective strategies. — Oregon State, 2001.
20. Atkin C. Communication campaigns // Handbook of communication science / C. Berger, M. Roloff, Roskos-Ewoldsen. — Thousand Oaks, 2010. P. 419—435.

21. Badozzi P., Moore D. Public Service Advertisement: Emotions and Empathy Guide Prosocial Behavior // *Journal of Marketing*. 1994. Vol. 58, Iss. 1. P. 56—70.
22. Backer T., Rogers E., Sopory P. Designing health communication campaigns: What works? — Newbury Park, CA : Sage; 1992.
23. Chen Linlin. A Survey of Chinese Public Service Advertising From Systemic Functional Perspective // *Canadian Social Science*. 2015. Vol. 11, № 6. P. 153—157.
24. Cheng K., Chan K. Advertising and Chinese Society. — Copenhagen Business Univ. Pr., 2009.
25. Cheng K., Leung V. Reinforcing Gender Stereotypes: A Critical Discourse Analysis of Health-Related PSAs in Hong Kong // *American International Journal of Social Science*. 2014. Vol. 3, № 3.
26. Cole-Lewis H., Kershaw T. Text messaging as a tool for behavior change in disease prevention and management // *Epidemiol Rev*. 2010. № 32 (1). P. 56—69.
27. Georgiadis M. Motivating Behavior Change: A Content Analysis of Public Service Announcements From the Let's Move! Campaign // *Elon Journal of Undergraduate Research in Communications*. 2013. Vol. 4, № 1. P. 10—13.
28. Hota M., Caseres R., Cousin A. Can public-service advertising change children's nutrition habits? // *Journ. of Advertising Research*. 2010. 50 (4). P. 460—477.
29. Public Service Announcement Campaigns: Activities and Financial Obligations for Seven Federal Departments. GAO-06-304. Publicly Released: Jan 13, 2006.
30. Rice R. Influences, usage, and outcomes of Internet health information searching: Multivariate results from the Pew surveys // *International journal of Medical informatics*. 2006. № 75 (1). P. 8—28.
31. Rice R., Atkin C. Public communication campaigns: Theoretical principles and practical application // *Media effects: Advances in theory and research* / J. Brayant, M. Oliver. — Hillsdale, NJ, 2009. P. 436—468.
32. Rice R., Atkin C. Public communication campaigns. — London, 2013a.
33. Rice R., Atkin C. Theory and principals of public communication campaigns // *Public communication campaigns*. — London, 2013b.
34. Treise D., Wolburg J.M. and Otnes C. Understanding the “Social Gifts” of Drinking Rituals: An Alternative Framework for PSA Developers // *Journ. of Advertising*. 1999. Vol. 28, № 2. P. 17—31.
35. Yingying Qiu. Interaction of Multimodal Metaphor and Metonymy in Public Service Advertising: A Case Study // *Theory and Practice in Language Studies*. 2013. Vol. 3, № 9. P. 1584—1589.
36. Wu Hai-bin. Appraisal Perspective on Attitudinal Analysis of Public Service Advertising Discourse // *English Language and Literature Studies*. 2013. Vol. 3, № 1. P. 55—66.

Статью рекомендует к публикации д-р филол. наук, проф. Е. А. Нахимова.

О. А. Фадеева
Омск, Россия

СТОРИТЕЛЛИНГ КАК СИМВОЛИЧЕСКАЯ ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАТИВНАЯ ТЕХНОЛОГИЯ

АННОТАЦИЯ. В работе рассмотрены сущностные характеристики коммуникационных технологий, проектирующих в информационном пространстве искусственные варианты идентификации, моделирующих картину мира индивида и группы на основе изменения стереотипов восприятия, отношений и поведения. Рассмотрены основные понятия нарративной парадигмы: «нарратология», «нарративная коммуникация», «нарратив». В работе определены философско-методологические основания исследования, подробно описаны положения социального конструктивизма, раскрыт потенциал нарративного анализа в исследовании скрытой в тексте символической реальности. В содержании статьи раскрыты концептуальные положения технологии сторителлинга как информационно-коммуникативной технологии, обоснованы способы использования мифов для проектирования социально-коммуникативной технологии по управлению коммуникацией социального субъекта.

Проанализировано символическое наполнение рекламной истории американского автоконцерна «Chrysler» как примера использования информационно-коммуникативной технологии сторителлинга. В мифологической истории, апеллирующей к архетипическому образу хранителя базовых ценностей, олицетворением которых является автомобиль «Dodge Ram», выделено мифопослание, коммуникативная стратегия как риторика ролевого, обезличенного слова в форме императивного монолога («проповедь о герое»), вид моделируемой картины мира.

Дано определение технологии трансмедиасторителлинга как коммуникативной технологии изложения истории с использованием разных каналов коммуникации.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: информационно-коммуникационные технологии; нарративная коммуникация; сторителлинг; мифодизайн; мифопослание.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ: Фадеева Ольга Александровна, кандидат педагогических наук, доцент кафедры иностранных языков, Омский государственный институт сервиса; адрес: 644043, г. Омск, ул. Певцова, д. 13; e-mail: olgad2012@inbox.ru.

Информационная картина мира формируется текстами современных средств массовой информации, коммуникации, новых медиа. Информационная глобализация в настоящее время является одним из наиболее показательных интеграционных процессов, включающих развитие медиакоммуникаций, информационные технологии в борьбе за пространство, в том числе геополитическое.

Социальные миры конструируются с помощью символических систем, центральной из которых является язык. Журналистика зависит от культурной практики. Производимые и транслируемые СМИ послания представляют собой, с одной стороны, семиотическую систему, реализующуюся за счет использования совокупности семиотических кодов, с другой — дискурсивный акт, т. е. процесс взаимодействия двух субъектов посредством семиотической системы. Журналистика репрезентирует историю в средствах массовой информации, конструирует нарративы для идентификации. Кроме того, современное медиапространство демонстрирует взаимопроникновение средств массовой коммуникации, построено на идее развлечения, характеризуется созданием «мифических» реальностей. Особое значение с развитием глобализации приобретают коммуникативные технологии, направленные на изменение информационной картины мира, формирование нужного типа сознания и культуры («high-tech технологии» [Жиличева 2013: 12], «гуманитарно-информационные технологии» [Жукова 2007: 4]). К ним относят технологии связей с общественностью, рекламные технологии, технологии информационных войн и др.

В современных исследованиях под Hi-Tech-технологиями понимаются «технологии изменения человеческого сознания» [Жукова 2007: 34], целями которых считают «трансформацию его генетического, когнитивно-логического и социокультурного кодов». Итак, Hi-Tech-технологии — это высокие социогуманитарные технологии, основное назначение

которых заключается в воздействии на сознание индивидов или групп с целью изменения их поведения и взаимоотношений. Сущностным признаком таких технологий является проектирование в информационном пространстве искусственных вариантов идентификации. Продуктом технологий являются стереотипы различных целевых групп, массового сознания в целом.

К информационным продуктам современной медиакоммуникации, моделирующим картину мира, относят мифологии, мифопослания, исследования которых разворачиваются в рамках представлений о нарративной коммуникации (англ. и фр. *narrative* — рассказ, повествование).

По определению С. А. Бозриковой, нарративная журналистика — это явление, характеризующееся сочетанием журналистики и художественной литературы в одном произведении: с одной стороны, журналистские нарративы затрагивают социально значимые темы, отличаются фактографической точностью излагаемой информации, с другой стороны, они представляют истории с драматическим сюжетом, в которых слышен голос автора [Bозrikova 2012: 183].

Нарративная парадигма в коммуникации (Й. Брокмейер, Р. Барт, Дж. Валетский, Т. ван Дейк, Ж. Жаннет, У. Лабов, Ш. Линде, Дж. Принс, Л. Полани, Р. Харре, С. Чэтмен и др.) определяет нарратив как сюжетно-повествовательную форму организации текста, разновидность дискурса, предметно-смысловое содержание которого имеет статус события. Исследователи объясняют популярность нарративного подхода стремлением к созданию новой научной парадигмы и дальнейшему развитию постпозитивистского метода исследований.

Так, Г. А. Жиличева выделяет «контекстуалистскую, когнитивную, межжанровую (лирики, драмы) и трансмедиаальную (кинематографа, музыки, балета, компьютерных игр и т. д.) нарратологии» [Жиличева 2013: 11].

В рамках конструктивистской парадигмы, характерной для постмодернистского этапа развития науки (Е. Дильтей, Х.-Г. Гадамер, Э. Гуссерль, П. Рикёр, М. Хайдеггер, Ф. Шлиермахер, Ч. Пирс, А. Шюц), выделяются следующие философско-методологические варианты исследования сторителлинга как технологии нарративной коммуникации:

- феноменологическая герменевтика, предполагающая, что *реальность* представлена «смысловыми конструкциями в понимании опыта»; *понимание* — выявление смысла опыта;

- онтологический релятивизм, предполагающий, что смысловые конструкции опыта — это создание конфигурации связей и отношений в ситуации деятельности;

- социальный конструктивизм, предполагающий, что реальность создается в языке и передается в повествованиях — нарративах, при помощи которых человек конструирует свою идентичность; нарратив является повествованием, организуя личный опыт субъекта; нарративный анализ позволяет отобразить скрытую в тексте реальность (мифологическую, символическую), отделить ее от формального содержания текста.

В рамках нарративной коммуникации появились исследования трансмедиальной нарратологии, сторителлинга (Д. Армстронг). **Сторителлинг** (англ. *story telling* — «рассказывание историй») — это информационно-коммуникативная технология, направленная на изменение стереотипов личности или группы людей, представляющая собой создание «истории-мифа», управляющего потребителями и удовлетворяющего их потребности посредством коммуникации. Истории оказывают сильное влияние на поведение людей.

Сценарий истории можно представить следующим образом: вступление, описание проблемы, ее решение, выводы. Необходимые компоненты: персонаж (организация), важные изменения (главное в истории), эмоциональная насыщенность, реальность и конкретность события (некоторые фактологические составляющие). Сторителлинг является «нарративной коммуникацией» — «рассказом», апеллирующим к мифу или использующим мифологические образы и сценарии для решения какой-либо социально значимой задачи (в том числе для мифологизации потребностей средствами массовой коммуникации).

По определению Д. П. Гавра, мифотехнология — социально-коммуникативная технология управления коммуникацией социального субъекта, направленная на решение какой-либо социально значимой задачи и представляющая собой систему процедур и операций использования социальных ресурсов, обеспечивающую решение этой задачи [Гавра 2003: 30].

Мифотехнологии являются мощным инструментом массовой коммуникации, связей с общественностью и существуют в виде:

- апелляции к традиционному мифу (использование архетипов и мифологических сценариев в сообщении), мифу как «коллективному бессознательному» через «подсказку» нужной темы аудитории с использованием архетипа;

- мифодизайна — создания нового мифа, проектирования мифов, воссоздания определенных

образов мифа, его логики, формы и содержания в некоем конструируемом коммуникативно-предметном поле с помощью конкретных технологий.

Функции сторителлинга напрямую связаны со сферами его применения: в кризисных пиар-технологиях это управление кризисами в сфере бизнеса, в политтехнологиях — управление социальными-политическими изменениями через проектирование в информационном пространстве искусственных вариантов идентификации.

Любой сторителлинг разворачивается с использованием мифологического сценария, ведет к созданию мифического «мира», история в котором может развиваться.

Проектирование мифологической составляющей истории может реализовываться при помощи использования:

- архетипических персонажей (традиционных), мифодизайна новых героев на основе архетипических представлений;

- мифологических сюжетов, использования сюжетов для создания нового мифа с учетом конкретных обстоятельств.

Цифровой сторителлинг (*digital storytelling*) — сочетание искусства рассказывать истории с использованием разнообразных воздействующих средств: рисунков, видео, аудио и т. д.

Так, визуальная репрезентация американской компании «Chrysler», выпускающей полноразмерный пикап «Dodge Ram» (реклама кампании 2013 г.), представляет собой мифологическую историю, апеллирующую к архетипическому образу «крестьянина» — «фермера», хранителя базовых ценностей, олицетворением которых является автомобиль «Dodge Ram».

Проанализировав символическое наполнение использованной коммуникативно-информационной технологии, мы выделили содержательный аспект истории компании-бренда, включающий сценарий, героев и мифопослание, а также коммуникативную стратегию. В сценарии представлен видеоряд освоения земли США «с помощью Бога» (репрезентации визуальных образов — «пахарь», «фермер», «церковь», «молитва», «работа», «урожай», «трактор», «автомобиль Dodge Ram»). В данной истории используется особое голосовое сопровождение, помогающее зрителям понять историю, «слиться» с ней, начать сопереживать герою. Голос, звучащий за кадром, напоминает библейский текст, читаемый культовым американским диктором Полом Харви, олицетворяющим историю США. В истории реализуется риторика ролевого, обезличенного слова в форме императивного монолога — «проповеди о герое».

Коммуникативная стратегия текста — «сказание о Герое», повествование о том, что «существовало и будет существовать всегда», что неизменно. «Героем» является фермер, верящий в Бога, работающий на благо своей страны (олицетворением фермеров является «Dodge Ram»); он достоин сказания, его судьба — долг, реализация *предназначения*, испытание веры трудом. Данная коммуникативная стратегия моделирует ролеву картину мира.

Мифопослание истории сводится к следующему: именно «Dodge Ram» является «хранителем американских ценностей».



Рис. Визуальный ряд истории «И создал Бог фермера»

Трансмедиасторителлинг — это современная коммуникативная технология изложения истории, которая транслируется с использованием разных каналов коммуникации (новые социальные медиа, печатные каналы коммуникации, видео, аудио, компьютерные игры). Каждый канал коммуникации по-своему характеризует героя.

Таким образом, сторителлинг как информационно-коммуникативная технология является технологией рассказывания «мифологических» историй, которая моделирует картину мира и является одной из технологий современной журналистики и в целом медиапространства.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бозрикова С. А. История нарративной журналистики // Русский след в нарратологии : материалы Междунар. науч.-практ. конф. (26—28 нояб. 2012 г.). — Николаев, 2012. — С. 183—193.
2. Гавра Д. П. Социально-коммуникативные технологии: сущность, структура, функции // Петербургская школа PR: от теории к практике : сб. статей. / отв. ред. А. Д. Кривоносов. — СПб., 2003. Вып. 1. С. 30.
3. Жиличева Г. А. Нарративные стратегии в жанровой структуре романа (на материале русской прозы 1920—1950-х гг.) — Новосибирск : НГПУ, 2013.

О. А. Fadeeva
Omsk, Russia

STORYTELLING AS A SYMBOLIC INFORMATION AND COMMUNICATIONS TECHNOLOGY

ABSTRACT. *The research covers the basic features of information and communications technologies, which are used in contemporary media environment in order to construct an artificial identity and form the worldview of the individual and the group, on the basis of altering stereotypes of perception, attitudes and behavior. The article covers the main concepts of the narrative paradigm “narratology”, “narrative communication” and “narrative”. The article formulates the methodology of research, defines the main concepts of social construction theory and discloses the potential of the narrative analysis of the hidden symbolic reality of the text. The article substantiates the conceptual framework of storytelling as an information and communications technology and considers various methods of using myths to construct socio-communicative technology for managing the process of communication of a social subject.*

The author analyzes the symbolic content of the advertisement history of the American auto manufacturer Chrysler as an example of application of information and communications technologies of storytelling. In the myth history, appealing to the archetypal image of the keeper of the basic values, embodied in the automobile Dodge Ram, the author singles out the myth message and the communicative strategy of a role impersonal message in the form of an imperative monologue (“prayer about the hero”), and the type of the modeled worldview.

The article presents transmedia storytelling as a communicative technology of creating a story with the help of various channels of communication.

