

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



ПОЛИТИЧЕСКАЯ ЛИНГВИСТИКА

2(56)'2016

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
- Включен в каталог Роспечать. Индекс 81955
- Материалы журнала размещаются на платформе Российского индекса научного цитирования (РИНЦ) Российской универсальной научной электронной библиотеки
- 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

Екатеринбург 2016

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, 2016. – Вып. 2 (56). – 171 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 ВО «Уральский государственный педагогический университет», 2016

© Политическая лингвистика, 2016

Ural State Pedagogical University



POLITICAL LINGUISTICS

2(56)'2016

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 2016

СОДЕРЖАНИЕ

Редакционные принципы журнала «Политическая лингвистика»	8
--	---

РАЗДЕЛ 1. ТЕОРИЯ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ЛИНГВИСТИКИ

Васильев А. Д. Подсохин Ф. Е. Красноярск, Россия	Информационная война: лингвистический аспект	10
Горшунов Ю. В. Бирск, Россия	Лингвокультурный шок и лингвистический юмор в контексте рекламного дискурса	17
Горшунова Е. Ю. Москва, Россия		
Нахимова Е. А. Екатеринбург, Россия	«Прямая линия» с народом»: президентские ответы на детские вопросы	22
Никитина Л. Б. Омск, Россия	Языковой образ омского чиновника по данным региональной газеты «Ваш ОРЕОЛ».....	27
Носова Н. П., Черняк В. Д. Санкт-Петербург, Россия	Вспоминая детство... (об одном типе прецедентных феноменов в политическом дискурсе).....	33

РАЗДЕЛ 2. ПОЛИТИЧЕСКАЯ КОММУНИКАЦИЯ

Будаев Э. В., Тихонов В. В. Екатеринбург, Россия	Зооморфные метафоры как инструмент концептуализации сирийского конфликта в СМИ России и США	43
Гаврилов Л. А. Москва, Россия	Политический дискурс в зеркале научного.....	50
Голоусова Е. С., Амиров В. М. Екатеринбург, Россия	Крымский референдум и интерпретация его итогов в СМИ (на примере анализа российской и американской печати)	55
Горбань В. В. Одесса, Украина	Семантические трансформации в политическом дискурсе Интернета	60
Калинин О. И. Москва, Россия	Опыт проведения контент-анализа политических медиатекстов (на примере китайского языка)	65
Култышева И. В. Нижний Тагил, Россия	Категория комического в репрезентации образа политического врага (на примере политического анекдота).....	74
Немирова Н. В. Сыктывкар, Россия	Прецедентность интерпретации исторического события «Куликовская битва» в российском газетном дискурсе	80
Нестеренко Е. Ю. Екатеринбург, Россия	Статусные обращения к первым лицам государства в русском, американском и британском политическом дискурсе.....	87
Погорелко А. М. Герасина Т. Н. Уфа, Россия	Смысловые маркеры дискурса холодной войны.....	93

РАЗДЕЛ 3. ЯЗЫК — ПОЛИТИКА — КУЛЬТУРА

Багичева Н. В. Екатеринбург, Россия	Образы матери-Родины и Большой семьи в метафорическом онтогенезе 102
Балканов И. В. Москва, Россия	Теория и практика зарубежной военной лексикографии периода Второй мировой войны (на материале военных переводных словарей, выпущенных в США в 1941—1945 гг.) 112
Гузикова М. О. Екатеринбург, Россия	Идеологии в эпоху глобализации: влияние английского языка как <i>lingua franca</i> 118
Гэн Юаньюань Плотникова Г. Н. Екатеринбург, Россия	Отзоонимные прилагательные в культурно-языковом пространстве 123
Зотова А. С. Екатеринбург, Россия	Концепт «безопасность» в российской и французской социальной рекламе: вербально-визуальные представления 128
Исакова А. А. Сыктывкар, Россия	Актуализация концептуально-тематической области «государственная национальная политика» в концептосфере «коми национальная культура» 134
Кретов А. А. Стародубцева Ю. А. Воронеж, Россия	Русские аксиологемы по данным МАСа-2 140
Петров В. Б. Екатеринбург, Россия Петрова Е. Д. Магнитогорск, Россия	Цветовые эпитеты в контексте мировоззрения Михаила Булгакова 155

РАЗДЕЛ 4. ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ

Стышинский М. Познань, Польша	Джихадистская пропаганда в Интернете и социальных медиа 161
Правила представления авторами рукописей в журнал «Политическая лингвистика» 168	

CONTENTS

Editorial principles of the journal "Political Linguistics"	8
---	---

PART 1. THEORY OF POLITICAL LINGUISTICS

Vasiljev A. D., Podsokhin F. Y. Krasnoyarsk, Russia	Information warfare: linguistic aspect.....	10
Gorshunov Y. V. Birsk, Russia	Linguocultural shock and humour in advertising.....	17
Gorshunova E. Y. Moscow, Russia		
Nakhimova E. A. Ekaterinburg, Russia	«Direct line» with people: President's answers to the questions from children	22
Nikitina L. B. Omsk, Russia	Language image of Omsk official according to the regional newspaper "Vash OREOL"	27
Nosova N. P., Chernyak V. D. St.Petersburg, Russia	Remembering the childhood... (one type of precedent phenomena in political discourse)	33

PART 2. POLITICAL COMMUNICATION

Budaev E. V., Tikhonov V. V. Ekaterinburg, Russia	Zoomorphic metaphors as a tool for conceptualization of conflict in Syria in US and Russian mass media.....	43
Gavrilov L. A. Moscow, Russia	Political discourse vs. scientific discourse.....	50
Golousova E. S., Amirov V. M. Ekaterinburg, Russia	The Crimean referendum and interpretation of its results in mass media (on the example of the analysis of the Russian and American press).....	55
Gorban' V. V. Odessa, Ukraine	Semantic transformations in the Internet political discourse	60
Kalinin O. I. Moscow, Russia	Content-analysis of political mediatexts (evidence from Chinese language).....	65
Kultyshcheva I. V. Nizhny Tagil, Russia	The category of comic in representation of the image of political opponent (on the example of political anecdote)	74
Nemirova N. V. Syktyvkar, Russia	Precedence in the interpretation of historical event "The battle of Kulikovo" in newspaper discourse	80
Nesterenko E. Y. Ekaterinburg, Russia	Status vocatives addressed to top public officials in Russian, American and British political discourse.....	87
Pogorelko A. M., Gerasina T. N. Ufa, Russia	Conceptual markers of the cold war discourse.....	93

PART 3. LANGUAGE — POLITICS — CULTURE

Bagicheva N. V. Ekaterinburg, Russia	Images of Motherland and Big Family in metaphor ontogenesis	102
Balkanov I. V. Moscow, Russia	Theory and practice of foreign military lexicography: a study based on military translation dictionaries published in the USA during WWII	112

Guzikova M. O. Ekaterinburg, Russia	Ideologies in globalisation: influence of English as lingua franca118
Geng Yuanyuan Plotnikova G. N. Yekaterinburg, Russia	Adjectives derived from zoonyms in the cultural and linguistic space.....123
Zotova A. S. Ekaterinburg, Russia	The concept “Security” in the Russian and French social advertising: verbal and visual representation128
Isakova A. A. Syktyvkar, Russia	The conceptual-thematic field “Governmental national politics” in the “Komi national culture” conceptosphere134
Kretov A. A. Starodubtseva Y. A. Voronezh, Russia	The Russian axiologemes according to the abridged academy dictionary of Russian (2nd edition).....140
Petrov V. B. Ekaterinburg, Russia Petrova E. D. Magnitogorsk, Russia	Color epithets in the political linguistics of Mikhail Bulgakov155

PART 4. FOREIGN EXPERIENCE

Styszynski M. Poznan, Poland	Jihadist propaganda in the Internet and social media161
--	---

Manuscripts requirements.....	168
-------------------------------	-----

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 81'42:81'27:81'38
ББК Ш105.51+Ш105.551.5

ГСНТИ 16.21.33

Код ВАК 10.02.19

А. Д. Васильев, Ф. Е. Подсохин
Красноярск, Россия

ИНФОРМАЦИОННАЯ ВОЙНА: ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

АННОТАЦИЯ. Информационная война — совокупность массовых коммуникативных практик, целью которых является воздействие (или противодействие подобному воздействию) посредством специфического употребления единиц языка на общность людей (географическую, этнографическую, конфессиональную, политическую, экономическую и т. д.) при одновременном обеспечении безопасности и защиты актора для достижения информационного превосходства в стратегических целях. Международные информационные конфликты, в которые вовлечена сегодня Россия, позволяют сделать умозаключение, что подогреваемые средствами массовой информации тревожные настроения общества и следующие за такой реакцией политические решения являются разными этапами манипуляционной кампании, проводимой неким актором. Основной инструментальной единицей такой манипуляционной кампании необходимо считать слово: его семантику, имиджеобразующую, аксиологическую и культурную функцию, основным объектом воздействия — общественное мнение. В статье манипуляция общественным мнением рассматривается на материале освещения в СМИ событий, происходящих на Украине. Информационная война, связанная с украинскими событиями, представляет огромный интерес и даёт обширный материал для изучения филологам, социологам, политологам, конфликтологам, журналистам, специалистам по связям с общественностью и т. д. Пристальное внимание к украинской тематике в СМИ повлекло за собой за собой изменения в словарном составе — наиболее открытой и подвижной сфере языка. Особое внимание привлекают неологизмы и произведенные от них эпитеты, благодаря которым можно сделать выводы об особенностях употребления того или иного слова. Все подобные единицы убедительно свидетельствуют о том, что дискурс в массмедийном пространстве, получивший мощный импульс от украинских событий, достаточно четко демонстрирует бинарные оппозиции свой/чужой, добро/зло, жизнь/смерть.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: информационная война; массовая коммуникация; массовая аудитория.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ: Васильев Александр Дмитриевич, доктор филологических наук, профессор кафедры общего языкознания, Красноярский государственный педагогический университет имени В. П. Астафьева (Красноярск); 660049, г. Красноярск, ул. Ады Лебедевой, 89; e-mail: vasileva@kspu.ru.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ: Подсохин Федор Евгеньевич, аспирант филологического факультета, Красноярский государственный педагогический университет имени В. П. Астафьева (Красноярск); 660049, г. Красноярск, ул. Ады Лебедевой, 89; e-mail: theodor.podsokhin@mail.ru.

Выгоднее вложить один доллар в прессу, чем десять долларов в оружие: оружие вряд ли заговорит вообще, а пресса с утра до ночи не закрывает рта.

Ричард Никсон

С завидной частотой в СМИ стали появляться материалы о возникновении якобы нового типа военных действий — информационных войн (ИВ), сменяющих войны ядерные. Поскольку научных теорий, объясняющих сущность ИВ, не так много, а современная журналистика не преследует цель аналитического осмысления и разъяснения имеющегося феномена, образуется так называемый «информационный вакуум», который, в свою очередь, создает атмосферу таинственности и почву для ложных выводов и умозаключений, не имеющих с реальностью и научным знанием ничего общего.

Далее попытаемся раскрыть понятие информационной войны исключительно с лингвистической точки зрения, выделить основные функции и свойства ИВ и определить особенности бытования термина в лингвистических теориях.

В обществе XXI в. СМИ оказывают огромное влияние на сознание и поступки человека, являются источником и одновремен-

но поставщиком важнейшего в современном мире ресурса — информации. С одной стороны, СМИ публикуют вызывающую интерес аудитории информацию. С другой — транслируют различные ценностные установки, стереотипы, формируют общественное мнение, являясь главным средством изменения массового сознания [Васильев 2010].

Манипуляции общественным мнением можно рассматривать как пример подавления воли граждан путем программирования их поведения, так называемой «промывки мозгов». Данный вид манипуляции направлен не на отдельного индивида, а на общество в целом. Целью манипулятора является навязывание коллективных ценностей, изменение мнений, целей, сознания людей для создания аудитории, поддерживающей правящую элиту. Воздействие на сознание людей происходит не напрямую при непосредственном контакте, а через средства массовой информации, которые создают иллюзию объективной подачи сведений и потому облада-

ют высокой степенью убедительности [Демьяненко 2012: 20—27].

За последние годы понятие информационной войны (ИВ) приобрело достаточно широкое распространение: стабильно растущая политическая и экономическая напряженность в мире, катализируемая подробным освещением (так или иначе — субъективным, порой даже до откровенного лицемерия) в средствах массовой информации, сделала ИВ предметом как научного, так и публицистически-обывательского рассмотрения. Следуя за фразеологизмом французского литератора Ж. Пеше «Всё новое — это хорошо забытое старое», сто́ит отметить, что явление информационной войны для человеческой истории абсолютно не ново. В свое время античные авторы во всех красках описывали агитационные кампании, деморализующие и таким образом ослабляющие противника, либо наоборот — поднимающие боевой дух соотечественников. В этой связи крылатые слова «красна и сладка смерть за отечество», как и другие произведения Горация, написанные во время нравственного упадка римлян под влиянием Востока, приобретают вполне ясный пропагандистский подтекст.

С течением времени менялись каналы коммуникации, появлялись новые термины и целые науки, но основные принципы информационной войны всегда оставались неизменными.

Спустя две тысячи лет после «Од» Горация американский философ, социолог и футуролог Элвин Тоффлер стал одним из авторов концепции информационного (постиндустриального) общества как третьего (после аграрного и индустриального) типа организации общества.

Развивая идеи теории Тоффлера, Т. Червински, ссылаясь на Джорджа Стейна, отмечает: «Войны „первой волны“ велись за земли, „второй волны“ — за способность физической продуктивности; возникающие войны „третьей волны“ будут вестись за доступ к знаниям и контроль над ними. Поскольку „формы боевых действий“ любого общества следуют за „формами создания благосостояния“ этого общества, то войны будущего будут в основном, но не только, „информационными“» [Czerwinski 1996].

Информационная война оказалась сегодня в центре политики, экономики и военного дела. «Мирные» применения этого инструментария давно вышли за пределы его военного использования. Принятие решений существует во всех областях, и в случае конкурентного столкновения начинается борьба за единственность одного решения и против решений альтернативных [Почепцов 2014].

Современные науки (политология, социология, юриспруденция и некоторые другие) обычно характеризуют понятие ИВ в едином ключе, а сама дефиниция нередко заимствуется дословно или с незначительными акцентами. В «Большом юридическом словаре» находим следующее определение понятия:

«Информационная война — действия, направленные на достижение информационного превосходства, поддержку национальной военной стратегии посредством воздействия на информацию и информационные системы противника при одновременном обеспечении безопасности и защиты собственника информации» [Борисов 2012: 216].

Информационная война является в настоящее время самым перспективным способом «продолжения политики иными средствами». Информационную войну правомерно трактовать как составляющую часть информационной борьбы. В свою очередь, особенность информационной борьбы заключается в том, что она ведется постоянно — и в мирное, и в военное время [Кравченко 2011: 145]. Не случайно среди основных военных опасностей, отраженных в утвержденной в конце 2014 г. действующей редакции Военной доктрины Российской Федерации, числится «использование информационных и коммуникационных технологий в военно-политических целях» и «деятельность по информационному воздействию на население, <...> имеющая целью подрыв исторических, духовных и патриотических традиций» [Петров 2014: 1].

А. Зиновьев отмечает причины, которые сделали возможным повсеместное применение информационных методов противодействия:

- 1) прогресс средств сбора, обработки и передачи информации;
- 2) прогресс средств коммуникаций;
- 3) прогресс средств манипулирования людьми, надзора за ними, пресечения массовых движений;
- 4) влияние массовой культуры на стандартизацию образа жизни людей [Зиновьев 2000].

Попробуем дать определение понятию «информационная война» с позиций лингвистики таким образом, чтобы оно не противоречило вышеописанному опыту исследователей, но раскрывало сущность явления с позиций науки о языке:

Информационная война — совокупность массовых коммуникативных практик, целью которых является воздействие (или противодействие аналогичному воз-

действию) посредством специфического употребления единиц языка на общность людей (географическую, этнографическую, конфессиональную, политическую, экономическую и т. д.) при одновременном обеспечении безопасности и защиты актора для достижения информационного превосходства в стратегических целях.

Интерес современной лингвистики к явлению информационной войны может быть реализован минимум в двух основных направлениях:

1. Структурно-методологическое. В рамках данного направления лингвистическому изучению подвергается совокупность информационных воздействий, структура и методология существующей и возможной коммуникации, дискурс-анализ, контент-анализ.

2. Семантическое. Воздействие в политическом дискурсе обусловлено его когнитивной природой и реализуется через специфическое функционирование языковых средств [Чинарова 2009: 150—152]. Актор информационной войны использует разнообразные языковые приемы для кодирования своих сообщений, позволяющие придать им сильный суггестивный и манипулятивный потенциал. В рамках данного аспекта лингвистика дает возможность классифицировать выявленные языковые приемы, проанализировать вероятные речевые стратегии актора, декодировать сообщения.

Сегодня Россия вовлечена в ряд международных информационных конфликтов. Главными нашими противниками являются (или, во всяком случае, имплицитно преподносятся в таком статусе большинством российских средств массовой информации) так называемые «страны Запада», из которых следует особо выделить США и Великобританию. Помимо собственных СМИ и специальных организаций, в своей информационной борьбе с Россией эти страны в последние десятилетия активно используют как спонсируемые ими силы внутри России («несистемную оппозицию», русофобские СМИ), так и антироссийски настроенные элиты и СМИ некоторых соседних с Россией стран (Польши, Украины, Эстонии, Латвии, Литвы, Грузии).

В случае со странами-соседями, например, значительно участились слухи о якобы готовящихся со стороны России актах агрессии, что создало почву для многочисленных дискуссий, громких заявлений, периодически переходящих в откровенную панику и массовую истерию. В итоге проведение крупных армейских учений, создание новых военных баз в Восточной Европе, разработка новых и продление прежних антироссийских санкций

в большинстве случаев местным населением воспринимается очень тепло и активно поддерживается. Справедливо отметить, что, в свою очередь, описание российскими журналистами тенденций и настроений в соседних странах нередко изображается несправедливо однобоко.

Представляется довольно очевидным умозаключение, что подогреваемые средствами массовой информации тревожные настроения общества и следующие за такой реакцией политические решения являются разными этапами манипуляционной кампании, проводимой неким актором. Основной инструментальной единицей такой манипуляционной кампании необходимо считать **слово**: его семантику, имиджеобразующую, аксиологическую и культурную функцию, основным объектом воздействия — *общественное мнение*.

Процесс воздействия на общественное мнение в СМИ реализуется при помощи богатого арсенала различных вербальных и невербальных приемов и тактик. В некоторых исследованиях, посвященных манипуляции и пропаганде, в качестве идеологических механизмов предлагается рассматривать процессы *эвфемизации* и *дэвфемизации*. Так, в качестве примера данных процессов приводятся понятия «*военное присутствие*» как эвфемизм термину «*интервенция*», который, в свою очередь, рассматривается как его дэвфемизатор. То же в парах: «*регулирование цен*» — «*повышение цен*», «*неполная занятость*» — «*безработица*» [Беркнер 2001: 85—89]. Сталкивание диаметрально противоположных концептов в рамках текста является одним из инструментов манипулирования общественным мнением.

Специфика воздействия на массовую аудиторию довольно подробно изучена в психологии, социологии и различных смежных науках, которые сходятся в утверждении, что в массовой аудитории исчезает обособленная сознательная личность. Общественное мнение становится средством завоевания и удержания власти; рычагом управления политическими и социальными процессами; инструментом ведения борьбы за сегмент рынка и т. д.

Пожалуй, наиболее яркий за последнее время пример информационного противостояния — так называемые события «Евромайда на» на Украине, вылившиеся впоследствии в масштабные боевые действия, именуемые разными сторонами конфликта по-разному.

Явление информационной войны, разворачивающейся в связи с украинскими событиями, особенно в практическом аспекте и приобретенном масштабе, представляет огромный интерес и дает обширный матери-

ал для изучения филологам, социологам, политологам, конфликтологам, журналистам, специалистам по связям с общественностью и т. д.

Значительные объемы информации, подаваемые российскими средствами массовой информации в связи с украинскими событиями, не могли не повлечь за собой изменений в словарном составе — наиболее открытой и подвижной сфере языка. Особенно любопытны для изучения неологизмы и произведенные от них эпитеты, благодаря которым можно сделать выводы об особенностях употребления того или иного слова.

К примеру, широкое употребление в русской речи приобрело слово «укроп». Укропы — граждане Украины, поддерживающие так называемый «курс евроинтеграции», новую власть и антироссийскую риторику. Сами же украинцы объясняют, что укроп — это сокращение от словосочетания «украинский патриот». В более широком смысле укроп — житель Украины.

Если Порошенко признает военное поражение и остановит операцию, правосеки проволокут его по Банковой за его собственные кишки, намотанные на шею. Если не остановит, ополчение домолотит оставшиеся укропские части [КП 2014: 2—3].

И вот снаряд попадает в башню укропского танка, а танк стоит в линию еще с пятью [Глушик 2015].

Поэтому, полагаю, Москва задала себе вопрос: если мы руками ополчения разобьем укропскую армию и возьмем Киев, что дальше с ним будем делать? [КП 2014: 2—3].

Уже спустя 20 минут после гибели автобуса на фальшивых „сайтах-вонючках“ с адресами novoross появились сообщения якобы от ополченцев: „только что накрыли укропский блок под Волновахой!“ [Стешин 2015].

Словом «колорады» с недавних пор в СМИ начали именовать пророссийски настроенных украинцев. Стоит отметить, что зародился неологизм на Украине, когда накануне празднований Дня Победы несогласные с новой властью и проводимой ею политикой украинцы стали носить георгиевские ленты в знак протеста, которые желто-оранжевым цветом похожи на окрас колорадского жука. Тем не менее «колорады» успешно интегрировались в активе лексики на россиян, а словосочетание «колорадская ленточка» видится волне даже устойчивым.

Следственный комитет по Оренбургской области, уполномоченный по правам ребенка в России Павел Астахов и значительная часть обитателей соцсетей Рунета увидели в танце тинейджеров нелепость, безнравственность, пошлость, ос-

корбление, совращение, растление, разврат, насилие, и... намек на пришедшие с украинской войны „колорадские“ ассоциации [Фанайлова 2015].

По его словам, причиной увольнения стали „непатриотизм и непонимание того, что на Украине гибнут люди от рук других людей, для которых колорадская ленточка — любимый цвет и сигнал для сбора стаи“ [МК 2015].

Словом «ватник» в русскоязычном масмедиа также называют всех пророссийски настроенных украинцев и противников Евромайдана. Происхождение значения слова, скорее всего, связано с некогда популярным предметом одежды во времена СССР.

На первомайский „ватниковский“ митинг пришли участники немногочисленных шествий из разных концов города, но львиная доля собравшихся — люди, приехавшие в центр общественным транспортом... [Бурков 2015].

Украинское понятие «національна свідомість» (т. е. «национальная сознательность») породило такие неологизмы, как «свидомый», «свидомит», «свидомитский». Эта национальная сознательность, по сути, означает только соответствие некоему представлению о настоящем украинце: говорит только на украинском, ненавидит русских (извечных врагов и оккупантов), свято чтит национальные праздники, верит в тысячелетнюю историю Украины и ее принадлежность к светлой европейской семье народов [Панков 2015].

Интересно, что же теперь скажут свидомые СМИ? [Чинкова 2015].

Большое количество эпитетов в российских СМИ связано с именем идеолога и теоретика украинского национализма Степана Бандеры: *бандеровский стиль, нечеловеческие бандеровские идеи, бандеровская биомасса, бандеровское мировоззрение, бандеровские недобитки, бандеровские каратели*. Например:

Таким образом, купить лояльность бандеровской биомассы невозможно [КП 2014: 2—3].

Отдадим им должное: они доказали, что способны эффективно обандеривать молодежь в небандеровских регионах. Потому что бандеровское мировоззрение просто, как любой фашизм [КП 2014: 2—3].

Имя Степана Бандеры также дало еще такое слово, как «бендерлоги», т. е. последователи идей Бандеры. Более правильным, пожалуй, было бы написание «бандар-логи» — обезьяний народ, вымышленный английским писателем Редьярдом Кипплингом в его «Книге джунглей» и который принято считать примером тонкой сатиры на английскую ли-

беральную интеллигенцию. В 2011 г. Владимир Путин во время «Прямой линии», процитировав фразу из снятого по книге Киплинга мультфильма («Идите ко мне, бандарлоги»), подарил слову новую жизнь. Подхваченная российскими блогерами фраза сначала была широко растиражирована в Сети, став популярной шуткой, а затем, в свете украинских событий, приобрела новую актуальную коннотацию.

Венцом российского современного словотворчества стало слово «Майдан» и образованные от него «майданский», «майдановский», «майданный», «майдаунский» и т. д. Вот что пишет журналист газеты «Завтра» Андрей Фефелов в своей статье «200 олухов Майдана»:

«Москальско-ордынский ученый датского происхождения, уроженец города Луганска Владимир Даль в „Словаре живого великорусского языка“ дал определение словам „майданить“, „майданничать“. Согласно Далю это означает „мошенничать, промышлять игрою, мотать, прогуливать и проигрывать своё“. „Майданник“ или „майданщик“ — это „мошенник, шатающийся по базарам, обыгрывающий людей в кости, в орлянку, в карты“. Далее приводятся пословицы: „На всякого майданщика по десяти олухов“; „Не будь олухов, не стало б и майданщиков“» [Фефелов 2015].

В статье А. Фефелов в качестве введения цитирует частное, второстепенное значение слова «Майдан» и его дериватов, в то время как первостепенное значение — «площадь», т. е. место, где проводились праздничные ярмарки и устраивались базары, на которых, в свою очередь, промышляли различные мошенники. В связи с этим возникает скорее риторический вопрос: является ли это остроумным, находчивым решением при написании статьи или же происходит своего рода избирательное цитирование словарной статьи во вполне прозрачных целях негативной оценки событий на современном Майдане? Так или иначе, в рамках ведения информационной войны в сумме с конкретными журналистскими задачами такой прием видится вполне уместным и удачным.

Эпитеты, произведенные от слова «майдан», довольно многочисленны, но относительно нейтральны сами по себе. Роль эмоционального окрашивания в данных случаях возложена на контекст употребления эпитета.

Теперь же, когда документ был обнаружен и майданная публика забурлила от негодования, Яценюк вновь пытается сохранить лицо [Васин 2015: 4].

Но все эти нацбатальоны — это такая майдановская пена, которая имеет свойство быстро рассасываться [Варсегов 2015].

Достаточно популярен результат сложения слов «майдан» и «даун» (*разг.* человек, страдающий врожденным слабоумием, синдромом Дауна), т. е. «майдаун», нашедший применение, например, в названии одной из статей: *«Майдаунская коалиция поделила власть»*.

В свете украинских событий широкое употребление также приобрели такие слова и идиомы, как «Даунбасс» (Донбасс), «Луганда» (Луганск), «псакнуть» (т. е. сказать глупость, чепуху), «вежливые люди», «диванные войска» и «диванная сотня», «путиноиды» и «правосеки»; «Крымчанка, дочь офицера» и «няш-мяш».

Механизм информационного противодействия достаточно тривиален: создавать резко негативный образ довольно сложно, долго и не так эффективно. Гораздо лучше этот образ заимствовать из истории или литературы и культивировать, тогда весь негативный фон может автоматически отождествиться с сегодняшними событиями и действующими лицами, т. е. породить стереотип.

Так, события на Украине именуются большинством российских СМИ как *нормальный антироссийский фашизм, реальный фашизм* и т. д., где главные «герои» — *фашистские ублюдки, фашистская мерзость* и пр. Безусловно, Великая Отечественная война оставила глубочайший отпечаток в истории страны (в том числе и в русском языке), сделав понятие «фашизм» и его производные, пожалуй, средоточием наивысшей степени негативной оценки.

В ответ украинские источники называют русских и россиян *«шовинистами»* и *«настоящими фашистами»*. Взывая к чувствам национальной гордости и независимости, средства массовой информации Украины оперируют такими эпитетами, как *оккупантские силы, русские оккупанты, безжалостная русская имперская машина* и т. п.

Большое количество эпитетов в российских СМИ связано с именем идеолога и теоретика украинского национализма Степана Бандеры: *бандеровский стиль, нечеловеческие бандеровские идеи, бандеровская биомасса, бандеровское мировоззрение, бандеровские недобитки, бандеровские каратели*.

В рамках информационного противодействия в российских СМИ характерны бинарные оппозиции, противопоставления «своих» (в данном случае — жители Донецкой Народной Республики и Луганской Народной Республики, ополченцы) и «чужих» (сторонники Евромайдана, нынешние сторонники киевских властей, «каратели» (армейские подразделения, проводящие так называемую «карательную операцию»), украинские националисты и пр.).