KEYWORDS: *information and communications technologies; narrative communication; storytelling; myth design; myth message.*

ABOUT THE AUTHOR: *Fadeeva Ol'ga Aleksandrovna, Candidate of Pedagogy, Associate Professor of Department of Foreign Languages, Omsk State Institute of Service, Omsk, Russia.*

4. Жукова Е. А. Hi-Tech: динамика взаимодействий науки, общества и технологий : авторефер. дис. ... д-ра филос. наук. — Томск, 2007.

5. Поликарпова Е. В. Культурные основы Hi-Tech технологий // Гуманитарные и социальные науки. 2008. № 6. С. 33—38.

6. Симонс А. Как использовать силу историй. — М., 2012.

7. Тюпа В. Очерк современной нарратологии // Критика и семиотика. 2002. Вып. 5. С. 5—31.

8. Шмид В. Нарратология. — М. : Языки славянской культуры, 2003.

9. Шарков Ф. Интегрированные бренд-коммуникации. — М., 2004.

10. Шарков Ф. И. Интерактивные электронные коммуникации (возникновение «Четвертой волны»). — М., 2012.

11. Fog K., Budtz Ch., Munch Ph., Blanchette S. Storytelling: Branding in Practice. 2010.

12. Denning St. The Leaders' Guide to Storytelling. Jossey-Bass, Apr. 2011.

13. Denning St. The Leaders' Guide to Critical Management. Jossey-Bass, June 2010.

14. Jackson M. The Politics of Storytelling: Violence, Transgression and Intersubjectivity. 2002.

15. Phillips A. A. Creator's Guide to Transmedia Storytelling: How to Captivate and Engage Audiences Across Multiple Platforms. June 21, 2012.

REFERENCES

1. Bozrikova S. A. Istoriya narrativnoy zhurnalistiki // Russkiy sled v narratologii : materialy Mezhdunar. nauch.-prakt. konf. (26—28 noyab. 2012 g.). — Nikolaev, 2012. — S. 183—193.
1. Gavra D. P. Sotsial'no-kommunikativnye tekhnologii: sushchnost', struktura, funktsii // Peterburgskaya shkola PR: ot teorii k praktike : sb. statey. / otv. red. A. D. Krivososov. — SPb., 2003. Vyp. 1. S. 30.
2. Zhilicheva G. A. Narrativnye strategii v zhanrovoy strukture romana (na materiale russkoy prozy 1920—1950-kh gg.) — Novosibirsk : NGPU, 2013.
3. Zhukova E. A. Hi-Tech: dinamika vzaimodeystviy nauki, obshchestva i tekhnologiy : avtorefer. dis. ... d-ra filos. nauk. — Tomsk, 2007.
4. Polikarpova E. V. Kul'turnye osnovy Hi- Hume tekhnologiy // Gumanitarnye i sotsial'nye nauki. 2008. № 6. S. 33—38.
5. Simons A. Kak ispol'zovat' silu istoriy. — M., 2012.
6. Tyupa V. Ocherk sovremennoy narratologii // Kritika i semiotika. 2002. Vyp. 5. S. 5—31.
7. Schmid V. Narratologiya. — M. : Yazyki slavyanskoj kul'tury, 2003.
8. Sharkov F. Integrirovannye brend-kommunikatsii. — M., 2004.
9. Sharkov F. I. Interaktivnye elektronnye kommunikatsii (voznik-noveniye «Chetvertoy volny»). — M., 2012.
10. Fog K., Budtz Ch., Munch Ph., Blanchette S. Storytelling: Branding in Practice. 2010.
11. Denning St. The Leaders' Guide to Storytelling. Jossey-Bass, Apr. 2011.
12. Denning St. The Leaders' Guide to Critical Management. Jossey-Bass, June 2010.
13. Jackson M. The Politics of Storytelling: Violence, Transgression and Intersubjectivity. 2002.
14. Phillips A. A. Creator's Guide to Transmedia Storytelling: How to Captivate and Engage Audiences Across Multiple Platforms. June 21, 2012.

Статью рекомендует к публикации д-р филол. наук, проф. Э. И. Коптева.

Фу Лин, Го Лаймэй
Далянь, КНР

М. Ю. Илюшкина
Екатеринбург, Россия

ИНТЕРТЕКСТУАЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ОТРАЖЕНИЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ КУЛЬТУРЫ В РОССИЙСКОЙ ТУРИСТИЧЕСКОЙ РЕКЛАМЕ

АННОТАЦИЯ. Реклама по своему значению давно уже вышла за границы чисто утилитарного средства продвижения товаров и услуг и стала важным элементом современной цивилизации, заметным культурным феноменом, чем и объясняется актуальность предложенной статьи. Вкратце описывается становление динамичной рекламной отрасли в России. После экстенсивного развития рекламы в 1990-х гг. в 2000-е начинается интенсивный период развития, характеризующийся повышением уровня качества, креативности, использованием новых технических возможностей. Обозначились национально-специфические особенности российской рекламы: в отличие от западной, которая более рациональна, основана на четкой аргументации, российская реклама более эмоциональна, что проявляется в стремлении показывать типичные истории из жизни людей, заставляющие сопереживать героям. Реклама может не только отражать новейшие тенденции в культуре, но и служить способом восстановления, сохранения, развития и распространения культурных традиций. Это проявляется в учете этнокультурных факторов при переработке рекламы международной организации в условиях конкретной страны. Национально-специфические компоненты рекламы целесообразно выявлять при рассмотрении примеров использования интертекстуальности. Рассматриваются типичные для туристической рекламы национально-культурные компоненты: литературно-художественные элементы (поговорки, фразеологизмы, имена писателей, названия их произведений, аллюзии), отсылки к религиозной культуре (библейские и христианские образы), отсылки к традициям, обычаям (традиционные праздники, бытовые предметы). В условиях глобализации реклама становится средством межкультурной коммуникации, выводит национальную культуру на международную арену. Выявление национально-культурных компонентов в рекламе невозможно без интертекстуального анализа.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: рекламный текст; язык; национально-культурные компоненты; интертекстуальный анализ; межкультурная коммуникация.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ: Фу Лин, доктор филологических наук, профессор, Даляньский университет иностранных языков, Китай; адрес: 116044, Dalian University of Foreign Languages, No.6, West Section, Lvshun South Road, Lvshunkou District, Dalian, Liaoning Province, China; e-mail: 13609863918@163.com.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ: Го Лаймэй, магистрант, Даляньский университет иностранных языков, Китай; адрес: 116044, Dalian University of Foreign Languages, No.6, West Section, Lvshun South Road, Lvshunkou District, Dalian, Liaoning Province, China; e-mail: meizi19911214 @163.com.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ: Илюшкина Мария Юрьевна, кандидат филологических наук, доцент кафедры лингвистики и профессиональной коммуникации на иностранных языках, Уральский федеральный университет, Екатеринбург; адрес: 620050, Екатеринбург, пр-т Ленина, 50; e-mail: ilyushkina_maria@mail.ru.

В настоящее время реклама стала неотъемлемой частью экономики и культуры. Реклама уже не сводится к выполнению коммерческой функции, а стала культурным феноменом. С одной стороны, к рекламе в массовом сознании часто причисляют все виды маркетинга, т. е. реклама является двигателем торговли. С другой стороны, реклама является важным элементом современной цивилизации. Согласно статистике, жители России в среднем 6 часов в день читают, смотрят или слушают СМИ, которые обязательно передают рекламу [Солганик 2012: 4].

Для установления сущностных черт рекламы необходимо сначала рассмотреть историю ее появления и развития. Российский рынок рекламы начал развиваться вместе с зарождением рыночных отношений [Трушина 2012: 232]. Особого внимания заслуживает история развития рекламы в России с раннего постсоветского времени до наших дней.

Перестройка и переход к рыночной экономике привели к значительным изменениям в организации рекламной деятельности в России. В конце 80-х — начале 90-х гг. появляются первые предприятия частных форм собственности, складываются отношения конкуренции, происходит коммерциализация прессы [Трушина 2012: 213]. К началу 90-х гг. завершается распад централизованной

рекламной службы. Благодаря развитию рыночной экономики бум рекламы пришелся на конец 90-х гг. Значительную роль в этом процессе играли западные рекламодатели. На экране преобладала реклама импортируемых товаров. Российская реклама тоже постепенно становилась качественнее и функциональнее. Переломным этапом стал 1998 г.: разразившийся финансовый кризис и четырехкратная девальвация национальной валюты тяжело сказались на рекламной отрасли [Трушина 2012: 217]. В то же время в стране начался экономический рост, в первую очередь в пищевой промышленности, появились российские рекламодатели. Хотя экономика понесла большой урон из-за кризиса, сложившуюся ситуацию умело использовали российские производители, и экраны телевизоров запестрели рекламой отечественных товаров.

Несмотря на нынешний экономический кризис, в целом российский рынок по-прежнему динамично развивается. К 2000 г. экстенсивный период развития рекламы в России завершился и начался этап ее интенсивного развития: повышения ее качественного (креативного) уровня, появления новых технических возможностей [Трушина 2012: 234]. Сегодня производители рекламы широко используют последние достижения техники, выпускают рекламу разных типов на разных носи-

телях (вербальную, визуальную, аудиальную и т. д.). Броская красочная реклама в журналах, газетах, на телевидении, радио, в сети Интернет, в справочных и специализированных изданиях, в местах продаж и массового пребывания людей прочно вошла в жизнь современного человека [Коноваленко 2013: 61].

Стоит отметить, что России уже сформировались национальные черты рекламы. Российская реклама, в отличие от западной, менее рациональна, не стремится аргументированно доказать определенную идею. Наиболее успешная в России реклама рассказывает заставляющие сопереживать эмоциональные истории — иногда грустные, иногда веселые, но всегда типичные [Трушина 2012: 128].

С одной стороны, реклама, являясь коммерческим продуктом, воздействует на культуру, модифицирует ее. С другой стороны, реклама может служить важным ценностным «каналом» восстановления, сохранения, развития и распространения культурных традиций [Чэнь Янь 2014: 49]. В современной науке реклама часто рассматривается как явление культурной жизни, как один из механизмов формирования культуры [Илюшкина 2008: 163]. Тем не менее каждая национальная культура своеобразна, имеет свои представления, нормы и ценности [Привалова 2003: 100]. Это своеобразие становится особенно заметным в связи с общемировыми процессами глобализации, когда в условиях открытой экономики на российский рынок поступает большое количество иностранных товаров, попутно с чем неизбежно появляется рекомендуемая эти товары реклама. Общеизвестные различия между разными культурами диктуют необходимость учета в рекламе этнокультурных факторов, обуславливающих все сферы жизни социума и основы мирозерцания — без этого не удастся добиться положительной реакции покупателя и стимулировать его к приобретению рекламируемого продукта [Чэнь Янь 2014: 49].

По мнению российских исследователей, реклама представляет собой отражение жизни общества как в материальной, так и духовной сферах [Мамонтов 2005: 111]. Медiateксты насыщены культурнозначимой информацией, в них фиксируются и отражаются как общие, так и специфические особенности функционирования национальных языков и культур [Добросклонская 2008: 58]. Поэтому для более глубокого изучения рекламы в данной статье мы будем опираться на метод **интертекстуального анализа** национально-культурных компонентов в рекламе.

В основе такого метода анализа рекламного текста, как интертекстуальный анализ, лежит представление о широкой понимаемой коннотации. Данный метод возник на базе эстетико-философской концепции диалогизма в современном литературоведении, выдвинутой М. М. Бахтиным. Интертекстуальные связи разнообразны по характеру и проявляются на разных уровнях текста — звуковом, семантическом, структурном, идейном, композиционном, сюжетном. По мнению литературоведения, «интертекстуальный анализ — это новый способ чтения, который взрывает линейность текста. Каждая интертекстуаль-

ная отсылка — это место альтернативы: либо продолжать чтение, видя в ней лишь фрагмент, не отличающийся от других, <...> или же вернуться к тексту-источнику, прибегая к интеллектуальному анамнезу, в котором интертекстуальная отсылка выступает как смещенный элемент» [Чумак-Жуль 2014: 20].

Формальные и когнитивные национально-культурные компоненты существуют в любом языке. Среди них выделяются разделяемые всем человечеством, а есть и национально-специфичные [Хо Хуа 2007: 137]. Рекламный текст, представляющий собой основной компонент рекламы, всегда является частью культурного наследия общества. Поскольку интертекстуальность относится к основным свойствам текста, для анализа национально-культурных компонентов в рекламе необходимо применять интертекстуальный метод.

Говоря о национально-культурных элементах в рекламе, мы имеем в виду самый широкий круг единиц: от слов и выражений до фактов литературы, обычаев, истории и религии. Рассмотрим подробно некоторые национально-культурные компоненты, регулярно встречающиеся в туристической рекламе.

1. Литературно-художественные элементы

Современная реклама, в соответствии со своей главной установкой, должна не только привлечь внимание к рекламируемому объекту, но и сделать это как можно более естественно, доступно, органично для определенной целевой категории потребителей [Чэнь Янь 2014: 57]. Поэтому традиционная для русского национального сознания апелляция к литературным источникам (и именам их авторов) становится одним из важных средств воздействия на реципиентов. Охарактеризуем конкретные примеры использования литературно-художественных элементов.

Во-первых, сюда относится употребление пословиц, поговорок, крылатых фраз и устойчивых выражений. Все эти значимые для культуры единицы отражают в рекламных текстах этническую специфику. Их использование, несомненно, повышает экспрессивность и степень воздействия рекламы. Приведем примеры.

1) Ах, карнавал!

Кельнцы четко знают: делу время, а потехе — час. Традиционный карнавал, который проходит здесь перед Великим постом, признан самым веселым в Германии. Официально праздничных дней три, но кажется, что никто этого не помнит. Готовятся к событию минимум полгода, а гуляют целую неделю, во время которой проводятся более 50 (!) парадов. Все разной тематики, с безумными костюмами, разбрасыванием сладостей, красочными платформами, на которых едут огромные фигуры из папье-маше (часто изображающие политиков). Все танцуют, поют и кричат: „Да здравствует Кельн!“ (Лиза. 2015. № 8. С. 51).

2) Китай

Первый блин комом

Большинство китайцев предпочитают проводить отпуск в комфортных условиях. Но и „дикий“ туризм становится все более популярным, особенно среди молодежи. Более 15 тысяч

начинающих туристов-палаточников собрались на слет на склоне горы в провинции Цзянси на юго-востоке Китая. Некоторым еще есть чему поучиться: они так криво установили свои палатки, что вряд ли смогут в них заснуть (GEO. 2015. № 1. С. 20).

3) Путешествие в Турцию

Тысяча и одно удовольствие у моря

Отпуск — это маленькая жизнь. А отпуск всей семьей на море — двойная радость! Наша гостеприимная соседка Турция ждет гостей (Отдохни! 2015. № 18. С. 36).

Во-вторых, в рекламных текстах также встречаются имена известных писателей, названия их произведений и персонажи из этих произведений.

1) Лабиринт из льда

Герои пушкинской *„Сказки о царе Салтане“* оживают на Тверской площади. Здесь для них возвели самый большой в мире лабиринт из льда.

Ледяная сказка продолжается в Новоушинском сквере, в *Царстве Снежной Королевы*. Вся площадка украшена величественными и искусными ледяными скульптурами. Вырезать фигуры известных сказочных героев из капризного материала научат и гостей фестиваля.

Большой каток украсил *Пушкинскую площадь*. Здесь знакомятся с *Щелкунчиком*, бесплатно катаются под музыку Чайковского вместе с известными фигуристами и посещают *„Мышиную кулинарную школу“*, где детей и взрослых учат готовить вкусные праздничные лакомства (Отдохни! 2015. № 1. С. 60).