«Свои»: *бравые ополченцы, «второсортные» жители юго-востока, безвинные жертвы, кровавое гражданское противостояние, павшие товарищи, предсмертные атаки ополченцев, изнуренные рыдающие беженцы, истерзанная и израненная Новороссия, изнуренный израненный Донбасс* и т. д. Каждый из перечисленных эпитетов и все они в целом позволяют сделать вывод: российские средства массовой информации, описывая события на Украине, скорее всего, ставят перед собой главную цель изобразить бедственное положение мирных жителей и отважные, самоотверженные действия ополченцев. Такая картина событий наверняка вызывает у читателей чувства сострадания, сопереживания, сочувствия, поддержки и т. д., тем самым соответствуя основному курсу внешней политики по отношению к происходящим на Украине событиям.

Диаметрально противоположная картина наблюдается при описании в российских СМИ категории «чужие»: *расчеловеченное, обезумевшее стадо; антирусские зомби, обезумевшие националисты, злобные идиоты, умственно неполноценные люди, «нагулявшие жирок» кукловоды, профессиональные погромщики, украинская правящая тусовка, преступная хунта, охамевшие силовики, дикая национал-партиотическая истерия, подворотная хохляцкая ярость*. В данном случае наблюдается даже не осуждение или недовольство, а достаточно откровенная ненависть и неприязнь. Нередко случается, что для придания эмоциональности авторами статей применяется даже «туалетная» лексика, находящаяся на грани цензуры:

Поэтому в случае захвата Центральной Украины Кремль не получит ничего, кроме двадцати миллионов двуногого говна. Говна перевозбужденного, дебильного и агрессивного [ЭГ 2014: 2—3].

Суммируя вышесказанное, необходимо подчеркнуть, что дискурс в массмедийном пространстве, получивший мощный импульс от украинских событий, достаточно четко выделяет бинарные оппозиции *свой/чужой, добро/зло, жизнь/смерть*.

Являясь событием крайне актуальным для россиян, «Евромайдан» породил большое количество неологизмов, коннотаций, коннотативных характеристик и иных новообразований, которые пополнили активный словарный запас носителей русского языка. Представленные в данном кратком исследовании эпитеты, произведенные от неологизмов, иллюстрируют особенности употребления лексических новшеств, важность эпитета как инструмента создания необходимого тому или иному автору образа

в сознании людей и в информационной войне в целом.

Автор считает необходимым отметить, что данная статья не ставит перед собой цель разноаспектного анализа происходящих на Украине событий и их личностную оценку, а лишь описывает представленные в российских СМИ частные случаи употребления эпитетов, проводит их предварительную классификацию и пытается определить вероятные речевые стратегии и их закономерности.

ЛИТЕРАТУРА

1. Беркнер С. С. Язык как инструмент власти // Эссе о социальной власти языка / под общ. ред. Л. И. Гришаевой. — Воронеж, 2001. С. 85—89.
2. Борисов А. Б. Большой юридический словарь. — М.: Книжный мир, 2012. С. 216.
3. Бурков И. Без названия // CityNews. Новости Луганска и Луганской области. URL: <http://www.citynews.net.ua/news/33493-krasnaya-vata-luganskiy-pervomay-proshel-pod-dulami-avtomatov-i-kriki-rossiya.html> (дата обращения: 11.04.2015).
4. Варсегов Н. Давай за них, давай за нас, и за Луганск, и за Донбасс! // Комсомольская правда. URL: <http://www.kp.ru/daily/26282.5/3159910/> (дата обращения: 06.04.2015).
5. Васильев А. Д. Манипулятивная эвфемизация как атрибут дискурса СМИ // Вестн. Краснояр. гос. пед. ун-та им. В. П. Астафьева. 2010. № 1. С. 150—161.
6. Васин А. В Киеве признали Крым российским. Очень погреться хотелось // Комсомольская правда. 2015. № 5 (26333). С. 4.
7. Глушик Е. Фантасмагория войны // Завтра : газ. 2015. № 7 (1108). URL: www.zavtra.ru/content/view/fantasmagoriya-vojni/ (дата обращения: 10.04.2015).
8. Демьяненко Н. В. Использование манипулятивных технологий в СМИ как реальная проблема // Российский академический журнал. 2012. Т. 19, № 1. С. 20—27.
9. Кравченко С. А. Словарь новейшей социологической лексики: теории, понятия, персоналии (с английскими эквивалентами). — М.: МГИМО, 2011. С. 145.
10. Учителей из Харькова могут уволить за фото с портретом Путина и георгиевскую ленточку // Московский комсомолец = МК. URL: <http://www.mk.ru/politics/2015/04/01/kharkovskikh-uchiteley-mogut-uvojit-za-foto-s-putinym-i-koloradskuyu-lentochku.html> (дата обращения: 11.04.2015).
11. Панков Д. Общество не в состоянии договориться // Взгляд : интернет-газ. URL: <http://www.vz.ru/club/2015/3/11/733592.html> (дата обращения: 11.04.2015).
12. Петров И. Что доктрина прописала // Российская газета. 2014. № 6570 от 30.12.2014. С. 1.
13. Почепцов Г. Г. Информационная война: определения и базовые понятия. URL: http://osvita.mediasapiens.ua/ethics/manipulation/informatsionnaya_voyna_opredeleniya_i_bazovye_ponyatiya (дата обращения: 02.04.2015).
14. Стешин Д. Автобус на тот свет «Донецк-Волноваха» // Комсомольская правда. URL: <http://www.kp.ru/daily/26327/3211682/> (дата обращения: 10.04.2015).
15. Фанайлова Е. Грязные танцы // Радио «Свобода». URL: <http://www.svoboda.org/content/article/26956354.html> (дата обращения: 12.04.2015).
16. Фефелов А. 200 олухов майдана // Завтра : газ. 2015. № 8 (1109). URL: <http://zavtra.ru/content/view/200-oluhov-majdana/> (дата обращения: 09.04.2015).
17. Чинарова Е. С. Тактика манипулятивного воздействия на адресата в политическом дискурсе // Вестн. Челяб. гос. ун-та. 2009. № 43 (181). С. 150—152. (Сер.: Филология. Искусствоведение; вып. 39).
18. Чинкова Е. Эй, наемники, кому гражданство Украины? // Комсомольская правда. 2015. № 10 от 03.02. URL: <http://www.kp.ru/daily/26336.7/3219232/> (дата обращения: 11.04.2015).
19. Украинцы омайданены до полной неадекватности // Экспресс газета = ЭГ. 2014. № 38. С. 2—3.
20. Czerwinski T. J. The Third Wave: what the Tofflers never Told You // Strategic Forum. 1996. N 72.

A. D. Vasiljev, F. Y. Podsokhin
Krasnoyarsk, Russia

INFORMATION WARFARE: LINGUISTIC ASPECT

ABSTRACT. *Information warfare is a combination of mass communication materials, the purpose of which is persuasion (or counter-persuasion) by means of specific use of vocabulary on a group of people (geographical, ethnographic, confessional, political, economic, etc.), the addresser is simultaneously protected to achieve informational superiority. International informational conflicts, in which Russia is involved today, make it possible to conclude that anxiety in society and political decisions following this uneasiness are different stages of manipulative campaign held by some figure. The main instrument of such manipulative campaign is a word: its semantics, image-creating, axiological and cultural function; the main target of persuasion is public opinion. The article discusses manipulation with public opinion on the basis of mass media publications covering the conflict in Ukraine. Information warfare in Ukraine is of great interest and gives rich materials to study for linguists, sociologists, politologists, conflictologists, journalists, PR specialists, etc. Such great attention of mass media to the situation in Ukraine caused changes in the vocabulary – the most open and versatile language sphere. Special attention is given to neologisms and epithets coined on their basis, which make it possible to draw conclusions about this or that word. All these units prove that mass media discourse, stimulated by the situation in Ukraine, shows the distinction in such binary oppositions as friend/foe, good/evil and life/death quite clearly.*

KEYWORDS: *information warfare; mass communication; mass audience.*

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

ABOUT THE AUTHOR: *Podsokhin Fyodor Yevgenyevich, Post-graduate Student, Faculty of Philology, Krasnoyarsk State Pedagogical University named after V. P. Astafyev, Krasnoyarsk, Russia.*

REFERENCES

1. Berkner S. S. Yazyk kak instrument vlasti // Esse o sotsial'noy vlasti yazyka / pod obshch. red. L. I. Grishaevoy. — Voronezh, 2001. S. 85—89.
2. Borisov A. B. Bol'shoy yuridicheskiy slovar'. — M. : Knizhnyy mir, 2012. S. 216.
3. Burkov I. Bez nazvaniya // CityNews. Novosti Luganska i Luganskoy oblasti. URL: <http://www.citynews.net.ua/news/33493-krasnaya-vata-luganskiy-pervomay-proshel-pod-dulami-avtomatov-i-kriki-rossiya.html> (data obrashcheniya: 11.04.2015).
4. Varsegov N. Davay za nikh, davay za nas, i za Lugansk, i za Donbass! // Komsomol'skaya pravda. URL: <http://www.kp.ru/daily/26282.5/3159910/> (data obrashcheniya: 06.04.2015).
5. Vasil'ev A. D. Manipulyativnaya evfemizatsiya kak atribut diskursa SMI // Vestn. Krasnoyar. gos. ped. un-ta im. V. P. Astaf'eva. 2010. № 1. S. 150—161.
6. Vasin A. V Kieve priznali Krym rossiyskim. Ochen' pogret'sya khotelos' // Komsomol'skaya pravda. 2015. № 5 (26333). S. 4.
7. Glushik E. Fantasmagoriya voyny // Zavtra : gaz. 2015. № 7 (1108). URL: www.zavtra.ru/content/view/fantasmagoriya-vojnyi/ (data obrashcheniya: 10.04.2015).
8. Dem'yanenko N. V. Ispol'zovanie manipulyativnykh tekhnologiy v SMI kak real'naya problema // Rossiyskiy akademicheskii zhurnal. 2012. T. 19, № 1. S. 20—27.
9. Kravchenko S. A. Slovar' noveyshey sotsiologicheskoy leksiki: teorii, ponyatiya, personalii (s angliyskimi ekvivalentami). — M. : MGIMO, 2011. S. 145.
10. Uchiteley iz Khar'kova mogut uvolit' za foto s portretom Putina i georgievskuyu lentochku // Moskovskiy komsomolets = MK. URL: <http://www.mk.ru/politics/2015/04/01/kharkovskikh-uchiteley-mogut-uvolit-za-foto-s-putinym-i-koloradskuyu-lentochku.html> (data obrashcheniya: 11.04.2015).
11. Pankov D. Obshchestvo ne v sostoyanii dogovorit'sya // Vzglyad : internet-gaz. URL: <http://www.vz.ru/club/2015/3/11/733592.html> (data obrashcheniya: 11.04.2015).
12. Petrov I. Chto doktrina propisala // Rossiyskaya gazeta. 2014. №6570 ot 30.12.2014. S. 1.
13. Pocheptsov G. G. Informatsionnaya voyna: opredeleniya i bazovye ponyatiya. URL: http://osvita.mediasapiens.ua/ethics/manipulation/informatsionnaya-voyna-opredeleniya_i_bazovye_ponyatiya (data obrashcheniya: 02.04.2015).
14. Steshin D. Avtobus na tot svet «Donetsk-Volnovakha» // Komsomol'skaya pravda. URL: <http://www.kp.ru/daily/26327/3211682/> (data obrashcheniya: 10.04.2015).
15. Fanaylova E. Graznye tantsy // Radio «Svoboda». URL: <http://www.svoboda.org/content/article/26956354.html> (data obrashcheniya: 12.04.2015).
16. Fefelov A. 200 olukhov maydana // Zavtra : gaz. 2015. № 8 (1109). URL: <http://zavtra.ru/content/view/200-oluhov-majdana/> (data obrashcheniya: 09.04.2015).
17. Chinarova E. S. Taktika manipulyativnogo vozdeystviya na adresata v politicheskom diskurse // Vestn. Chelyab. gos. un-ta. 2009. № 43 (181). S. 150—152. (Ser.: Filologiya. Iskusstvo-vedenie ; vyp. 39).
18. Chinkova E. Ey, naemniki, komu grazhdanstvo Ukrainy? // Komsomol'skaya pravda. 2015. № 10 ot 03.02. URL: <http://www.kp.ru/daily/26336.7/3219232/> (data obrashcheniya: 11.04.2015).
19. Ukraintsy omydaneny do polnoy neadekvatnosti // Ekspres gazeta = EG. 2014. № 38. S. 2—3.
20. Czerwinski T. J. The Third Wave: what the Tofflers never Told You // Strategic Forum. 1996. N 72.

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

Ю. В. Горшунов
Бирск, Россия

Е. Ю. Горшунова
Москва, Россия

ЛИНГВОКУЛЬТУРНЫЙ ШОК И ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ ЮМОР В КОНТЕКСТЕ РЕКЛАМНОГО ДИСКУРСА

АННОТАЦИЯ. В данной статье мы обращаемся к анализу ситуаций межкультурного общения, которые можно обозначить термином «лингвокультурный шок». В межкультурной коммуникации при общении представителей разных лингво- и этнокультур имеют место ситуации непонимания и даже неприятия чужой культуры, что может быть вызвано недостаточным владением фоновыми знаниями, незнанием традиций и обычаев иной этнокультуры. Межкультурные проблемы и конфликты такого плана, оказывающие стрессогенное воздействие на человека, определяются в психологии межкультурного общения как культурный шок. В то же время в межкультурном общении наблюдается явление, которое по аналогии с культурным шоком можно назвать лингвистическим, а точнее лингвокультурным шоком. Лингвокультурный шок связан с состоянием неловкости, смущения, дискомфорта, а также удивления или смеха, которое возникает у человека, когда он слышит в иноязычной речи фрагменты, которые на родном языке звучат неприлично, нелепо или смешно. Таким образом, лингвокультурный шок возникает в курьезной или комичной ситуации, когда вполне нейтральное слово или выражение на одном (иностранном) языке, созвучно или омонимично неприличному, нецензурному или табуируемому выражению на другом (родном) языке и носитель этого языка не знает, как ему адекватно отреагировать на услышанное или увиденное выражение.

В статье приводятся многочисленные примеры из области рекламы, когда забавные или досадные казусы при продвижении продукта за рубежом возникают в тех случаях, когда рекламщики недооценивают этнокультурные и языковые различия или не догадываются о негативных ассоциациях, которые вызывает в новой среде название рекламируемого продукта. В некоторых случаях такие ситуации вызваны неудачным или не адекватным переводом.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: межкультурная коммуникация; культурный шок; лингвокультурный шок; фоновые знания; реклама; рекламный текст; рекламный слоган; перевод; языковая игра.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ: Горшунов Юрий Владимирович, доктор филологических наук, профессор Башкирского государственного университета (Бирский филиал); 452450, Бирск, ул. Ленина, 41; e-mail: gorshunov_@rambler.ru.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ: Горшунова Елизавета Юрьевна, кандидат филологических наук, старший преподаватель Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (Москва); 119571, г. Москва, пр-т Вернадского, д. 84; e-mail: ms.gorshunova_@gmail.com.

Одной из главных причин неудач и сбоев в межкультурном общении является слабое или недостаточное владение одним из коммуникантов (или обоими) знаниями о культуре и традициях другого, недостаточное владение фоновыми знаниями. Общаясь с иностранцами, участвуя в построении текста или ведении диалога, говорящий вынужден постоянно, прямо или опосредованно, обращаться в своей речи к этим знаниям, опираться на них [Безуглова 2007; Болдырев 2010; Горшунова 2015; Гришаева 2006; Грушевицкая 2003; Кабакчи 1988; Кашкин 2013; Леонтович 2007; Персикова 2008; Садохин 2009; Садохин 2010; Тер-Минасова 2000]. Принято считать, что фоновые знания отражаются и закрепляются в совокупной семантике языковых единиц в виде фоновых семантических долей и составляют лексический фон [Верещагин 1980]. Под лексическим фоном здесь понимается ореол или шлейф всевозможных непонятнейших представлений носителей культуры, включая национально-культурные, исторические, идеологические и другие семантические компоненты, обусловленные мировоззрением, национальным характером, культурой и образом жизни данной этнокультурной общности. Семантические компоненты национально-культурной специфики относятся к

разряду периферийных для значения, они присутствуют имплицитно (неявно) и потому не всегда отражаются в словарных дефинициях обычных (не лингвострановедческих) словарей.

В отечественной психолингвистике мы обнаруживаем несколько иное представление о фоновых знаниях. Предполагается, что они существуют в форме многочисленных импликаций и пресуппозиций. Таким образом, фоновые знания — пресуппозиционные, импликационные (лежащие за словом), принадлежат глубинному слою сознания (неязыковому сознанию) и представляют собой внутреннюю идеальную модель внешнего материального мира или его фрагмента. Именно неязыковое сознание и отражает национально-культурную специфику той среды, в которой существуют слова [Белянин 2009].

Как бы мы ни интерпретировали и ни классифицировали фоновые знания, с точки зрения культурологии, лингвострановедения, лингвистики или психологии, в межкультурном общении необходимо осознавать и учитывать различия в категориальных представлениях различных культур и народов, т. е. в культурно-концептуальных картинах мира, не говоря уже о речевом этикете и конвенциональных нормах и узусах.

Правила вербального (речевого) и невербального поведения речевой личности задаются, как известно, системой ценностей и норм культуры, несоблюдение которых может иметь результатом то, что при контакте с иной культурой возникают разнообразные проблемы и конфликты, связанные с непониманием (или неприятием) чужой культуры. Межкультурные проблемы и конфликты, связанные с недостаточным владением фоновыми знаниями, незнанием традиций и обычаев иной лингво- и этнокультуры, оказывают стрессогенное воздействие на человека, которое можно охарактеризовать как культурный шок [Гудков 2003; Кабакчи 2001; Садохин 2009]. Культурный шок — состояние физического и эмоционального дискомфорта, возникающего в процессе столкновения индивида с иной культурной реальностью; реакция личности на конфликт между привычными для него ценностями, нормами, языком с аналогичными явлениями, характерными для новой среды, в которой он оказался [Садохин 2010: 185].

В межкультурном общении наблюдается также явление, которое по аналогии с культурным шоком можно назвать лингвистическим шоком или, точнее, лингвокультурным шоком. Мы имеем в виду состояние неловкости, смущения, дискомфорта, удивления или смеха, которое возникает у человека, когда он слышит в иноязычной речи фрагменты, которые на родном языке звучат неприлично, странно, нелепо или смешно. То есть это курьезная или комичная ситуация, когда совершенно нейтральное слово или выражение на одном (иностранном) языке созвучно или омонимично неприличному, нецензурному или табуируемому выражению на другом (родном) языке, и носитель этого языка не знает, как ему реагировать на услышанное или увиденное выражение. Так, традиционное начало урока английского языка, когда учитель спрашивает, все ли ученики присутствуют в классе и кто дежурит: **'Who is absent?'**, **'Who is on duty today?'** — нередко вызывает у многих русскоязычных школьников и студентов смех и приступы веселья, так как им слышится матерное слово. Схожую реакцию у русскоязычных студентов и школьников вызывает замечательное американское сленговое выражение — *a bunch of hooey*, которое означает всего лишь «абсурд, ерунда, чушь» (= nonsense), как например, в выражениях *That's a lot of hooey* — «Это сплошная мура» или *He's full of hooey* — «Он настоящий пустозвон».

В английском языке есть немало слов, которые выглядят смешно для тех, кто мыслит по-русски, например: *hernia* — грыжа,

loch — (шотл.) озеро; узкий морской пролив, *primordial* — первобытный, изначальный; *perdition* — гибель, вечные муки, проклятье; *pedestrian* — пешеход; *prohibition* — запрет, запрещение и (*Prohibition*) сухой закон (США), *siskin* — чиж и многие другие. Случается, что замешательство вызывают названия некоторых стран, например, название островного государства южнее Индии, которое до недавнего времени мы знали как Цейлон и которое называется теперь *Sri Lanka*.

Следует отметить, что повод повеселиться при соприкосновении с русским языком и культурой есть и у носителей английского языка. Иностранцы сталкиваются с фактами в русском языке, которые кажутся им смешными или неприличными. Так, забавно выглядит русское имя «Семён», записанное английскими буквами *Semen*, поскольку оно совпадает со словом, означающим сперму. Говорят, это производит неглядимое впечатление на американских дам, которые воспринимают носителя имени как «настоящего русского мужчину», «русского мачо». В недавнем прошлом у англичан и американцев вызывало недоумение название советского фильма по роману «Щит и меч» в силу созвучия слов «*щит*» и *shit* (порусски «дерьмо», «дрянь» и др.). Известно, что *shit* — очень сильное и грязное слово, хотя и является, пожалуй, самым популярным эмоционально-оценочным восклицанием с негативным оттенком (если судить по речи персонажей американских фильмов). Русское выражение «*Факт!*» также звучит для англоговорящего неприлично в силу созвучия с *Fuck it!* Люди, владеющие иностранными языками, специально придумывают выражения и конструкции, звучащие неприлично, и такая практика, связанная с языковой игрой, относится уже к лингвистическому юмору.

Непредумышленно вызванные случаи лингвокультурного шока могут иметь место в самых различных областях межкультурной коммуникации, включая рекламу. Пожалуй, самый известный пример из области лингвокультурного шока в рекламе связан с названием автомобиля «*Жигули*», которое оказалось созвучным слову *gigolo*. В английском языке *gigolo* имеет значения «наемный партнер в танцах», «сутенер» и соответствует русскому «альфонс» [Крысин 2002: 850]. «Нехорошие» ассоциации явились причиной замены неблагозвучного русского маркетингового названия «*Жигули*» на «*Лада*» для продажи на европейском рынке.

Забавные и досадные казусы при продвижении продукта за рубежом довольно

часто возникают, когда рекламщики недооценивают роль негативных ассоциаций, которые вызывает в новой среде название рекламируемого продукта, или не догадываются о них. Так, например, потерпела оглушительную неудачу кампания по продажам автомобиля *Ford Pinto* в Бразилии. Выяснилось, что в бразильском жаргоне тоже есть словечко «*pinto*», которое означает, если выразиться помягче, весьма скромное мужское достоинство («маленький пенис»). Когда стало ясно, что бразильцы не хотят ездить на автомобиле с «неприличным» названием, модель переименовали в *Corcel*, что в переводе означало «жеребец». Однако в такое быстрое превращение поверили не все и далеко не сразу. Еще одна неудача, на этот раз сразу с двумя моделями, постигла компанию «Ford» в Мексике и странах Латинской Америки. Так, название одного из авто, *Fierra*, переводилось с испанского как «старуха». А название модели *Comet*, которую для продаж в этом регионе переименовали в *Caliente*, и вовсе означало даму легкого поведения.

Развивая рекламную тему, отметим, что в истории рекламных акций известен пример, когда компания «Кока-Кола» решила продавать свою продукцию в Китае и перевела свое название на китайский язык. Поскольку абсолютное сходство в транслитерировании невозможно, на китайском это звучало как «Кекон-Ке-Ла». В китайском языке каждый слог имеет свое значение. Выяснилось, что это созвучие может иметь несколько странное значение: «Кобыла, нашпигованная воском». Компании пришлось потратить немало усилий, чтобы подобрать более-менее благозвучную комбинацию, имеющую позитивное значение и вызывающую приятные чувства: «Ко-Коу-Ко-Ле». Новое маркетинговое название означает «Полный рот счастья» [Белянин 1009: 256]. Несколько иную интерпретацию этой акции дают Н. Московцев и С. Шевченко, которые также говорят об интенсивных попытках компании «Coca-Cola» подобрать подходящее название для продаж в Китае, поскольку китайцы произносят «Coca-Cola» как «Кекукела», что означает «Кусай воскового головастика». Компания перебрала 40 тыс. вариантов иероглифов, прежде чем были выбраны звучащие иероглифы «Коку Коле», что означает «Счастье во рту» [Московцев 2009: 304].

В процессе работы над рекламными текстами, рассчитанными на продвижение товара или услуги в новой стране, предполагается, что новая целевая аудитория, к которой обращается реклама, не только говорит на другом языке, но и имеет определенные

социальные и культурные особенности. В связи с этим нередко требуется прагматическая адаптация текстов и слоганов, предполагающая, что переводчик (представляющий рекламодателя) должен внести определенные изменения в смысл выражения с тем, чтобы добиться нужной реакции со стороны целевой аудитории. Мы говорим не о точности перевода, а о передаче основной коммуникативной функции оригинала. Выполняя письменный перевод рекламного текста, переводчик должен стремиться передать прагматический аспект его содержания путем переадресации иноязычному реципиенту с учетом реакции, которую текст может вызвать у получателя [Бурак 2006]. В этой связи приведем в качестве примера историю с рекламным слоганом компании «Pepsi»: *Come alive with Pepsi* и его расширенным вариантом *Come Alive With The Pepsi Generation* («Пробудись к жизни вместе с „Пепси!“», «Живи с поколением „Pepsi“» / «Пробудись к жизни вместе с поколением „Pepsi“»). Рекламный слоган был дословно переведен на китайский язык, где он приобрел следующее (саркастическое) значение: «„Pepsi“ заставит ваших предков подниматься из могил» [Порческу: электронный ресурс]. Представьте реакцию китайцев на данный перевод! Таким образом, нельзя надеяться на успех рекламной кампании, если название бренда (или отдельного продукта) и слогана как основного элемента любой рекламы будут вызывать у носителей того или иного языка ответные реакции, на которые производитель и рекламодатель не делали ставку. Возможно, у потребителя возникнут какие-либо положительные ассоциации с продуктом, на которые производитель и рекламодатели не рассчитывали. Однако гораздо чаще мы встречаемся с прямо противоположными ситуациями.

Забавный пример лингвистического шока как реакции на неблагозвучное название торговой марки находим в книге «Вашу мать, сэр!»: слово *barf* имеет значения «тошнить, рвота», даже (извините) «блевотина». «Представьте восхищение англоязычной публики (пишут авторы словаря-путеводителя по американскому сленгу) самим фактом существования популярного иранского стирального порошка *barf*? Замечательное слово иранцы печатают красивыми буквами на упаковке. (В Чикаго мы проверили на местных, говорят — и вправду впечатляет.)» [Московцев 2009: 195]. Эти же авторы приводят широко растиражированные примеры парадоксальных ошибок, допущенных в сфере рекламы при продвижении товаров и услуг: «...маленькую коллекцию текстов how-

lers, приведших к большим финансовым потерям» [Московцев 2009: 303—305].

Так, парфюмерная компания «Clairol» представила в Германии свои сухие дезодоранты, используя слоган *Mist Stick* («Туманный дезодорант»). Вскоре выяснилось, что слово *Mist* (туман) на немецком сленге означает «навоз».

Известная компания «General Motors», отмечают авторы словаря, потерпела фиаско, пытаясь вывести на рынки Латинской Америки свой новый автомобиль «Chevrolet Nova». Однако вскоре выяснилось, что *No va* по-испански означает «двигаться не может» [Московцев 2009: 303]. Аналогичное утверждение находим у другого автора [Порческу: электронный ресурс]. Правда, это мнение оспаривается некоторыми исследователями и знатоками испанского языка, которые указывают, что произношение этого слова и фразы «по ва» в испанском различно, да и, скорее всего, носитель испанского языка скажет бы «по *marcha*», «по *funciona*» или «по *camina*», а не «по *va*». Наконец, мексиканская компания «Pemex» владела (и владеет) сетью популярных бензозаправочных станций «Nova».

Безусловно, рекламные слоганы следует создавать с учетом вызываемых ассоциаций. Например, в странах Латинской Америки резко упали продажи билетов на рейсы «American Airlines», после того как, установив в салонах самолетов кресла из натуральной кожи, авиакомпания предприняла масштабную рекламную кампанию «*Fly in Leather!*» («Летай в коже!»). В США призыв «летать в коже» был понят правильно, но для латиноамериканских пассажиров он в буквальном переводе звучал как непристойное предложение «летать голым».

В завершение приведем еще два случая неудачного перевода слоганов, вызвавших ассоциации сексуального и эротического плана.

Компания «Frank Purdue», производящая курятину, в США использует слоган *It takes a strong man to make a tender chicken* («Чтобы приготовить нежного цыпленка, требуется сильный мужчина»). В переводе на испанский язык эта фраза приобрела несколько иной смысл: «Чтобы курочка стала нежной, нужен сексуально возбужденный мужчина» [Московцев 2009: 304—305].

Мебельный гигант IKEA начал продавать в Германии новую кровать с названием *Gutvik*. «Для немцев на слух это звучало так же, как для англичан *good fuck*. Интересно, окажется ли название кровати пророческим для ее счастливых обладателей?» [Московцев 2009: 305].

Вышеприведенные примеры продвижения рекламной продукции на иностранных

рынках и переводов торговых марок и слоганов на другие языки убеждают нас в том, что текст, который заставляет улыбнуться жителей одной страны или региона, может вызвать недоумение и даже гнев в других. Непредумышленно вызванные случаи лингвокультурного шока могут иметь место в самых различных областях межкультурной коммуникации, включая рекламу. Забавные и досадные казусы при продвижении продукта за рубежом довольно часто возникают, когда рекламщики недооценивают роль негативных ассоциаций, которые вызывает в новой среде название рекламируемого продукта, или не догадываются о них, а также когда перевод неудачен. Лингвокультурный шок и лингвокультурный юмор могут встречаться в общих контекстах и нередко сопутствуют друг другу. Как правило, обыгрываются табуируемые темы, касающиеся гениталий, секса и физиологии человека.

ЛИТЕРАТУРА

1. Безуглова Н. П. Взаимодействие культур и межкультурная коммуникация / Институт международных экономических отношений. — Химки, 2007. 204 с.
2. Белянин В. П. Психолингвистика. — М.: Флинта : МПСИ, 2009. 416 с.
3. Болдырев В. Е. Введение в теорию межкультурной коммуникации : курс лекций. — М.: Русский язык. Курсы, 2010. 144 с.
4. Бурак А. Л. *Translating Culture: перевод и межкультурная коммуникация*. — М.: Р. Валент, 2006. 192 с.
5. Верецагин Е. М., Костомаров В. Г. Лингвострановедческая теория слова. — М.: Русский язык, 1980. 320с.
6. Горшунова Е. Ю., Горшунов Ю. В. Межкультурная коммуникация, этнические стереотипы и ярлыки англоговорящего сообщества : учеб. пособие. — М.: Проспект, 2015. 112 с.
7. Гришаева Л. И., Цурикова Л. В. Введение в теорию межкультурной коммуникации : учеб. пособие. 3-е изд., испр. — М.: Академия, 2006. 336 с.
8. Грушевицкая Т. Г., Попков В. Д., Садохин А. П. Основы межкультурной коммуникации : учеб. для вузов / под ред. А. П. Садохина. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. 352 с.
9. Гудков Д. Б. Теория и практика межкультурной коммуникации. — М.: Гнозис, 2003. 287 с.
10. Кабакчи В. В. Практика англоязычной межкультурной коммуникации. — СПб.: Союз, 2001. 480 с.
11. Кабакчи В. В. Основы англоязычной межкультурной коммуникации. — СПб.: РГПУ им. А. И. Герцена, 1998. 232 с.
12. Кашкин В. Б. Введение в теорию коммуникации : учеб. пособие / В. Б. Кашкин. — М.: Флинта, 2013. 224 с.
13. Крысин Л. П. Толковый словарь иноязычных слов. 4-е изд., стер. — М.: Русский язык, 2002. 856 с.
14. Леонтович О. А. Введение в межкультурную коммуникацию. — М.: Гнозис, 2007. 367 с.
15. Московцев Н., Шевченко С. Вашу мать, сэр! Иллюстрированный словарь-путеводитель по американскому сленгу. 2-е изд., доп. и перераб. — СПб.: Питер, 2009. 544с.: ил.
16. Персикова Т. Н. Межкультурная коммуникация и корпоративная культура : учеб. пособие. — М.: Логос, 2008. 224 с.
17. Порческу Г. В. Лингвистические особенности рекламных слоганов и способы их перевода // *Lingvomaster.ru* : [сайт]. — СПб., 2006—2007. URL: <http://www.lingvomaster.ru/files/227.pdf> (07.04.2008).
18. Садохин А. П. Введение в межкультурную коммуникацию : учеб. пособие. 2-е изд., стер. — М.: Омега-Л, 2010. 189 с.
19. Садохин А. П. Межкультурная коммуникация. — М.: Альфа-М : ИНФРА-М, 2009. 287 с.
20. Тер-Минасова С. Г. Язык и межкультурная коммуникация. — М.: Слово/Slovo, 2000. 262 с.

Y. V. Gorshunov
Birsk, Russia

E. Y. Gorshunova
Moscow, Russia

LINGUOCULTURAL SHOCK AND HUMOUR IN ADVERTISING

ABSTRACT. *The article is focused on the analysis of situations in cross-cultural communication that can be termed as lingual-cultural shock.*

It is common knowledge that when people of different lingual and ethnic cultures converse, there arise situations when the partners in conversation do not understand or fail to understand each other because they lack background knowledge or cultural literacy and they do not know customs and traditions of a foreign country.

The participants in communication may suffer the so-called cultural shock. In a similar way, they may experience a linguistic shock when they hear or think that they hear foreign words and fragments of speech which accidentally coincide in sound form (and /or spelling) with indecent, dirty or taboo words in their native tongue or with the words of humorous and funny content.

People who find themselves in such a comic or awkward situation are often at a loss how to adequately react to what they hear.

The article contains numerous samples of funny and sometimes disastrous situations from the advertising industry which create the feeling of the lingual-cultural shock.

KEYWORDS: *cross-cultural communication; cultural shock; lingual-cultural shock; background knowledge; advertising; advertising material (text); advertising slogan; translation; verbal play.*

ABOUT THE AUTHOR: *Gorshunov Yury Vladimirovich, Doctor of Philology, Professor of Bashkir State University at Birsk, Birsk, Russia.*

ABOUT THE AUTHOR: *Gorshunova Elizaveta Yurievna, Candidate of Philology, Senior Lecturer of Russian Academy of National Economy and State Service under the President of the Russian Federation, Moscow, Russia.*

REFERENCES

1. Bezuglova N. P. Vzaimodeystvie kul'tur i mezhkul'turnaya kommunikatsiya / Institut mezhdunarodnykh ekonomicheskikh otnosheniy. — Khimki, 2007. 204 s.
2. Belyanin V. P. Psikholingvistika. — M. : Flinta : MPSI, 2009. 416 s.
3. Boldyrev V. E. Vvedenie v teoriyu mezhkul'turnoy kommunikatsii : kurs lektsiy. — M. : Russkiy yazyk. Kursy, 2010. 144 s.
4. Burak A. L. Translating Culture: perevod i mezhkul'turnaya kommunikatsiya. — M. : R. Valent, 2006. 192 s.
5. Vereshchagin E. M., Kostomarov V. G. Lingvostranovedcheskaya teoriya slova. — M. : Russkiy yazyk, 1980. 320s.
6. Gorshunova E. Yu., Gorshunov Yu. V. Mezhkul'turnaya kommunikatsiya, etnicheskie stereotipy i yarlyki anglogovoryashchego soobshchestva : ucheb. posobie. — M. : Prospekt, 2015. 112 s.
7. Grishaeva L. I., Tsurikova L. V. Vvedenie v teoriyu mezhkul'turnoy kommunikatsii : ucheb. posobie. 3-e izd., ispr. — M. : Akademiya, 2006. 336 s.
8. Grushevitskaya T. G., Popkov V. D., Sadokhin A. P. Osnovy mezhkul'turnoy kommunikatsii : ucheb. dlya vuzov / pod red. A. P. Sadokhina. — M. : YUNITI-DANA, 2003. 352 s.
9. Gudkov D. B. Teoriya i praktika mezhkul'turnoy kommunikatsii. — M. : Gnozis, 2003. 287 s.
10. Kabakchi V. V. Praktika angloyazychnoy mezhkul'turnoy kommunikatsii. — SPb. : Soyuz, 2001. 480 s.
11. Kabakchi V. V. Osnovy angloyazychnoy mezhkul'turnoy kommunikatsii. — SPb. : RGPU im. A. I. Gertsena, 1998. 232 s.
12. Kashkin V. B. Vvedenie v teoriyu kommunikatsii : ucheb. posobie / V. B. Kashkin. — M. : Flinta, 2013. 224 s.
13. Krysin L. P. Tolkovyy slovar' inoyazychnykh slov. 4-e izd., ster. — M. : Russkiy yazyk, 2002. 856 s.
14. Leontovich O. A. Vvedenie v mezhkul'turnuyu kommunikatsiyu. — M. : Gnozis, 2007. 367 c.
15. Moskovtsev N., Shevchenko S. Vashu mat', ser! Illyustrirovanny slovar'-putevoditel' po amerikanskomu slengu. 2-e izd., dop. i pererab. — SPb. : Piter, 2009. 544s.: il.
16. Persikova T. N. Mezhkul'turnaya kommunikatsiya i korporativnaya kul'tura : ucheb. posobie. — M. : Logos, 2008. 224 s.
17. Porchesku G. V. Lingvisticheskie osobennosti reklamnykh sloganov i sposoby ikh perevoda // Lingvomaster.ru : [sayt]. — SPb., 2006—2007. URL: <http://www.lingvomaster.ru/files/227.pdf> (07.04.2008).
18. Sadokhin A. P. Vvedenie v mezhkul'turnuyu kommunikatsiyu : ucheb. posobie. 2-e izd., ster. — M. : Omega-L, 2010. 189 s.
19. Sadokhin A. P. Mezhkul'turnaya kommunikatsiya. — M. : Al'fa-M : INFRA-M, 2009. 287 s.
20. Ter-Minasova S. G. Yazyk i mezhkul'turnaya kommunikatsiya. — M. : Slovo/Slovo, 2000. 262 c.

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

Е. А. Нахимова
Екатеринбург, Россия

«ПРЯМАЯ ЛИНИЯ» С НАРОДОМ»: ПРЕЗИДЕНТСКИЕ ОТВЕТЫ НА ДЕТСКИЕ ВОПРОСЫ

АННОТАЦИЯ. На фоне рассмотрения общих проблем лингвополитической персонологии, которая понимается как научное направление, в центре которого находится изучение языковой личности (речевого портрета, риторического портрета, коммуникативного имиджа, языкового образа, идиостиля и др.) политика, выделены исследования речевых портретов политических лидеров постсоветской России и особенно В. В. Путина.

Проанализированы с использованием методик семантического, контекстуального, дискурсивного, лингвокогнитивного и психолингвистического анализа ответы президента В. В. Путина на вопросы, которые были заданы ему детьми (или от имени детей) во время традиционного многочасового интервью «„Прямая линия“ с народом» (14 апреля 2016 г.), а также восприятие этих ответов студентами педагогического вуза. Студентов особенно привлекли развернутые ответы, многие из которых совмещали буквальный и метафорический смысл, служили основой для широких обобщений, были украшены риторическими фигурами и тропами: «Если кто-то решил утонуть, спасти его уже невозможно»; «Если мы будем ждать чудес от золотой рыбки, то мы можем оказаться, как в сказке Пушкина, у разбитого корыта в конце концов»; «Чем меньше зубов, тем больше любишь кашу».

В целом исследование показало, что студенты высоко оценивают риторическое мастерство президента, особенно выделяя афористичность его стиля, активное использование лексики и фразеологии, относящейся к различным стилистическим регистрам, конкретность и обоснованность ответов, удачное использование образных средств, в том числе прецедентности.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: президент; политическая коммуникация; Путин; языковая личность; лингвополитическая персонология; речевой портрет; прецедентность; интервью; аллюзия.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ: Нахимова Елена Анатольевна, доктор филологических наук, профессор кафедры межкультурной коммуникации, риторики и русского языка как иностранного, Уральский государственный педагогический университет (Екатеринбург); адрес: 620017, г. Екатеринбург, пр-т Космонавтов, д. 26; e-mail: v.nakhimov@rambler.ru.

Лингвополитическая персонология — перспективное научное направление, в центре которого находится изучение языковой личности (речевого портрета, риторического портрета, коммуникативного имиджа, языкового образа, идиостиля и др.) политика (Л. В. Балашова, В. Н. Базылев, Э. В. Будаев, И. Т. Вепрева, М. В. Гаврилова, В. З. Демьянков, О. С. Иссерс, Н. А. Купина, Л. Б. Никитина, Т. В. Романова, А. П. Седых, А. П. Чудинов и др.). Вполне закономерно, что максимальное внимание современных отечественных специалистов привлекают идиостили политических лидеров постсоветской России и особенно В. В. Путина [Алышева 2012; Вепрева 2007; Гаврилова 2010; Кушнерук 2010; Паршина 2005; Чудинов 2006; Седых 2016 и др.].

Как известно, существуют различные подходы к изучению речевой индивидуальности политических лидеров. Во многих случаях используется многоаспектное исследование языковой личности по тщательно подготовленному плану, отражающему все многообразие коммуникативной индивидуальности политика. В этом отношении примером могут служить работы, опирающиеся на традиционную методику исследования и описания языковой личности [Караулов 1976] с ее теми или иными вариантами. Подобным образом подготовлены речевые политические портреты губернатора Красноярского края Александра Лебедева [Кобец 2012], губернатора Кировской области Никиты Белых [Асташова 2011], мэра Екатеринбурга Евгения Ройзмана [Никифорова 2016] и др.

Вместе с тем во многих случаях не менее интересным может быть изучение отдельных деталей, рассмотрение, казалось бы, частных вопросов, попытка увидеть «огромный мир в зерне песка», сосредоточение внимания лишь на отдельных аспектах. Показательны уже сами заголовки таких публикаций, включающие такие компоненты, как «штрихи», «некоторые черты», «наброски», «заметки»: «„Мы их в сортире замочим“, или Штрихи к риторическому портрету В. В. Путина» [Вепрева 2007]; «Некоторые черты речевого портрета президента России Д. А. Медведева» [Гаврилова 2011]; «Губернатор Красноярского края: наброски к речевому портрету» [Осетрова 2007]; «Человек из будущего, которого у него нет: Григорий Явлинский» [Сорокин 2006]; «Заметки о риторическом мастерстве И. В. Сталина» [Чудинов 1997] и др.

Современные специалисты изучают как письменную, так и устную речь политических лидеров, однако следует согласиться с тем, что заранее подготовленные и отредактированные (часто с помощью спичрайтеров) тексты не всегда дают возможность в полной мере ощутить языковую личность политического лидера, его творческую индивидуальность. Поэтому наиболее показательны жанры устной речи, ориентированной на диалог (интервью, пресс-конференция, ток-шоу), которые отличаются высокой степенью спонтанности коммуникации, что способствует максимальному проявлению личностных качеств политика [Иньиго-Мора

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

2008; Никифорова 2015; Руженцева 2015, 2016 и др.].

Материалом для нашего исследования стали ответы В. В. Путина на вопросы, которые ему задали дети (или от имени детей) во время «прямой линии» (традиционного многочасового интервью с использованием современных технических средств), состоявшейся 14 апреля 2016 г., которая транслировалась ведущими телеканалами и радиостанциями России; соответствующие тексты были размещены на сайте президента РФ (kremlin.ru). Нет сомнений, что В. В. Путин и его помощники тщательно готовились к очередной «прямой линии», но, разумеется, они не смогли предусмотреть всего многообразия вопросов и возможных реакций на ответы.

В процессе исследования были использованы методики семантического, дискурсивного и лингвокогнитивного анализа, а также изучение материалов психолингвистического анкетирования, в котором участвовали 176 студентов первого курса Уральского государственного педагогического университета. С целью максимального учета дискурсивных факторов рассматривались также многочисленные отклики на указанное интервью со стороны политиков, политологов, журналистов, специалистов по связям с общественностью и иных заинтересованных лиц.

Для рассмотрения студентам УрГПУ были предоставлены фрагменты из стенограммы «прямой линии» В. В. Путина, в которых он отвечал школьникам. Студентам было предложено ответить на следующие вопросы.

1. Какие три ответа показались вам самыми интересными?

2. Что именно понравилось в соответствующих ответах?

3. Какие еще высказывания Путина вам запомнились?

В стенограмме зафиксировано шесть детских вопросов и соответственно ответов президента, но некоторые из них были весьма лаконичными и не привлекли значительно внимания. Ср.:

Елизавета Смирнова (Иркутская область, 9 лет): *Если бы у Вас была проверка знаний, что бы Вы выбрали: ЕГЭ или устный экзамен?*

В. В. Путин: *Устный экзамен.*

Впрочем, даже столь короткий ответ президента может послужить некоторым аргументом в продолжающейся дискуссии о формах итоговой аттестации выпускников общеобразовательной школы.

Студенты активнее реагировали на развернутые ответы, многие из которых совмещали буквальным и метафорический смысл,

включали прецедентные феномены, служили основой для широких обобщений, были украшены риторическими фигурами и тропами.

Максимальный интерес у студентов вызвал ответ президента на первый вопрос, заданный от имени школьника.

Ведущий Валерия Кораблева: *Владимир Владимирович, еще граждане интересуются. В прошлом году Вы сказали, что спасли бы тонущего Обаму. Если бы сейчас тонули Порошенко и Эрдоган, кого бы Вы спасли первым?* Варя Кузнецова, 12 лет.

Глава государства несколько замялся, улыбнулся и произнес: *Варя, ты ставишь меня в трудное положение. Даже не знаю, что сказать. Ну, вот, пожалуй, так: значит, если кто-то решил утонуть, спасти его уже невозможно. Но мы, конечно, готовы протянуть руку помощи, руку дружбы любому нашему партнеру, если он сам этого хочет.*

В данном случае обращает на себя внимание яркая аллюзия «если кто-то решил утонуть, то спасти его уже невозможно». Не менее важно и то, что президент не назвал в своем ответе Петра Порошенко и Эрдогана, а предпочел более обобщенную формулу «Мы, конечно, готовы протянуть руку помощи, руку дружбы, любому нашему партнеру, если он сам этого хочет».

Ответы Владимира Путина вызвали бурную реакцию в печатных и электронных СМИ, где появилось множество комментариев и реплик. Едва ли не самая яркая интерпретация принадлежит Владимиру Жириновскому. Лидер ЛДПР ответил значительно подробнее президента: «Я бы их помакал побольше в воде, а когда они начнут захлебываться, то обоим бы за волосы вытащил и положил рядом нос к носу, чтобы они поняли, что один на западе нам пакостит и вредит, другой на юге. Они оба виноваты перед нами» [www.msn.com/ru/news/politics. 16.04.2016].

Несколько поразмышляв, знаменитый либерал-демократ все-таки сумел выделить более виновного и объяснить суть его предрешений: «Эрдоган, конечно, хуже», потому что он «соучастник усиления исламских боевиков в Сирии» и отказывается закрыть турецко-сирийскую границу [Там же]. Поскольку украинский президент оказался менее виновным, Жириновский решил все-таки помочь Порошенко, но одновременно воспользоваться ситуацией в своих целях: «В крайнем случае Петра Алексеевича я бы за волосы вытащил и заставил бы его дать свободу Новороссии».

В другом случае внимание студентов привлекло активное использование прецедентных имен и высказываний, которые

встречались как в детских вопросах, так и в ответах президента. Ср.:

Ведущая Валерия Кораблева: *Какие бы три желания Вы загадали, если бы поймали золотую рыбку?* (Соломенникова Анжела. Пермский край, 11 лет).

В. В. Путин: *Вы знаете, по большому счету лучше не уповать на каких-то сказочных персонажей. Помните, в советское время была песенка такая: „Никто нам не поможет, ни бог, ни царь и ни герой“. Все своей собственной рукой мы должны сделать. Поэтому если мы будем ждать чудес от золотой рыбки, то мы можем оказаться, как в сказке Пушкина, у разбитого корыта в конце концов. Лучше работать, засушив рукава, самим.*

В вопросе Анжелы Соломенниковой использована прецедентная ситуация, восходящая к сказке А. С. Пушкина «Сказка о рыбаке и рыбке». Эту аллюзию легко улавливает и развивает президент, называя в своем ответе автора прецедентного текста (Пушкин) и используя прецедентное выражение «у разбитого корыта» и прецедентное имя «золотая рыбка».

Вместе с тем В. В. Путин обращается в своем ответе еще к одному прецедентному тексту: «Помните, в советское время была песенка такая: „Никто нам не поможет, ни бог, ни царь и ни герой“. Все своей собственной рукой мы должны сделать». Слова президента восходят к «Интернационалу» (слова Эжена Потье в переводе Аркадия Коца) — официальному гимну РСФСР (1918—1944), СССР (1922—1944), КПСС (1918—1991) и КПРФ (с 1993):

Никто не даст нам избавленья:

Ни бог, ни царь и не герой.

Добьемся мы освобожденья

Своею собственной рукой.

Очевидна некоторая трансформация исходного текста, которая, разумеется, вполне естественна в условиях живого диалога, где удачный пример важнее, чем точность цитирования. Труднее оправдать использование словосочетания «песенка такая» для обозначения партийного (КПСС, КПРФ и др.) и государственного (РСФСР, СССР и др.) гимна. Ср. толкование в «Словаре русского языка» в четырех томах: «Песенка *Ласк.* к песня; короткая детская песня» [Словарь русского языка 1983].

В качестве одного из наиболее интересных студенты УрГПУ выделили также ответ президента на вопрос девятилетней Анастасии Зайцевой из Санкт-Петербурга: «Как вы относитесь к кашам на завтрак? Все ли каши любили в детстве и что делали, если Вас заставляли есть нелюбимую кашу? Поменялось ли отношение к кашам с возрастом?»

В ответе В. В. Путина студенты УрГПУ прежде всего выделили удачный пример самопрезентации: «Я так жил, что меня не заставляли делать то, чего я не хотел». Большинство студентов в словах президента привлекло также афористичное высказывание «Чем меньше зубов, тем больше любишь кашу», отличающееся ярко выраженной многозначностью, красивым взаимодействием разнообразных смыслов.

Студенты отметили следующие наиболее яркие и удачные фразы президента: *Это был удачный год; Россия — великая страна; Вклад в человека — выгоден; Все эти 8 лет я пахал, как раб на галерах, с утра до ночи, и делал это с полной отдачей сил; Если человека все устраивает, то он полный идиот; Что хочет оппозиция? Денег и власти; Мы не хотим раздела Украины, но Крым по факту может быть только российским; Если драка неизбежна — нужно бить первым.*

В целом исследование показало, что студенты высоко оценивают риторическое мастерство президента, особенно выделяя афористичность его стиля, активное использование лексики и фразеологии, относящейся к различным стилистическим регистрам, конкретность и обоснованность ответов, удачное использование образных средств, в том числе прецедентности.

В ответах президента в полной мере учитываются дискурсивные и жанровые характеристики интервью, в том числе фактор адресата.

ЛИТЕРАТУРА

1. Алышева Ю. С. Речевой портрет В. В. Путина // Вестн. Волгогр. гос. ун-та. 2012. Вып. 2 (16). С. 171—174.
2. Асташова О. И. Динамика оппозиции «свой — чужой» в речевом портрете Н. Ю. Белых // Современная политическая лингвистика : тез. междунар. науч. конф. / ФГБОУ ВПО «Урал. гос. пед. ун-т». — Екатеринбург, 2011. С. 25—27.
3. Вагнляйтнер Н. В., Никитина Л. Б. Языковой образ политика по данным российских печатных СМИ начала XXI века. — Омск : ОмГУ, 2014.
4. Вепрева И. Т. «Мы их в сортире замочим», или Штрихи к риторическому портрету В. В. Путина // Политический дискурс в России: 1996—2006 : хрестоматия. — М. : Диалог — МГУ, 2007. С. 102—105.
5. Гаврилова М. В. Некоторые черты речевого портрета президента России Д. А. Медведева // Вестн. ТвГУ. Сер. «Филология». 2011. С. 4—10.
6. Гаврилова М. В. Некоторые черты речевого портрета первого президента России Б. Ельцина // Политическая лингвистика. 2012. Вып. 4. С. 17—22.
7. Демьянков В. З. Политический дискурс как предмет политологической филологии // Политическая наука. Политический дискурс: история и современные исследования. — М. : ИНИОН РАН, 2002. С. 32—43.
8. Еремина С. А., Потысьева А. Н. Речевой портрет депутата Евгения Ройзмана // Политическая лингвистика. 2005. № 15. С. 66—71.
9. Иньиго-Мора И. Политическое телеинтервью: нейтралитет и провокационность // Политическая лингвистика. 2008. № 1. С. 33—38.
10. Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность. — М. : Наука, 1987.

11. Кобец Е. В. Коммуникативно-прагматическая специфика политического дискурса (на материале речей А. И. Лебеда) : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01. — Абакан, 2012. 26 с.

12. Купина Н. А. Аксиологическая доминанта в тексте программной статьи губернатора Свердловской области Евгения Куйвашева «Мобилизация на успех: год 2016» // Политическая лингвистика. 2016. № 1 (55). С. 20—25.

13. Кушнерук С. Л. Образ президента — визитная карточка России: текстовые миры прессы, адресованной зарубежным читателям // Политическая лингвистика. 2010. № 3 (33). С. 87—92.

14. Никифорова М. В. Коммуникативно-речевые характеристики политического деятеля в рамках жанра интервью // Вестник Юж.-Урал. гос. ун-та. Сер. «Лингвистика». 2014. Т. 11, № 3. С. 69—75.

15. Никифорова М. В. Средства аргументации в жанре предвыборных теледебатов (на материале теледебатов с участием Е. Ройзмана) // Политическая лингвистика. 2015. № 1 (51). С. 131—136.

16. Никифорова М. В. Речевой портрет регионального политика (на материале устной диалогической речи мэра Екатеринбурга Е. В. Ройзмана) : дис. ... канд. филол. наук. — Екатеринбург, 2016.

17. Осетрова Е. В. Губернатор Красноярского края: наброски к речевому портрету // Российский лингвистический ежегодник. 2007. С. 124—138.

18. Паршина О. Н. Риторический портрет В. В. Путина [Текст] / О. Н. Паршина // Проблемы речевой коммуникации : межвуз. сб. науч. тр. / под ред. М. А. Кормилицыной,

О. Б. Сиротининой. — Саратов : Изд-во Сарат. ун-та, 2005. Вып. 5. С. 25—35.

19. Романова Т. В. Коммуникативный имидж и речевой портрет современного политика // Политическая лингвистика. 2009. Вып. 1 (27). С. 109—117.

20. Руженцева Н. Б. Имиджевое интервью-перформанс В. Жириновского: смена масок, эпатаж, технология примитива // Политическая лингвистика. 2015. № 3. С. 50—56.

21. Руженцева Н. Б. Манипулятивный компонент и предположительное знание в политическом интервью: вопросы и комментарии интервьюера // Политическая лингвистика. 2016. № 1. С. 26—33.

22. Седых А. П. К вопросу об идиополитическом дискурсе В. В. Путина // Политическая лингвистика. 2016. № 1 (55). С. 35—41.

23. Словарь русского языка. В 4 т. Т. 3. — М. : Русский язык, 1983.

24. Сорокин Ю. А. Человек из будущего, которого у него нет: Григорий Явлинский // Политический дискурс в России 1996—2006 : хрест. / сост., общ. ред. В. Н. Базылев. — М., 2007. 208 с.

25. Чудинов А. П. Заметки о риторическом мастерстве И. В. Сталина // Художественный текст: структура, семантика, прагматика. — Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 1997. С. 201—212.

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

27. Чудинов А. П. Политическая лингвистика : учеб. пособие. — М. : Флинта : Наука, 2006. 256 с.

Е. А. Nakhimova
Ekaterinburg, Russia

«DIRECT LINE» WITH PEOPLE: PRESIDENT'S ANSWERS TO THE QUESTIONS FROM CHILDREN

ABSTRACT. *Together with the general questions of linguistic personology, which is a scientific field in the centre of which is the study of linguistic personality (speech portrait, rhetorical portrait, communicative image, language image, idiostyle, etc.) of a politician, the research works devoted to the study of speech portraits of political leaders of the post-Soviet Russia, especially V.V.Putin are discussed. Using methods of semantic, contextual, discursive, linguo-cognitive and psycholinguistic analyses we studied the answers of President V.V.Putin to the questions asked by children or on behalf of them, during traditional interview «“Direct Line” with people» on the 4th April 2016. The perception of these questions and answers by the pedagogical university students was analyzed as well. The students were especially interested in the detailed answers, which combined literary and metaphorical meanings, were the basis for broad comparisons and were enriched with rhetorical figures and tropes: “If somebody decides to drown themselves, it is impossible to rescue them”; “If we continue waiting for the miracles from the golden fish, we may end up in front of the broken trough, as in Pushkin’s fairytale”; “The less teeth, the tastier porridge is”.*

The research showed that the students highly estimate the rhetorical skills of the President, especially the use of aphorisms, the frequent use of lexis and phraseology of different styles, his specific and well-grounded answers, specificity and the use of appropriate figurative means, including precedent phenomena.