2) Беседка Островского

Уютная, провинциальная, купеческая... Такой Кострому увидел Борис Кустодиев. На его картинах можно узнать Пожарную каланчу, торговые ряды, купеческие особняки, городские ландшафты и виды на Волгу. Панорама, открывающаяся с высокого берега реки, когда-то впечатлила и другого русского гения — *Александра Островского*. На том месте, где подолгу любовался пейзажами драматург, сейчас стоит белоснежная беседка-ротонда. *Костромской край — малая родина Островского*. Много здесь связано с его именем. Так, один из его вымышленных персонажей живет в самом центре города в нарядном тереме. Догадываешься, о ком речь? Это *Снегурочка*. Правда, попасть к ней в гости непросто: театрализованную экскурсию лучше заказать заранее.

Другой известный литературный персонаж — *Остап Бендер* — в Костроме вроде бы не был. Хотя постоит, вот же он собственной персоной — сидит за столиком в витрине кафе *„Рога и копыта“*. Интерьер заведения полностью выполнен в духе романа *Ильфа и Петрова «12 стульев»*. В меню — русская кухня и вкусные десерты (Лиза. 2015. № 4. С. 45).

В-третьих, употребляются аллюзии. В рекламных текстах мы часто находим примеры использования аллюзий на различные легенды, сказки.

1) Путешествие в Финляндию

Вершина Паха-Коли. По легенде, когда-то с нее сбрасывали ведьмы. Падая вниз, девушки

ки кричали: *„Коли, коли...“* Отсюда и пошло название этих мест (Отдохни! 2015. № 17. С. 36).

2) Великолепная Пятерка

Однажды, кочуя в поисках лучших пастбищ, предки башкир наткнулись на волков. И тут случилось удивительное: от волчьей стаи отделился вожак, встал впереди каравана кочевников и повел его дальше. Долго шли люди за зверем, пока не увидели благодатную землю с полноводными реками, альпийскими лугами, густыми лесами и дивными горами, вершины которых достигали облаков. Здесь волк остановился, а люди решили, что лучшего места для дома не найти. Такова легенда о Башкирии, крае богатом как на культурные достопримечательности, так и на природные чудеса (Лиза. 2015. № 3, С. 58).

2. Религиозная культура

В современных рекламных текстах находит свое отражение и религиозная картина мира, прежде всего в виде отсылок к библейским образам. «Среди многих книг, созданных человеческим гением, книг, содержащих в себе россыпи человеческого знания, заключенные в совершенные формы выражения, особое место занимает Библия, одарившая нашу речь многими яркими изречениями» [Медведева 2002: 3]. Библия как священная книга, как исторический документ, как памятник философской мысли и как эстетическое явление культуры становится источником прецедентных имен, афоризмов, басен, притч, пословиц, крылатых слов, сюжетов [Чэнь Янь 2014: 60].

В русских рекламных текстах мы встречаем достаточное количество примеров, которые связаны с религиозной культурой.

1) Мальта. По следам апостола

В культурной жизни мальтийцев огромную роль играет католичество. При населении порядка 400 тысяч человек здесь около 400 церквей.

ПОЧИТАНИЕ ПАВЛА

Апостол Павел — самый почитаемый на Мальте святой. В разговоре с мальтийцами, чтобы не испортить отношения, не следует сомневаться, что примерно в 60 г. именно он принес христианство на Мальту. Это достаточно подробно описано в Деяниях святых апостолов, где Мальта называется остров Мелит.

Павел (при рождении был наречен Савлом) не входил в число двенадцати учеников Иисуса и, видимо, впервые увидел Христа во время казни. Крестившись, Савл сменил имя на Павла и стал одним из самых страстных проповедников христианства. За это его взяли под стражу, но, поскольку как римский гражданин Павел был неподвластен иудеям, его отправили в Рим на суд. По пути корабль потерпел крушение возле Мальты. Согласно легенде, это произошло в заливе, который носит сегодня имя св. Павла и находится в 17 километрах к северо-западу от Валлетты, столицы Мальты (Турбизнес. 2015. № 1. С. 41—44).

2) АРМЕНИЯ СОЕДИНЯЕТ

Армения первой в мире официально приняла христианство — в 301 году. Поездка в эту страну дарит возможность посетить уникаль-

ные монастыри и церкви, познакомиться с традициями, которые не изменились с первых веков христианства.

Горят все свечи и лампы

Вот, например, непривычный для нас обычай: Рождество и Крещение тут отмечают в один день — 6 января. Накануне **благочестивые хозяйки готовят постный ужин**: плов с изюмом и курагой, рыбу с шпинатом. Кстати, **пост в Армении длится всего неделю** — вот вторая местная особенность. Поздно вечером 5 января в храмах начинается служба, которая называется **Чракалуйц**. В переводе это слово означает „возжигание светильников“. Люди уносят домой из храмов зажженные лампы и свечи — символ света Вифлеемской звезды (Лиза. 2015. № 2. С. 62).

3. Обычаи и стиль жизни

Особую интимность и теплоту, ассоциируемую с предлагаемыми объектами, при рекламировании создает употребление названий предметов или понятий традиционного быта, образа жизни, как правило, из недавнего или из давно прошедшего, но сохранившегося в памяти русских прошлого [Чэнь Янь 2014: 52].

Во-первых, авторы рекламных текстов обращаются к таким традиционным для россиян и жителей других стран **праздникам**, как Новый год, Рождество и др. Например:

1) Путешествие — моя страна

Это торжество

Встретив Рождество в одном из древних монастырей Москвы, ты узнаешь, почему богослужение здесь так торжественно, а трапеза так вкусна.

Монастырей в столице немало, однако мы предлагаем тебе послушать праздничную рождественскую литургию в Новодевичьем. Он очень нарядный, красивый, построенный в стиле московского барокко, за что внесен в Список памятников Всемирного наследия ЮНЕСКО (Лиза 2015. № 2. С. 58).

2) Новый год по-тайски

Ушат воды на голову

13—15 апреля миллионы тайцев всех возрастов от мала до велика выходят на улицы городов с внушительными запасами воды.

Улыбаясь и выкрикивая: „Савади пи май!“, что в переводе означает „Счастливого Нового года!“, они обливают каждого, кого встретят на пути.

Детские водяные пистолеты, лейки, шланги — в ход идут любые средства — веселая альтернатива тропическому ливню! Особый восторг испытывают те туристы, что решатся в этот день прокатиться на тук-туке!

Вода — важный элемент праздника; она символизирует очищение от грехов и любого негатива. В качестве дополнения к ней используются тальк и белая глина. Ими мажут щеки, защищаясь от нечисти (Отдохни! 2015. № 10. С. 36).

3) Регионы России: Екатеринбург Событийный туризм

Из множества культурных событий Екатеринбурга в летнем сезоне можно выделить два мероприятия.

Одно из самых ожидаемых музыкальных событий в культурной жизни европейских столиц — **Венский фестиваль музыкальных фильмов** — органично вписалось в культурную жизнь Екатеринбурга. С 2011 года по инициативе Почетного консульства Австрии и при поддержке Администрации города Екатеринбурга фестиваль проводится и в столице Урала. Под открытым небом на площади перед зданием Уральского федерального университета имени первого Президента России Б. Н. Ельцина на протяжении двух недель каждый день демонстрируются кинофильмы с записью шедевров мировой классической музыки. **Фольклорный фестиваль „Малахитовая шкатулка“** с 2009 года с успехом проходит в Екатеринбурге. Цель фестиваля — позиционирование Екатеринбурга как центра фольклорно-этнической деятельности Урала. ...Фестиваль проходит в формате народного гулянья, во время которого проводятся ярмарка самоцветов и декоративно-прикладного искусства, творческие мастер-классы, развлекательно-познавательные занятия с детьми, интерактивные игры на полянах, выступления фольклорных ансамблей и показ коллекций „этномоды“ (Турбизнес. 2015. № 6. С. 31).

Кроме того, маркетологи и рекламные специалисты сразу взяли на вооружение понятие **стиль жизни**. По мнению А. Адлера, *стиль жизни* представляет собой уникальное соединение черт характера, способов поведения и привычек, которые, взятые в совокупности, определяют неповторимую картину существования индивидуума [Песоцкий 2004: 42]. Реклама, созданная с учетом стиля жизни, во многих случаях более адекватно воспринимается потенциальными потребителями, поэтому стиль жизни нередко характеризуются в рекламных объявлениях.

1) Лучшее в Москве

Выходи гулять! В зимние праздники тебя ждет много веселых развлечений: от катания на коньках до фотозаписей. Мы расскажем о самом интересном.

Что в Питере? Снежная битва

3 января развернется грандиозное сражение, которое стало уже зимней традицией Северной столицы (Лиза. 2015. № 1. С. 70).

2) Счастье в Кубе

Слово „спешка“ на Кубе не пользуется популярностью. Зато повсеместно в ходу слово „маньяна“ (в переводе с испанского — „завтра“). **Оставлять дела на следующий день — привычка, доставшаяся бывшей колонии от Испании**. Впрочем, как и сиеста, во время которой местные жители предпочитают вздремнуть часок-другой на лавочке. Жизнь проходит тут неторопливо, и это заметно почти во всем.

Другая черта кубинцев — страсть к танцу. Кажется, что любовь к зажигательным ритмам впитывается здесь с молоком матери (Лиза. 2015. № 7. С. 60).

4. История

В рекламных текстах активно употребляются слова или словосочетания, отсылающие к важным историческим событиям, обозначающие значимые для народа факты истории. Приведем примеры.

1) Маршрутами воинской славы

Маршруты в рамках проекта „Путешествуйте по России“ связаны с памятными датами, днями воинской славы, в качестве объектов показа — места боевых подвигов, музеи, интерактивные площадки, выставки, памятные знаки, территории военно-исторических реконструкций, мемориальные места, поля воинской славы.

Например, в Калининградской области будет организован маршрут „По следам Первой мировой войны“, в Тюменской — „По следам Ермака“, в Кемеровской — „Легенды Арчекаса“, в Приморском крае — „Забывтая Русско-японская война“, в Крыму — „Севастиополь вернулся домой“ и многие другие (Турбизнес. 2015. № 1. С. 4).

2) Трудолюбивый город

Легенда легендой, но трудоспособности кельнцев можно позавидовать. Во время Второй мировой войны город был разрушен почти до основания. Но в середине 80-х годов его полностью восстановили. Работа при этом была проделана громадная. Исторические здания воссоздали со скрупулезной точностью, отстроили новые дома, фабрики, отреставрировали Кёльнский собор. После военных бомбардировок он был едва ли не единственным целым строением в городе. По негласному сговору летчиков собор берегли как географический ориентир. Это и сейчас основная доминанта в городе (Лиза. 2015. № 8. С. 50).

3) Самара

Дом Павлова

Четырехэтажный жилой дом, в котором во время Сталинградской битвы 23 человек держали оборону в течение 58 дней. После войны был собран по кусочкам (Conde Nast Traller. 2015, июнь-июль. С. 118).

4) Южнокитайский триптих

Шеньчжень вместо Шенгена?

Шеньчжень — пока для россиян новое направление. В 1978 году лидер КНР Дэн Сяопин, грандиозная статуя которого венчает смотровую площадку в парке Ляньхуашань, осмотрев рыбацкую деревушку на юге провинции Гуандун, заявил: мы создадим тут первую в стране свободную экономическую зону (Турбизнес. 2015. № 3. С. 56).

Как известно, язык рекламы, хотя и является специальным языком, не существует отдельно от языка вообще, а лишь представляет собой «разновидность языка с особыми характеристиками, имеющими прагматическую обусловленность» [Мамонтов 2005: 111].

В настоящее время во всем мире протекают процессы глобализации, в том числе и культурной глобализации. В такой ситуации у национальной культуры появляется возможность выйти на мировую арену, поэтому возрастает роль межкультурной коммуникации. При межкультурной коммуникации целесообразно использование лексических единиц, имеющих национально-культурную семантику, лингвокультурем, в со-

временных терминах лингвострановедения, доступных восприятию представителей конкретной культуры. Кроме того, обмен элементами национальной культуры между разными этносами является важнейшим фактором их существования [Козелько 2008: 1]. Как мы показали, реклама как важное средство отражения национальной культуры, анализ рекламы и ее национально-культурных компонентов могут содействовать межкультурной коммуникации. Проведенное исследование позволило установить, что интертекстуальность как один из методов анализа рекламы позволяет выявить связь текстов с национальной культурой. Анализ рекламного текста с точки зрения интертекстуальности позволяет выявить, глубоко и всесторонне проанализировать национально-культурные компоненты в рекламе на определенном национальном историко-культурном пространстве. Это позволяет всестороннее интерпретировать рекламу в контексте культуры и способствует межкультурной коммуникации. Таким образом, необходимость применения интертекстуального метода анализа национально-культурных компонентов в рекламе очевидна.

ИСТОЧНИКИ

1. Лиза : журн.
2. Отдохни! : журн.
3. Турбизнес : журн.
4. GEO : журн.
5. Conde Nast Traveler : журн.

ЛИТЕРАТУРА

1. Добросклонская Т. Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ. — М. : Флинта : Наука, 2008.
2. Денисова Я. В. Межкультурная коммуникация средствами торговой рекламы, 2012.
3. Долгих Н. О. Национально-культурная специфика рекламных текстов. 2009. С. 39—44.
4. Илюшкина М. Ю. Прецедентные феномены в российской и британской печатной рекламе услуг для туристов. — Екатеринбург, 2008.
5. Коноваленко В. А., Коноваленко М. Ю., Швед Н. Г. Реклама и связи с общественностью: введение в специальность. — М., 2013. С. 60.
6. Козелько В. Н. Национальная культура: сущность, структуры, компоненты. 2008. С. 1—4.
7. Мамонтов А. С. Кросс-культурный анализ в аспекте рекламоведения. 2005. С. 111—116.
8. Песоцкий Е. А. Реклама и психология потребителя. — М., 2004.
9. Привалова И. В. Национально-культурная специфика ценностных доминант рекламного дискурса. 2003. С. 97—101.
10. Ревзина О. Г. Методы анализа художественного текста // Структура и семантика художественного текста. — М., 1998. С. 301—316.
11. Солганик Г. Я. Язык СМИ и политика. — М., 2012. С. 3—7.
12. Трушина Л. Е. История отечественной и зарубежной рекламы : учеб. — М., 2012.
13. Чумак-Жунь И. И. Художественный текст как феномен культуры: интертекстуальность и поэзия. — М., 2014.
14. Чэнь Янь= 陈琰. Языковые и национально-культурные особенности русских рекламных текстов = 谈俄语广告文本的语言及民族文化特点, 2014.
15. Хо Хуа = 霍花. Национально-культурная специфика в тексте русской рекламы = 俄语广告语的民族文化特征. 2007. С. 136—138.

Fu Ling, Guo Laimei
Dalian, China

Maria Ilyushkina
Ekaterinburg, Russia

INTERTEXTUAL ANALYSIS OF THE NATIONAL CULTURE REPRESENTATION IN RUSSIAN TOURISM ADVERTISEMENTS

ABSTRACT. *The presented study is topical since advertizing has long ceased to be a purely utilitarian means of advancement of goods and services and has become an important element of the modern civilization and a major political phenomenon. The article briefly describes the development of the dynamic advertizing business in Russia. The extensive period in the history of advertizing of the 1990s is replaced in the early 2000s by an intensive period, which is characterized by the raising of quality, creativity and use of new technologies. The following national-specific features of the Russian advertizing were formed: in contrast to the Western advertizing, which is more rational and is based on clear argumentation, the Russian one is more emotional, which is often reflected in the wish to show typical episodes from the life of different people, making the target audience feel close to the characters of the advertisement. Advertizing is capable not only to reflect the newest tendencies in the culture, but also to serve a means of restoration, preservation, development and dissemination of cultural traditions. This is manifested by taking into account ethno-cultural factors while studying the advertisements of an international organization in the conditions of a given country. National-specific components should be singled out while studying the cases of the use of intertextuality. The authors analyze the typical tourist discourse national-specific components: literary elements (proverbs, sayings, phraseological units, names of writers, titles of books, allusions, etc.), allusions to the religious culture (biblical and Christian images), and references to traditions and customs (traditional holidays, domestic appliances, etc.). In the conditions of globalization, advertizing becomes a means of intercultural communication and leads the national culture onto the international stage. Revealing national-specific components in advertizing is impossible without an intertextual analysis.*

KEYWORDS: *advertising text; language; national cultural elements; intertextual analysis; intercultural communication.*

ABOUT THE AUTHOR: *Fu Ling, Doctor of Philology, Professor, Dalian University of Foreign Languages, Dalian, China.*

ABOUT THE AUTHOR: *Guo Laimei, Master's Degree Student, Dalian University of Foreign Languages, Dalian, China.*

ABOUT THE AUTHOR: *Ilyushkina Mariya Yur'evna, Candidate of Philology, Associate Professor of Department of Linguistics and Professional Communication in Foreign languages, Ural Federal University named after the First President of Russia B.N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia.*

REFERENCES

1. Liza : zhurn.
2. Otdokhni! : zhurn.
3. Turbiznes : zhurn.
4. GEO : zhurn.
5. Conde Nast Traveler : zhurn.
6. Dobrosklonskaya T. G. Medialingvistika: sistemnyy podkhod k izucheniyu yazyka SMI. — M. : Flinta : Nauka, 2008.
7. Denisova Ya. V. Mezhkul'turnaya kommunikatsiya sredstvami torgovoy reklamy, 2012.
8. Dolgikh N. O. Natsional'no-kul'turnaya spetsifika reklamnykh tekstov. 2009. S. 39—44.
9. Ilyushkina M. Yu. Prezentatsionnyye fenomeny v rossiyskoy i britanskoy pechatnoy reklame uslug dlya turistov. — Ekaterinburg, 2008.
10. Konovalenko V. A., Konovalenko M. Yu., Shved N. G. Reklam i svyazi s obshchestvennost'yu: vvedenie v spetsial'nost'. — M., 2013. S. 60.
11. Kozel'ko V. N. Natsional'naya kul'tura: sushchnost', struktury, komponenty. 2008. S. 1—4.
12. Mamontov A. S. Kross-kul'turnyy analiz v aspekte reklamovedeniya. 2005. S. 111—116.
13. Pesotskiy E. A. Reklama i psikhologiya potrebitelya. — M., 2004.
14. Privalova I. V. Natsional'no-kul'turnaya spetsifika tsenoznomykh dominant reklamnogo diskursa. 2003. S. 97—101.
15. Revzina O. G. Metody analiza khudozhestvennogo teksta // Struktura i semantika khudozhestvennogo teksta. — M., 1998. S. 301—316.
16. Solganik G. Ya. Yazyk SMI i politika. — M., 2012. S. 3—7.
17. Trushina L. E. Istoriya otechestvennoy i zarubezhnoy reklamy : ucheb. — M., 2012.
18. Chumak-Zhun' I. I. Khudozhestvennyy tekst kak fenomen kul'tury: inter-tekstual'nost' i poeziya. — M., 2014.
19. Chen' Yan'. Yazykovyye i natsional'no-kul'turnyye osobennosti russkikh reklamnykh tekstov. 2014.
20. Kho Khua. Natsional'no-kul'turnaya spetsifika v tekste russkoy reklamy. 2007. S. 136—138.

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

РАЗДЕЛ 4. ЛИНГВИСТИЧЕСКАЯ ЭКСПЕРТИЗА: ЯЗЫК И ПРАВО

Данная рубрика подготовлена 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 81'23:81'42
ББК Ш105.51+Ш100.6

ГСНТИ 16.21.27

Код ВАК 10.02.19

М. Р. Бабикова, М. Б. Ворошилова
Екатеринбург, Россия

«АЛЛОГЕННЫЕ» ЖАНРЫ В СОВРЕМЕННОМ ЭКСТРЕМИСТСКОМ ДИСКУРСЕ

АННОТАЦИЯ. В современный экстремистский (уже — националистический) дискурс активно интегрируются жанры разных различных дискурсов (от «личного», бытового до научного), но все их объединяет два важнейших компонента: пропагандистский потенциал, то есть направленность на убеждение, внушение и призыв, к сожалению, призыв к борьбе. В рамках данной работы представлен обзор таких неспецифических, чужеродных, условно обозначенных нами как «аллогенные» (порожденный извне) для экстремистского дискурса жанров, как националистические кричалки, беседа и научно-популярная лекция, которые рассматриваются как пропагандистские, манипулятивные тексты.

Основным лингвистическим инструментом возбуждения вражды в экстремистском тексте, в том числе тексте «аллогенном», является образ врага, посредством которого авторы и формируют негативную установку. Таким образом, нами еще раз было доказано, что настойчиво формируемый образ врага становится мощнейшим орудием манипуляции, пропагандистским мифом современного экстремистского дискурса: известный феномен сплочения перед лицом угрозы является весьма эффективным для любой социальной общности, его часто используют лидеры групп для сохранения внутригруппового единства, особенно он актуален в молодежной среде.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: жанр; экстремистский дискурс; кричалка; научно-популярная лекция; беседа; призыв; манипуляция; образ врага.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ: Бабикова Марина Рашитовна, аспирант кафедры риторики и межкультурной коммуникации, Уральский государственный педагогический университет (Екатеринбург); адрес: 620017, г. Екатеринбург, пр-т Космонавтов, 26; e-mail: marina-anvarova@yandex.ru.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ: Ворошилова Мария Борисовна, кандидат филологических наук, доцент кафедры риторики и межкультурной коммуникации, Уральский государственный педагогический университет (Екатеринбург); адрес: 620017, г. Екатеринбург, пр-т Космонавтов, 26, оф. 221; e-mail: shinkari@mail.ru.

В течение двух лет (2013—2015) в Уральском государственном педагогическом университете был реализован научный проект «Методика комплексного анализа экстремистского текста и его воздействия на адресата» в рамках гранта Президента Российской Федерации для государственной поддержки молодых российских ученых.

Современная юридическая лингвистика и практика психолого-лингвистических экспертиз экстремистских текстов испытывает острую потребность в научно обоснованных критериях выявления экстремистских текстов, т. е. текстов, направленных «на формирование чувств ненависти и вражды, а также унижение достоинства группы лиц по признакам происхождения, отношения к религии с использованием средств массовой информации» [Рекомендации об использовании...]. Для решения этой проблемы необходимо комплексное исследование структуры экстремистского текста.

Используемые нами термины (экстремистский, националистический) отчасти условны, не имеют под собой основательной юридической базы, хотя часть исследуемых текстов официально признана таковыми и внесена в соответствующий список Минюста либо создана в объеди-

нениях, деятельность которых также официально признана экстремистской. При отборе материала мы опирались на целый ряд дискурсивных факторов, которые и позволили нам объединить все исследуемые тексты в единый дискурс, нами обозначенный как экстремистский.

На первом этапе работы (2014 г.) было проведено комплексное и детальное исследование когнитивной основы экстремистского текста. В частности, был описан полный метафорический арсенал современного экстремистского текста на материале молодежного националистического дискурса 2007—2014 гг., описаны основные функции когнитивной метафоры: моделирующая, инструментальная и инвективная [см. подр.: Ворошилова 2014б].

Детально проанализирована милитарная метафора (*война, враг* и др.) как самая частотная и продуктивная в анализируемых текстах [см. подр.: Ворошилова 2014а, 2014в].

Исследование образа врага продолжено в комплексном психолого-лингвистическом анализе: изучены особенности динамики образа «враг» у субъектов с различным уровнем деструктивной установки под влиянием просмотра креолизованного экстремистского текста [см. подр.: Злоказов 2014].

Работа 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»).

© Бабикова М. Р., Ворошилова М. Б., 2015

На «живом», актуальном материале исследуется развитие представления России в виде врага, широко репрезентируемого в украинских средствах массовой коммуникации. Детально описаны лингвокультурные типажы «бандеровец», «фашист», «националист» в российских и украинских СМИ как инструмент манипуляции [см. подр.: Тагильцева 2014].

Таким образом, нами еще раз было доказано, что настойчиво формируемый образ врага становится мощнейшим орудием манипуляции, пропагандистским мифом современного экстремистского дискурса: известный феномен сплочения перед лицом угрозы является весьма эффективным для любой социальной общности, его часто используют лидеры групп для сохранения внутрigrуппового единства, особенно он актуален в молодежной среде.

На втором году работы над научно-исследовательским проектом был произведен дискурсивный анализ экстремистских текстов. В центре внимания исследователей оказались неспецифические, чужеродные, условно обозначенные нами как «аллогенные» (порожденный извне) для данного дискурса жанры, а именно: националистические кричалки, беседа и научно-популярная лекция, служащие пропагандистскими, манипулятивными текстами.

Все чаще в экстремистском дискурсе, по своей сути пропагандистском, используются жанры, заимствованные из иных сфер нашей жизни: кричалки — из спортивного дискурса, лекция — из научного, беседа — из бытовой/«личной» сферы. И у каждого жанра — своя специфика и цель использования в анализируемом нами дискурсе экстремизма.

В последнее время особенно популярен в молодежном националистическом дискурсе (шире экстремистском) жанр кричалки. Нами были рассмотрены 54 кричалки, используемые на «Русских маршах» в Екатеринбурге и Москве в 2013 и 2014 гг. и зафиксированные на видеоносителях, а также кричалки, обсуждаемые на форумах при подготовке к этим мероприятиям.

В центре нашего научного исследования на данном этапе оказались основные жанровые признаки националистической кричалки. Отметим условность нашего определения: прилагательное «националистическая» напрямую не указывает ни на идеологическую основу, ни на юридический статус, а лишь подтверждает отнесенность к конкретному дискурсу, а именно молодежному националистическому.

Итак, на первом этапе исследования мы постарались определить место националистической кричалки в системе жанров современного политического дискурса, где данный жанр является малым по объему информации и агональным по функции, т. е. содержащим призывы к борьбе.

Далее нами были определены основные функции националистической кричалки: объединяющая; деморализующая; агональная.

С одной стороны, кричалки, исполняемые коллективно, совместно, являются сильным сплачивающим фактором. Так, Д. В. Громов отмечает: «Экстатическое состояние, которое возникает при совместном исполнении речёвок, за-

крепляет чувство единения и усиливает самоидентификацию молодых людей как членов группы. Особенно остро единение с группой переживается перед лицом опасности, а речёвочные практики часто предполагают именно экстремальность ситуации, наличие опасности, присутствие внешней угрозы. Хорошо организованный и вооруженный большим репертуаром коллектив скандирующих может действовать в уличных условиях слажено и эффективно, оперативно подбирая речёвки согласно ситуации» [Громов 2008].

С другой стороны, кричалки используются как деморализующее средство, призванное напугать врага. Организаторы «Русского марша» зачастую добиваются «очного присутствия врага» на мероприятии. Так, в Екатеринбурге «Русский марш» в 2014 г. проводили на Уралмаше, а местом сбора был Уралмашевский рынок, основное место работы мигрантов. По официальной же версии Уралмаш был выбран как район, отдаленный от центра.

На следующем этапе были проанализированы структурные компоненты жанра националистической кричалки в аспекте как содержательно-формальной организации текста, так и коммуникативно-прагматической.

Анализ предметно-смыслового содержания позволил нам установить связь с националистическим дискурсом. Смысловым ядром националистических кричалок является тема противостояния/войны. В ходе анализа предметно-смыслового содержания националистических кричалок нами были выделены основные тематические доминанты, таковых оказалось семь [См. подр.: Ворошилова 2013б, 2015]:

1. Русский — хозяин.
2. Национальное единство / единство русских — сила.
3. Историческая память / национальная память.
4. Здоровый образ жизни.
5. Геноцид русских.
6. Русские победители.
7. Бездействие властей.

Подчеркнем, что в жанре националистической кричалки, как в малом жанре, зачастую реализуется только одна тема, но всегда есть определенный общий сценарий, задающий порядок произнесения кричалок, который и обуславливает некое развитие темы. Анализируя видеозаписи «Русского марша», мы определили три вектора развития темы:

1. Создание образа русской земли, которой грозит опасность / которая поработана, захвачена → создание образа врага → призыв к борьбе.
2. Создание образа врага → создание образа русского воина, защитника → вера в победу / призыв к борьбе.
3. Создание образа русской земли → обращение к исторической памяти → призыв к борьбе.

Полученные результаты еще раз подтверждают агональность жанра кричалки, основная функция которого — призыв к борьбе

Образ врага в кричалках зачастую представлен как собирательный: образ бездействующей власти; образ чужих. Создавая образ врага, авторы используют не только милитарные метафоры,

с ярко выраженным агрессивно-прагматическим потенциалом, но и иные тактики дискредитации, например, связывая образ мигрантов с социальным злом, причиной социального неблагополучия.

Но, как отмечают современные исследователи, жанр кричалки, внедряясь в экстремистский дискурс, «обнаруживает глубинное, структурное родство с кричалкой фанатской (сюжетная ситуация состязания-противостояния/войны; система опорных образов свой — соперник/враг; активизация ритуальной, магической функции ослабления соперника/деморализации врага)» [Ложкова 2015].

В рамках экстремистского дискурса в последнее время наметилась тенденция к манипулированию через научно-популярные лекции, основной целью которых являются не информативная и воспитательная, как это принято в научном и академическом дискурсе, а манипулятивная, пропагандистская.

Уникальность научно-популярного стиля определяется специфическими лингвистическими и стилистическими средствами, употребление которых связано с необходимостью адекватно представить достоверную научную информацию в максимально доступной и увлекательной форме, а также с желанием автора убедить читателя в правильности своей точки зрения по затрагиваемой в статье проблеме [см. подр.: Муранова 2009]. Именно эта целевая установка жанра научно-популярной лекции на убеждение и сделала его привлекательным для экстремистского дискурса.

В качестве примера в настоящем исследовании была детально проанализирована лекция «Для чего нужны права человека?», опубликованная в 2012 г. издательством «Русская Правда» [Бабинова, Ворошилова 2015]. Особое внимание было уделено параграфемным и когнитивным способам манипуляции.

Анализируемый материал по форме представляет собой конспект, поэтому перед нами часто встречающиеся невербальные способы обработки и представления информации: шрифтовые выделения, подчеркивания и др.

Полужирное начертание является самым частотным средством выделения основных мыслей автора, логических выводов, которые замыкают целые абзацы, отдельных фраз и тезисов. Часто встречаются выделенные указанным способом лишь фрагменты текста, зачастую одно из придаточных предложений в структуре сложного.

Воздействующий потенциал некоторых фраз усиливается с помощью еще одного средства графического выделения — использования прописных букв, которыми автор выделяет концептуально значимые фразы лекции. Этим же способом автор выделяет ряд противопоставлений (которые также являются одним из основных приемов манипуляции реципиентом), основывающихся на быстрой смене противоположных по смыслу понятий, разнополюсных ценностей, что производит особо сильное впечатление на читателя.

В арсенале автора есть и другие приемы актуализации, способы привлечения и задержки внимания читателей, среди них такие как выделение фраз с помощью подчеркиваний и использования курсива.

В анализируемом тексте лекции «Для чего нужны права человека?» описанные нами параграфемные средства бесспорно являются сильнейшим невербальным орудием манипуляции, что подтверждается и в ходе когнитивного анализа текста.