KEYWORDS: *President; political communication; Putin; linguistic personality; linguo-political personology; speech portrait; precedence; interview; allusion.*

ABOUT THE AUTHOR: *Nakhimova Elena Anatolievna, Doctor of Philology, Professor, Department of Intercultural Communication, Rhetoric and Russian as a Foreign Language, Ural State Pedagogical University, Ekaterinburg.*

REFERENCES

1. Alysheva Yu. S. Rechevoy portret V. V. Putina // Vestn. Volgogr. gos. un-ta. 2012. Vyp. 2 (16). S. 171—174.

2. Astashova O. I. Dinamika oppozitsii «svoe — chuzhoj» v rechevom portrete N. Yu. Belykh // Sovremennaya politicheskaya lingvistika : tez. mezhdunar. nauch. konf. / FGBOU VPO «Ural. gos. ped. un-t». — Ekaterinburg, 2011. S. 25—27.

3. Vagenlyaytner N. V., Nikitina L. B. Yazykovoy obraz politika po dannym rossiyskikh pechatnykh SMI nachala KhKhI veka. — Omsk : OmGU, 2014.

4. Vepreva I. T. «My ikh v sortire zamochim», ili Shtriki k ritoricheskomu portretu V. V. Putina // Politicheskij diskurs v Rossii: 1996—2006 : khrestomatiya. — M. : Dialog — MGU, 2007. S. 102—105.

5. Gavrilova M. V. Nekotorye cherty rechevogo portreta prezidenta Rossii D. A. Medvedeva // Vestn. TvGU. Ser. «Filologiya». 2011. S. 4—10.

6. Gavrilova M. V. Nekotorye cherty rechevogo portreta pervogo prezidenta Rossii B. El'tsina // Politicheskaya lingvistika. 2012. Vyp. 4. S. 17—22.

7. Dem'yankov V. Z. Politicheskij diskurs kak predmet politologicheskoy filologii // Politicheskaya nauka. Politicheskij

diskurs: istoriya i sovremennye issledovaniya. — M. : INION RAN, 2002. S. 32—43.

8. Eremina S. A., Potys'eva A. N. Rechevoy portret deputata Evgeniya Royzman // Politicheskaya lingvistika. 2005. № 15. S. 66—71.

9. In'igo-Mora I. Politicheskoe televinterv'yuu: neytralitet i provotsirovnie // Politicheskaya lingvistika. 2008. № 1. S. 33—38.

10. Karaulov Yu. N. Russkij yazyk i yazykovaya lichnost'. — M. : Nauka, 1987.

11. Kobets E. V. Kommunikativno-pragmaticheskaya spetsifika politicheskogo diskursa (na materiale rechej A. I. Lebedya) : avtoref. dis. ... kand. filol. nauk : 10.02.01. — Abakan, 2012. 26 s.

12. Kupina N. A. Aksiologicheskaya dominanta v tekste programmnoj stat'i gubernatora Sverdlovskoj oblasti Evgeniya Kuyvasheva «Mobilizatsiya na uspekhi: god 2016» // Politicheskaya lingvistika. 2016. № 1 (55). S. 20—25.

13. Kushneruk S. L. Obraz prezidenta — vizitnaya kartochka Rossii: tekstovye miry pressy, adresovannoy zarubezhnyim chitatelem // Politicheskaya lingvistika. 2010. № 3 (33). S. 87—92.

14. Nikiforova M. V. Kommunikativno-rechevye kharakteristiki politicheskogo deyatela v ramkakh zhanra interv'yuu // Vestnik Yuzh.-Ural. gos. un-ta. Ser. «Lingvistika». 2014. T. 11, № 3. S. 69—75.

15. Nikiforova M. V. Sredstva argumentatsii v zhanre predvybornykh teledbatov (na materiale teledbatov s uchastiem E. Royzmana) // Politicheskaya lingvistika. 2015. № 1 (51). S. 131—136.
16. Nikiforova M. V. Rechevoy portret regional'nogo politika (na materiale ustnoy dialogicheskoy rechi mera Ekaterinburga E. V. Royzmana): dis. ... kand. filol. nauk. — Ekaterinburg, 2016.
17. Osetrova E. V. Gubernator Krasnoyarskogo kraia: nabroski k rechevomu portretu // Rossiyskiy lingvisticheskiy ezhegodnik. 2007. S. 124—138.
18. Parshina O. N. Ritoricheskiy portret V. V. Putina [Tekst] / O. N. Parshina // Problemy rechevoy kommunikatsii : mezhvuz. sb. nauch. tr. / pod red. M. A. Kormilitsynoy, O. B. Sirotinoy. — Saratov : Izd-vo Sarat. un-ta, 2005. Vyp. 5. S. 25—35.
19. Romanova T. V. Kommunikativnyy imidzh i rechevoy portret sovremennogo politika // Politicheskaya lingvistika. 2009. Vyp. 1 (27). S. 109—117.
20. Ruzhentseva N. B. Imidzhevoe intev'yu-performans V. Zhirinovskogo: smena masok, epatazh, tekhnologiya primitiva // Politicheskaya lingvistika. 2015. № 3. S. 50—56.
21. Ruzhentseva N. B. Manipulyativnyy komponent i predposylchnoe znanie v politicheskom intev'yu: voprosy i kommentarii intev'yuera // Politicheskaya lingvistika. 2016. № 1. S. 26—33.
22. Sedykh A. P. K voprosu ob idiopoliticheskom diskurse V. V. Putina // Politicheskaya lingvistika. 2016. № 1 (55). S. 35—41.
23. Slovar' russkogo yazyka. V 4 t. T. 3. — M. : Russkiy yazyk, 1983.
24. Sorokin Yu. A. Chelovek iz budushchego, kotorogo u nego net: Grigoriy Yavlinskiy // Politicheskiy diskurs v Rossii 1996—2006 : khrest. / sost., obshch. red. V. N. Bazylev. — M., 2007. 208 s.
25. Chudinov A. P. Zametki o ritoricheskom masterstve I. V. Stalina // Khudozhestvennyy tekst: struktura, semantika, pragmatika. — Ekaterinburg : Izd-vo Ural. un-ta, 1997. S. 201—212.
26. Chudinov A. P. Rossiya v metaforicheskom zerkale: kognitivnoe issledovanie politicheskoy metafory (1991—2000) : monogr. — Ekaterinburg : Ural. gos. ped. un-t., 2001. 238 s.
27. Chudinov A. P. Politicheskaya lingvistika : ucheb. posobie. — M. : Flinta : Nauka, 2006. 256 s.

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

Л. Б. Никитина
Омск, Россия

ЯЗЫКОВОЙ ОБРАЗ ОМСКОГО ЧИНОВНИКА ПО ДАННЫМ РЕГИОНАЛЬНОЙ ГАЗЕТЫ «ВАШ ОРЕОЛ»

АННОТАЦИЯ. Исследование вписывается в проблематику современной лингвоантропологии, одной из задач которой является семантическое моделирование языкового образа человека. В трудах отечественных лингвистов, в частности представителей омской лингвоантропологической школы, описаны языковые и речевые репрезентации разнообразных внешних и внутренних сторон и ипостасей человека. Предмет настоящего исследования — языковой образ регионального чиновника по данным омской газеты «Ваш ОРЕОЛ», которая в силу беспристрастности своей позиции является одним из самых популярных в регионе изданий. На материале публикаций с 2014 года по настоящее время выявлены и описаны устойчивые, регулярно воспроизводимые при характеристике омского чиновника смыслы — семантические доминанты: нарушение закона, отсутствие профессионализма, пренебрежение моральными принципами. Данные характеризуются отрицательной оценкой доминирующие смыслы находятся в отношениях пересечения и взаимодополнения. Создаваемый газетой негативный образ местного чиновника коррелирует с медиа-образом города, сформированным усилиями омских СМИ. Негативные оценки представителей омской власти имеют по преимуществу косвенное выражение, что оправдано стремлением пишущих уйти от категоричности суждений. Основными средствами выражения косвенной отрицательной оценки являются репрезентативные и вопросительные высказывания. Отрицательно-оценочные смыслы, характерные для рассматриваемого образа-типажа, способствуют расширению и конкретизации негативной семантики слова «чиновник».

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: публицистика; языковой образ чиновника; семантическая доминанта; отрицательная оценка.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ: Никитина Лариса Борисовна, доктор филологических наук, доцент, профессор кафедры русского языка и лингводидактики Омского государственного педагогического университета; 644099, г. Омск, набережная Тухачевского, 14; e-mail: laribn@rambler.ru.

Человек как главный объект языковой концептуализации получает в современной отечественной лингвистике всестороннее и разноаспектное описание. В частности, представители Омской лингвоантропологической школы, определяя языковой образ человека как «концентрированное воплощение сути тех представлений о человеке, которые объективированы всей системой семантических единиц, структур и правил, принадлежащих тому или иному языку» [Лингвистика человека 2012: 11], основательно исследовали этот феномен применительно к следующим параметрам: человек внутренний («духовная вселенная», населенная многочисленными «обитателями») [Одинцова 2014; Косыкина 2004]; внешний человек (человек во всем многообразии его «видимых» проявлений) [Коротун 2002]; частичный человек, представленный образами тех предметов, живых существ, нефизических сущностей, параметров внешнего и внутреннего мира, которые в сознании наивного носителя языка присваиваются человеку в качестве его частей [Седова 2000]; homo sapiens (человек в его интеллектуальной ипостаси) [Никитина 2007]; нормальный человек [Федяева 2003]; человек моральный/аморальный [Орлова 2005]; человек «технический», представленный в языке набором антропологизированных техницизмов [Никонова 2004]; человек как космическая сущность [Фролова 2009]; человек как эстетическая ценность [Мякишева 2009]; человек в аспекте возраста [Литвиненко 2006; Никитина, Салимьянова 2013]; человек в ипостаси политического деятеля [Вагенляйтнер, Никитина 2014] и т. д.

Исследователями убедительно показана особая значимость для языкового образа человека такой категории, как оценка: в языке отражается аксиологическая активность человека как субъекта познания, а также результат этой активности, выражающийся в определении места объекта познания (оценки) в системе ценностей и норм. Одним из таких результатов является создание определенного типажа — языкового образа ценностно значимого объекта, для которого характерны типичные выражаемые языковыми средствами характеристики. В. И. Карасик называет такие образы-типажи продуктами субъектного оценочного позиционирования [Карасик 2012: 22—35]: они создаются усилиями субъекта оценки, который действует в соответствии со своей социальной ролью и руководствуется обстоятельствами, получившими в лингвистике наименование «экстралингвистические факторы».

Особую роль в создании образов-типажей играют СМИ. Для журналиста оценка явлений действительности: политических и экономических событий, социально ориентированных мероприятий, действий, качеств, состояний личностей, от которых зависит общественное благополучие, — неотъемлемая сторона речевого творчества. При этом далеко не всегда журналистская оценка (особенно отрицательная) выражается прямо, чаще она выводится читателем из предоставленной информации.

Одним из объектов повышенного внимания и регулярной оценки в центральных и региональных СМИ является человек, выполняющий функции государственного служащего, — чиновник.

Наша статья посвящена языковому образу омского чиновника по данным региональной газеты «Ваш ОРЕОЛ» (далее — «ВО»), которая, судя по читательскому спросу, уже двадцать пять лет держит пальму первенства среди местных общественно-политических изданий.

Популярность «ВО» среди жителей города Омска и Омской области не в последнюю очередь определяется тем, что публикации этой *свободной*, как она себя именует, газеты, действительно, не оставляют сомнения в отсутствии ангажированности их авторов региональной властью. Освещая местные события и анализируя ситуации, газета не чурается нелицеприятной критики чиновничества, которое предстает первопричиной всех бед: *Просто таков порядок в обществе и государстве, что от представителей власти зависит более половины успеха при реализации любой инициативы. А очень часто — и сто процентов успеха. Потому что у них власть и деньги* (10.02.2016).

Как известно, слово *чиновник* со времени появления института чиновничества в царской России, связанного с возникновением Табели о рангах в 1722 г., существенно обогатило свою семантику: согласно толковым словарям русского языка, *чиновник* — это в прямом значении государственный служащий, имеющий чин, служебное звание, а в переносном — бюрократ, тот, кто относится к своему делу без интереса, формально, с казенным равнодушием [Ожегов 2013: 822].

Анализ современных СМИ показал, что чиновниками именуют управленцев разного ранга: от высших должностных лиц государства до рядовых служащих, реализующих делегированные им свыше властные полномочия; при этом слово *чиновник* регулярно синонимизируется со словом *политик*, что представляется вполне закономерным: чиновник осуществляет государственную политику, он в той или иной степени причастен к властным структурам — в качестве исполнителя политической воли тех, кто стоит во главе государства, региона, города и т. д. В то же время в СМИ отражена диффузность значения данного слова: например, *чиновник* в разных контекстах — это член политической партии, находящийся на государственной службе (или государственный служащий, имеющий определенные политические пристрастия); государственный служащий вне политики («чистый» исполнитель, лишенный политических пристрастий); бюрократ, демонстрирующий пренебрежение к нуждам людей в угоду формальностям, и т. д. [Вагенляйтнер, Никитина 2014: 41—55].

Сказанное выше имеет отношение и к омской газете «ВО»: *омский чиновник* в ней — это и глава региона, и региональные министры, и госслужащие рангом пониже, представляющие интересы той или иной политической партии, — все те, от кого зависит благосостояние людей.

Таким образом, статус типажа в нашей статье получает омский чиновник (соответствующее словосочетание (*омский чиновник*) мы используем в обобщающем значении: за ним стоит собирательный образ государственного служащего, в той или иной мере определяющего лицо региона), а субъектом, создающим этот образ-типаж и позиционирующим свое «видение объекта», выступает названная газета (точнее, ее авторы).

Анализ материала, включающего публикации «ВО» с 2014 г. по настоящее время, показал не просто преобладание отрицательно-оценочных характеристик местного чиновничества, но концентрацию негатива в его образе, что, с одной стороны, придает газете «ВО» статус оппозиционной, с другой — соответствуя реальному положению дел, характеризует газету как источник объективной информации. Не преследуя цели поддержать или опровергнуть позицию редакции и тем более не стремясь к дискуссии о правомерности авторских оценок, заметим лишь, что скупость журналистов «ВО» на положительные оценки вполне вписывается в общепризнанную тенденцию: отрицательная оценка имеет преимущественное право на выход в речь.

Языковой образ омского чиновника по данным газеты «ВО» исследован нами через выявление его семантических доминант — устойчивых, регулярно воспроизводимых при характеристике объекта действительности смыслов (см., напр.: [Вагенляйтнер, Никитина 2014: 68—114], где представлен опыт исследования семантических доминант применительно к языковому образу политика). Такими доминантами являются следующие: 1) нарушение закона; 2) отсутствие профессионализма; 3) пренебрежение моральными принципами. Очевидно, что для всех доминирующих в образе омского чиновника смыслов характерна отрицательная оценка.

Наиболее представительной является первая из названных доминант — **нарушение закона**: омские чиновники — неизменные герои судебных хроник, а количество описываемых газетой правонарушений с их участием настолько велико, что омские властные структуры начинают напоминать криминальное сообщество.

В образе чиновника-правонарушителя обнаруживаются две смысловые линии. Первая представляет чиновника-коррупцио-

нера — человека, который хитрит, обманывает, ворует, берет взятки, используя служебное положение в личных целях; вторая — чиновника, халатно относящегося к своим обязанностям, что влечет негативные последствия для региона и его жителей. Правосудие либо настаивает нечистых на руку слуг народа (информация в этом случае подается как свершившийся факт), либо должно их настичь в скором времени (в этом случае частотное использование маркеров предположения): *Дорога на нары привела* (заголовок). *За махинации при строительстве дороги „Петровка — Калиновка“ бывший заместитель регионального министра строительства и ЖКХ Михаил Тюфягин отправится в колонию строгого режима* (11.03.2015); *В мошенничестве с получением ипотеки подозревается чиновница Инна Парыгина* (03.06.2015); *Пока дело возбуждено в отношении неустановленных лиц, но, как сообщил сайт bk55, обыски уже прошли у заместителя начальника УМВД по Омской области Сергея Клевакина, начальника Центра финансового обеспечения УМВД Ирины Старовиковой. Есть предположение, что следователи расследуют хищение средств, выделенных из федерального бюджета на приобретение квартир для сельских работников полиции* (01.10.2014).

В приведенных выше примерах речь идет о действиях чиновников (*махинации, мошенничество, хищение*), однозначно характеризующихся как преступления, совершаемые с целью личного обогащения, в следующих — о преступной, граничащей с некомпетентностью халатности: *Доведут ли дороги до статьи?* (заголовок). *Омским чиновникам грозят уголовные дела — при приемке новых дорог они закрыли глаза на многочисленные недоделки и брак* (23.09.2015); *Снова под статьей оказался бывший председатель региональной энергетической комиссии Константин Марченко. Напомним, его обвиняли в халатности, следствием которой омичи получили завышенные нормативы на ОДН* (23.09.2015); *Абсурдное строительство* (заголовок). *Чиновники мэрии сначала вложили в обустройство сквера бюджетные деньги, а потом отдали участок под застройку* (15.07.2015).

Отсутствие профессионализма местной власти, по данным газетных текстов, коррелирует с неспособностью чиновников анализировать ситуацию, логически мыслить, принимать адекватные решения, следствием чего становятся деструктивные процессы в экономике и общественной жизни региона: *Все, что там* (в городских ПТП)

происходит, — это следствие бездарной управленческой политики мэрии, которая не может найти для своих предприятий способ работать эффективно (23.12.2015); *Депутаты горсовета не могут договориться о муниципальном имуществе. Народные избранники обсуждают этот вопрос не менее года и до сих пор не пришли к единому мнению. Кроме того, масла в огонь добавляет и позиция мэрии, которая никак не может ни на что решиться* (29.10.2014); *Более странного кандидата на должность первого зама мэра и представить себе трудно — как можно было верить проблемное и разваливающееся городское хозяйство в руки человека, которому всегда был ближе спорт?* (08.10.2014).

Крайним проявлением непрофессионализма является бездействие чиновников, нежелание трудиться: *Из-за бездействия чиновников городские отходы будет некуда вывозить — существующие сегодня полигоны должны быть закрыты* (19.11.2014); *Администрация Омского района, по оценке членов Общественного совета, не принимает никаких мер, чтобы навести порядок* (03.12.2014); *К нынешнему мусорному коллапсу город привело бездействие чиновников мэрии* (29.07.2015); *Кабинетные ленивцы* (заголовок). *В Омске более 700 малоквартирных домов брошены УК. Городским чиновникам лень даже просто проконсультировать собственников* (01.07.2015).

Непрофессионализм чиновников, как и их пренебрежение законом, связываются с неспособностью руководителя региона сформировать команду единомышленников-профессионалов и организовать работу своего аппарата должным образом. В конечном счете негативная оценка чиновников — это соответствующая оценка губернатора, критика которого сосредоточена по преимуществу на неумении разбираться в людях: *Губернатор что ветреная кокетка* (заголовок). *Почти за два года правления губернатора Назарова половина министров Омской области менялись по нескольку раз. <...> Глядя на текучку кадров в областном кабинете министров, можно предположить, что глава региона просто не умеет разбираться в людях, по крайней мере не в состоянии подобрать профессионала под решение конкретных задач* (29.10.2014); *Губернатор Виктор Назаров за два с половиной года своего руководства регионом так и не смог сформировать рабочую команду* (30.12.14); *Напомним, первый срок Виктора Назарова запомнился омичам тем, что из его „слаженной“ команды то и дело*

кто-то сбежал или садился на скамью подсудимых (13.01.2016).

Губернатор как главный региональный чиновник оценивается исключительно через призму профессиональных данных; правонарушения и пренебрежение моральными нормами — «прерогатива» его подчиненных. Таким образом, как это часто бывает, создается образ руководителя, которого постоянно подводит окружение: он хочет сделать лучше, но ничего не получается, так как нет достойных исполнителей.

Семантическая доминанта **«пренебрежение моральными принципами»** пересекается с двумя другими вышеназванными доминантами: нарушение закона и непрофессионализм омской власти связаны, с одной стороны, с отсутствием у местных чиновников таких морально-нравственных качеств, как забота о благосостоянии населения, с другой — со стремлением к собственному благополучию, зачастую в ущерб тем, кому они призваны служить: *Глава Омского района Геннадий Долматов распорядился купить за бюджетный счет шикарную квартиру. И поселился в ней сам* (02.09.2015); *На территории регионального министерства природных ресурсов и экологии рубят деревья, чтобы построить для чиновников гаражи* (23.09.2015); *Бесстыжий глава* (заголовок). *Зачем глава Омского района, имеющего дефицит бюджета, за госсчет покупает себе элитную машину с объемом двигателя 3,5 литра?* (30.12.2015).

Публикации, повествующие о проблемах, с которыми сталкиваются жители региона, в прямом или косвенном выражении контрастируют с информацией о благополучии чиновников и беззастенчивом стремлении последних сделать свою жизнь еще комфортнее (налицо противопоставление «мы — они»): *Чиновники омской мэрии предложили увеличить должностные оклады самим себе* (17.12.2014); *Чиновничье кидалово* (заголовок). *Правительство Омской области прекратило выплачивать педагогам компенсацию по ипотеке.... Педагоги по-прежнему обязаны соблюдать условия льготной ипотеки, а чиновники — нет* (14.01.2015).

Объектами постоянного обсуждения на страницах газеты являются чиновничьи льготы как наглядное проявление социальной несправедливости, а также равнодушие власти к отчаявшемуся до нее докричаться простому человеку: *Хорошо быть чиновником! Такие мысли возникают, когда читаешь Кодекс о государственных должностях Омской области и государственной гражданской службе Омской области. Каких только льгот не предусмотрело государ-*

ство высокопоставленным слугам народа, будь то губернатор Омской области или региональный министр. Путинские общественники покусились на святое — они решили отменить льготы для чиновников (16.12.2015); *Омич, расколотивший окна мэрии, голодал несколько месяцев* (заголовок). *Чиновники беду бывшего детдомовца Геннадия Ханкина игнорируют и действуют по принципу „проблемы негров шерифа не волнуют“* (12.08.2015).

Частотно представленными в образе омского чиновника смыслами является «обман» и «очковтирательство» (чиновники, прикрываясь липовыми отчетами, вводят в заблуждение вышестоящее начальство, не выполняя обещаний): *Загрязненность воздуха в Омске: по мнению федеральных структур, значительно увеличилась; по мнению городских чиновников, уменьшилась в 2,5 раза* (17.12.2014); *Региональные чиновники от здравоохранения на бумаге уменьшили число пациентов сельской больницы и с чистой совестью пустили учреждение под нож* (08.07.2015); *В Омске подорожали продукты, но чиновники этого не заметили. В их отчетах фигурируют устаревшие цифры, а по магазинам они, наверное, не ходят* (26.11.2014).

О многочисленных противоречащих моральным нормам поступках чиновников красноречиво говорят заголовки статей «ВО», например: *Не готовил, не читал — подписал* (30.09.2015); *Спасибо депутатам за коммунальное „кидалово“* (01.10.2014); *Министр давит на свидетелей* (27.05.2015); *Мэр Двораковский пристроил „хорошего человека“?* (08.10.2014); *Циники горхожйства* (21.10.2014). Содержание публикаций позволяет создать обобщенный портрет чиновника, живущего своей, отдельной от народа жизнью, озабоченного исключительно собственным благополучием, ради которого он не гнушается подлогом и обманом, откровенного циника, безразличного к чужим бедам.

Характерные для языкового образа омского чиновника семантические доминанты (в иной терминологии — поля) пересекаются, находятся в состоянии диффузного взаимопроникновения и в целом создают удручающую картину: омское чиновничество — это сгусток негатива, мешающего региону жить и развиваться. Создаваемый газетой негативный образ местного чиновника коррелирует с медиаобразом города, сформированным усилиями омских СМИ: «Омск — это „город-декадент“, характеризующийся состоянием глубокого и необратимого упадка, происходящего буквально во всех сферах экономической и общественной жизни» [Малышева 2014: 58].

Негативные оценки представителей омской власти имеют по преимуществу косвенное выражение, что оправдано стремлением пишущих уйти от категоричности суждений и избежать обвинений со стороны героев газетных публикаций в посягательстве на их честь, достоинство и деловую репутацию. Основными средствами выражения косвенной отрицательной оценки являются репрезентативные формы и вопросительные конструкции. Информирова читателя о том или ином положении дел, публицист предполагает, что читатель должным образом интерпретирует описываемую ситуацию: выведение оценки чиновничества из констатации фактов нарушения закона, непрофессиональных действий, пренебрежения интересами людей не представляет труда для владеющих ситуацией читателей. Посредством вопросительных предложений публицист приглашает читателя к размышлению по поводу изложенной в статье информации и подталкивает его к ответу, в котором содержится прямо не выраженная, но выводимая негативная оценка деятельности представителей власти.

Было бы несправедливым говорить о полном отсутствии в анализируемом образе положительно-оценочной семантики. Она присутствует, в частности, в публикациях рубрики «Доска НЕпочета»: чиновники, получившие за свои проступки (бездействие, непродуманные решения, невнимание к нуждам людей) звание непочетников и адекватно отреагировавшие на критику, удаляются с воображаемой доски непочета, что собственно и является косвенно выраженной положительной оценкой. В то же время в других проанализированных публикациях мы не обнаружили явно выраженных похвал в адрес чиновников, а немногочисленные нейтральные с точки зрения оценки сведения о деятельности власти не могут повлиять на вывод о том, что в образе омского чиновника сконцентрированы отрицательно-оценочные смыслы.

Итак, языковой образ омского чиновника по данным газеты «ВО» представлен тремя семантическими доминантами: нарушение закона, отсутствие профессионализма, пренебрежение моральными принципами. Концентрация негатива в этом образе способствует прочному закреплению за словом *чиновник* отрицательно-оценочной коннотации, что в перспективе может быть проверено экспериментальным путем: предполагаем, что для читателей «ВО» это слово будет ассоциироваться в первую очередь с не лучшими профессиональными и человеческими качествами.

Не исключено, что у описанного нами образа-типажа, отличающегося местным коло-

ритом, есть двойники и антиподы в других публицистических изданиях, проповедующих сходные или иные принципы общения с читателями и властями предрержащими. Было бы интересно реконструировать обобщенный образ чиновника регионального уровня с учетом разнообразия смыслов, которыми его наделяют разные СМИ, и далее выявить общее и различное в языковой концептуализации местного и высшего чиновничества.

ЛИТЕРАТУРА

1. Вагнляйтнер Н. В., Никитина Л. Б. Языковой образ политика по данным российских печатных СМИ начала XXI века : моногр. — Омск : Изд-во ОмГПУ, 2014. 160 с.
2. Карасик В. И. Языковая матрица культуры. — Волгоград : Парадигма, 2012. 448 с.
3. Коротун О. В. Образ-концепт «внешнего» человека в русской языковой картине мира : дис. ... канд. филол. наук. — Барнаул, 2002. 193 с.
4. Коськина Е. В. Внутренний человек в русской языковой картине мира: образно-ассоциативный и прагматилистический потенциал семантических категорий «пространство», «субъект», «объект», «инструмент» : дис. ... канд. филол. наук. — Омск, 2004. 200 с.
5. Лингвистика человека : антология / под ред. Л. Б. Никитиной, Н. Д. Федяевой. — Омск : Вариант-Омск, 2012. 360 с.
6. Литвиненко Ю. Ю. Концепт «возраст» в семантическом пространстве образа человека в русской языковой картине мира : дис. ... канд. филол. наук. — Омск, 2006. 256 с.
7. Малышева Е. Г. «Город мертв»: концептуализация негативного в медиаобразе Омска // Коммуникативные исследования. 2014. № 2. С. 50—59.
8. Мьякишева Е. В. Эстетическая оценка человека в современном русском языке: лингвистический и лингвокультурологический аспекты : дис. ... канд. филол. наук. — Омск, 2009. 234 с.
9. Никитина Л. Б. Антропоцентрическая семантика: образ *homo sapiens* по данным русского языка : учеб. пособие. — Омск : Изд-во ОмГПУ, 2007. 256 с.
10. Никитина Л. Б., Салимьянова И. В. Образ пожилого человека в русской языковой картине мира : моногр. — Омск : ЛИТЕРА, 2013. 148 с.
11. Никонова М. Н. Антропологизация техницизма в современном русском языке (к проблеме образа человека в русской языковой картине мира) : дис. ... канд. филол. наук. — Омск, 2004. 223 с.
12. Одинцова М. П. Языковые образы внутреннего человека // Miscellanea: памяти профессора М. П. Одинцовой / под ред. О. В. Коротун, Л. Б. Никитиной, Н. В. Орловой. — Омск : Издатель-Полиграфист, 2014. С. 313—334.
13. Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка : 80000 слов и фразеологических выражений / РАН. ИРЯ им. В. В. Виноградова. 4-е изд., доп. — М. : АТЕМП, 2013. 874 с.
14. Орлова Н. В. Наивная этика: лингвистические модели (на материале современного русского языка) : моногр. — Омск : Вариант-Омск, 2005. 266 с.
15. Седова Н. А. Соотношение образов частичного (частей) и целостного человека в языковой картине мира (на материале семантико-функционального макрополя «часть человека» в современном русском языке) : дис. ... канд. филол. наук. — Омск, 2000. — 167 с.
16. Федяева Н. Д. Языковой образ среднего человека в аспекте когнитивных категорий дуальности, градуальности, оценки, нормы (на лексическом и текстовом материале современного русского языка) : дис. ... канд. филол. наук. — Омск, 2003. 168 с.
17. Фролова И. Е. Человек в образных репрезентациях космической темы в русской языковой картине мира : дис. ... канд. филол. наук. — Омск, 2009. 268 с.