На когнитивном уровне автор умело оперирует такими концептами, как «свобода», «рабство», «право», «власть», «государство» и другими, усиливая тем самым воздействующий потенциал семантики текста лекции. Составитель логично выстраивает фабулу, в которой права человека являются высшей ценностью, а все остальные компоненты (свобода человека, самодостаточность, воля) — неотъемлемые части, ради которых автор призывает к борьбе.

В борьбе за свободу человека автор создает образ врага — власти, что безусловно объединяет создателя текста с читателями, создает ситуацию сотрудничества и взаимодействия в борьбе за свободу, а достижения такого характера соответствуют целям пропагандиста. Таким образом, основная цель автора лекции — призыв слушателей к борьбе, формирование негативного стереотипа в отношении власти, а не представление новой информации по поставленной проблеме.

В экстремистском дискурсе, основной целью которого является воздействие, манипуляция и вербовка, все более востребованы разговорные, «личные» жанры. В качестве иллюстрации мы взяли жанр беседы и проанализировали текст, условно обозначенный нами как «Диалог с ветераном» (неоднократно исследуемый в рамках дел о преступлениях экстремистской направленности) [см. подр.: Бабинова 2015]. На сей раз акцент был сделан на определении и характеристике возбуждающей информации.

Главной задачей эксперта в рамках дел о преступлениях экстремистской направленности становится выявление возбуждающей (согласно определению ст. 282 УК РФ) информации, «которая содержит отрицательную эмоциональную оценку и формирует негативную установку в отношении определенной этнической (национальной), расовой (антропологической), конфессиональной (религиозной) группы или отдельных лиц как членов этой группы, подстрекает к ограничению их прав или к насильственным действиям против них» [ФЗ 114]. Итак, возбуждающая информация должна обладать двумя основными признаками:

- 1) содержать отрицательную эмоциональную оценку объекта повествования (в данном случае нации, расы, религии);
- 2) подстрекать к действиям, направленным против объекта повествования.

Основным лингвистическим инструментом возбуждения вражды в экстремистском тексте выступает образ врага, посредством которого авторы и формируют негативную установку. Именно наличие адекватного образа внешнего врага повышает не только внутреннюю солидарность, но и управляемость социальной группы.

В анализируемом нами тексте образ врага создается одним из основных языковых приемов формирования негативной установки — нагнетанием инвектив и употреблением прямых и косвенных призывов.

Центром инвективной группы являются этнонимы. Мы отметили также, что в анализируемом жанре используются как относительно нейтральные этнонимы (*евреи, кавказцы*), так и экспрессивные этнонимы (*жиды, черные*). Также автор текста активно использует такой прием вербальной агрессии, как употребление обценной лексики, т. е. непристойной, нецензурной лексики (в том числе мата).

Ярче в анализируемом диалоге представлен второй признак возбуждающей информации: подстрекательство к действиям, направленным против объекта повествования, в нашем случае — против жидов и черных. В тексте встречаются самые различные формы призывов к осуществлению радикальных действий: призыв скрытый, выраженный через угрозу, через устрашающий образ будущего, через обещание негативных последствий врагу, обозначенному ранее в тексте. Самым частотным в анализируемом диалоге оказывается именно призыв в косвенной форме (форма открытого побуждения без использования форм глагола с побудительным значением).

Итак, в современный экстремистский дискурс активно интегрируются жанры самых различных дискурсов (от личного до научного), но все их объединяют два важнейших компонента: пропагандистский потенциал, т. е. направленность на убеждение, внушение, и призыв — к сожалению, призыв к борьбе.

И вновь мы отметили, что во всех анализируемых жанрах в центре — образ врага, ставший ядром нашего исследования еще на первом этапе.

ЛИТЕРАТУРА

1. Арутюнова Н. Д. Метафора // Лингвистический энциклопедический словарь / гл. ред. В. Н. Ярцева. — М. : Сов. энциклопедия, 1990. С. 136—137.
2. Бабикова М. Р. «Возбуждающая информация» как элемент экстремистского текста: из практики исследований // Язык. Право. Общество : сб. ст. 3-й Междунар. науч.-практ. конф. (Пенза, 13—15 мая 2015 г.) / под ред. О. В. Барабаш, Т. В. Дубровской, Н. А. Павловой. — Пенза : Изд-во ПГУ, 2015. С. 94—97.
3. Бабикова М. Р., Ворошилова М. Б. Для чего нужны права человека? Вербальные и невербальные способы манипуляции // Политический дискурс в парадигме научных исследований : 2 Междунар. науч.-практ. конф. (26—27 марта 2015) / под ред. Д. В. Шапочкина. — Тюмень : Вектор Бук, 2015. С. 174—180.
4. Базылев В. Н., Бельчиков Ю. А., Леонтьев А. А., Сорокин Ю. А. Как слово наше отзовется? // Российская юстиция. 1998. № 4—7.
5. Веснина Л. Е. Милитарная метафора, представляющая образ мигранта в отечественных СМИ // Лингвокультурология. 2009. № 3. С. 27—34.
6. Ворошилова М. Б. Когнитивный арсенал и коммуникативные стратегии современного националистического дискурса // Политическая лингвистика. 2014в. № 3. С. 242—245.
7. Ворошилова М. Б. Националистическая кричалка: к определению жанра (предметно-смысловое содержание) // Язык. Право. Общество : сб. ст. 3-й Междунар. науч.-практ. конф. (Пенза, 13—15 мая 2015 г.) / под ред. О. В. Барабаш,

Т. В. Дубровской, Н. А. Павловой. — Пенза : Изд-во ПГУ, 2015. С. 102—103.

8. Ворошилова М. Б. Прагматический потенциал метафорического арсенала современного российского молодежного экстремистского дискурса // Имплицитные и эксплицитные стратегии в восточноевропейском политическом дискурсе : материалы российской секции междунар. конф. «Ain't misbehavin'? Implicit and explicit strategies in Eastern European political discourse» / под ред. А. П. Чудинова, Э. В. Будаева ; ФГБОУ ВПО «Урал. гос. пед. ун-т», Цюрихский ун-т. — Екатеринбург, 2014б. С. 39—46.

9. Ворошилова М. Б. Проснись, Россия: метафорический потенциал современного российского молодежного экстремистского дискурса // Новые парадигмы в когнитивной лингвистике / отв. соред. Б. К. Момынова, М. В. Пименова. — Алматы ; Кемерово ; Витебск ; Бишкек, 2014а. С. 473—481.

10. Ворошилова М. Б. Чемодан — ишак — кишлак: опыт анализа экстремистской кричалки // Лингвокультурология. 2013б. № 7. С. 17—24.

11. Ворошилова М. Б., Злоказов К. В., Карапетян А. А. Отрывок про скинхеда: опыт комплексной психолого-лингвистической экспертизы // Политическая лингвистика. 2013. № 1. С. 181—190.

12. Ворошилова М. Б. Политический креолизованный текст: ключи к прочтению : моногр. / Урал. гос. пед. ун-т. — Екатеринбург, 2013а.

13. Ворошилова М. Б., Карапетян А. А. Националистическая атрибутика и символика в современном молодежном экстремистском дискурсе: из практики определения // Политическая коммуникация: перспективы развития научного направления : материалы Междунар. науч. конф. — Екатеринбург, 2014.

14. Громов Д. В. Уличный театр молодежной политики: оппозиционные движения // Этнографическое обозрение. 2008. № 1.

15. Злоказов К. В. Восприятие экстремистского текста субъектами с различным уровнем деструктивной установки // Политическая лингвистика. 2014. № 47.

16. Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием. — М. : ЭКСИМО-Пресс, 2001.

17. Ложкова Т. А. Фанатская кричалка и политический дискурс: к вопросу о специфике бытования современного молодежного фольклора // Политическая лингвистика. 2015. № 53.

18. Муранова О. С. Способы выражения позиции автора в тексте научно-популярной статьи // Известия РГПУ им. А. И. Герцена. 2009. № 89. С. 238—244.

19. Рекомендации об использовании специальных познаний по делам и материалам о возбуждении национальной, расовой или религиозной вражды : (Утверждены заместителем Генерального прокурора РФ М. Б. Катышевым. 26.06.1999).

20. Тагильцева Ю. Р. Лингвокультурные типы «бандеровцев», «фашистов», «националистов» в российских и украинских средствах массовой коммуникации // Новые парадигмы в когнитивной лингвистике / отв. соред. Б. К. Момынова, М. В. Пименова. — Алматы ; Кемерово ; Витебск ; Бишкек, 2014.

21. Федеральный закон от 25.07.2002 № 114-ФЗ (ред. от 29.04.2008) «О противодействии экстремистской деятельности» // Российская газета. 2002. № 138—139, 30.07.2002. URL: <http://www.referent.ru/1/95895/> (дата обращения: 15.11.2014).

22. Цена слова: из практики лингвистических экспертиз текстов СМИ в судебных процессах по искам о защите чести, достоинства и деловой репутации / под ред. М. В. Горбаневского. — М., 2001.

M. R. Babikova, M. B. Voroshilova
Ekaterinburg, Russia

“ALLOGENIC” GENRES IN MODERN EXTREMISM DISCOURSE

ABSTRACT. *The genres of different discourses (from “personal”, domestic to scientific) are integrated into modern extremist (nationalistic) discourse, but two most important components are present in all of them: propaganda potential, that is the focus on persuasion; and infusion and appeal for regret, appeal for fight. The article presents the review of nonspecific, allogenic for extremist discourse genres, such as a nationalistic chant, conversation and popular-scientific lecture, which are viewed as propaganda and manipulative texts.*

The image of an enemy is the main linguistic tools for arousing hostility in the extremist texts, by means of which, the authors of the text form negative motivation. Thus we have proved that the image of an enemy is the most powerful tool of manipulation in propaganda myth of extremist discourse: the popular phenomenon of reunion in the face of threat is extremely effective for any social community, the group leaders use it very often to preserve intra-group unity, which is particularly wide-spread in the youth environment.

KEYWORDS: genre; extremism discourse; chant; popular-scientific lecture; conversation; appeal; manipulation; image of an enemy.

ABOUT THE AUTHOR: Babikova Marina Rashitovna, Post-graduated Student of the Institute of Philology, Culturology and Intercultural Communication, Ural State Pedagogical University (Ekaterinburg).

ABOUT THE AUTHOR: Voroshilova Mariya Borisovna, Candidate of Philology, Associate Professor of Department of Rhetoric and Intercultural Communication, Ural State Pedagogical University (Ekaterinburg).

REFERENCES

1. Arutyunova N. D. Metafora // Lingvisticheskiy entsiklopedicheskiy slovar' / gl. red. V. N. Yartseva. — M. : Sov. entsiklopediya, 1990. S. 136—137.
2. Babikova M. R. «Vozbuzhdayushchaya informatsiya» kak element ekstremistskogo teksta: iz praktiki issledovaniy // Yazyk. Pravo. Obshchestvo : sb. st. 3-y Mezhdunar. nauch.-prakt. konf. (Penza, 13—15 maya 2015 g.) / pod red. O. V. Barabash, T. V. Dubrovskoy, N. A. Pavlovoy. — Penza : Izd-vo PGU, 2015. S. 94—97.
3. Babikova M. R., Voroshilova M. B. Dlya chego nuzhny prava cheloveka? Verbal'nye i neverbal'nye sposoby manipulyatsii // Politicheskiy diskurs v paradigme nauchnykh issledovaniy : 2 Mezhdunar. nauch.-prakt. konf. (26—27 marta 2015) / pod red. D. V. Shapochkina. — Tyumen' : Vektor Buk, 2015. S. 174—180.
4. Bazylev V. N., Bel'chikov Yu. A., Leont'ev A. A., Sorokin Yu. A. Kak slovo nashe otzovetsya? // Rossiyskaya yustitsiya. 1998. № 4—7.
5. Vesnina L. E. Militarnaya metafora, predstavlyayushchaya obraz migranta v otechest-vennykh SMI // Lingvokul'turologiya. 2009. № 3. S. 27—34.
6. Voroshilova M. B. Kognitivnyy arsenal i kommunikativnye strategii sovre-mennogo natsionalisticheskogo diskursa // Politicheskaya lingvistika. 2014v. № 3. S. 242—245.
7. Voroshilova M. B. Natsionalisticheskaya krichalka: k opredeleniyu zhanra (pred-metno-smyslovoe sodержanie) // Yazyk. Pravo. Obshchestvo : sb. st. 3-y Mezhdunar. nauch.-prakt. konf. (Penza, 13—15 maya 2015 g.) / pod red. O. V. Barabash, T. V. Dubrovskoy, N. A. Pavlovoy. — Penza : Izd-vo PGU, 2015. S. 102—103.
8. Voroshilova M. B. Pragmaticheskiy potentsial metaforicheskogo arsenała sovre-mennogo rossiyskogo molodezhnogo ekstremistskogo diskursa // Implitsitnye i eks-plitsitnye strategii v vostochnoevropey-skom politicheskom diskurse : materialy rossiyskoy sektiis mezhdunar. konf. «Ain't misbehavin'? Implicit and explicit strategies in Eastern European political discourse» / pod red. A. P. Chudinova, E. V. Budaeva ; FGBOU VPO «Ural. gos. ped. un-t», Tsyurikhskiy un-t. — Ekaterinburg, 2014b. S. 39—46.
9. Voroshilova M. B. Prosnis', Rossiya: metaforicheskiy potentsial sovremennogo rossiyskogo molodezhnogo ekstremistskogo diskursa // Noveye paradigmy v kognitivnoy lingvistike / otv. soled. B. K. Momynova, M. V. Pimenova. — Almaty ; Kemerovo ; Vitebks ; Bishkek, 2014a. S. 473—481.
10. Voroshilova M. B. Chemodan — ishak — kishlak: opyt analiza ekstremistskoy krichalki // Lingvokul'turologiya. 2013b. № 7. S. 17—24.
11. Voroshilova M. B., Zlokazov K. V., Karapetyan A. A. Otryok pro skinkheda: opyt kompleksnoy
12. psikhologo-lingvisticheskoy ekspertizy // Politicheskaya lingvistika. 2013. № 1. S. 181—190.
13. Voroshilova M. B. Politicheskiy kreolizovannyi tekst: klyuchi k prochteniyu : monogr. / Ural. gos. ped. un-t. — Ekaterinburg, 2013a.
14. Voroshilova M. B., Karapetyan A. A. Natsionalisticheskaya atributika i simbolika v sovremennom molodezhnom ekstremistskom diskurse: iz praktiki opredeleniya // Politicheskaya kommunikatsiya: perspektivy razvitiya nauchnogo napravleniya : materialy Mezhdunar. nauch. konf. — Ekaterinburg, 2014.
15. Gromov D. V. Ulichnyy teatr molodezhnoy politiki: oppozitsionnye dvizheniya // Etnograficheskoe obozrenie. 2008. № 1.
16. Zlokazov K. V. Vospriyatie ekstremistskogo teksta sub"ektami s razlichnym urovnem destruktivnoy ustanovki // Politicheskaya lingvistika. 2014. № 47.
17. Kara-Murza S. G. Manipulyatsiya soznaniem. — M. : EKSIMO-Press, 2001.
18. Lozhkova T. A. Fanatskaya krichalka i politicheskiy diskurs: k voprosu o spetsifike bytovaniya sovremennogo molodezhnogo fol'klora // Politicheskaya lingvistika. 2015. № 53.
19. Muranova O. S. Sposoby vyrazheniya pozitsii avtora v tekste nauchno-populyarnoy stat'i // Izvestiya RGPU im. A. I. Gertsena. 2009. № 89. S. 238—244.
20. Rekomendatsii ob ispol'zovanii spetsial'nykh poznaniy po delam i materialam o vozbuzhdenii natsional'noy, rasovoy ili religioznoy vrazhdy : (Utverzhdeny zames-titelem General'nogo prokurora RF M. B. Katyshevym. 26.06.1999).
21. Tagil'tseva Yu. R. Lingvokul'turnye tipazhi «banderovets», «fashist», «natsionalist» v rossiyskikh i ukrainskikh sredstvakh massovoy kommunikatsii // Noveye paradigmy v kognitivnoy lingvistike / otv. soled. B. K. Momynova, M. V. Pimenova. — Almaty ; Kemerovo ; Vitebks ; Bishkek, 2014.
22. Federal'nyy zakon ot 25.07.2002 № 114-FZ (red. ot 29.04.2008) «O protivodeystvii ekstremistskoy deyatel'nosti» // Rossiyskaya gazeta. 2002. № 138—139, 30.07.2002. URL: <http://www.referent.ru/1/95895/> (data obrashcheniya: 15.11.2014).
23. Tsena slova: iz praktiki lingvisticheskikh ekspertiz tekstov SMI v sudebnykh protsessakh po iskam o zashchite chesti, dostoinstva i delovoy reputatsii / pod red. M. V. Gorbanevskogo. — M., 2001.