L. B. Nikitina
Omsk, Russia

LANGUAGE IMAGE OF OMSK OFFICIAL ACCORDING TO THE REGIONAL NEWSPAPER "VASH OREOL"

ABSTRACT. *The study fits into the frameworks of modern lingoanthropology, the objective of which is semantic modeling of language image of a person. In the works of the Russian linguists, of the representatives of Omsk lingoanthropological school in particular, language and speech representation of various internal and external aspects of a person are described. The subject of this study is the language portrait of a regional official according to the Omsk newspaper "Vash Oreol", which, due to its impartial position, is one of the most popular newspapers in the region. Based on the publications from 2014 to the present time, we singled out the meanings which were often used in the newspaper to characterise Omsk officials, among them: breach of law, lack of professionalism and neglect of moral principles. These dominant meanings characterized by the negative assessment intersect and complement each other. Created by this newspaper negative image of a local official correlates with the media image of the city, formed by Omsk mass media. The negative assessment of Omsk authorities is expressed indirectly, which helps the authors of the article avoid categorical judgment. The main means of indirect negative assessment expression are representative and interrogative statements. Negative evaluative meanings characteristic of the image-type under study, contribute to the expansion and specification of the negative semantics of the word "official".*

KEYWORDS: *journalism; language image of an official; semantic dominant; negative assessment.*

ABOUT THE AUTHOR: *Nikitina Larisa Borisovna, Doctor of Philology, Associate Professor, Professor of Russian Language and Linguistics Department, Omsk State Pedagogical University, Omsk.*

REFERENCES

1. Vagenlyaytner N. V., Nikitina L. B. Yazykovoy obraz politika po dannym rossiyskikh pechatnykh SMI nachala KhKhI veka : monogr. — Omsk : Izd-vo OmGPU, 2014. 160 s.
2. Karasik V. I. Yazykovaya matritsa kul'tury. — Volgograd : Paradigma, 2012. 448 s.
3. Korotun O. V. Obraz-kontsept «vнешnego» cheloveka v russkoy yazykovoy kartine mira : dis. ... kand. filol. nauk. — Barnaul, 2002. 193 s.
4. Kos'kina E. V. Vnutrenniy chelovek v russkoy yazykovoy kartine mira: obrazno-assotsiativnyy i pragmatilisticheskiy potentsial semanticheskikh kategoriy «prostranstvo», «sub"ekt», «ob"ekt», «instrument» : dis. ... kand. filol. nauk. — Omsk, 2004. 200 s.
5. Lingvistika cheloveka : antologiya / pod red. L. B. Nikitinoy, N. D. Fedyaevoy. — Omsk : Variant-Omsk, 2012. 360 s.
6. Litvinenko Yu. Yu. Kontsept «vozrast» v semanticheskom prostranstve obraza cheloveka v russkoy yazykovoy kartine mira : dis. ... kand. filol. nauk. — Omsk, 2006. 256 s.
7. Malysheva E. G. «Gorod mertv»: kontseptualizatsiya negativnogo v mediaobrazе Omska // Kommunikativnye issledovaniya. 2014. № 2. S. 50—59.
8. Myakishcheva E. V. Esteticheskaya otsenka cheloveka v sovremennom russkom yazyke: lingvisticheskiy i lingvokulturologicheskiy aspekty : dis. ... kand. filol. nauk. — Omsk, 2009. 234 s.
9. Nikitina L. B. Antropotsentristskaya semantika: obraz homosapiens po dannym russkogo yazyka : ucheb. posobie. — Omsk : Izd-vo OmGPU, 2007. 256 s.
10. Nikitina L. B., Salim'yanova I. V. Obraz pozhilogo cheloveka v russkoy yazykovoy kartine mira : monogr. — Omsk : LITERA, 2013. 148 s.
11. Nikonova M. N. Antropologizatsiya tekhnitsizmov v sovremennom russkom yazyke (k probleme obraza cheloveka v russkoy yazykovoy kartine mira) : dis. ... kand. filol. nauk. — Omsk, 2004. 223 s.
12. Odintsova M. P. Yazykovye obrazy vnutrennego cheloveka // Miscellanea: pamyati professora M. P. Odintsovoy / pod red. O. V. Korotun, L. B. Nikitinoy, N. V. Orlovoy. — Omsk : Izdatel'-Poligrafist, 2014. S. 313—334.
13. Ozhegov S. I., Shvedova N. Yu. Tolkovyy slovar' russkogo yazyka : 80000 slov i frazeologicheskikh vyrazheniy / RAN. IRYa im. V. V. Vinogradova. 4-e izd., dop. — M. : A TEMP, 2013. 874 s.
14. Orlova N. V. Naivnaya etika: lingvisticheskie modeli (na materiale sovremennogo russkogo yazyka) : monogr. — Omsk : Variant-Omsk, 2005. 266 s.
15. Sedova N. A. Sootnoshenie obrazov chastichnogo (chastey) i tselostnogo cheloveka v yazykovoy kartine mira (na materiale semantiko-funktsional'nogo makropolya «chast' cheloveka» v sovremennom russkom yazyke): dis. ... kand. filol. nauk. — Omsk, 2000. — 167 s.
16. Fedyaeva N. D. Yazykovoy obraz srednego cheloveka v aspekte kognitivnykh kategoriy dualnosti, gradualnosti, otsenki, normy (na leksicheskom i tekstovom materiale sovremennogo russkogo yazyka) : dis. ... kand. filol. nauk. — Omsk, 2003. 168 s.
17. Frolova I. E. Chelovek v obraznykh reprezentatsiyakh kosmicheskoy temy v russkoy yazykovoy kartine mira : dis. ... kand. filol. nauk. — Omsk, 2009. 268 s.

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

Н. П. Носова, В. Д. Черняк
Санкт-Петербург, Россия

ВСПОМИНАЯ ДЕТСТВО... (ОБ ОДНОМ ТИПЕ ПРЕЦЕДЕНТНЫХ ФЕНОМЕНОВ В ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ)

АННОТАЦИЯ. В статье рассматривается использование прецедентных феноменов, мотивированных детским чтением, в современном политическом дискурсе. На материале «Национального корпуса русского языка» показаны особенности использования трех групп прецедентных феноменов: 1) мотивированных фольклорной сказкой, 2) генетически связанных с произведениями для детей русских авторов, 3) связанных с произведениями зарубежной детской литературы. Наличие инварианта восприятия прецедентных текстов, относящихся к кругу детского чтения, практически у каждого представителя русского лингвокультурного сообщества обуславливает их широкое использование в качестве инструмента метафоризации. При этом наиболее распространенными являются вербальные прецедентные феномены, соотносящиеся с образами кино и мультипликации.

На основании исследованного материала выделяются речевые модели, формирующиеся в политическом дискурсе при помощи прецедентных феноменов: прецедентные имена, характеризующие политического деятеля; прецедентные имена и высказывания, описывающие пространственные образы; прецедентные феномены, соотносимые с политической ситуацией. Прецедентные феномены, мотивированные детским чтением, практически не участвуют в создании ключевой для политического дискурса оппозиции «свое — чужое», однако в некоторых случаях прецедентные феномены из зарубежных текстов осознаются как знаки чуждой культуры и требуют культурологического комментария. В политическом контексте под влиянием лингвистических и экстралингвистических факторов может происходить расширение семантики прецедентных феноменов.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: детское чтение; политический дискурс; прецедентные феномены; прецедентное имя; прецедентное высказывание; прецедентная ситуация; прецедентный текст.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ: Черняк Валентина Даниловна, доктор филологических наук, профессор, заведующая кафедрой русского языка; Российский государственный педагогический университет им. А. И. Герцена; 199004, Санкт-Петербург, Васильевский остров, 1-я линия, д. 52; e-mail: vdcher@yandex.ru.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ: Носова Елена Павловна, аспирантка кафедры русского языка Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена; учитель, гимназия № 205; 192239, Санкт-Петербург, ул. Димитрова, д. 10; e-mail: elena.awesomenights@yandex.ru.

Интертекстуальные включения различных типов являются характерной особенностью современного политического дискурса, отмечаемой во многих исследованиях. Разнообразные прецедентные феномены используются как значимое средство выражения позиции автора, как особый прием диалога с потенциальным читателем. Прецедентные имена, ситуации, высказывания, имеющие своей основой различные прецедентные тексты (актуальными источниками прецедентных феноменов, характерных для современного политического дискурса в России, являются прежде всего литература и кино), — активно эксплуатируемый инструмент метафоризации, разнообразных языковых игр, средство создания иронии: «Обращение к прецедентным феноменам — традиционная черта отечественной политической коммуникации, этот прием позволяет ярче представить политическую позицию автора, привлечь внимание к основам современных социальных теорий, усилить прагматическое воздействие текста» [Нахимова 2007].

До сих пор остается почти не изученным особый тип прецедентных феноменов, присутствующий в тезаурусе любой языковой личности. Речь идет о прецедентных феноменах, мотивированных детским чтением. Как убедительно свидетельствуют словари (толковые, словари идиоматики, ассоциа-

тивные словари, словари отономастической лексики), прецедентные тексты, освоенные языковой личностью в детстве и сохраняющиеся (обычно в фрагментарном виде) в памяти на протяжении всей жизни, являются источником активно используемых имен и цитат (ср.: *мальчик с пальчик*, *дядя Стёпа*, *Курочка Ряба*, *Карлсон*, *Буратино* и мн. др.). Они функционируют как своеобразное образное средство вербализации окружающей действительности — многие имена персонажей детских книг обретают статус имен нарицательных (*дюймовочка*, *золушка*, *незнайка* и т. п.). Не случайно Кощей Бессмертный, Баба-яга и Буратино включены Ю. С. Степановым в число констант русской культуры. Автор пишет: «Кто в России теперь не знает веселого деревянного человечка с длинным носом — Буратино! Его любят и дети и взрослые, которые еще недавно, в детстве, были детьми. Едва ли не в каждой семье есть, почти ее член, кукла Буратино, или шоколадка „Буратино“, или бутылочки сладкой детской воды „Буратино“, или конфеты, вафли, жевательная резинка „Буратино“. Все постоянно смотрят мультфильмы, „мультики“ про Буратино, спектакли про Буратино... Буратино — не просто кукла, — это концепт русской культуры нашего времени... Буратино окутан ассоциациями...» [Степанов 2001: 699]. Вполне закономерно использование подобных прецедентных фе-

Исследование выполнено при финансовой поддержке РГНФ в рамках научно-исследовательского проекта № 15-04-00318 («Социокультурные факторы как мотивационная основа типологии словарей»)

номенов и в политическом дискурсе, ср.: *„Как говорится, Карлсон улетел, но обещал вернуться“*, — напомнил политик, высказав сожаление об уходе Прохорова из партии [РБК Дейли. 2011.12.09].

Частотность использования прецедентных феноменов со сферой-источником «детское чтение» в политическом дискурсе обусловлена, во-первых, их безусловной узнаваемостью, которая обеспечивается их присутствием в тезаурусе практически каждого члена лингвокультурного сообщества, во-вторых, тем, что прецедентные феномены исследуемого типа выразительно воплощают национальные стереотипы и являются «своего рода образец поведения „героев“ и „злодеев“, „святых“ и „грешников“, „победителей“ и „мучеников“» [Нахимова 2008: 48]. Поскольку персонажи детского чтения, в особенности сказок, четко разделены на «положительных» и «отрицательных», обращение СМИ к прецедентным именам, мотивированное детским чтением, обеспечивает однозначную оценку политического деятеля или ситуации.

О том, что «политическая картина мира» в сознании россиян тесно связана с образами детского чтения, свидетельствует исследование М. Б. Ворошиловой. По результатам проведенного опроса, наиболее частыми ассоциациями, связанными с образами В. Путина и Д. Медведева, являются персонажи детского чтения (*Винни Пух и Пятачок, Двое из ларца, Крокодил Гена и Чебурашка, Карлсон и Малыш*) [см.: Ворошилова 2013]. Для вербализации ментальных полей, типичных для современного политического дискурса («языковая карта», «субъекты политической деятельности», «органы государственной власти», «политическая борьба и ее формы», «политическая агитация» [Чудинов 2003]), нередко используются прецедентные феномены, мотивированные детским чтением, что подтверждается материалами основного и газетного подкорпусов «Национального корпуса русского языка» [НКРЯ].

Прецедентные феномены, генетически связанные с детским чтением, могут быть разделены по типам источников на три основные группы. К первой относятся прецедентные феномены, мотивированные фольклорными произведениями, преимущественно детскими сказками (*Кощей Бессмертный, Баба-яга, Илья Муромец, «Теремок», Колобок* и др.): *Мы уже 15 лет дружим с Америкой демократиями, да только получается всё по известной сказочке про **вершки и корешки*** [Овчаренко 2006]. Вторую группу составляют прецедентные феномены, мотивированные произведениями русских писателей для детей (*тридцать три богатыря, Буратино, Папа Карло* и др.): *Ну совсем как колдунья **Гингема** из сказки про Волшебную Страну* [Баранов 2005]. К третьей группе относятся прецедентные феномены, мотивированные произведениями для детей зарубежных авторов (*Золушка, Белоснежка, Карлсон, Гарри Поттер, Мордор* и др.): *Хотелось бы, конечно, сказать будущему президенту: „Мы с тобой одной крови — ты и я!“* [Шевцов 2004].

Рассмотрим прежде всего прецедентные феномены, мотивированные фольклорной сказкой. К числу наиболее активно используемых принадлежат образы Кощея Бессмертного и Бабы-яги, отнесенные Ю. С. Степановым к числу констант русской культуры: Кощей (Кашей) Бессмертный «в контексте русской культуры уже не только образ, но концепт — противостоит радости и красоте жизни» [Степанов 2001: 880]. В речи прецедентное имя *Кощей Бессмертный* используется в трех основных значениях: 1) крепкий здоровый старик; 2) скупой человек; 3) очень худой, изможденный человек. В медиатекстах, освещающих события политической жизни, данный прецедентный феномен приобретает дополнительную сему «тот, кто долгое время занимает какой-либо политический пост»: *Но я не **Кощей Бессмертный**, чтобы вечно сидеть* [Труд-7. 2006.03.29]; *Но я не исключаю, что и следующий глава военного ведомства — я же не вечен, не **Кашей Бессмертный** — тоже будет гражданским* [Литовкин 2006]. Следующий пример взят из статьи *«Фидель Бессмертный»*, посвященной кубинскому лидеру Фиделю Кастро. В тексте прецедентный феномен является частью сравнительного оборота: *Но Фидель, словно **Кощей Бессмертный**, пережил и проводил в отставку всех восьмерых* [Фидель Бессмертный 2011]. Здесь выбор прецедентного феномена отвечает критерию *интертекстуальной сверхдетерминации* [Нахимова 2007], поскольку обусловлен не только фактом долгого правления Фиделя Кастро, но и тем, что экс-президент Кубы пережил восемь покушений на собственную жизнь.

В аналогичном значении может выступать прецедентный феномен *Илья Муромец*, который в текстах, помимо реализации значения «о сильном, мужественном человеке, герое», служит для вербализации прецедентной ситуации, описанной в былине: *«Тридцать лет и три года лежал на печи Илья Муромец»*. В подобной функции прецедентный феномен выступает в статье о именованном политическом лидере: *В Йемене президент Али Абдалла Салех (он вооб-*

ще **33 года сидит** на своем посту, как **Илья Муромец на печи**) уже заявил, что **дорулит последние пару лет и на новый срок больше не пойдет** [Баранов, Чинкова 2011]. Обращение к прецедентной ситуации в тексте статьи позволяет предположить, что правление политика будет оценено как неэффективное, однако использование феномена обусловлено только сроком правления Али Абдалла Салеха. Возникает эффект обманутого ожидания: прецедентный феномен не раскрывает в тексте всего своего семантического потенциала.

Примеры употребления в политическом дискурсе прецедентного имени *Баба-яга* позволяют соотнести его не с фольклорной сказкой, а с более поздним пластом культуры. В текстах политического дискурса часто используется прецедентное высказывание *Баба-яга против*, которое мотивировано одноименным мультфильмом и имеет значение «безосновательный протест, протест ради протеста»: *Хотя Левин заметил, что правильнее было бы позволить во фракции свободное голосование и что „Сергей Михайлович всегда говорил, что у нас фракция не ‘Баба-яга против’, а конструктивная сила“* [Кафтан 2012].

Устойчивое выражение *за тридцать земель* имеет значение «в отдаленной стране, очень далеко» с уточнением «в сказках» [Ожегов, Шведова 2006]. В политическом дискурсе, помимо указанного значения, может актуализироваться сема «неопределенная, любая страна»: *Американцам это должно быть понятно: под давлением конгресса и определенных политических кругов очень часто к американским администрациям разных президентов выдвигались и сейчас выдвигаются требования разбомбить те или иные страны или активно вмешаться в их внутривнутриполитическую жизнь, как это произошло в Ираке, Афганистане, Ливии, Египте, Сирии — странах, которые 99 % американцев вряд ли покажут на карте, так как они находятся от США за тридцать земель* [Мигранян 2014]; *Мы понимаем, что не от хорошей жизни люди уезжают за тридцать земель и зачастую далеко не в цивилизованных условиях зарабатывают себе и своей семье возможность человеческого существования* [Владимир Путин: тем, кто хочет... 2012].

Сказка «Вершки и корешки» нередко используется для характеристики отношений между двумя сторонами (странами, страной и международной организацией, государством и населением страны и т. д.): *Боюсь, что может повториться сказка про „вершки и корешки“* [Инвестфонд поделят на

пятерых // РБК Daily. 2006.03.02]; *Полгода как Путин велел чиновникам сократиться и пахать каждому свою грядку, а не держать „вершки“, но бюрократов все больше, и грядки они никак не поделают*. [Седов 2004]. Данный прецедентный феномен может служить для обозначения оппозиции «верх — низ» в социально-политической стратификации общества: *Но как этот путь пройдет Россия и куда придет — вопрос, волнующий, пожалуй, всех: и вершки, и корешки* [Хакамада 2013]. Однако наиболее частотным является его употребление для описания ситуации, в которой только одна из сотрудничавших сторон получает выгоду: *Еще одни „вершки“ — принятие Россией на себя долгов бывших союзных республик при распаде СССР* [Павлова 2002]; *Помните, из сказки про мужика и медведя о том, „кому вершки, а кому — корешки“? Так вот, роль туповатого медведя отводилась государству. Цель авторов проекта понятна — сбросить немалую финансовую обузу и ответственность за хранение радиоактивных отходов* [Байгаров 2000]. Выражение может репрезентировать также оппозицию «верх — низ»: *Но, считают в Главном управлении собственной безопасности МВД РФ, это были „вершки“* [Ищенко 2003].

Отношения России и стран «Большой семерки» в начале двухтысячных годов описываются с обращением к прецедентному тексту — сказке «Волк и семеро козлят»: *Остается надеяться, что и, допустим, Борис Ельцин последует почину союзного „собрата“ — озвучит, например, новую версию сказки „Волк и семеро козлят“ о нелегком пути России в „большую восьмерку“* [Труд-7. 2004.02.12]; *Выступление Путина: — Ситуация вокруг России и „большой семерки“ напоминает мне сказку „Волк и семеро козлят“* [Белый танец... 2002]. Имеется в виду, вероятно, отказ стран «Большой семерки» принять Россию в свои ряды, как семеро козлят пытались не пустить волка к себе в дом.

Прецедентное высказывание *по щучьему велению*, мотивированное фольклорной сказкой про Емелю, используется в тех случаях, когда необходимо подчеркнуть внезапность какого-либо события в политической сфере и его мнимую неподготовленность: *Если же дело касается какой-то общественной акции, связанной с престижем губернаторов областей, тут же, как „по щучьему велению“, все сразу появляется* [Лебедина 2001]; *Только написал я в понедельник, обращаясь к российским властям: не тяните, выпустите Сноудена, и как*

будто прибавил „По щучьему велению, по моему хотению“ — и так и вышло [Шамир 2013].

Прецедентный феномен *Избушка на курьих ножках* используется для создания развернутой метафоры реально функционирующей демократической системы управления в государстве: „Ящик“ (или, чаще, компьютер со скачанным из Всемирной сети пиратским контентом) раз за разом показывает и доказывает нам, что буржуазная демократия, зиждущаяся на всеобщем избирательном праве, — это, в общем-то, *избушка на курьих ножках*: *стоит она к власти передом, а к лесу (то есть к народу) задом и поворачивается (слева на право или справа на лево) манипулятивными, а то и чисто имитационными способами [Топоров 2013а].* Употребление прецедентного феномена призвано показать, что демократия в реальных политических условиях отличается от устройства демократического государства в теории и, как сказочная *избушка на курьих ножках*, подчиняется словесным формулам, произносимым героями, изменяясь в угоду тем, кто находится у власти.

Вполне закономерно, что из группы прецедентных феноменов, мотивированных произведениями русских писателей, наиболее актуальны прецедентные феномены из сказок А. С. Пушкина. Они с раннего детства хранятся в тезаурусе языковой личности. Чрезвычайно распространенным в российском политическом дискурсе является прецедентное высказывание *остаться у разбитого корыта*, восходящее к «Сказке о рыбаке и рыбке». Оно имеет значение «(разг. ирон.) будучи всем недовольным и требуя лучшего, остаться ни с чем; вообще потерять все, лишиться всего» [Ожегов, Шведова 2006] и обычно используется для характеристики положения, в котором оказывается тот или иной политик или политическая организация или для описания результатов политической борьбы: *Глава межрегионального объединения избирателей Андрей Бузин допускает, что в случае массового выхода из РПР-ПАРНАС членов Республиканской партии Михаил Касьянов и Борис Немцов останутся у разбитого корыта [Башлыкова 2014]; ...спешно пере-квалифицировавшаяся из коммунисток в независимые кандидаты экс-премьер Зинаида Гречаная также осталась у разбитого корыта [Чинкова 2011б]; Политика президента Буша — война в Ираке, экономическая стагнация, налоговая система в пользу сверхбогатых — оставила республиканцев у разбитого корыта [Стуруа 2008]; И останется здесь партия у разби-*

того корыта — без денег и без электро-рата [Новый регион 2. 2007.07.16]; Приближаются выборы, и каждому необходимо верно просчитать ситуацию, чтобы после 20-го марта не остаться у разбитого корыта [Новый регион 2. 2005.03.10].

В статье о назначении В. Устинова полпредом президента в Южном федеральном округе для характеристики присущего ему стиля управления используется прецедентный феномен *дядька Черномор*: *Или этакий дядька Черномор, который скажет: „Разбирайтесь как хотите, но чтобы все было как надо“ [Кудрикова 2008].* Прецедентный феномен *тридцать три богатыря* используется для актуализации значения «мужественно, не жалея сил, надежно»: *Мы встанем на защиту интересов Автономии, как тридцать три богатыря, — отметил лидер „Союза“ Лев Миримский [Новый регион 2. 2010.09.28].* Прецедентный феномен *ткачиха с поварихой, с сватьей бабой Бабарихой* используется в значении «кто угодно, случайные люди»: *Чтобы о третьем сроке, помимо шофера, не спросила еще и ткачиха с поварихой, со сватьей бабой Бабарихой [Труд-7. 2006.10.28].* Для сообщения о рождении ребенка в семье президента Франции Николя Саркози автор статьи выбирает прецедентный феномен *родила царица в ночь не то сына, не то дочь*. Его использование обусловлено многочисленными слухами во французской прессе: *Родила царица в ночь не то сына, не то дочь... Эти строки как будто про первую леди Франции. Ведь пресса уже просто замучила народ ложными сенсациями: за последний месяц Карла успела „родить“ уже с десяток раз то мальчика, то девочку, то близнецов. И, как подмечали европейцы, и Франция, и их соседи уже дико устали от этой „мыльной оперы“ с „наследником престолола“ [Чинкова 2011а].*

Активно используются в политическом дискурсе и «осколки» прецедентного текста А. Н. Толстого «Золотой ключик» (заметим, что его актуализация в современном дискурсе обусловлена и популярностью кинематографических версий): *„Больной скорее жив, чем мертв“ — эти слова сказочного доктора из фильма-сказки „Приключения Буратино“ невольно всплывают в памяти, когда слушаешь наших чиновников [Рубль скорее укрепит, чем упадет 2011]; Однажды большой дядя-чиновник углядел в Буратино себя [Певчев 2013].* Прецедентный феномен *золотой ключик* имеет значение «сказочное средство для решения всех проблем». В таком значении он употребляется в статье о финансовом положении Украины: *Они*

в агонии, хотят найти какой-то **золотой ключик**, где лежит клад и сокровище, которое спасет Украину [Новый регион 2. 2011.03.29]. Прецедентное имя **Буратино** актуализирует инвариант восприятия прецедентной ситуации, описанной в сказке: Буратино зарывает в землю золотые монеты на Поле Чудес, веря, что из них вырастет денежное дерево. Прецедентная ситуация используется для негативной оценки непродуманных действий, приводящих к краху: *Что это, как не политика **Буратино**, зарывшего золотые монеты в Стране Дураков?* [Арсюхин 2013]; *Это своего рода инфантилизм, вера в сказку и желание, как у **Буратино**, заработать много и сразу, ничего не делая,* — прокомментировал ситуацию врач-психотерапевт, доктор медицинских наук **Ильгиз Тимербулатов** (статья о финансовых пирамидах) [Гареев 2011].

Прецедентный феномен **Карабас-Барабас** используется для создания образа авторитарного, жестокого правителя: *Ведь **Сталин** — это не просто какой-то **Карабас-Барабас**, который пришел тиранить безобидных кукол, — его окружение тоже было страшноватое* [Труд-7. 2005.09.24]. Напротив, использование прецедентного высказывания *пахать как папа Карло* в следующем примере: *И он, как „папа Карло“, в хорошем смысле этого слова, пахнет на регион* [Кафтан 2004] — характеризует главу субъекта Федерации как ответственного управленца.

Весьма частотны в политическом дискурсе прецедентные феномены, мотивированные зарубежной детской литературой, издавна являвшейся неотъемлемой частью детского чтения. Так, для характеристики политических деятелей нередко используется выражение **голый король**, генетически связанное с одноименной сказкой Г.-Х. Андерсена: *Он „голый король“, который заведет своим непродуманным руководством огромную страну к нищете и разрухе, и это также заставит активизироваться многих ведущих политиков на борьбу за „трон“...* [Эксперт. 2015]; *...Или что французский президент **Николя Саркози** есть „голый король“, вульгарен и заносчив, а президент Афганистана **Хамид Карзай** — „параноик“, а северокорейский лидер **Ким Чен Ир** — „дряблый старик“* [Wikileaks и непрописанный рентген... 2010]. В представленных примерах устойчивое выражение используется как средство резкой оценки лиц, занимающих высокое положение, но не обладающих необходимыми для политика качествами (обращает на себя внимание использование кавычек как сигнала интер-

текстуальности). В следующем примере прецедентный феномен **голый король** используется в трансформированном и приближенном к буквальному смыслу — «тот, кто не имеет достаточного количества материальных благ»: *Депутат без завода — **голый король**. Салдинский металлургический, из-за которого и разгорелись страсти в уральской глубинке, — кусок жирный* [Седов 2001].

Топонимы из детской литературы нередко служат для метафорического осмысления фрагментов политической карты мира. Так, прецедентный феномен **Зазеркалье** (часто в текстах со строчной буквы), мотивированный сказкой Л. Кэрролла, используется в политическом дискурсе для образного обозначения некоего условного пространства, где не действуют принятые нормы (государственные законодательные акты, нормы морали): *При этом одной ногой он живет в рамках и границах действующей Конституции, а другой — в **Зазеркалье**, населенном „национальным лидером“ и его подданными „запутинцами“* [Колесников 2007]; *Кажется, можно ставить диагноз. Мы попали в политическое **зазеркалье**. Здесь не действуют никакие твердые правила* [Архангельский 2007]; *Мы живем в **зазеркалье**, где не работает ни одна этическая система и все понятия вывернуты* [РБК Daily. 2007.05.30]; *В этом **зазеркалье** — своя шкала ценностей, свои законы, своя уродливая иерархия...* [Труд-7. 2001.05.26]. В материалах СМИ, освещающих внутреннюю политику России, **зазеркальем** часто называется Северный Кавказ: *Сама Россия слывет мрачным подсознанием Запада, а Северный Кавказ для России даже не подсознание, а мрачное **Зазеркалье**... Наглядно иллюстрирующая тот еще далеко не очевидный факт, что неформальную, но подразумеваемую неприкосновенность у нас теперь утрачивают „большие люди“ не только в Москве, не только в корневой России, но и на Северном Кавказе. Иначе говоря, в российском **Зазеркалье*** [Топоров 2013б]. Использование прецедентного феномена **Зазеркалье** подчеркивает обособленность региона России и то, что в нем законодательство действует не так, как на территории остальной страны.

Еще одним прецедентным феноменом, имеющим пространственное значение, является прецедентное имя **Мордор**, мотивированное романом Дж. Р. Толкина «Властелин колец». В волшебном мире Толкина **Мордором** названы владения темного мага, мрачная пустошь, населенная опасными существами. В политическом дискурсе прецедентный феномен **Мордор** используется

в двух значениях: 1) страна с жестким, тоталитарным режимом правления: *Сотрудничество литовского режиссера Карбаускаса с русскими актерами являлось убедительным доказательством того, что Россия — не тоталитарный Мордор, а цивилизованная страна, с которой можно (и нужно) иметь дело* [Смирнов 2014]; 2) выдуманное государство: *„Украина была, есть и будет. А Новороссия — это толкиновский миф под названием Мордор“, — отметил глава государства* [Порошенко назвал... 2015].

Актуальным и весьма частотным в ментальном поле «политическая борьба» является прецедентное высказывание *Акела промахнулся*, вызывающее в памяти произведение Р. Киплинга «Книга джунглей». Оно используется для метафорической характеристики ошибочных действий, приведших к поражению политического деятеля. Ср.: *Видя, что Акела промахнулся, шакалы из „Родины“ набросились на ослабевшего леопарда, а их предводитель Д. Рогозин презрительно отказал ему в совместном участии в программе В. Соловьева „К барьеру!“* [Соколов 2005]. Акела в данном фрагменте статьи — образная номинация В. Жириновского, неверно избранная тактика которого привела к поражению в политической борьбе и дала возможность более слабой политической силе — «шакалам» — действовать. Таким образом, использование прецедентного имени актуализирует прецедентную ситуацию, описанную в «Книге джунглей». Недоумение может вызвать использование в данном контексте слова *леопард*, однако оно обусловлено сравнением в тексте статьи тактики лидера ЛДПР с поведением кошки.

В статье о военном конфликте в Сирии прецедентное высказывание *Акела промахнулся* употребляется в отношении президента США Барака Обамы как предостережение: *Если оно провалится, то противники с криком „Акела промахнулся“ порвут его* [Черных 2013], чем подчеркивается важность решения, которое Обаме необходимо принять. В другом высказывании выражение *Акела промахнулся* характеризует неудачные политические ходы турецкого лидера Таипа Эрдогана: *С другой стороны, Акела промахнулся трижды за неполный месяц* [Вдовин 2013]. В статье высказывается предположение о возможном смещении главы государства по инициативе правительства, что возвращает к прецедентной ситуации.

Еще один прецедентный феномен, мотивированный «Книгой джунглей» Р. Киплинга, — *бандерлоги* — в политический дискурс ввел В. Путин, использовав его во время прямого общения с гражданами в значе-

нии «обезличенная масса, обыватели»: *Можно сказать в конце: „Идите ко мне, бандерлоги!“* [Комсомольская правда. 2011.12.15]. В таком значении прецедентный феномен стал частью лозунга участников политических митингов в Москве в 2011 г.: *„Мы не бандерлоги“, — повторяли на разные лады выступавшие* [Филимонов 2011]. Во время массовой многомесячной акции протеста в Украине в 2014 г., получившей название Евромайдан, прецедентный феномен *бандерлоги* приобрел новое значение. Вследствие фонетического сходства лексемы *бандерлоги* и фамилии теоретика украинского национализма *Степана Бандеры* (1909—1959) *бандерлогами* стали называть современных националистов. Прецедентный феномен был включен в неофициальный список «десяти неологизмов пост-Майдана»: *„Бандерлоги“. Нынче уже ...дцатая „молодость“ этого слова* [Лябина 2014]; *„С майдана в Магадан!“*, *„Бандерлоги по берлогагам!“* *Из политических партий знамена развернули ЛДПР и малоизвестная партия „Зеленые“* [РБК Дейли. 2014.03.03]. Последний пример фиксирует новое, достаточно устойчивое употребление: слово используется в политических кругах при обозначении прозападно настроенных объединений граждан либо вообще по отношению к оппонентам из недружественных политических партий [КакProsto].

Для выразительного описания ситуации, сложившейся на выборах губернатора Санкт-Петербурга, был выбран прецедентный текст братьев Grimm «Белоснежка и семь гномов»: *Десять лет назад, когда в сходной (хотя и не на все 100 %) ситуации шла на выборы губернатора в моем родном Петербурге кандидат Кремля В. И. Матвиенко, я обрисовал тогдашнюю политическую картину словесной формулой „Белоснежка и семь гномов“. В. И. была, естественно, „Белоснежкой“, хотя молва и приписывала ей особую любовь к другому цвету — красному. А противостояли ей „семь гномов“, один мельче другого* [Топоров 2013в]. В данном случае представлена особая текстовая интерпретация прецедентного феномена: на выборах губернатора был один явный фаворит, поддержанный правительством, остальные служили лишь фоном. Далее в тексте предложенная интерпретация прецедентного феномена служит уже для описания иной ситуации — выборов московского мэра. Компоненты прецедентного феномена мотивируют появление в тексте семантически противопоставленных окказионализмов *белоснежнее* (в большей степени пользующийся доверием Кремля, поддер-

жанный правительством) и *гномистее* (практически не претендующий на победу на выборах): *Собянин, разумеется, еще „белоснежнее“ нынешней председательницы Совфеда, потому что в отличие от нее на момент тогдашних выборов уже два года правит вверенным ему субъектом федерации, и, согласно данным соцопросов, правит вполне успешно, — а „гномы“, соответственно, еще „гномистее“* [Там же]. Таким образом, текстовое развертывание прецедентного феномена, абсолютно не связанное с содержанием самого прецедентного текста, служит для нестандартной интерпретации тезиса о формальности губернаторских выборов.

В современном политическом медиадискурсе прецедентность и ценностность часто подчиняются оппозиции «свой — чужой» [Иванова 2008: 31], однако эта оппозиция обычно «не работает» при использовании прецедентных феноменов, мотивированных детским чтением. Как свидетельствует материал современного политического дискурса, прецедентные феномены, генетически связанные с русским фольклором и произведениями русских писателей для детей, используются в медиатекстах, посвященных зарубежной политике и политикам. В то же время универсальные прецедентные феномены, мотивированные зарубежной детской литературой, не осознаются как знаки чужой культуры. Культурологический комментарий к подобным феноменам требуется в редких случаях. Так, при обращении к прецедентному тексту «Сказки дядюшки Римуса» Д. Харриса *„Я не хочу с ним (с Барак Обамой) связываться, — заявил Лэмборн в эфире денверского радио. — Это как дотронуться до Смоляного чучелка — прилипнешь, станешь частью проблемы и уже никуда не денешься“* [Семенов 2011] в тексте статьи дается не только краткий пересказ сюжета сказки, но и комментарий, объясняющий особенности восприятия данного прецедентного феномена в американской культуре: *Напомним, Смоляное чучелко, упоминающееся в сказках Дядюшки Римуса — вымышленного рассказчика, представляет собой вымазанную смолой куклу, с помощью которой братец Лис смог поймать братца Кролика. В силу своей принадлежности к негритянской культуре упоминание этого липкого персонажа в речи белыми людьми неизменно воспринимается как расистская риторика* [Там же]. Такая апелляция к прецедентному тексту, хотя и многократно переиздаваемому в России, но всё же не столь популярному, представляется вполне обоснованной. Подобную

ориентацию на потенциального адресата можно наблюдать и в следующем примере: *Ну, может, зрители центральных телеканалов заметят некоторое сходство депутата с гражданским ректором в сказочном Хогвартсе Долорес Джейн Амбридж („Гарри Поттер и Дары смерти“), которая запрещала все без разбора* [Известия. 2013.06.02]. Прецедентный феномен Долорес Джейн Амбридж известен читателям произведений Дж. Роулинг о Гарри Поттере, однако указание на источник и пояснение «которая запрещала все без разбора» необходимо, поскольку взрослая аудитория, к которой обращены политические медиатексты, чаще всего незнакома с произведением-источником и, соответственно, не обладает инвариантом восприятия прецедентного феномена.

Нами были представлены лишь некоторые случаи использования прецедентных феноменов, мотивированных детским чтением, в политическом дискурсе. Укорененность многих из них в тезаурусе современной языковой личности, а следовательно, прозрачность для восприятия делает эти языковые средства широко эксплуатируемым инструментом метафоризации, сравнений, разнообразных языковых игр. Нельзя не отметить, что активность того или иного прецедентного феномена зависит и от того, был ли экранизирован текст. Вербальные прецедентные феномены, поддержанные визуальными образами, оказываются более распространенными. Различные виды прецедентных феноменов (имена, высказывания, ситуации), мотивированные адаптированными для детского чтения фольклорными произведениями, произведениями русских и зарубежных авторов, разделяются на несколько групп в соответствии с моделью использования в политическом дискурсе: 1) прецедентные имена, характеризующие конкретного политического деятеля (например, *Кощей Бессмертный, дядька Черномор, Карабас-Барабас, Карлсон*); 2) прецедентные имена и прецедентные высказывания, соотносимые с пространственными образами (*за тридевять земель, Страна Дураков, Зазеркалье*); 3) прецедентные феномены, служащие для характеристики политической ситуации (*голый король, Акела промахнулся*). Прецедентные феномены в политическом контексте обычно расширяют свой исконный семантический потенциал под влиянием лингвистических и экстралингвистических факторов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Арсюхин Е. Храня деньги в евро, вы уподобляетесь глупому Буратино // Комсомольская правда. 2013. 10 марта. URL: <http://www.ural.kp.ru/daily/26043.4/2957240/>.

2. Архангельский А. Изделие номер два // Новости : РИА. 2007. 20 сент. URL: <http://ria.ru/authors/20070920/79954607.html>.
3. Байгаров С. Вершки и корешки // Труд : обществ.-полит. газ. 2000. № 212, 14 нояб. URL: http://www.trud.ru/article/14-11-2000/14998_vershki_i_koreshki.html.
4. Баранов А. Ураган на США наслали русские? // Комсомольская правда. 2005. 24 сент. URL: <http://www.ural.kp.ru/daily/23584/44808/>.
5. Баранов А., Чинкова Е. Арабские режимы окостенели. Но они — заслон против исламистов // Комсомольская правда. 2011. 9 февр. URL: <http://www.ural.kp.ru/daily/25635/799805/>.
6. Башлыкова Н. Владимир Рывков не хочет мириться с Немцовым и Касьяновым // Известия. 2014. 11 февр. URL: <http://izvestia.ru/news/565530>.
7. Белый танец: дамы приглашают негров! // Комсомольская правда. 2002. 5 янв. URL: <http://www.ural.kp.ru/daily/22466/14434/>.
8. Вдовин В. Злой турок, добрый турок // Известия. 2013. 16 июня. URL: <http://izvestia.ru/news/552040>.
9. Владимир Путин: тем, кто хочет или пытается разделить нас, могу сказать одно — не дождетесь // Комсомольская правда. 2012. 23 янв. URL: <http://www.ural.kp.ru/daily/25821.5/2799215/>.
10. Ворошилова М. Б. Двое из ларца: ассоциативные образы В. В. Путина и Д. А. Медведева // Политическая коммуникация : материалы Междунар. науч. конф. (Екатеринбург, 24—26 сент. 2013) / гл. ред. А. П. Чудинов ; ФГБОУ ВПО «Урал. гос. пед. ун-т». — Екатеринбург, 2013. С. 80—83.
11. Гареев М. Громкое дело в Башкирии: «Работа на дому» оказалась финансовой пирамидой // Комсомольская правда. 2011. 3 мая. URL: <http://www.ural.kp.ru/daily/25679/839099/>.
12. Иванова С. В. Политический медиа-дискурс в фокусе лингвокультурологии // Политическая лингвистика. 2008. № 1 (24). С. 29—33.
13. Известия : ежедн. газ.
14. Ищенко С. Большая стирка // Труд : обществ.-полит. газ. 2003. № 114, 25 июня. URL: http://www.trud.ru/article/25-06-2003/58393_bolshaja_stirka.html.
15. Кафтан Л. Председатель Совета Федерации Сергей Миронов: «Я с Людмилой Путиной чай не пью» // Комсомольская правда. 2004. 14 дек. URL: <http://www.samara.kp.ru/radio/stenography/35096/>.
16. Кафтан Л. Карающая длань партии // Комсомольская правда. 2012. 16 мая. URL: <http://www.ural.kp.ru/daily/25883/2845517/>.
17. Колесников А. (За)кадровый кризис // Новости : РИА. 2007. 14 окт. URL: <http://ria.ru/authors/20071114/87988822.html>.
18. Комсомольская правда : газ.
19. Кудрикова В. Устинова отправили на юг // Труд : обществ.-полит. газ. 2008. № 87, 16 мая. URL: http://www.trud.ru/article/16-05-2008/129047_ustinova_otpravili_na_jug.html.
20. Лебедина Л. «Черный монах», «Фифа с бантом» и другие // Труд : обществ.-полит. газ. 2001. 22 марта. URL: http://www.trud.ru/article/22-03-2001/21466_chernyj_monax_fifa_s_bantom_i_drugie.html.
21. Литовкин Д. Сергей Иванов: «Не страшно, что лично я не знаю, как устроена гаубица» // Известия. 2006. 28 марта. URL: <http://izvestia.ru/news/312376>.
22. Лябина А. Новый русско-украинский словарь: 10 неологизмов постмайдана // Комсомольская правда. 2014. 21 июля. URL: <http://www.ural.kp.ru/daily/26258.5/3137433/>.
23. Миграция А. Украинская головоломка // Известия. 2014. 28 февр. URL: <http://izvestia.ru/news/566745>.
24. Мокшенко В. М., Никитина Т. Г. Большой словарь русских поговорок. — М., 2007. 783 с.
25. Нахимова Е. А. Прецедентное имя Керенский в современных отечественных СМИ // Политическая лингвистика. 2008. № 1 (24). С. 48—55.
26. Нахимова Е. А. Прецедентные имена в массовой коммуникации. — Екатеринбург, 2007. URL: <http://www.philology.ru/linguistics2/nakhimova-07a.htm> (дата обращения: 06.04.16).
27. Национальный корпус русского языка = НКРЯ. URL: <http://ruscorpora.ru/search-paper.html> (дата обращения: 06.04.2016).
28. Новый регион 2 : информационное агентство. URL: <http://nr2.com.ua>.
29. Овчаренко Е. Грузинский мандарин — он и в Америке мандарин // Известия. 2006. 5 мая. URL: <http://izvestia.ru/news/313476>.
30. Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка : 72 500 слов и 7 500 фразеологических выражений. — М. : Азъ, 2006. 955 с.
31. Павлова Аза. Борис Кагарлицкий: иногда деньги стоят слишком дорого // Труд : обществ.-полит. газ. 2002. № 200, 5 нояб. URL: http://www.trud.ru/article/05-11-2002/48859_boris_kagarlitskij_inogda_dengi_stojat_slisshkom_do.html.
32. Певчев А. Алексей Меринов: «В Буратино большой дядя-чиновник углядел себя» // Известия. 2013. 22 февр. URL: <http://izvestia.ru/news/545396>.
33. Порошенко назвал Новороссию Мордором // Lenta.ru. 2015. 24 авг. URL: <https://lenta.ru/news/2015/08/24/mordor/>.
34. РБК Daily. URL: <http://www.rbc.ru/>.
35. Рубль скорее укрепится, чем упадет // Комсомольская правда. 2011. 18 нояб. URL: <http://www.kp.by/daily/25789/2772706/>.
36. Седов А. Завод купили эти гады... Вставай, народ, на баррикады! // Комсомольская правда. 2001. 11 окт. URL: <http://pages.nes.ru/russian/about/MassMedia/Guriev-Koms-pravda11-10.htm>.
37. Седов А. Премьер Михаил Фрадков — Герману Грефу и Юрию Лужкову: Давно пора сесть... // Комсомольская правда. 2004. 22 окт. URL: <http://www.ural.kp.ru/daily/23388/33240/>.
38. Семенов А. Республиканцы дразнят Барака Обаму «Смоляным чучелком» // Комсомольская правда. 2011. 2 авг. URL: <http://www.ural.kp.ru/daily/25729/2719570/>.
39. Смирнов И. Аутоиммунный синдром // Известия. 2014. 3 февр. URL: <http://izvestia.ru/news/565042>.
40. Соколов М. «Смелость, организованность и здравый смысл» // Известия. 2005. 1 апр. URL: <http://izvestia.ru/news/301209>.
41. Степанов С. Ю. Константы : словарь русской культуры. — М., 2001. 989 с.
42. Стурра М. Хиллари Клинтон — главный союзник Маккейна // Известия. 2008. 29 апр. URL: <http://izvestia.ru/news/336069>.
43. Топоров В. Телеизбушка на курьих ножках // Известия. 2013а. 15 февр. URL: <http://izvestia.ru/news/545021>.
44. Топоров В. Арест в Зазеркалье // Известия. 2013б. 2 июня. URL: <http://izvestia.ru/news/551345>.
45. Топоров В. Большие маневры // Известия. 2013в. 6 июня. URL: <http://izvestia.ru/news/551527>.
46. Труд-7 : еженед. газ.
47. Фидель Бессмертный // Комсомольская правда. 2011. 11 авг. URL: <http://www.ural.kp.ru/daily/25734.3/2723055/>.
48. Филимонов М. Протесты в Москве повышают для властей риски на выборах президента // Новости : РИА. 2011. 24 дек. URL: <http://ria.ru/analytics/20111224/525417393.html>.
49. Хакамата И. Всё проходит // Известия. 2013. 29 сент. URL: <http://izvestia.ru/news/557845>.
50. Черных Е. Атака на Сирию — это удар по России // Комсомольская правда. 2013. 29 авг. URL: <http://www.ural.kp.ru/daily/26126.3/3018018/>.
51. Чинкова Е. Саркози дарят плюшевых медведей, деревья и розовые одеяла // Комсомольская правда. 2011а. 27 окт. URL: <http://www.ural.kp.ru/daily/25778.3/2760601/>.
52. Чинкова Е. В президенты Молдовы никто не рвется // Комсомольская правда. 2011б. 15 нояб. URL: <http://www.ural.kp.ru/daily/25787/2770361/>.
53. Чудинов А. П. Метафорическая мозаика в современном политическом дискурсе. — Екатеринбург, 2003. URL: <http://www.philology.ru/linguistics2/chudinov-03a.htm> (дата обращения: 06.04.2016).
54. Шамир И. Дело Сноудена: по щучьему велению, по моему хотению // Комсомольская правда. 2013. 2 авг. URL: <http://www.ural.kp.ru/daily/26114/3009401/>.
55. Шевцов О. Джон Керри — потомок Ивана Грозного? // Комсомольская правда. 2004. 18 авг. URL: <http://www.ural.kp.ru/daily/23341/31299/>.
56. Эксперт : журн.
57. KakProsto. Кто такие Бандерлоги. URL: <http://www.kakprosto.ru/kak-889771-cto-takie-banderlogi#ixzz46aG1KDK1>.
58. Wikileaks и непрописанный рентген госдепартамента // Новости : РИА. 2010. 29 нояб. URL: <http://ria.ru/analytics/20101129/302345902.html>.

N. P. Nosova, V. D. Chernyak
St. Petersburg, Russia

REMEMBERING THE CHILDHOOD... (ONE TYPE OF PRECEDENT PHENOMENA IN POLITICAL DISCOURSE)

ABSTRACT. *The article covers the usage of precedent phenomena with the source domain from children's books in modern political discourse. Based on the materials of Russian National Corpus, three groups of precedent phenomena are discussed: 1) motivated by folklore fairy-tail, 2) connected with the children's stories by the Russian writers, 3) connected with foreign children's literature. Practically all members of the Russian linguocultural community have perceptual invariant of precedent texts from children's books. This fact explains the frequent metaphorical usage of these phenomena. Verbal precedent phenomena connected with visual image are the most wide spread phenomena.*

Based on the texts under study, speech patterns with precedent phenomena used in political discourse are singled out: precedent names, characterizing politicians; precedent names and statements, describing space; precedent phenomena, correlating with political situations. Precedent phenomena from children's books do not create the opposition "own" — "alien", but in some cases precedent phenomena from foreign text are the signs of alien culture and need linguocultural comment. In political context precedent phenomena can broaden their semantics under the influence of linguistic and extralinguistic factors.

KEYWORDS: *childhood reading; political discourse; precedent phenomena; precedent name; precedent statement; precedent situation; precedent text.*

ABOUT THE AUTHOR: *Chernyak Valentina Danilovna, Doctor of Philology, Professor, Head of Department of the Russian Language, Herzen State Pedagogical University of Russia, St. Petersburg.*

ABOUT THE AUTHOR: *Nosova Elena Pavlovna, Post-graduate Student, Department of the Russian Language, Herzen State Pedagogical University of Russia; Gymnasium 205, Teacher.*

REFERENCES

- Arsyukhin E. Khryanya den'gi v evro, vy upodoblyayetes' glupomu Buratino // Komsomol'skaya pravda. 2013. 10 marta. URL: <http://www.ural.kp.ru/daily/26043.4/2957240/>.
- Arkhangelskiy A. Izdelie nomer dva // Novosti : RIA. 2007. 20 sent. URL: <http://ria.ru/authors/20070920/79954607.html>.
- Baygarov S. Vershki i koreshki // Trud : obshchestv.-polit. gaz. 2000. № 212, 14 noyab. URL: http://www.trud.ru/article/14-11-2000/14998_vershki_i_koreshki.html.
- Baranov A. Uragan a SShA naslali russkie? // Komsomol'skaya pravda. 2005. 24 sent. URL: <http://www.ural.kp.ru/daily/23584/44808/>.
- Baranov A., Chinkova E. Arabskie rezhimy okosteneli. No oni — zaslon protiv islamistov // Komsomol'skaya pravda. 2011. 9 fevr. URL: <http://www.ural.kp.ru/daily/25635/799805/>.
- Bashlykova N. Vladimir Ryzhkov ne khochet mirit'sya s Nemtsovyim i Kas'yanovym // Izvestiya. 2014. 11 fevr. URL: <http://izvestia.ru/news/565530>.
- Belyy tanets: damy priglasyayut negrov! // Komsomol'skaya pravda. 2002. 5 yanv. URL: <http://www.ural.kp.ru/daily/22466/14434/>.
- Vdovin V. Zloy turok, dobryy turok // Izvestiya. 2013. 16 iyunya. URL: <http://izvestia.ru/news/552040>.
- Vladimir Putin: tem, kto khochet ili pytaetsya razdelit' nas, mogu skazat' odno — ne dozhdetes' // Komsomol'skaya pravda. 2012. 23 yanv. URL: <http://www.ural.kp.ru/daily/25821.5/2799215/>.
- Voroshilova M. B. Dvoe iz lartsa: assotsiativnye obrazy V. V. Putina i D. A. Medvedeva // Politicheskaya kommunikatsiya : materialy Mezhdunar. nauch. konf. (Ekaterinburg, 24—26. sent. 2013) / gl. red. A. P. Chudinov ; FGBOU VPO «Ural. gos. ped. un-t». — Ekaterinburg, 2013. С. 80—83.
- Gareev M. Gromkoe delo v Bashkirii: «Rabota na domu» okazalas' finansovoy piramidoy // Komsomol'skaya pravda. 2011. 3 maya. URL: <http://www.ural.kp.ru/daily/25679/839099/>.
- Ivanova S. V. Politicheskii media-diskurs v fokuse lingvokulturologii // Politicheskaya lingvistika. 2008. № 1 (24). S. 29—33.
- Izvestiya : ezhdn. gaz.
- Ishchenko S. Bol'shaya stirka // Trud : obshchestv.-polit. gaz. 2003. № 114, 25 iyunya. URL: http://www.trud.ru/article/25-06-2003/58393_bolshaya_stirka.html.
- Kaftan L. Predsedatel' Soveta Federatsii Sergey Mironov: «Ya s Lyudmiloy Putinoy chay ne p'yu» // Komsomol'skaya pravda. 2004. 14 dek. URL: <http://www.samara.kp.ru/radio/stenography/35096/>.
- Kaftan L. Karayushchaya dlan' partii // Komsomol'skaya pravda. 2012. 16 maya. URL: <http://www.ural.kp.ru/daily/25883/2845517/>.
- Kolesnikov A. (Za)kadrovyy krizis // Novosti : RIA. 2007. 14 okt. URL: <http://ria.ru/authors/20071114/87988822.html>.
- Komsomol'skaya pravda : gaz.
- Kudrikova V. Ustinova opravili na yug // Trud : obshchestv.-polit. gaz. 2008. № 87, 16 maya. URL: http://www.trud.ru/article/16-05-2008/129047_ustinova_otpravili_na_jug.html.
- Lebedina L. «Chernyy monakh», «Fifa s bantom» i drugie // Trud : obshchestv.-polit. gaz. 2001. 22 marta. URL: http://www.trud.ru/article/22-03-2001/21466_chernyj_monax_fifa_s_bantom_i_drugie.html.
- Litovkin D. Sergey Ivanov: «Ne strashno, chto lichno ya ne znayu, kak ustroena gaubitsa» // Izvestiya. 2006. 28 marta. URL: <http://izvestia.ru/news/312376>.
- Lyabina A. Novyy russko-ukrainskiy slovar': 10 neologizmov postmaydana // Komsomol'skaya pravda. 2014. 21 iyulya. URL: <http://www.ural.kp.ru/daily/26258.5/3137433/>.
- Migranyan A. Ukrainskaya golovolomka // Izvestiya. 2014. 28 fevr. URL: <http://izvestia.ru/news/566745>.
- Mokienko V. M., Nikitina T. G. Bol'shoy slovar' russkikh pogovorok. — M., 2007. 783 s.
- Nakhimova E. A. Pretsedentnoe imya Kerenskiy v sovremennykh otechestvennykh SMI // Politicheskaya lingvistika. 2008. № 1 (24). S. 48—55.
- Nakhimova E. A. Pretsedentnye imena v massovoy kommunikatsii. — Ekaterinburg, 2007. URL: <http://www.philology.ru/linguistics2/nakhimova-07a.htm> (data obrashcheniya: 06.04.16).
- Natsional'nyy korpus russkogo yazyka = NKRYa. URL: <http://ruscorpora.ru/search-paper.html> (data obrashcheniya: 06.04.2016).
- Novyy region 2 : informatsionnoe agentstvo. URL: <http://nr2.com.ua>.
- Ovcharenko E. Gruzinskiy mandarin — on i v Amerike mandarin // Izvestiya. 2006. 5 maya. URL: <http://izvestia.ru/news/313476>.
- Ozhegov S. I., Shvedova N. Yu. Tolkovyy slovar' russkogo yazyka : 72 500 slov i 7 500 frazeologicheskikh vyrazheniy. — M. : Az", 2006. 955 s.
- Pavlova Aza. Boris Kagarlitskiy: inogda den'gi stoyat slishkom dorogo // Trud : obshchestv.-polit. gaz. 2002. № 200, 5 noyab. URL: http://www.trud.ru/article/05-11-2002/48859_boris_kagarlitskiy_inogda_dengi_stoyat_sliskom_do.html.
- Pevchev A. Aleksey Merinov: «V Buratino bol'shoy dyadya-chinovnik uglyadel sebya» // Izvestiya. 2013. 22 fevr. URL: <http://izvestia.ru/news/545396>.
- Poroshenko nazval Novorossiyyu Mordorom // Lenta.ru. 2015. 24 avg. URL: <https://lenta.ru/news/2015/08/24/mordor/>.
- RBK Daily. URL: <http://www.rbc.ru/>.
- Rubl' skoree ukrepitsya, chem upadet // Komsomol'skaya pravda. 2011. 18 noyab. URL: <http://www.kp.by/daily/25789/2772706/>.
- Sedov A. Zavod kupili eti gady... Vstavay, narod, na barrikyady! // Komsomol'skaya pravda. 2001. 11 okt. URL:

<http://pages.nes.ru/russian/about/MassMedia/Guriev-Koms-pravda11-10.htm>.