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

Ю. Р. Тагильцева
Екатеринбург, Россия

**«В ТУ НОЧЬ, КОГДА РОЖДАЛИСЬ ВОЛКИ»,
ИЛИ «ПОЭЗИЯ» ИНФОРМАЦИОННО-ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ
РЕЛИГИОЗНО-ПОЛИТИЧЕСКОГО ЭКСТРЕМИЗМА**

АННОТАЦИЯ. *Религиозно-политический экстремизм сегодня становится достаточно опасным социальным явлением не только из-за того, что способен разрывать изнутри межнациональные и религиозные отношения, но и использовать в своих целях тактику информационного терроризма, информационно-психологических войн. Все чаще для воздействия на сознание индивида стали использоваться в религиозно-политическом экстремизме не только информационно-психологические, но и художественные приемы, создающие более сильные эмоциональные образы и ориентированные на долгосрочную эмоциональную память. В статье рассматриваются основные приемы информационно-психологического воздействия, используемые в поэзии чеченского барда и участника Первой чеченской войны Тимура Муруцаева. В представленных для исследования текстах в отношении национальной группы «русские» автором используется стратегия устрашения, репрезентируемая через манипулятивные и пропагандистские приемы, а также через художественные образы. Свообразие такого информационно-психологического воздействия через художественное слово заключается в том, что именно через воображение, рисуя различные образы, манипулятор старается воздействовать на мышление и чувства индивида. Поэтому сочетание двух составляющих психики человека — воображения и чувств, которые достаточно подвижны, — обуславливает уязвимость перед манипуляцией. Все это приводит к тому, что порог критичности психики индивида снижается, он не в полной мере может «отфильтровать» ложную информацию от истинной, а значит манипулятор достигает ожидаемого результата.*

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: *информационно-психологическое воздействие; манипуляция, пропаганда; экстремизм; религиозно-политический экстремизм; экстремистские материалы; поэтические произведения.*

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ: *Тагильцева Юлия Ринатовна, кандидат филологических наук, доцент кафедры рекламы и связей с общественностью, Уральский государственный педагогический университет; адрес: 620017, г. Екатеринбург, пр-т Космонавтов, 26, к. 402; e-mail: jennifer1979@yandex.ru.*

Современному миру присущ крайне сложный и запутанный характер социально-политических отношений между государствами и их коалициями, национальными и этническими сообществами различных типов и уровней, а также различными транснациональными группами. Разнообразные формы взаимодействия, а нередко скрытого и явного противостояния порой (и всё чаще) приводят к активизации политического экстремизма на международной арене как формы политической борьбы. В свете трагических событий последних лет на Северном Кавказе, Ближнем Востоке, Украине экстремизм становится неотъемлемым фактором политической жизни, угрожающим государствам, становясь таким образом одной из глобальных проблем безопасности.

Как отмечает С. Шаракшанэ, «политический экстремизм представляет собой социальное явление в области политической борьбы, для которого характерно систематическое, всестороннее и организованное использование насилия, противоречащего моральным и правовым установкам общества для достижения политических целей» [Шаракшанэ 1999]. Исходя из этого, можно утверждать, что политический экстремизм — сложное социально-политическое явление, причинами которого становятся:

- упадок государственных традиций;
- кризисное состояние общественных отношений;
- социально-экономические и экологические факторы;
- духовный кризис в обществе;
- снижение жизненного уровня населения;
- рост безработицы.

Все это приводит к активизации деятельности оппозиционно настроенных групп или инди-

видов, стремящихся через захват и удержание политической власти привести к дестабилизации существующего неуютного политического строя, власти, используя для этого:

- экстремистскую идеологию;
- экстремистскую деятельность;
- политическое и информационное насилие.

Характерной чертой данного явления, как отмечают исследователи, является идеология, которая и задает вектор направленности и интенсивности деятельности той или иной социальной группы. Именно идеология и является критерием выделения форм и видов политического экстремизма.

На сегодняшний день исследователями выделяются следующие виды:

- «левый» экстремизм (или ультралевый);
- «правый» экстремизм;
- националистский (сепаратистский) экстремизм;
- религиозно-политический экстремизм;
- ситуативный экстремизм.

В данной работе остановимся на религиозно-политическом экстремизме, который характеризуется прежде всего религиозно мотивированной и камуфлированной деятельностью, целью которой является «насильственное изменение государственного строя или насильственный захват власти, нарушение суверенитета и территориальной целостности государства, возбуждение в этих целях религиозной вражды и ненависти» [Старосветский 2008: 188]. В основе идеологии данной разновидности лежит подавление инакомыслия, жесткое утверждение системы политических и религиозных взглядов, а также противопоставление себя существующему государственному строю. Нередко (хотя далеко не всегда) ре-

Статья написана в рамках работы по гранту 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»).

лигиозно-политический экстремизм может спровоцировать религиозный фундаментализм, который характеризуется возвращением религиозным структурам господствующей роли в обществе. В связи с этим дополнительную опасность данному явлению придает возможность использования тактики информационного терроризма, информационно-психологических войн. Развитие информационно-технологий предоставляет возможность экстремистским группировкам не только управлять информационными потоками в информационном пространстве, но и превращать страты, находящиеся под воздействием, в психологические мишени. Поэтому сегодня все чаще экстремистами избираются средства и приемы ведения информационно-психологических войн, которые могут привести, во-первых, к долговременным изменениям в социально-политическом строе общества, во-вторых, к обострению политической борьбы и использованию прямых форм насилия, в-третьих, к частичному изменению или поражению центральной нервной системы человека.

Все чаще для воздействия на сознание индивида стали использоваться в религиозно-политическом экстремизме не только информационно-психологические, но и художественные приемы, создающие воздействующие на эмоции образы и ориентированные на долгосрочную эмоциональную память. В качестве примера рассмотрим поэтические произведения экстремистской направленности Тимура Муруцаева, чеченского барда и участника Первой чеченской войны.

Основная идея его текстов заключается в том, что Россия ведет жестокую кровопролитную войну на протяжении нескольких сотен лет (начиная с конца XVIII в. — народно-освободительного движения горцев Северного Кавказа под предводительством Мансура в 1785—1791 гг. — и до наших дней — Первая и Вторая чеченские войны) против Чечни с целью покорения ее «воинственного народа». Поэтому в отношении национальной группы «русские» используется в его поэзии стратегия устрашения, репрезентируемая через различные манипулятивные и пропагандистские приемы. Остановимся на них подробнее.

Эксплицитная угроза священным джихадом (военным походом) в отношении России через устойчивые обороты и глаголы повелительного наклонения, призывающие к осуществлению экстремистских деяний.

Держись, Россия, мы идем!

Молись, Россия, мы идем! («Держись, Россия! Мы идем!»)

Приведем данные из «Большого толкового словаря» [Словари]:

ДЕРЖАТЬСЯ, держусь, держишься; нсв. 1. за кого-что. Сохранять какое-л. положение, ухватившись, уцепившись. *Д. за перила. Держитесь за меня.*

2. (за кого-что). Дорожить кем-, чем-л.; стараться сохранить, удержать. *Д. за должность. Д. за хорошего работника.*

3. только 3 л. Быть укрепленным на чём-л., удерживаться при помощи чего-л. *Люстра держится на крюке. Пуговица держалась на одной нитке.*

4. (кем-чем, на ком-чём). Основываться на чём-л.; существовать благодаря чему-л. *Армия держится дисциплиной. Школа держалась энтузиастами.*

5. Находиться в каком-л. положении, состоянии. *Д. на воде. При ветре мошка не может д. в воздухе.*

6. (как). Вести себя, поступать каким-л. образом. *Д. просто. Д. уверенно.*

7. только 3 л. Быть, сохраняться (какое-л. время). *Неделю держалась высокая температура. Держались морозы.*

8. Оставаться в прежнем положении, состоянии; не сдаваться, не подчиняться (чему-л. отрицательному). *Все больны, но я держусь.*

9. чего, за кем-чем. Двигаясь, придерживаясь определённого направления. *Д. правой стороны. Д. фарватера.*

10. чего. Следовать чему-л., поступать сообразно чему-л. *Д. строгих правил. Д. своего мнения. Д. различных взглядов.* ◊ *В чём душа (только) держится (см. Душа). (Только) держись, держитесь!* Употр. как угроза или предупреждение о чём-л. трудном, неприятном. *Теперь ты держись, я тебе покажу! Как начнётся шторм, только держитесь!*

В данном контексте глагол «держись» реализуется в устойчивом выражении и употребляется как угроза в сторону конкретного объекта — России.

Удар готовит нам Россия.

Ну что ж, держись тогда, Моздок!

Все обещанья наши в силе.

Кто в трудный час нам руку протянул,

Тому мы с радостью поможем.

А кто на верность России присягнул,

Того с Россией уничтожим («Держись, Россия! Мы идем!»).

Приведем статью из того же «Большого толкового словаря» [Словари]:

УНИЧТОЖИТЬ, -жу, -жишь; уничтоженный; -жен, -а, -о; св. кого-что.

1. Разрушая, убивая, истребляя и т. п., прекратить существование кого-, чего-л. *У. насекомых-вредителей. У. письма. У. завещание.*

2. Ликвидировать что-л. *У. безработицу. У. заговор. У. добрые отношения.* // Разрушить, прекратить какое-л. состояние кого-, чего-л., проявление каких-л. чувств, мыслей. *У. надежды, сомнения. У. веру в лучшее.*

3. Разг. Съесть или выпить что-л. без остатка. *У. две порции котлет. У. полностью обед.*

4. Унизить, подавить кого-л., поставить в безвыходное положение. *У. язвительным замечанием соперника. У. словом клеветника.*

В данном контексте глагол «уничтожить» реализуется в своем первом значении, поскольку есть указание на непосредственные объекты воздействия — Россию и тех субъектов, которые ей присягнули на верность, прежде всего г. Моздок.

Еще не раз, в атаке яростной врага

Мы будем бить, сил наших ни щадя («Чечня»).

«Большой толковый словарь» [Словари] поясняет:

БИТЬ, бью, бьёшь; бей; битый; бит, -а, -о; (устар.) бия; нсв.

1. чем во что, по чему. Ударять, колотить. *Б. молотом по наковальне. Б. ногой в дверь.*

2. (св. побить). кого (чем, по чему). Наносить удары, побои; избивать, наказывать. *Б. слуг. Б. лошадь кнутом. Б. по щекам.*

3. (св. разбить). кого-что. Наносить поражение, побеждать; одерживать верх над кем-л. в чём-л. (обычно во время военных действий, спортивных состязаний, игр и т. п.). *Б. вражеские полки. Б. фашистов.*

4. кого (чем). Убивать выстрелом или ударом какого-л. оружия; резать (домашний скот, птицу). *Б. тюленей каждую зиму. Б. кур.*

5. (по кому-чему). Стрелять. *Б. из зениток. Б. по деревне.*

6. что (чем). Разбивать, раскалывать на куски, повреждать (бросая, роняя или ударяя). *Б. посуду. Б. лампочки в подъезде.*

7. во что. Ударами производить звуки (стук, звон и т. п.). *Б. в чугунную доску. Б. в барабан*

8. (св. пробить), только 3 л. (что). Издавать звуки, отбивать удары. *Часы бьют полночь. Колокол бьёт двенадцать раз. Барабаны били глухо.*

9. С силой вырываться откуда-л., вытекать стремительной струёй (о жидкости, паре и т. п.). *В саду били фонтаны. Здесь бьёт родник.*

10. только 3 л. кого. Сотрясать всё тело, вызывать дрожь (в состоянии болезни, сильного волнения и т. п.). *Солдата била лихорадка. Каждую ночь меня бьёт кашель.*

11. что. В некоторых ремёслах, производствах: изготавливать, делать что-л. особым образом. *Б. масло (обивать сливочное масло; выжимать из семян растительное масло). Б. шерсть (трепать).*

Исходя из контекста, глагол «бить» реализуется в своем третьем значении, поскольку есть объект воздействия — враг (Россия) — и очерчены условия реализации данного процесса — военные действия.

И мы разведем в прах последний Рим («Шейх Мансур»).

Функционирование синтаксической единицы — фразеологизма «в пух и (в) прах» в данном тексте характеризуется акциональным типом пропозиции, содержащей в предложении обязательные элементы данного типа: акциональный предикат, два актанта — агенс (Мы — чеченцы) и объект (Россия), а также инструмент. Данная пропозиция реализуется со значением воздействия, приводящего к уничтожению объекта, где используется глагольный предикат «развевать» в своем втором значении, согласно «Большому толковому словарю» [Словари]:

РАЗВЕЯТЬ, -ею, -еешь; св. что.

1. Разнести, унести в разные стороны (ветром, дуновением ветра). *Ветер развеял облака. Струя воздуха развеяла семена.*

2. Рассеять, уничтожить. *Р. грусть, печаль. Р. свои со мнения.*

Что касается актанта-объекта, то в роли него выступает Россия, обозначенная иносказательно («последний Рим»). Этот образ восходит к письму старца Филофея псковского Елеазарова монастыря, формально адресованному великокняжескому дьяку Михаилу Мисюрю, однако фактически предназначавшемуся для князя Василия III («*Два Рима пали, а третий стоит, а четвертому не быть*»). Согласно наиболее популярной в исторической науке теории, изложенной в трудах В. С. Иконникова, мысль о том, что Москва — это третий Рим, впервые была высказана именно в посланиях Филофея. Идея «Москва — III Рим» была очень популярна на Руси, которую считали наследницей Византии. Она стала главной политической концепцией Российского государства XV—XVI вв.

Россию всколыхнем огнем сражений

С нами Аллах, Чечня, вставай на газават <...>

*Пока в нас силы есть, мы будем бить врага
Уже над нами брезжит луч победы («Аллаху Акбар»).*

Приведем данные «Большого толкового словаря» [Словари]:

ВСКОЛЫХНУТЬ, -ну, -нёшь; св. что.

1. Заставить колыхаться, колебаться. *Катер всколыхнул воду.*

2. Привести в состояние возбуждения, волнения; побудить к деятельности. *В. коллектив, народные массы. В. душу, сердце (взволновать, встревожить).* Громкий политический скандал всколыхнул страну.

Исходя из контекста, глагол «всколыхнуть» реализуется в своем втором значении, скорее в варианте «побудить к деятельности», поскольку есть указание на вид и инструмент воздействия — «огнем сражений».

ВСТАТЬ, -тану, -танешь; встающий; встань; св.

1. Принять стоячее положение, подняться на ноги. *В. со стула.*

2. Подняться с постели (проснувшись или выздоровев). *В. рано. В. с петухами (очень рано). В. не с той ноги (разг.; подняться в плохом настроении).*

3. Подняться на борьбу, выступить за кого-, что-л. или против кого-, чего-л. *В. на защиту родины. В. на стражу своих интересов (тщательно оберегать). В. на чью-л. сторону (поддержать кого-л.; разделить чьи-л. взгляды, позицию и т. п.). В. грудью, горой, стеной; в. насмерть (подняться на защиту кого-, чего-л. горячо, страстно, не щадя жизни).*

4. Занять какое-л. место, положение и т. п.; расположиться где-л., каким-л. образом. *В. в дверях. В. у стены.*

5. (перед кем-чем). Возникнуть, появиться, предстать. *Встали новые трудности. Встал неожиданный вопрос.*

6. Разг. Приступить к какой-л. работе, деятельности и т. п. *В. к станку.*

7. Разг. Занять место, разместиться где-л. *В. в дверях, у стены, посреди комнаты. Шкаф встал в простенок.*

8. Разг. Перестать действовать или двигаться; остановиться. *Лошадь встала как вкопанная. В. на якорь (о судах).*

9. Разг. Обойтись в какую-л. цену. *Это тебе дорого встанет.*

<Вставать, -таю, -таёшь; вставай; вставая; нсв.>

В вышеприведенном контексте глагол «вставать» реализуется в третьем значении, поскольку характеризуется целенаправленным действием — борьбой против врага, названной действительным «газават». Согласно «Исламскому энциклопедическому словарю», газават (или газават) — это «поход против врагов. В исламской терминологии это слово часто употребляется в отношении военной экспедиции против язычников, в которых участвовал пророк Мухаммад, независимо от того, крупным был этот поход или нет. Различные же походы мусульманских отрядов, в которых он лично не участвовал, называют „сария“. В более поздние времена газаватом иногда называли вообще все войны мусульман против своих врагов. Например, турецкий историк Мурад назвал свою работу, посвященную великому флотоводцу Османской империи Хайр ад-Дину Барбароссе „Газават-и Хайр ад-Дин-паша“. Слово газават упоминается в кораническом аяте: „Вам предписано сражаться с врагами Ислама, а это вам ненавистно“ (2: 216). Всего известно 27 сражений, в которых пророк Мухаммад принимал непосредственное участие» [Газават].

Более агрессивный посыл имеют высказывания, содержащие милитарную лексику, типа «сражаться», «покорить», «жечь», «уничто-

жизнь» и «джихад», «бой», «война», «ярость», «кровь», «враг». Использование милитарных образов является примером явного призыва к активным действиям экстремистского характера, нарушающим свободу российских граждан.

Пропагандистский «образ врага» в лице российских военнослужащих, да и в России в целом, в текстах реализуется и за счет приема «навешивания ярлыков», заключающегося в выборе оскорбительных эпитетов, метафор, названий, вызывающих у аудитории эмоционально негативное отношение за счет ассоциаций с низкими поступками.

И до сих пор, Волчицей раненой Чечня.

Земли своей, шакалов ты гнала... («Чечня»)

В «Большом толковом словаре» [Словари] приводятся следующие дефиниции слова «шакал»:

ШАКАЛ, -а; м. [тюрк. шакал из перс.]

1. Хищное животное сем. псовых, питающееся преимущественно падалью. *Вой шакала. Налетели, как шакалы (стремглав, с жадностью).*

2. Презрит. О жадном, хищном человеке.

В данном контексте существительное «шакал» реализуется в своем первом значении, поскольку субъект действия — Чечня — представлен через образ «раненой волчицы», являющейся для чеченского народа символом мужества и стойкости, олицетворением свободы и жизни. Поэтому во многих текстах стенограмм аудиозаписей постоянно встречаются образы «волка» и «волчьей стаи», символизирующие чеченских боевиков.

Черных дней череда, трудный час наступил,

На чеченскую землю враг-безбожник вступил («Пламя войны»).

В этом высказывании имплицитно репрезентируется превосходство исповедующих ислам и живущих по законам шариата над всем неисламским миром через существительное «безбожник», которое имеет следующую дефиницию в «Большом толковом словаре» [Словари]:

БЕЗБОЖНИК, -а; м. Разг.

1. Человек, отрицающий существование Бога; неверующий.

2. Бранно. О бессовестном, бесчестном человеке. < Безбожница, -ы; ж.

В ряде высказываний образ России, создающийся с помощью милитарной метафоры, связывается с порабощением, смертью, разрушением, вследствие чего усиливается негативная оценка характеризующейся через метафору страны. Не случайно в цитируемом далее высказывании выбран образ ветра как стихии, обладающей разрушительной силой, способной разрушить жизни и судьбы людей.

Большими снарядами, железом гремя,

Вскрыли нарыв твой, Россия!

Ворвавшись в мой край, губя мирный люд,

Губительным ветром прошлась ты («Даймох»).

Дефиниция «Большого толкового словаря» [Словари]:

ГУБИТЕЛЬНЫЙ, -ая, -ое; -лен, -льна, -льно. Способный привести к гибели, несущий гибель; пагубный. *Г-ое влияние наркоманов. Г-ые последствия черной аварии.*

В следующем высказывании тоже создается образ порочно-воинственной России, несущей в себе разрушение не только милитарного характе-

ра («армада», «орда»), но и духовного («деньги», «наркота», «спиртное»). Прилагательное «двуглавая» создает аллюзию на герб России — двуглавого орла.

Ахудова неверная орда

В которой нет и малости Иммана

Любовь к деньгам, спиртное, наркота

Оно же сотворение Шайтана

Восстанем же муслиммы на джихад

С армадой сразимся двухголовой («Братья мусульмане»).

Здесь же имплицитно репрезентируется и превосходство исповедующих ислам над «неверными» через прилагательное «неверная», существительное «шайтан».

Приведем данные толковых словарей:

НЕВЕРНЫЙ, -ая, -ое; -рен, -рна, -рно.

1. Не соответствующий истине, действительности; неправильный. *Н-ая мысль. Н-ые сведения. Слухи неверны.*

2. Неточный, ошибочный. *Н-ые вычисления. Сделать в шахматах н. ход.*

3. Такой, которому нельзя верить, доверять; изменяющий своему долгу, обязательствам; вероломный. *Н. друг, союзник. Н-ая жена; н. муж (нарушающие супружескую верность).*

4. Слабый, тусклый, дрожащий (о свете, лучах и т. п.). *Н. свет луны. Н-ое мерцание звезд.* ◇ Фома неверный. О человеке, которого трудно заставить поверить чему-л., убедить в чём-л. (из евангельского сказания об апостоле Фоме, не поверившем сообщению о воскресении Христа). <Неверно, нареч. Н. записать телефон. Спеть мотив н. Свет горит н. Неверный, -ого; м.; Неверная, -ой; ж. Устар. О человеке, исповедующем чужую, по сравнению с чьей-л., веру, религию; об иноверце. Неверность, -и; ж. Упрекать в неверности кого-л. [Словари].

Шайтан — сатана, лишившийся Божьей милости, далекий от истины, наносящий вред. Его зовут Иблис. Существуют и другие его имена: Карур, Васвс, Ханнас, Кяфир, Сагир, Марид, Таиф, Фатин, Мал'ун, Маз'ум, Мадхур, Макз, Кафр, Хазул, Адувв, Мудилл, Марид. В Исламе шайтаном называется один из джиннов, который отказался поклониться первому человеку Адаму и был проклят за это Аллахом: „[Вспомни, Мухаммад,] как Мы сказали ангелам: „Падите ниц перед Адамом!“ Все поклонились, кроме Иблиса. Он был из джиннов и ослушался воли своего Господа“ (18:50) [Шайтан].

В результате говорящим имплицитно утверждается природное превосходство одной религии — ислама — и порочность других.

Навешивание ярлыка происходит и за счет намеренного «осмеяния», направленного на создание уничижительного образа врага.

Пустынны улицы аварского села

Молчаньем грозным ночь сюда пришла

Но знает, знает русская орда

Что ждет их там жестокая беда («Аварское село»).

Процитируем «Большой толковый словарь» [Словари]:

ОРДА, -ы; мн. орды, орд; ж. [от тюрк. ordu — лагерь, дворец хана]

1. Ист. Название крупных тюркских и монгольских феодальных государств и союзов кочевых племен в эпоху средневековья; местопребывание их правителей. *Золотая о. Крымская о. Ногайская о.*

2. Пренебр. Вражеское войско; полчище. *Фашистские орды. Разгром вражеских орд.*

3. кого или какая. Разг. Многолюдная, беспорядочная и шумная толпа, сборище кого-л. *Пёстрая о. Шумная о. О. ребяташек.*

В данном контексте существительное «орда» реализуется во втором значении, поскольку есть отсылка к последствиям военных действий.

Для усиления «образа врага» в лице российских солдат («мировотворцев») в тексте неоднократно используется образ «убийц мусульман», подкрепляемый манипулятивным приемом «экспрессивный удар», заключающимся в намеренном транслитировании ужасов, совершаемых силовыми структурами в отношении чеченцев, с целью вызвать желание наказать виновных и выйти на джихад.

Боль, убивают и старых и млад.

Боль, и рыдают опять матеря... («Добро пожаловать в АД»)

В Самашках убиты старики, женщины, дети.

Предсмертные крики младенцев...

Четыреста жизней смерть с села забрала —

Мы не забудем... («Даймох»)

«Большой толковый словарь» [Словари] поясняет:

УБИТЬ, убью, убьёшь; убей; убитый; убит, -а, -о; св.

1. кого. Лишить жизни, умертвить. *У. из ружья, из винтовки, из пистолета. У. наповал.*

2. что. Уничтожить, погубить, разрушить. *У. надежду, любовь. У. веру в лучшее будущее, в справедливость. В ребёнке убили талант.*

3. сильно расстроить, привести в отчаяние, в подавленное состояние. *Вся наша семья убита горем. Это известие ошеломило и совершенно убило меня.*

4. Разг. сильно поразить кого-л.; сразить. *Ты совершенно убил меня этим неожиданным признанием!*

5. что. Разг. израсходовать, истратить нерасчётливо, неразумно, расточительно, напрасно (деньги, средства, время и т. п.). *Сколько денег убили на это строительство!*

6. В карточных играх: покрыть карту. *У. вала. У. даму. У. туза.*

Ни в одном из перечисленных значений у глагола «убить» нет положительной коннотации. Исходя из контекста слово используется в первом своем значении, поскольку есть непосредственные «одушевленные» объекты воздействия — «стар», «млад», «старики», «женщины», «дети».

Как видно, своеобразие информационно-психологического воздействия через художественное слово заключается в том, что именно через воображение, рисуя различные образы, манипулятор старается воздействовать на мышление и чувства индивида. Как отмечает С. Г. Кара-Мурза, «эмоции — основные деятели в психическом мире, а образы — строительный материал для эмоций» [Кара-Мурза]. Поэтому сочетание двух составляющих психики челове-

ка — воображения и чувств — является особенно подвижным и уязвимым перед манипуляцией. Все это приводит к тому, что при восприятии художественного текста порог критичности психики индивида снижается, он не в полной мере может «отфильтровать» ложную информацию от истинной, а значит манипулятор достигает запланированного результата.

ЛИТЕРАТУРА

1. Али-заде А. Исламский энциклопедический словарь. — М.: Ансар, 2007.

2. Амирокова Р. А. Политический экстремизм в современном политическом процессе России : дис. ... канд. полит. наук. — Черкесск, 2006.

3. Большой толковый словарь русского языка / ред. С. А. Кузнецов. — СПб.: Норинт, 2000.

4. Газават // Исламский энциклопедический словарь. URL: <http://slovar-islam.ru/books/g.html>.

5. Гертц Р. Н. Политический экстремизм: позиция видения в современной научной литературе // Грамота. 2011. № 4 (10). С. 43—47.

6. Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием. URL: http://www.kara-murza.ru/books/manipul/manipul_content.htm.

7. Карапетян А. А., Тагильцева Ю. Р. Игры с разумом, или Приемы и средства информационно-психологического воздействия в практике религиозно-политического экстремизма // Вестн. Пятигор. гос. лингвист. ун-та. 2015. № 1. С. 270—272.

8. Коран / пер. с араб. и коммент. М.-Н. О. Османова. — СПб.: ДИЛЯ, 2009.

9. Лабунец М. И. Политический экстремизм: этнонациональная регионализация : дис. ... канд. полит. наук. — Ростов н/Д, 2002.

10. Морозов И. Л. Политический экстремизм в современной России — новые тенденции // PolitBook. 2012. № 3. С. 97—107.

11. Сергеева Е. В. Проблема выявления речевого манипулирования при проведении лингвистической экспертизы «экстремистских» сайтов Интернета (на примере файла «LEZGINKA.flv»). URL: www.ling-expert.ru/conference/langlaw2/sergeeva.html.

12. Словари // Грамота.ру. URL: <http://www.gramota.ru/slovari>.

13. Старосветский Е. А. Экстремизм в современном российском обществе // Науч. ведомости Белгор. гос. ун-та. 2008. № 5. С. 187—192.

14. Хуако З. Ю. Политический экстремизм: информационный аспект по материалам социологического исследования // Вестн. Адыгейск. гос. ун-та. 2012. № 2. С. 114—120.

15. Шайтан // Исламский энциклопедический словарь. URL: <http://slovar-islam.ru/books/sh.html>.

16. Шараханэ С. Ислам и политический экстремизм // Религия и право. 1999. № 4—5. С. 26.

17. Щербатых Ю. В., Ноздрачев А. Д. Физиология и психология страха // Природа. 2000. № 5. С. 61—67.

18. Экстремистский текст и деструктивная личность : моногр. / Ю. А. Антонова, Л. Е. Веснина, М. Б. Ворошилова, К. В. Злоказов, Ю. Р. Тагильцева, А. А. Карапетян. — Екатеринбург, 2014.

Y. R. Tagiltseva
Ekaterinburg, Russia

“ON THE NIGHT WHEN THE WOLVES WERE BEING BORN” OR THE “POETRY” OF INFORMATION-PSYCHOLOGICAL IMPACT OF RELIGIOUS-POLITICAL EXTREMISM

ABSTRACT. *Today, religious-political extremism is becoming a really dangerous social phenomenon not only because it is capable of breaking international and religious relations from within, but also because it can use the tactics of information terrorism and information-psychological wars to its own end. More and more often, for deeper influence on the person's mind, religious-political extremism resorts not only to information-psychological, but also artistic means, creating more powerful emotional images and being oriented towards long-term emotional memory. The article deals with the main methods of information-psychological impact in the poetry of the Chechen bard and participant of the First Chechen War Timur Murutsaev. In the texts under research the author uses the strategy of intimidation of the ethnic group “the Russians”. This strategy is represented through manipulative and propaganda techniques and through artistic images. The peculiarity of such information-psychological impact through literary text consists in the fact that it is through imagination producing various images that the manipulator seeks to influence the mind and feelings of a person. That is why the combination of the two constituents of the human psyche – imagination and feelings, which are mobile enough – explains the vulnerability of the people by manipulation. All this*

leads to the fact that the critical threshold of individual psyche is being lowered; it cannot "filter" false information from the true one; and it means that the manipulator reaches the expected result.

KEYWORDS: information-psychological impact; manipulation, propaganda; extremism; religious-political extremism; extremist materials; poetic works.

ABOUT THE AUTHOR: Tagil'tseva Yuliya Rinatovna, Candidate of Philology, Associate Professor of Department of Advertising and Public Relations, Ural State Pedagogical University, Ekaterinburg, Russia.