37. Sedov A. Prem'er Mikhail Fradkov — Germanu Grefu i Yuriyu Luzhkovu: Davno pora sest'... // Komsomol'skaya pravda. 2004. 22 okt. URL: <http://www.ural.kp.ru/daily/23388/33240/>.
38. Semenov A. Respublikantsy draznyat Baraka Obamu «Smolyanym chuchelkom» // Komsomol'skaya pravda. 2011. 2 avg. URL: <http://www.ural.kp.ru/daily/25729/2719570/>.
39. Smirnov I. Autoimmunnyy sindrom // Izvestiya. 2014. 3 fevr. URL: <http://izvestia.ru/news/565042>.
40. Sokolov M. «Smelost', organizovannost' i zdravyy smysl» // Izvestiya. 2005. 1 apr. URL: <http://izvestia.ru/news/301209>.
41. Stepanov S. Yu. Konstanty : slovar' russkoy kul'tury. — M., 2001. 989 s.
42. Sturua M. Khillari Klinton — glavnyy soyuznik Makkeyna // Izvestiya. 2008. 29 apr. URL: <http://izvestia.ru/news/336069>.
43. Toporov V. Teleizbushka na kur'ikh nozhkakh // Izvestiya. 2013a. 15 fevr. URL: <http://izvestia.ru/news/545021>.
44. Toporov V. Arest v Zazerkal'e // Izvestiya. 2013b. 2 iyunya. URL: <http://izvestia.ru/news/551345>.
45. Toporov V. Bol'shie manevry // Izvestiya. 2013v. 6 iyunya. URL: <http://izvestia.ru/news/551527>.
46. Trud-7 : ezhened. gaz.
47. Fidel' Bessmertnyy // Komsomol'skaya pravda. 2011. 11 avg. URL: <http://www.ural.kp.ru/daily/25734.3/2723055/>.

48. Filimonov M. Protesty v Moskve povyshayut dlya vlastey riski na vyborah prezidenta // Novosti : RIA. 2011. 24 dek. URL: <http://ria.ru/analytics/20111224/525417393.html>.
49. Khakamada I. Vse prokhodit // Izvestiya. 2013. 29 sent. URL: <http://izvestia.ru/news/557845>.
50. Chernykh E. Ataka na Sิริyu — eto udar po Rossii // Komsomol'skaya pravda. 2013. 29 avg. URL: <http://www.ural.kp.ru/daily/26126.3/3018018/>.
51. Chinkova E. Sarkozi daryat plyushevykh medvedey, derev'ya i rozovye odevyala // Komsomol'skaya pravda. 2011a. 27 okt. URL: <http://www.ural.kp.ru/daily/25778.3/2760601/>.
52. Chinkova E. V prezidenty Moldovy nikto ne rvetsya // Komsomol'skaya pravda. 2011b. 15 noyab. URL: <http://www.ural.kp.ru/daily/25787/2770361/>.
53. Chudinov A. P. Metaforicheskaya mozaika v sovremennom politicheskom diskurse. — Ekaterinburg, 2003. URL: <http://www.philology.ru/linguistics2/chudinov-03a.htm> (data obrashcheniya: 06.04.2016).
54. Shamir I. Delo Snoudena: po shchuch'emu veleniyu, po moemu khoteniyu // Komsomol'skaya pravda. 2013. 2 avg. URL: <http://www.ural.kp.ru/daily/26114/3009401/>.
55. Shevtsov O. Dzhon Kerri — potomok Ivana Groznogo? // Komsomol'skaya pravda. 2004. 18 avg. URL: <http://www.ural.kp.ru/daily/23341/31299/>.
56. Ekspert : zhurn.
57. KakProsto. Kto takie Banderlogi. URL: <http://www.kakprosto.ru/kak-889771-kto-takie-banderlogi#ixzz46aG1KDK1>.
58. Wikileaks i nepropisanny rentgen gosdepartamenta // Novosti : RIA. 2010. 29 noyab. URL: <http://ria.ru/analytics/20101129/302345902.html>.

Статью рекомендует к публикации д-р филол. наук, проф. Е. А. Нахимова.

РАЗДЕЛ 2. ПОЛИТИЧЕСКАЯ КОММУНИКАЦИЯ

УДК 81-119
ББК Ш100.3

ГСНТИ 16.21.27

Код ВАК 10.02.20

Э. В. Будаев, В. В. Тихонов
Екатеринбург, Россия

ЗООМОРФНЫЕ МЕТАФОРЫ КАК ИНСТРУМЕНТ КОНЦЕПТУАЛИЗАЦИИ СИРИЙСКОГО КОНФЛИКТА В СМИ РОССИИ И США

АННОТАЦИЯ. Настоящая статья посвящена сопоставительному когнитивному исследованию зооморфных метафор, используемых в российских и американских СМИ для концептуализации сирийского конфликта в 2015—2016 гг. Сопоставительный анализ показал, что зооморфные метафоры востребованы в СМИ обеих стран, а структура метафорических моделей, актуализируемых в СМИ России и США, схожа. Структурное различие касается слота «Животные как объект ухода», который представлен только в российских СМИ: это связано с тем, что на Западе умалчивают о спонсировании террористов со стороны Турции. При значительной схожести концептуального инвентаря образов в сфере-источнике наблюдаются различия в подборе концептов сферы-мишени, притягивающих эти образы. Зооморфные метафоры хорошо отражают различия в мотивации сторон конфликта, позволяя преследовать прагматические цели через механизмы переконцептуализации массового сознания. Официально постулируемая в политических дискурсах борьба с терроризмом и надежда на формирование единого антитеррористического фронта не находят подтверждения в метафорической коммуникации. Анализ зооморфных метафор и их роли в категоризации сторон сирийского конфликта свидетельствует о значительных расхождениях в видении ситуации и наличии латентных интенций, которые явно не эксплицируются, но неизбежно проявляются в информационном противостоянии с помощью метафорических моделей.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: зооморфная метафора; метафорическая модель; политический дискурс; сирийский конфликт; СМИ США; СМИ России.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ: Будаев Эдуард Владимирович, доктор филологических наук, доцент, профессор кафедры иностранных языков, Российский государственный профессионально-педагогический университет; 620012, г. Екатеринбург, ул. Машиностроителей, д. 11; e-mail: aedw@rambler.ru.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ: Тихонов Виталий Владимирович, магистрант, Уральский государственный педагогический университет; 620017, г. Екатеринбург, пр-т Космонавтов, 26; e-mail: vitalik212@hotmail.com.

Современные лингвистические исследования показывают, что зооморфная метафора как феномен человеческого мышления имеет давние истоки, но ее моделирующий потенциал до сих пор активно используется в политических дискурсах самых разных стран: Бразилии [Ramalho 2005], Венесуэлы [Hernández 2004], Германии [Zinken 2004], Италии [Di Sparti 1995], России [Вершинина 2002; Чудинов 2001], США [Lakoff 2004; Santa Ana 2002], Швеции [Candel 2005], Литвы [Sakalauskaite 2010] и других. Типичная сфера-мишень для зооморфной метафоры — политический оппонент, поэтому зооморфные метафоры в большинстве своем обладают пейоративными оценочными смыслами. Квантитативный анализ многотысячного корпуса зооморфных образов в китайском и немецком языках показал, что только 13 % китайских и 18 % немецких образов обладают позитивной оценкой, 21 % китайских и 18 % немецких зооморфизмов рассматриваются как оценочно нейтральные, в то время как негативную оценку приносят 66 % и 64 % образов соответственно [Hsieh 2004]. Большая часть зооморфных метафор, актуализированных в русском политическом дискурсе, также несет в себе негативные смыслы [Чудинов 2001: 135].

Таким образом, зооморфная метафора априори обладает определенным пейоративным оценочным потенциалом. Вместе с тем характеристики зооморфной метафорической модели меняются в зависимости от экстралингвистических факторов. Особо значимые корреляции метафорических моделей и дискурсивных факторов наблюдаются в периоды политических кризисов, по этой причине внимание специалистов по метафорологии и политической лингвистике привлекает именно кризисная коммуникация [Баранов 2003; De Landtsheer 1991, 2004, 2008; Vertessen 2008].

В настоящей работе рассматривается функционирование зооморфной метафоры в дискурсе политического кризиса в Сирии. Началом этого кризиса можно считать март 2011 г., когда в Сирийской Арабской Республике началась гражданская война между сторонниками президента Б. Асада и отрядами сирийской оппозиции. В 2013—2015 гг. слабостью государственной власти воспользовались террористы ИГИЛ, захватившие большую часть территории страны. Осенью 2015 г. по просьбе президента Сирии Башара аль-Асада Российская Федерация задействовала на территории Сирии вооруженные силы с целью предотвращения развала государственной власти и борьбы с террори-

Статья подготовлена при поддержке РФНФ: проект № 14-04-0268 «Политическая лингвистика: проблематика, методология, аспекты исследования и перспективы развития научного направления».

© Будаев Э. В., Тихонов В. В., 2016

стическими организациями, такими как ИГИЛ, «Джебхат-ан-Нусра», «Ахрар аш-Шам» и другими.

Новости о российской операции в Сирии не сходили с первых полос российских средств массовой информации, а важное место в описании событий заняла зооморфная концептуальная метафора. Материалом для настоящего исследования зооморфных образов послужили печатные и электронные тексты российских и американских СМИ: «Аргументы и факты», «Московский комсомолец», РИА, ТАСС, РБК, «Вести», Первый канал, «Взгляд», «Russia Today», «Звезда», «Правда.ру», «Известия», «The Los Angeles Times», «Forbes», «The Washington Post», «The New York Post», «The USA Today», «Foreign Policy», «The Wall Street Journal» и др.

Анализ языковых единиц позволил выделить метафорическую модель «СИРИЙСКИЙ КОНФЛИКТ — ЭТО МИР ЖИВОТНЫХ», состоящую из следующих фреймов: «Состав царства животных», «Действия животных», «Части тела животного», «Обращение с животными», «Место обитания животных». Рассмотрим подробнее эти фреймы.

1. Фрейм «Состав царства животных»

Субъекты политической деятельности представляются в виде животного, обладающего определенными чертами и свойствами. Так, в данном фрейме можно выделить следующие метафорические образы: *зверь, змея, киска, пес, крыса, таракан, медведь, тигр, лев, птица*. Ср.: *Дело в том, что отходя и покидая свои позиции, террористы нередко убивают всех заложников, отравляют провиант, который не могут унести, сжигают дома. Такие прецеденты не везде, но есть. Зверь, загнанный в угол, дерется ожесточеннее. А когда речь идет о сектантах, имеет место жестокость нечеловеческого свойства, бессмысленная и беспощадная* (Мария Безчастная // Свободная Пресса. 07.03.2016); *Нельзя закрывать глаза на то, что некоторые стремятся убивать и разрушать, и радикальный ислам поощряет и структурирует именно эти стремления. Нужно понять, что это за зверь такой — исламизм, и прекратить уверять всех, и себя в первую очередь, что это не монстр, а просто такая большая киска, и если погладить у нее за ушком, она ляжет у ваших ног* (А. Гейфман // 9 канал. 01.03.2016); *Таким образом, все стороны конфликта в Магрибе в данный момент находятся на перепутье, а извне усиливаются попытки перетасовать всю колоду политических лидеров, террористических организаций и*

прочих участников процесса. ИГИЛ в этом случае будет отводиться роль цепного пса, искусственно или напрямую бросаемого то на одну, то на другую линию фронта для усиления или ослабления позиций прочих игроков (А. Топалов // Взгляд. 08.02.2016); *Боевики ИГИЛ разбегаются как тараканы* (Звезда // 4.12.2015).

Типичные концепты сферы-мишени метафорической экспансии — ТЕРРОРИСТЫ и РАДИКАЛЬНЫЙ ИСЛАМ. Представленные образы несут негативные смыслы дегуманизации противника (*зверь, монстр, тараканы, цепной пес*). Из этого ряда могла бы выпасть метафора *киска*. Однако контекст показывает, что и в данном примере, казалось бы, мелиоративный образ используется для привнесения негативных смыслов.

Зооморфные метафоры данного фрейма обычно акцентируют жестокость врага (*зверь, пес, монстр*). Что же касается метафоры *тараканы*, то она описывает поведение террористов во время бомбардировки российской авиацией, что призвано разрушить миф об их непобедимости.

Вместе с тем в данном фрейме присутствует немало примеров с мелиоративными смыслами (*лев, медведь, кошка, птицы*), ср.: *Конечно, стало понятно и очевидно, что готовится большая зачистка Сирии. И в этом случае появившийся там „русский медведь“, то есть когда он запустил туда лапу, он как бы фактически восстановил статус-кво, то есть стало понятно, что никто никуда не пойдет, как в том старом добром анекдоте* (С. Михеев // Вести ФМ. 18.03.2016); *Путина в Сирии назвали „львом и защитником“, сравнив со святыми. „Вы знаете, Владимир Путин — он пришел сюда как наш спаситель и защитник! Мы называем его Хейдар, Лев — это прозвище носил наш Имам Али“, — говорят жители Зейнабии* (Звезда. 08.01.2016); *Наши в Сирии: снова „вежливая кошка“ в темной комнате? Россия не подтверждает присутствия своих военных на родине Башара Асада, но возможность этого уже — часть большой политической игры* (А. Байдакова // Новая газета. 09.09.2015); *И, казалось бы, эта новость касается лишь военных, но нет. Если посмотреть шире, то понятно, почему прилетевшие железные птицы произвели такой фурор, причем не только среди экспертов* (Е. Лямин // Первый канал. 07.02.2016).

Типичные концепты сферы-мишени метафорической экспансии, притягивающие положительные смыслы, — РОССИЯ, РОССИЙСКАЯ АРМИЯ, ПУТИН. Образ медведя — типичная метафора для России, чего нельзя

сказать о льве и кошке. Примечательно, что метафора льва переплелась с сирийским прецедентным феноменом (*Хейдар — Имам Али*), а образ «вежливой кошки» — с прецедентной ситуацией, связанной с присоединением Крыма. Эти нетипичные зооморфные метафоры появились в российских СМИ в результате воздействия на политический дискурс экстралингвистических факторов.

В СМИ США также используются метафоры данного фрейма, но негативные зооморфные образы служат для описания не только террористов, но и России. Ср.: *ISIL using lone wolf attackers in Europe as smoke screen for larger plots* (Т. Whitehead // The Telegraph. 29.03.2016). — *Использование ИГИЛ волков-одиночек для атак в Европе — это дымовая завеса для более масштабных сценариев; Why the U.S. needs to dance with the Russian bear in Syria?* (The Los Angeles Times. 30.09.2015). — *Почему США вынуждены плясать с российским медведем в Сирии?*

Хотя к образу медведя обращаются и американские СМИ, их оценки в данном случае смещены с положительных на нейтральные или негативные. Метафора *bear* выполняет стандартную функцию негативных зооморфных метафор, заключающуюся в дегуманизации оппонентов, к которым, помимо террористов, приписывают и Россию.

2. Фрейм «Действия животных»

Для демонстрации отношения между основными сторонами сирийского конфликта достаточно часто используется зооморфная метафора, апеллирующая к повадкам животных. В данном фрейме наиболее распространены следующие концепты: *вставать на лапы*, *разрывать*, *грызть*, *тянуть щупальца*, *кусать*. Приведем примеры: *И Турция видела в этой организации некий противовес ИГИЛ. ...опять русский медведь поднимается на задние лапы на Востоке* (О. Артук // Правда. 21.10.2015); *Европу уже заполнили сотни, если не тысячи спящих, и иногда, как видим, просыпающихся агентов ИГИЛ. Буквально в пятницу президент Турции сделал заявление, которое сегодня вспоминают все европейские газеты: „Нет никакой причины, чтобы взорвавшаяся в Анкаре бомба не взорвалась в Брюсселе. Вы пригрели змею, которая в любой момент может вас укусить. Вы поймете нас, когда бомбы взорвутся в ваших городах, но это будет уже поздно“* (А. Кондрашев // Вести. 22.03.2016); *„Явная наша удача в Сирии вызвала такую, может быть, уже предпоследнюю подножку западных союзников США по отношению к нам, — сказал газете ВЗГЛЯД вице-президент Академии*

геополитических проблем полковник ВВС Владимир Анохин, участвовавший в боевых действиях в Сирии в 1970-е. — Не знаю, что будет дальше, но во всяком случае, Запад начинает трезветь. Когда лидеры протрезвеют, они увидят, в какую мышеловку они попали, и будут грызть ее прутья“ (Р. Крецул // Взгляд. 11.02.2016); *Как террористы ИГИЛ вознамерились откусить „турецкую руку“* (А. Григорьев // Рен-Тв. 17.01.2016); *На Ближнем Востоке разверзается громадная черная дыра. Из нее выползает мерзкая отвратительная медуза ИГИЛ (арабское название — ДАИШ, запрещена в РФ), тянет свои щупальца к русскому Северному Кавказу, к Крыму, к Средней Азии.*

Большинство метафор характеризуются негативной оценкой и агрессивными прагматическими смыслами, что отражает конфронтационный характер описываемых реалий.

В американских СМИ агрессивная борьба разных сторон сирийского конфликта представлена посредством метафор *to bite* (*кусать*), *to claw* (*рвать*), *to bristle* (*ощетиниться*), *to show teeth* (*показывать зубы*): *Putin has bitten off more than he can chew* (А. Korewa // Newsweek. 10.02.2015). — *Путин откусил больше, чем он сможет прожевать; President Vladimir Putin has shown his teeth in Georgia in 2008, in Ukraine in 2014-15 and in Syria today* (W. Clarck // The USA Today 11.02.2016). — *Президент Путин показал зубы в Грузии в 2008, на Украине в 2014—2015 и в Сирии сегодня; The advance is being hailed as highly symbolic for Syrian forces, which have relied heavily on Russia and Iran to claw back losses suffered over the past four years* (M. Chulov // The Guardian. 24.03.2016). — *Наступление носит символический характер для Сирийской армии, которая в большей степени полагалась на Россию и Иран, которые помогли оторвать обратно потерянные и страдающие на протяжении последних четырех лет территории.*

В СМИ США, в отличие от российских массмедиа, типичным концептом сферы мишени является ПУТИН. Зооморфизмы призваны дегуманизировать российского президента и дискредитировать его анти-террористические инициативы путем представления их агрессивными «звероподобными» действиями.

3. Фрейм «Обращение с животными»

Данный фрейм можно дополнительно структурировать, выделив слоты «Животные как объект агрессии», «Животные как объект эксплуатации», «Животные как объект ухода».

Слот 3.1. Животные как объект агрессии

Достаточно часто в политической речи зооморфная метафора отражает агрессию, возникающую между политическими конкурентами: *охота, травить, дразнить, будить*. Ср.: „Сезон свободной охоты на ИГИЛ“ *открыт: как ВКС РФ сожгли 1000 бензовозов террористов* (Д. Юров // Звезда. 24.11.2015); *Стратегия США — направить всех на всех* (Е. Сатановский // Вести ФМ. 30.12.2015); *И всё это к тому же еще и с центром в Саудовской Аравии. Таким образом, мы видим, что борьбу с засильем крыс решили взять на себя главные разводчики крыс* (Е. Сатановский // Вести ФМ. 15.12.15); *Асад разбудил зверя и просит Россию дразнить его, или Мутная военная доктрина России, ведущая в ад* (Д. Айвазян).

Типичный концепт сферы-мишени в данном слоте — ИГИЛ (как объект охоты) и РОССИЙСКАЯ АРМИЯ (как охотник).

В американских СМИ также используется потенциал данных метафор, особенно характерны метафоры *to hunt* (охотиться), *to tighten the noose* (затянуть петлю).

Haunted by war, many Syrian kids have no psychological support (S. Jones // The Huffington Post. 22.12.2015). — *Преследуемые на военной охоте, большинство сирийских детей не имеют психологической помощи; The fight to finally obliterate the depraved Islamic State (ISIS) terror group must now focus on tightening “the noose around the head of the snake in Syria”* (M. Fallon // The Express. 20.01.2016). — *Мы должны сосредоточиться на том, чтобы затянуть петлю вокруг головы змеи в Сирии, чтобы наконец победить ИГИЛ.*

В отличие от российских СМИ, американские массмедиа рисуют метафорическую картину, в которой объектом охоты и агрессии становятся не только террористы, но и сирийские граждане, в том числе дети.

Слот 3.2. Животные как объект эксплуатации

В приведенных ниже примерах политические субъекты используют возможности для получения определенной выгоды, что описывается с помощью образов эксплуатации животных: *США „быстро запрягли“ свою авиацию, но так и не добрались до цели, громогласно объявленной Барак Обама в сентябре 2014 г., не просто ослабить ИГИЛ, но и полностью его ликвидировать* (М. Муртазин // Infox 21.10.2015); *Сирийский конфликт: США и Россия оказались в одной упряжке.*

С помощью метафор данного слота в российской прессе актуализируются смыслы

совместной борьбы с террором. Типичные концепты сферы-мишени — АРМИЯ США и АРМИЯ РОССИИ.

Американские СМИ используют метафоры данного слота для концептуализации терроризма, на который нужно надеть намордник (*to muzzle*), потока мигрантов и президента Б. Асада, которых необходимо обуздать (*to curb, to rein in*). Ср.: *A new European Union-Turkey agreement comes into effect next week to curb the flow of migrants* (M. Trezzini // The Chicago Tribune. 30.03.2016); *Did the invasion of Afghanistan muzzle terrorism? A decade and a half later, we are still at war in that poor benighted country, and the terrorism that we experienced on 9/11 has spread to Madrid, Paris, Beirut, Ankara, Cairo, Brussels, Damascus, Baghdad, and other cities. We sowed the wind in Somalia, Iraq, Libya, Yemen, and Syria* (C. Hallinan // People's World. 30.03.2016). — *Вторжение в Афганистан обуздало терроризм? Спустя десять с половиной лет мы все еще находимся в войне с этой бедной страной, и тот терроризм, с которым мы познакомились 11 сентября, распространился на Мадрид, Париж, Бейрут, Анкару, Каир, Брюссель, Дамаск, Багдад и другие города. Мы посеяли ветер терроризма в Сомали, Ираке, Ливии, Йемене и Сирии; Those attacks, along with this week's renewed violence, have raised pressure on Moscow to rein in its partner* (N. Malas // The Wall Street Journal. 01.04.2016). — *Те атаки, наряду с возобновленной жестокостью, оказали давление на Москву, чтобы та обуздала своих партнеров.*

Слот 3.3. Животные как объект ухода

Для достижения того или иного результата субъектам политической деятельности необходимо обеспечить условия для оптимальной жизнедеятельности «животных». Типичный концепт сферы-мишени в данном слоте — ТЕРРОРИСТЫ, которых *прикармливают* страны Запада и Ближнего Востока. Ср.: *То есть, получается, что все субъекты этого процесса — Америка, Турция, Саудовская Аравия, Катар — каждый пытается немного своих террористов прикармливать, да, оставить* (С. Корневский // Вести ФМ. 21.12.15); *Новые „Калибры“ в помощь Асаду, Москва и Дамаск не признают Свободную сирийскую армию, Турция кормит террористов и ворует древности, Сирия будет сбивать самолеты НАТО* (А. Кириллова // Федеральное агентство новостей. 12.12.2015).

В американских СМИ метафоры данного слота оказались неактуальны, что неудивительно, ведь рисуемая ими картина мира крайне нелицеприятна для американского

общества, независимо от того, соответствует ли информация о поддержке США и их союзниками террористов действительности или нет.

4. Фрейм «Части тела животного»

Метафоры данного фрейма (*когти, клыки, зубы*) используются для описания военного потенциала как террористов, так и российской армии, с той лишь разницей, что российская армия эффективно использует *когти*, лишая животных-террористов возможности применить «органы агрессии»: *Терроризм без денег — это зверь без зубов* (А. Антонов // Russia Today. 02.12.2015); *Российские летчики продолжают „вырывать клыки и когти“ у боевиков ИГ в Сирии. Подобраться к авиабазе Хмеймим не могут ни исламисты, ни американцы. // В ходе антитеррористической спецоперации в Арабской Республике России удалось задействовать все возможности своей дальней авиации и современных крылатых ракет, „показать новейшие когти ‘Медведя’“ (то есть стратегического бомбардировщика Ту-95, по кодификации НАТО он именуется Bear, что переводится на русский как „медведь“. — прим. „Звезды“)* (ТВ Звезда. 21.11.2015).

В американской прессе тоже используются подобные метафоры — *teeth (зубы), claws (когти), clutches (лапы)*, ср.: *Turkey more than likely wouldn't want the troops to insert into the lower half of the country (the teeth of the Syrian defense) and a flanking maneuver doesn't make a lot of sense in this case* (C. Martin // Wikileaks. 22.11.2011). — *Турция, вероятно, не захочет отправлять на юг страны свои войска (в зубы сирийской обороны), а также фланговый маневр не принесет никакого смысла; The British lion's claws: With Syrian airstrikes looming, these are the weapons that will rain fire on ISIS* (S. Webb // The Mirror 02.12.2015). — *Британские когти льва: вместе с авиаударами по Сирии это оружие устроит огненный дождь для ИГИЛ.*

Особенность концептуализации сирийского конфликта в США заключается в том, что речь идет о *клыках* и *зубах* армий стран Запада, а также сирийской оппозиции, что нехарактерно для российской прессы.

5. Фрейм «Место обитания животных»

Территория Сирии, используемая как правительственными войсками, так и террористами, может быть метафорически описана как место обитания животных. Как в российских (логово, гнездо), так и американских СМИ (*lair, nest*) используются подобные ме-

тафоры. Ср.: *Две сирийские женщины, используя скрытую камеру, тайно сняли жизнь в логове ДАИШ (арабское название запрещенной в РФ группировки „Исламское государство“) в северном сирийском городе Ракка* (М. Макарычев // LifeNews. 15.03.2016); *Полет над гнездом ИГИЛа* (А. Коц // КП. 04.10.2016); *Военное вмешательство России в сирийские события остановило крайне опасный не только для региона, но и для Европы, и для всего мира процесс разрастания змеиного гнезда „исламского халифата“ — главной цели ИГИЛ* (В. Баранец // КП. 31.10.2016); *The teahouse eventually was closed down after pressure from worried parents —but not because it had served as an ISIS lair, because it did not have a proper license* (T. Seibert // The Daily Beast. 16.10.2015). — *Кафе было закрыто под давлением забеспокоившихся родителей, но не потому, что оно служило в качестве логова ИГИЛ, а потому, что оно не имело необходимой лицензии; A soldier dubbed the Russian Rambo was about to become a dad when he sacrificed himself destroying a nest of ISIS fighters* (M. Havis // Daily Star. 30.03.2016). — *Солдат, которого окрестили русским Рэмбо, должен был стать отцом, когда он пожертвовал собой, чтобы уничтожить гнездо ИГИЛ.*

Данный фрейм является редким примером совпадения концептов сферы-мишени в российской и американской прессе. Типичный концепт сферы-мишени — МЕСТОНАХОЖДЕНИЕ ТЕРРОРИСТОВ.

Представленный материал свидетельствует о востребованности и структурированности зооморфной метафорической модели в СМИ России и США. Для зооморфной метафоры в контексте сирийского конфликта характерны концептуальные векторы жестокости и агрессии. При сопоставлении метафор в российских и американских СМИ обнаруживается схожесть использованных образов при описании сирийского конфликта, однако при существенных параллелях наблюдаются значимые различия.

Так, представление президентов России и Сирии существенно разнится в западных и российских СМИ: если в России Путин представляется львом, то в американских и британских — зверем, оскалившимся на всех. Более того, интересен и тот факт, что слот «Животные как объект ухода» представлен только в российских СМИ. Это связано с тем, что на Западе молчат о спонсировании террористов со стороны Турции (и, возможно, других стран Запада и Ближнего Востока), которая преследует свои геополитические цели. Турция, в свою очередь, с 1952 г. является страной — членом НАТО, организации, миссией которой

является борьба с терроризмом. В российских СМИ осуждается роль Североатлантического альянса вместе с его непонятными целями по борьбе с терроризмом и позицией по будущему Сирии.

Таким образом, при значительной схожести концептуального инвентаря образов в сфере-источнике, в кризисной коммуникации наблюдаются различия в подборе концептов сферы-мишени, притягивающих эти образы. Зооморфные метафоры хорошо отражают различия в мотивации сторон конфликта, явно не высказываемые, но неизбежно проявляющиеся в политическом дискурсе. Постулируемая всеми борьба с терроризмом и надежда на формирование единого фронта против общего врага (подобно общему фронту союзников против фашизма) не находят подтверждения в метафорической коммуникации. Анализ зооморфных метафор и их роли в категоризации сторон сирийского конфликта свидетельствует о значительных расхождениях в видении ситуации и латентных интенциях, явно не эксплицируемых, но неизбежно проявляемых в информационном противостоянии с помощью метафорических моделей.