REFERENCES

1. Ali-zade A. Islamskiy entsiklopedicheskiy slovar'. — M. : Ansar, 2007.
2. Amirokova R. A. Politicheskiy ekstremizm v sovremennoy politicheskom protsesse Rossii : dis. ... kand. polit. nauk. — Cherkessk, 2006.
3. Bol'shoy tolkovyy slovar' russkogo yazyka / red. S. A. Kuznetsov. — SPb. : Norint, 2000.
4. Gazavat // Islamskiy entsiklopedicheskiy slovar'. URL: <http://slovar-islam.ru/books/g.html>.
5. Gerts R. N. Politicheskiy ekstremizm: pozitsiya videniya v sovremennoy nauchnoy literature // Gramota. 2011. № 4 (10). S. 43—47.
6. Kara-Murza S. G. Manipulyatsiya soznaniem. URL: http://www.kara-murza.ru/books/manipul/manipul_content.htm.
7. Karapetyan A. A., Tagil'tseva Yu. R. Igry s razumom, ili Priemy i sredstva informatsionno-psikhologicheskogo vozdeystviya v praktike re-ligiozno-politicheskogo ekstremizma // Vestn. Pyatigor. gos. lingvist. un-ta. 2015. № 1. S. 270—272.
8. Koran / per. s arab. i komment. M.-N. O. Osmanova. — SPb. : DILYa, 2009.
9. Labunets M. I. Politicheskiy ekstremizm: etnonatsional'naya regionalizatsiya : dis. ... kand. polit. nauk. — Rostov n/D, 2002.
10. Morozov I. L. Politicheskiy ekstremizm v sovremennoy Rossii — novye tendentsii // PolitBook. 2012. № 3. S. 97—107.
11. Sergeeva E. V. Problema vyyavleniya rechevogo manipulirovaniya pri provedenii lingvisticheskoy ekspertizy «ekstremistskikh» saytov Interneta (na primere fayla «LEZGINKA.flv»). URL: www.ling-expert.ru/conference/langlaw2/sergeeva.html.
12. Slovare // Gramota.ru. URL: <http://www.gramota.ru/slovari>.
13. Starosvetskiy E. A. Ekstremizm v sovremennoy rossiyskom obshchestve // Nauch. vedomosti Belgor. gos. un-ta. 2008. № 5. S. 187—192.
14. Khuako Z. Yu. Politicheskiy ekstremizm: informatsionnyy aspekt po materialam sotsiologicheskogo issledovaniya // Vestn. Adygeysk. gos. un-ta. 2012. № 2. S. 114—120.
15. Shaytan // Islamskiy entsiklopedicheskiy slovar'. URL: <http://slovar-islam.ru/books/sh.html>.
16. Sharakshane S. Islam i politicheskiy ekstremizm // Religiya i pravo. 1999. № 4—5. S. 26.
17. Shcherbatykh Yu. V., Nozdrachev A. D. Fiziologiya i psikhologiya strakha // Priroda. 2000. № 5. S. 61—67.
18. Ekstremistskiy tekst i destruktivnaya lichnost' : monogr. / Yu. A. Antonova, L. E. Vesnina, M. B. Voroshilova, K. V. Zlo-kazov, Yu. R. Tagil'tseva, A. A. Karapetyan. — Ekaterinburg, 2014.

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

РАЗДЕЛ 5. ИЗ ИСТОРИИ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ЛИНГВИСТИКИ

УДК 81'38^81'42
ББК Ш105.551.5

ГСНТИ 16.21.27; 16.01.09

Код ВАК 10.02.20

Конбой М.

Шеффилд, Великобритания

Перевод с английского С. А. Ерёминой

ТЕХНОЛОГИЯ И ЯЗЫК ПРЕССЫ. ПЕРЕСТРОЙКА ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ

АННОТАЦИЯ. Вниманию читателей предлагается перевод отрывка из книги Мартина Конбоя «Язык газеты: социально-исторические перспективы» (*The Language of Newspapers: Socio-Historical Perspectives*), профессора факультета журналистики Шеффилдского университета, автора нескольких известных книг по истории журналистики и эволюции языка СМИ. В данной работе автор пытался показать развитие журналистики в США и Англии с XVII в. до наших дней. Отмечается, что в XX в. газета перестала быть единственным поставщиком актуальной информации о мире, включилась в конкуренцию с появившимися вследствие внедрения новых технологий радиовещанием, телевидением, Интернетом, что не могло не заставить газету измениться. Одним из результатов этих изменений стало появление таблоидов. Двадцатый век, по мнению М. Конбоя, стал «бульварным веком», потому что стиль таблоидов оказал глубокое влияние на стиль СМИ в целом, а также на социальную и политическую сферы современного мира. Исследование М. Конбоя включает семь глав. В первой рассматривается проблема влияния общественного мнения на язык газеты, вторая представляет стилистический анализ языка газеты, третья посвящена социально-политическим аспектам газетного дела, следующие три — коммерциализации газеты в формальном и содержательном плане. Ниже представлен перевод фрагмента седьмой, заключительной главы книги.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: язык СМИ; общественное мнение; стилистика; газетные жанры; массовая газета; реклама.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ: Конбой Мартин, профессор истории журналистики, факультет журналистики, Шеффилдский университет, Шеффилд, Великобритания.

СВЕДЕНИЯ О ПЕРЕВОДЧИКЕ: Ерёмина Светлана Александровна, кандидат филологических наук, доцент, кафедра риторики и межкультурной коммуникации, Уральский государственный педагогический университет; адрес: 620017, г. Екатеринбург, пр-т Космонавтов, 26, к. 285; e-mail: swegle@yandex.ru.

ОТ ПЕРЕВОДЧИКА

Мартин Конбой — преподаватель отделения журналистики Шеффилдского университета, специалист в области социолингвистики, критики, теории и практики журналистского дела. Он является автором нескольких книг по истории журналистики и специфики языка СМИ.

Книга, перевод фрагмента которой представлен ниже, является попыткой проследить развитие журналистского дела в США и Англии с XVII в. до наших дней. На первый план выходит анализ социальных, политических и технических факторов, которые влияли на содержание газет и на вкус читателя.

Книга дает представление об изменениях в языке газеты в хронологическом порядке. Автор начинает свой обзор с исследования первых, революционных с точки зрения содержания периодических публикаций в Англии и анализа того, как использование языка быстро начало зависеть от радикально изменяющегося социального и политического заказа.

Мартин Конбой отмечает влияние буржуазного сознания на язык прессы в XIX в. и коммерциализацию газеты в конце XIX и начале XX в. в Соединенных Штатах. Эти явления, часто определяемые как «новая журналистика», в конечном счете распространились на всю печатную промышленность.

В результате технических достижений XX в. газета перестала быть главным поставщиком актуальной информации о мире, и на язык прессы оказывала сильнейшее влияние ситуация конкуренции с новыми СМИ. Газету последовательно вынуждали меняться радио, телевидение, спутниковое телевидение, Интернет. Изменилась

структура языка и адресат сообщений, результатом чего стало появление таблоидов. В связи с этим уже во введении Мартин Конбой пишет о XX в., что «это был действительно бульварный век, поскольку стиль этого языка оказал глубокий социальный и политический эффект на более широкий современный мир СМИ».

Книга состоит из семи глав. Первая глава «Общество пишет в ответ» посвящена влиянию общественного мнения на язык газеты. Вторая глава «Формирование стиля: контуры общественной сферы» посвящена стилистическому анализу языка газеты. Далее идет глава «Радикальная риторика: сложные образцы контроля», в которой автор исследует социологические и политические аспекты газетного дела. Четвертая, пятая и шестая главы (соответственно «Формирование социального рынка», «Сообщение из Америки: коммерческий жаргон» и «Бульварный разговор: шаблон двадцатого века») повествуют о коммерциализации газеты в формальном и содержательном плане. Ниже представлен перевод фрагмента седьмой главы — «Технология и язык прессы. Перестройка общественного мнения».

ТЕХНОЛОГИЯ И ЯЗЫК ПРЕССЫ. ПЕРЕСТРОЙКА ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ

Повсеместно в истории развития газеты технология влияла на ее стиль и содержание. В отдельных случаях технологии транспорта и коммуникации, если отойти от проблем, связанных с выпуском газеты, влияли на формирование газетного языка столь же значительно, как инновации в самом производственном процессе. «Дейли

© Конбой М., 2010

© Ерёмина С. А., перевод на русский язык, 2015

мейл», выходящая с 1896 г. — хороший тому пример. Хармсворт ввел новые технологии в производственный процесс, разработал национальное распределение с эффективностью, ранее не существовавшей, и использовал новый доход от целевого маркетинга. Это означало, что в содержательную часть «Дейли мейл» была включена значительная доля крохотных, тщательно построенных фрагментов информации. Эта технология стала успешно применяться и в других журналах и газетах, таких как новаторские «Тит-бит Ньюс» (выпуски 1881 г.), которые имели короткие, не связанные друг с другом сообщения, оформленные в виде коротких статей с четкими заголовками. Но, как всегда, эти технические разработки привели к более глубоким социальным и политическим изменениям. Появилась возможность выпускать газеты с массовым объемом продаж, сделать их доступными по цене для среднего читателя. В данном случае технические разработки обусловили появление газет, созданных и изданных в указанном формате, который удовлетворял одновременно и средних читателей, и рекламодателей, субсидирующих определенный продукт. В массовой газете информация существовала в пространстве между множеством рекламных объявлений, и по значимости информация доминировала над стилем изложения. Закрепилась форма кратких сообщений в стиле, лишенном каких бы то ни было украшений (Мэтисон, 2000: 565).

Процесс внутреннего редактирования не только затрагивал технологические и презентационные изменения, но и привел к тому, что новая аудитория получала новости в едином стиле и тоне, более ясно сформулированные, чем прежде. Начало выпуска «Дейли мейл» стало ключевым моментом для развития механизма создания массового ежедневного издания, который позволял эффективно сочетать обращение к новым читателям со всеми технологиями массового производства и распределения. Этот механизм инициировал более длительный процесс, который привел к появлению газет, удовлетворяющих запросы элитарного читателя, а также публики, покупающей газеты по воскресеньям.

Соответствующий внутренне отредактированный, усеченный язык был далее формализован созданием приема перевернутого пирамидального расположения. Это не было эксклюзивным методом «Дейли телеграф», издания, которое стало надежным органом распространения информации с 1870-х гг. Такая техника типична для газет и применялась как воздействующая технология на протяжении всей истории прессы, поскольку явила собой удачное сочетание ком-

мерческих и технических способов, позволяющих улучшить коммуникативные качества газетной продукции (Пёткер, 2003: 509).

Усилиями Хармсворта и Пирсона подобный стиль подачи информации быстро перекочевал из Америки в Великобританию. Ориентация на определенные социальные классы читателей рекламодателей, которые рассчитывали, что их финансовые издержки будут оправданы, потребовала, чтобы внешний облик газеты и ее содержание подстраивались под предполагаемый образ жизни и интересы читателей. Перевернутая пирамида с приоритетностью ключевых фактов в порядке убывания по важности оказалась заметным социальным фактором, ведь «коммуникативное качество текстов улучшилось значительно, они сделались более понятными» (Пёткер, 2003: 509).

Повествование, характеризующееся строгой хронологической последовательностью, в конце Викторианской эпохи быстро уступило дорогу новой структуре (Пёткер, 2003: 503).

Даже в Соединенных Штатах Шудсон отмечает первые примеры использования данной технологии в 1880-х и 1890-х гг. (Шудсон, 1978: 61—87), но в то время она ни в коем случае не была стандартной формой. В сравнительно короткий период, однако, стандарты изменились на волне радикальной переориентации массовых ежедневных газет до такой степени, что к 1920-м гг. перевернутая пирамида стала единственной формулой подачи журналистами фактов (Эррико и др., 1997: 8).

Управляемая рынком рационализация языка новых массовых газет затронула и грамматические особенности предложений, что оценивалось как особый журналистский стиль, характеризовавшийся таким образом: «...маркеры причины, следствия и наречий времени обычно недостает в новостях, в противоположность более общим рассказам» (Белл, 1996: 12).

За механистическими изменениями языка газет последовали такие нововведения, которые, по утверждению Кери, были глубокими и имели часто недооцениваемые идеологические последствия:

«„Дейли телеграф“ также переделала природу письменного языка и, наконец, саму природу сознания... телеграфная журналистика отделила новости от идеологического контекста, который мог объяснить и определить значение событий... Повышая значение объективности и достоверности основных принципов, „пенсовая пресса“ перестала видеть свою основную цель в объяснении фактов» (Кери, 1987).

ЛИТЕРАТУРА

1. Conboy Martin. The Language of Newspapers: Socio-Historical Perspectives. — London : Continuum, 2010.

Conboy M.
Sheffield, UK

TECHNOLOGY AND NEWSPAPER LANGUAGE: THE RESHAPING OF PUBLIC COMMUNICATION

ABSTRACT. This is a translation of the extract from the book *The Language of Newspapers: Socio-Historical Perspectives* by Martin Conboy, Professor of the Department of Journalism Studies, Sheffield University, the author of several books on the history of journalism and the evolution of Mass media language. The author tries to describe the development of journalism in the USA and England since XVIIIth century up to now. It is underlined that the newspaper ceased to be the only source of reliable information in the XXth century, it competes with radio, television and the Internet, which appeared as a result of development of the new technologies and led to the changes in the newspapers. One of the results of those changes is the appearance of tabloids. The XXth century, according to M. Conboy, is the "tabloid century", as the style of such newspapers has influenced Mass media immensely, as well as social and political spheres of the modern world. The

work of M.Conboy consists of seven chapters. The first chapter is devoted to the problem of the influence of public opinion on the language of newspapers, the second chapter analyzes the newspaper language from the stylistic point of view, the third one studies social and political aspects of newspaper business, the rest three chapters discuss commercialization of newspapers in the field of form and content. This article is the translation of the extract from chapter seven.

KEYWORDS: *language of Mass media; stylistics; newspaper genres; mass newspaper; advertising.*

ABOUT THE AUTHOR: *Conboy Martin, PhD, Professor of Journalism History, Department of Journalism Studies, The University of Sheffield, Sheffield, UK.*

ABOUT THE TRANSLATOR: *Eremina Svetlana Aleksandrovna, Candidate of Philology, Associate Professor of Department of Rhetoric and Intercultural Communication, Ural State Pedagogical University, Ekaterinburg, Russia.*

REFERENCES

1. Conboy Martin. The Language of Newspapers: Socio-Historical Perspectives. — London : Continuum, 2010.

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 научного цитирования (РИНЦ)**. 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?nomer= 366> (дата обращения: 17.04.2007).

<http://www.nlr.ru/index.html> (дата обращения: 20.02.2007).

Рынок тренингов Новосибирска: своя игра. URL: <http://nsk.adme.ru/news/2006/07/03/2121.html> (дата обращения: 17.10.2008).

Литчфорд Е. У. С Белой Армией по Сибири // Восточный фронт Армии Генерала А. В. Колчака. URL: <http://east-front.narod.ru/memo/latchford.htm> (дата обращения: 23.08.2007).

НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ
ПОЛИТИЧЕСКАЯ ЛИНГВИСТИКА
2015. ВЫПУСК 4 (54)

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 16.11.2015. Формат 60x84/8.

Бумага для множительных аппаратов. Печать на ризографе.
Уч.-изд. л. — 22,7. Усл. печ. л. — 20,6. Тираж 500 экз. Заказ 4589.

Оригинал-макет отпечатан в отделе множительной техники
Уральского государственного педагогического университета
620017 Екатеринбург, пр. Космонавтов, 26

E-mail: uspu@uspu.ru