ЛИТЕРАТУРА

1. Баранов А. Н. Политическая метафорика публицистического текста: возможности лингвистического мониторинга // Язык средств массовой информации. — М.: Изд-во МГУ, 2003. С. 134—140.
2. Будаев Э. В. Постсоветская действительность в метафорах российской и британской прессы. — Нижний Тагил: НТГСПА, 2007. 160 с.
3. Вершинина Т. С. Зооморфная, фитоморфная и антропоморфная метафора в современном политическом дискурсе: автореф. дис. ... канд. филол. наук. — Екатеринбург, 2002. 24 с.

4. Красильникова Н. А. Метафорическая репрезентация лингвокультурологической категории СВОИ — ЧУЖИЕ в экологическом дискурсе США, России и Англии: дис. ... канд. филол. наук. — Екатеринбург, 2005. 231 с.

5. Ряпосова А. Б. Метафорические модели с агрессивным прагматическим потенциалом в политическом нарративе «Российские федеральные выборы (1999—2000 гг.)»: дис. ... канд. филол. наук. — Екатеринбург, 2002. 202 с.

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

7. Candel B. Political Islam and Translation Metaphors and Frames in Media Reporting and Islamist Rhetoric: MA Dissertation. — Guildford: Univ. of Surrey, 2005. 95 p.

8. De Landtsheer Ch., Vries Ph. De, Vertessen D. Political Impression Management: How Metaphors, Sound Bites, Appearance Effectiveness, and Personality Traits Can Win Elections // Journ. of Political Marketing. 2008. Vol. 7 (3/4). P. 217—238.

9. De Landtsheer Ch. Function and the Language of Politics. A Linguistics Uses and Gratification Approach // Communication and Cognition. 1991. Vol. 24 (3/4). P. 299—342.

10. De Landtsheer Ch., De Vrij I. Talking about Srebrenica. Dutch Elites and Dutchbat. How Metaphors Change During Crisis // Metaphorical World Politics / ed. by F. A. Beer, Ch. de Landtsheer. — East Lansing: Michigan State Univ. Pr., 2004. P. 163—189.

11. Di Sparti A. Metafora, guerra e strategie comunicative // Raccontare la guerra / a cura di A. Di Sparti, M. Giacomarra. — Palermo: L'Epos, 1995. P. 13—49.

12. Hernández M. L. La metáfora política en la prensa venezolana: Un estudio lingüístico cognitivo // Revista de Ciencias Humanas y Sociales. 2004. Vol. 20, № 44. P. 55—77.

13. Hsieh S. C. The Corpora of Mandarin Chinese and German Animal Fixed Expressions: A Cognitive Semantic Application // Birmingham Univ. Centre for Computer Corpus Research on Language Technical Papers. 2004. Vol. 18. P. 27—35.

14. Lakoff G. Don't Think Of An Elephant! Know Your Values and Frame the Debate: The Essential Guide for Progressives. — White River Junction: Chelsea Green Publ., 2004. 124 p.

15. Santa Ana O. Brown Tide Rising: Metaphors of Latinos in Contemporary American Public Discourse. — Austin, TX: Univ. of Texas Pr., 2002. 402 p.

16. Sakalauskaite A. Zoometaphors in English, German, and Lithuanian: A Corpus Study: PhD dissertation. — Univ. of California, Berkeley, 2010. 120 p.

17. Vertessen D., De Landtsheer Ch. A Metaphorical Election Style: Use of Metaphor at Election Time // Political Language and Metaphor: Interpreting and Changing the World / ed. by T. Carver, J. Pikalo. — London: Routledge, 2008. P. 271—285.

18. Zinken J. Metaphoric Practices in the German Wende Discourse // Journ. of Multilingual and Multicultural Development. 2004. Vol. 25, № 5/6. P. 424—436.

E. V. Budaev, V. V. Tikhonov
Ekaterinburg, Russia

ZOOMORPHIC METAPHORS AS A TOOL FOR CONCEPTUALIZATION OF CONFLICT IN SYRIA IN US AND RUSSIAN MASS MEDIA

ABSTRACT. *The paper deals with contrastive analysis of zoomorphic metaphors in the US and Russian mass-media covering the conflict in Syria in 2015-2016. The analysis revealed that metaphors of animals are widely spread in both Russian and US mass media as a tool for conceptualizing the Syrian Civil War. The structures of Russian and US metaphoric models are isomorphic except for the slot "Animal care" which was not found in the US mass media but was represented in Russian media texts. This finding is explained by the suppression of facts in the US mass media as far as Turkish state-sponsorship of ISIS is concerned. Although zoomorphic metaphors in Russian and American cultures reflect similar thinking patterns, thus indicating metaphors of animals are universal, there are significant differences concerning the concepts of the target domains. Metaphors of animals let the mass media achieve pragmatic goals and change the conceptualization of the Syrian conflict in public consciousness. Nonetheless, zoomorphic images clearly demonstrate the difference of motivation of all parties to the Syrian conflict. According to official political discourses all states are committed to fighting terrorism. However, research into metaphors of animals reveals political actors' latent intentions, which are not explicit but inevitably become apparent in metaphoric communication.*

KEYWORDS: metaphors of animals; metaphoric model; political discourse; conflict in Syria; US mass media; Russian mass media.

ABOUT THE AUTHOR: Budaev Eduard Vladimirovich, Doctor of Philology, Professor of Department of Foreign Languages, Russian State Vocational Pedagogical University, Ekaterinburg, Russia.

ABOUT THE AUTHOR: Tikhonov Vitaliy Vladimirovich, Master's Degree Student, Ural State Pedagogical University, Ekaterinburg, Russia.

REFERENCES

1. Baranov A. N. Politicheskaya metaforika publitsisticheskogo teksta: vozmozhnosti lingvisticheskogo monitoringa // Yazyk sredstv massovoy informatsii. — M. : Izd-vo MGU, 2003. S. 134—140.
2. Budaev E. V. Postsovetskaya deystvitel'nost' v metaforakh rossiyskoy i britanskoy pressy. — Nizhniy Tagil : NTGSPA, 2007. 160 s.
3. Vershinina T. S. Zoomorfnyaya, fitomorfnyaya i antropomorfnyaya metafora v sovremennom politicheskom diskurse : avtoref. dis. ... kand. filol. nauk. — Ekaterinburg, 2002. 24 s.
4. Krasil'nikova N. A. Metaforicheskaya reprezentatsiya lingvokulturologicheskoy kategorii SVOI — ChUZhIE v ekologicheskoy diskurse SShA, Rossii i Anglii : dis. ... kand. filol. nauk. — Ekaterinburg, 2005. 231 s.
5. Ryaposova A. B. Metaforicheskie modeli s agressivnym pragmaticheskim potentsialom v politicheskom narrative «Rossiyskie federal'nye vybory (1999—2000 gg.)» : dis. ... kand. filol. nauk. — Ekaterinburg, 2002. 202 s.
6. Chudinov A. P. Rossiya v metaforicheskom zerkale: kognitivnoe issledovanie politicheskoy metafory (1991—2000) : monogr. / Ural. gos. ped. un-t. — Ekaterinburg, 2001. 238 s.
7. Candel B. Political Islam and Translation Metaphors and Frames in Media Reporting and Islamist Rhetoric : MA Dissertation. — Guildford : Univ. of Surrey, 2005. 95 p.
8. De Landtsheer Ch., Vries Ph. De, Vertessen D. Political Impression Management: How Metaphors, Sound Bites, Appearance Effectiveness, and Personality Traits Can Win Elections // Journ. of Political Marketing. 2008. Vol. 7 (3/4). P. 217—238.
9. De Landtsheer Ch. Function and the Language of Politics. A Linguistics Uses and Gratification Approach // Communication and Cognition. 1991. Vol. 24 (3/4). P. 299—342.
10. De Landtsheer Ch., De Vrij I. Talking about Srebrenica. Dutch Elites and Dutchbat. How Metaphors Change During Crisis // Metaphorical World Politics / ed. by F. A. Beer, Ch. de Landtsheer. — East Lansing : Michigan State Univ. Pr., 2004. P. 163—189.
11. Di Sparti A. Metafora, guerra e strategie comunicative // Raccontare la guerra / a cura di A. Di Sparti, M. Giacomarra. — Palermo : L'Epos, 1995. P. 13—49.
12. Hernández M. L. La metáfora política en la prensa venezolana: Un estudio lingüístico cognitivo // Revista de Ciencias Humanas y Sociales. 2004. Vol. 20, № 44. P. 55—77.
13. Hsieh S. C. The Corpora of Mandarin Chinese and German Animal Fixed Expressions: A Cognitive Semantic Application // Birmingham Univ. Centre for Computer Corpus Research on Language Technical Papers. 2004. Vol. 18. P. 27—35.
14. Lakoff G. Don't Think Of An Elephant! Know Your Values and Frame the Debate: The Essential Guide for Progressives. — White River Junction : Chelsea Green Publ., 2004. 124 p.
15. Santa Ana O. Brown Tide Rising: Metaphors of Latinos in Contemporary American Public Discourse. — Austin, TX : Univ. of Texas Pr., 2002. 402 p.
16. Sakalauskaite A. Zoometaphors in English, German, and Lithuanian: A Corpus Study : PhD dissertation. — Univ. of California, Berkeley, 2010. 120 p.
17. Vertessen D., De Landtsheer Ch. A Metaphorical Election Style: Use of Metaphor at Election Time // Political Language and Metaphor: Interpreting and Changing the World / ed. by T. Carver, J. Pikalo. — London : Routledge, 2008. P. 271—285.
18. Zinken J. Metaphoric Practices in the German Wende Discourse // Journ. of Multilingual and Multicultural Development. 2004. Vol. 25, № 5/6. P. 424—436.

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

Л. А. Гаврилов
Москва, Россия

ПОЛИТИЧЕСКИЙ ДИСКУРС В ЗЕРКАЛЕ НАУЧНОГО

АННОТАЦИЯ. Сравнение научного и политического дискурсов имеет целью выявить когнитивный диссонанс, существующий в их содержании и функциях. Если субъект научной информации, выступая как выразитель объективно существующих качеств и закономерностей, адресует свой текст квалифицированным специалистам в определенной области знаний, то субъект политической информации реализует в своем тексте функцию воздействия определенных политических кругов на адресата. В результате, если в научном дискурсе преобладает рациональная оценка явлений и фактов, а сам автор стремится к полной объективности в выражении своих мыслей, в политическом дискурсе (в статье есть соответствующие примеры) адресант сознательно отступает от объективной истины и даже в ряде случаев манипулирует сознанием адресата, если это соответствует его политическим целям. Именно поэтому сегодня в политическом дискурсе доминируют языковые знаки, выражающие не прямые предметно-логические значения, а образно-метафорические, отражающие политическую действительность образно.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: адресант; адресат; научный дискурс; политический дискурс; функция воздействия; категория оценки; когнитивный диссонанс.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ: Гаврилов Лев Алексеевич, кандидат филологических наук, профессор, профессор кафедры французского языка Военного университета Министерства обороны РФ; 111033, г. Москва, ул. Волочаевская, д. 3/4; e-mail: Lieutenant-en-chef@ya.ru.

В соответствии с концепцией Е. В. Сидорова мы понимаем под дискурсом речевую коммуникацию как «онтологически относительно самостоятельное явление», выполняющее социальную функцию «по организации социального взаимодействия людей речевыми средствами» [Сидоров 2009: 6]. В этой связи при анализе дискурса важно определить особенности производства текстов, их смысловое содержание, а также их восприятие и понимание адресатом с учетом фоновых знаний последнего в определенном социальном пространстве.

Наша работа посвящена сопоставительному анализу политического и научного дискурсов. Последний объединяет в сознании адресанта и адресата компоненты, способные влиять на особенности порождения и восприятия текста научного характера. В число таких компонентов входят объективность, логическая доказательность и последовательность изложения содержания. На примере текстов, относящихся к научному дискурсу, можно увидеть целенаправленный и целеобусловленный характер реализации языковой системы, на которую также влияют и такие факторы, как тематика и частные задачи сообщения, знания и способности, квалификация и опыт, взгляды и убеждения, эрудированность и речевые навыки автора текста и, наконец, необходимая для понимания текста рецептивная компетентность адресата, сознательно или бессознательно учитываемые адресантом [Гаврилов 2004: 134].

Научные тексты обладают, как правило, ограниченной коммуникативностью и предназначены для специалистов соответствующего научного профиля. Человеку, далекому, например, от физики, лингвистики или какой-либо другой науки, даже формулиров-

ки названий, не говоря уже о сути работ в этих областях, понять затруднительно.

Характер текста, относящегося к научному дискурсу, конечно, позволяет адресату однозначно понимать имеющуюся в нем научную информацию, но, с другой стороны, в определенной мере и затрудняет этот процесс. Информационная насыщенность и сложность текста вряд ли могут доставить читателю эстетическое удовольствие, зато они всегда будут требовать от него большой умственной работы и прежде всего сосредоточенности и мобилизации интеллектуальных усилий.

Отметим в этой связи, что поток информации, циркулирующий в политическом дискурсе, лишь отчасти определяет значимость описываемых событий. Как отмечает В. Т. Третьяков, это происходит потому, что он состоит «на 80—90 % из так называемого информационного шума, лишь сопровождающего события, но не определяющего и даже не раскрывающего их сути...» [Третьяков 2015: 478].

В подтверждение этого тезиса приведем следующий пример. Примерно год тому назад перед визитом в Италию В. В. Путин дал интервью двум итальянским журналистам. «Комсомольская правда» посвятила ему целую страницу. Однако о содержании ответов нашего президента интервьюерам в газете почти ничего не было сказано. Зато подробно были описаны носки журналистов (они были красные) и приводилось много доводов в пользу того, что скоро и мы с вами также будем ходить в красных носках.

В процессе производства текстов адресант, как правило, взаимодействует с другими участниками научной коммуникации, либо полемизируя с ними, либо опираясь на полученные от них определенные сведения, необходимые ему для разработки исследуемых в тексте проблем. Более того, излагая

результаты собственных научных исследований, адресант дает им оценку не только с позиций, занимаемых им самим, но сопоставляя ее с другими мнениями, воззрениями, концепциями, позициями [Ноткина 2009: 118].

Использование в научном тексте сведений, которые уже содержались в других источниках, действительно помогает субъекту текста ввести в научный обиход новые знания, которые «всегда связаны с изменением энтропических уровней, то есть со снижением неопределенности при решении, со снижением риска, с повышением качества тех шагов, которые опираются на полученную информацию» [Тондл 1975: 391].

Подобное заимствование сведений и оценок, с одной стороны, обогащает семантико-информационное содержание текста, а с другой — помогает адресату осмыслить новые знания, содержащиеся в этом тексте.

Синтаксис научного текста отвечает задаче логически и последовательно излагать материал, что делает само изложение более сложным для понимания и не всегда способствует его лаконичности. В то же время терминологическая лексика научного текста, хотя и обеспечивает объективность и точность, вместе с тем в ряде случаев может приводить и к определенной стилистической монотонности, превращать научный текст «в набор словесных клише» [Будагов 1967: 244]. Что же касается адресанта научного текста, то, как правило, никаких сведений субъективного или иного характера о нем в тексте не приводится. По сути дела, мы судим о личности ученого по значимости его работы, в которой он своеобразно обезличен. Такая обезличенность позволяет автору текста добиваться максимальной точности и объективности системы доказательств и избегать совсем не нужной и даже вредной в научной прозе аффективности.

И напротив, адресант политического текста почти всегда в нем присутствует. Реализуя коллективно-регулятивную функцию, он, как правило, выступает как представитель определенных политических или общественных кругов, позиции и взгляды которых он выражает или защищает. В результате освещение политических вопросов «персонализируется, сводится к лицу одного человека. И поэтому влияние авторитетных людей во всех областях „общества спектакля“ становится ключевым. Влияние этих людей на массы, которые не имеют другого доступа к информации, высочайшее» [Кьеца 2016].

Отметим также еще и то, что политический дискурс объединяет все присутствующие в сознании адресанта и адресата компоненты, способные влиять на характер порождения

и восприятия текста. К ним обычно относят политические взгляды автора текста и задачи, стоявшие при его создании, представления адресанта о затрагиваемой в тексте политической обстановке, а также и о вероятном адресате и некоторых знакомых последнему текстах, которые должен учитывать отправитель сообщения [Чудинов 2008: 41].

По-разному в научном и политическом дискурсах проявляет себя функция выражения абстрактного. Если в научном дискурсе она предназначена прежде всего для передачи знаний в действительности от адресанта к адресату с опорой на доказательства их истинности, то в политическом дискурсе абстрактное часто используется совсем иначе. Многие абстрактные слова (*свобода, демократия, коммунизм* и т. п.) неодинаково понимаются сторонниками различных политических взглядов, которые вкладывают в них часто не только разный, но и противоположный смысл. Однозначности не способствует и проникновение в политический дискурс несколько расплывчатых абстрактных понятий, характерных для паранаучных идей, астрологии, оккультизма и т. п.

Политический дискурс рассчитан на большую и недифференцированную аудиторию и всё время должен обеспечивать понятность, доходчивость передаваемых сообщений. Именно поэтому последние необходимо постоянно приспособлять к наиболее общим речевым навыкам адресата. В результате политический дискурс оказывается под воздействием одних и тех же факторов, которые видоизменяют содержание и форму подачи материалов в соответствии с потребностями и мотивами деятельности адресанта. «Соответственно возникает единство освещения, объединения, подачи, оформления и т. д. ...Характер этого единства увязывается по всем статьям с соотношением интеллектуального и эмоционального начал: будничность и интересность вплоть до сенсационности, глубина и общедоступность, точность и всеобщность, общность и убеждающе-организующая действительность и т. д.» [Костомаров 1974: 53].

Все эти факторы необходимо учитывать адресанту для воздействия на аудиторию, для того, чтобы она разделяла выдвигаемые им положения, а в идеале — их и поддерживала. Всё это позволяет, как отмечал ещё Э. Бернейс, держать общество «под постоянным, массивным контролем» [Бернейс 2010: 4]. Именно благодаря такому контролю и осуществляется «управление (вплоть до манипулирования) поведением и инстинктами общества (масс населения) со стороны власти имущих, правящего класса, государ-

ства» [Третьяков 2015: 151]. Эта функция политического воздействия, или функция управления, является важнейшей в политическом дискурсе и часто оказывается удивительно сильной. Например, в начале 1996 г. рейтинг доверия избирателей у президента Б. Ельцина был очень мал. У любого более или менее известного российского политика он был на порядок выше. «Однако правящий класс решил оставить в Кремле на второй срок именно Ельцина. Как этого удалось добиться? Только получив в союзники (вольные или невольные, идейные или корыстные) большинство журналистов» [Там же: 154].

Отметим также, что информированность адресата, несмотря на доступность средств массовой информации, часто оставляет желать лучшего. Дело в том, что политический текст в ряде случаев отличается ограниченной коммуникативностью, которая выражается в том, что доходящая до адресата информация носит избирательный, неполный характер. Адресант намеренно «фильтрует» информацию с тем, чтобы последняя способствовала формированию только такой картины мира у адресата, которая максимально отвечала бы представлениям и задачам самого адресанта. Одновременно всячески скрывается альтернативная информация, не отражающая точку зрения адресанта и стоящих за ним политических кругов. Так, на Украине всячески скрывался факт соучастия Н. Савченко в убийстве российских журналистов, а судебное разбирательство этого преступления использовалось для обвинения России в нарушении Минских договоренностей и как повод для нападения украинских «патриотов» на российское посольство в Киеве.

Ограниченная коммуникативность широко использовалась советским руководством в годы Великой Отечественной войны, чтобы оградить советских людей от фашистской пропаганды. Именно с этой целью в начале войны владельцам радиоприемников пришлось их сдать на временное хранение. После войны их вернули. Возможно, сегодня такой шаг властей рассматривался бы как нарушение прав потребителя, но в военное время к нему отнеслись с пониманием. По крайней мере, у нас в семье по этому поводу не роптали.

Одним из образцов манипулирования сознанием была немецкая листовка, распространенная в 1944 г. на территории Украины, содержанием которой был приказ, написанный якобы Л. П. Берия и Г. К. Жуковым, — «О выселке в отдаленные края Союза ССР всех украинцев, проживавших под властью немецких оккупантов» [Терещенко 2012: 317]. Органы контрразведки делали всё воз-

можное для того, чтобы ограничить распространение этой листовки среди мирного населения и особенно среди военнослужащих Красной армии. Ведь даже сама мысль о переселении украинцев была бы диверсией, подрывающей морально-психологическое состояние бойцов и командиров нашей армии. Тем более что, по некоторым данным, 25 % ее личного состава составляли именно украинцы [Там же: 319].

Освещение актуальных политических событий в научном и политическом дискурсах отличается определенной спецификой. Так, в некоторых гуманитарных науках, например, таких как история или политология, сам предмет исследования чрезвычайно сложен и во многих своих аспектах не поддается описанию в измеряемых категориях. Переплетение множества причин и следствий позволяет ученому проводить исследование часто лишь фрагментарно, что приводит в ряде случаев к появлению более или менее субъективных трактовок. В ряде случаев поднятые в научном дискурсе проблемы исследуются и в политическом дискурсе.

Несмотря на общность затрагиваемых вопросов, тексты в обоих дискурсах будут серьезно различаться, во-первых, по характеру используемых лексико-синтаксических средств и, во-вторых, по способам представления текста адресату. Если в научном дискурсе адресант будет стремиться доказывать адресату выдвигаемые положения, демонстрируя их истинность, то в политическом дискурсе адресант будет поддерживать или опровергать определенные положения, исходя из соображений политического или иного характера или даже из собственных политических интересов.

Рассмотрим эти различия на следующем примере. 1 марта 2016 г. в Санкт-Петербургском Институте истории РАН была защищена докторская диссертация К. М. Александрова на тему «Генералитет и офицерские кадры вооруженных формирований Комитета освобождения народов России». В своем исследовании автор опирался на впечатляющий список литературных и архивных источников в России и за рубежом, а сама диссертация оказалась весьма внушительной по объему — 1136 страниц. После защиты диссертации появились статьи, в которых К. М. Александров обвинялся в субъективных трактовках власовщины, в научной фальсификации и фактическом оправдании предательства власовцев в виде отнесения ее к форме социального протеста.

Выступая в прениях на защите диссертации, А. И. Суббетто даже заявил: «Считаю, что если диссертационный совет Санкт-

Петербургского Института истории проголо- сует позитивно за это диссертационное ис- следование, то это будет удар по достоинст- ву отечественной исторической науки в со- временной России» [Субетто 2016], а М. Хо- зин увидел в диссертации К. М. Александро- ва беспрецедентную попытку «научно» леги- тимировать власовщину и коллаборацио- низм вообще в качестве «формы социально- го протеста» [Хозин 2016].

Случаи, когда отечественная история по- лучает невероятные искажения, к сожалению, не единичны. Так, в год 70-летия Победы с подачи директора Государственного архива РФ С. Мироненко на сайте этого учреждения были выложены документы, якобы доказы- вающие несостоятельность истории о подвиге 28 героев-панфиловцев. Предвзятая интер- претация этих документов возмутила многих, особенно в России и Казахстане, многих она, к сожалению, и дезориентировала. Эта попыт- ка скомпрометировать героев битвы под Мо- сквой была осуждена в целом ряде публика- ций (в «Литературной газете», «Советской России», на сайтах Интернета и т. д.).

Чтобы придать политическим текстам определенную окраску, часто даже русо- фобского толка, в них помещают искажен- ные научные факты, вводящие читателя в заблуждение. Так, Ю. С. Пивоваров в своем интервью журналу «Профиль» прямо зая- вил: «Тот же Александр Невский — одна из спорных, если не сказать смрадных фигур в русской истории, но его уже не развенча- ешь... А Ледовое побоище — всего лишь небольшой пограничный конфликт, в кото- ром Невский повел себя как бандит, напав большим числом на горстку пограничников. Так же неблагородно он поступил и в Невской битве, за что и стал Невским. В 1240 году он, пробравшись в ставку шведского ярла, прави- теля Биргера, сам выбил ему копьем глаз, что среди рыцарей считалось не комильфо» [Цит. по: Спицын, 2016].

Как отмечает в этой связи Е. Спицын, «во всех русских летописях „лицом“ назы- вался передовой строй своего или непри- ятельского войска, а не физиономия кон- кретного исторического персонажа, поэтому, когда летописец писал, что „Олександр са- мому королеви Бергелю возложил печать на лице острым своим копием“, то он имел в виду, что в ходе Невской битвы новгород- ские „копейщики“ во главе с князем Алек- сандром Невским смяли „шведский (лице- вой)“ строй, а затем потопили несколько шведских кораблей и разгромили их базовый лагерь, уничтожив там „золотоверхий шатер“ королевского ярла и шведского епископа» [Там же].

За последние 20—25 лет появилось мно- го публикаций, авторы которых всячески пы- таются поставить под сомнение подвиги ге- роев войны. Под предлогом разоблачения сталинской пропаганды шельмованию под- вергаются такие дорогие для всех нас име- на, как Александр Матросов и Лиза Чайкина, Олег Кошевой и Зоя Космодемьянская, Ни- колай Гастелло и многие, многие другие.

Эта антироссийская кампания продолжа- ется и на телевидении. «В обычные дни, — отмечает В. Т. Третьяков, — наше телевиде- ние показывает множество голливудских боевиков, в которых *хорошим парням* из ЦРУ противостоят плохие парни из КГБ или подобных структур. Однако когда наступают праздничные дни, *хорошими парнями* ока- зываются уже наши военные, а *плохими* — американцы» [Третьяков 2015: 576]. Заме- тим, кстати, что обычных дней в году боль- ше, чем праздничных. В результате и анти- российских продуктов на каналах ТВ оказы- вается на порядок выше, чем пророссийских.

Последний пример, хотя и не относится к политическому дискурсу, тем не менее вполне может использоваться для демонстрации политического воздействия на адресата и формирования его фоновых знаний.

В заключение отметим следующее.

Содержанием научного дискурса являет- ся научная информация, передаваемая ква- лифицированными специалистами. Использо- зуемые языковые знаки, как правило, выра- жают прямые предметно-логические значе- ния, в текстах преобладает рациональная оценка информации, которая детерминиро- вана логико-понятийной формой историче- ского мышления.

Адресат воспринимает научный текст, всесторонне осмысливая его содержание, иногда вступая в полемику с автором, и при наличии необходимого предварительного запаса информации расширяет собственный запас знаний. В научном дискурсе текст ока- зывается в системе других текстов, и его научная значимость определяется в коорди- натах этой системы текстов.

Текст, циркулирующий в политическом дискурсе, априори может в отдельных случаях нести научную информацию, но реализует он прежде всего коллективно-регулятивную функцию и направлен на то, чтобы с помощью информационного оформления различных фактов и событий формировать к ним выгод- ное адресанту отношение адресата.

В политическом дискурсе текст выража- ет определенную политическую или общест- венную позицию, которой противостоят (или могут противостоят) другие тексты, выра- жающие иные, часто полярные оценки, по-

зиции. Тот текст оказывается наиболее эффективным, который в большей степени воздействует на адресата.

Таким образом, политический дискурс отражает политическую борьбу внутри социума и на мировой арене, а автор политического текста оказывается активным участником политической борьбы, и в этой борьбе ему противостоят его политические оппоненты. В политическом дискурсе на первое место выдвигается не требование убедительного и всестороннего доказательства тех или иных положений, а воздействие на мнение аудитории, манипулирование сознанием адресата путем изменения его взглядов на политические события в стране и за рубежом, часто безапелляционное использование таких аргументов, которые вообще не имеют ничего общего с реальной действительностью.

ЛИТЕРАТУРА

1. Александров К. М. Генералитет и офицерские кадры вооруженных формирований Комитета освобождения народов России : дис. ... д-ра ист. наук. — СПб., 2016. 1136 с.
2. Бернейс Э. Propaganda. — М. : Гиппо Паблишинг, 2010. 166 с.
3. Будагов Р. А. Литературные языки и языковые стили. — М. : Высшая школа, 1967. 376 с.

L. A. Gavrilov
Moscow, Russia

POLITICAL DISCOURSE VS. SCIENTIFIC DISCOURSE

ABSTRACT. *The comparison of scientific and political discourses is intended to reveal a cognitive dissonance existing in their content and functions. If a scientific information subject serving as an exponent of entitative qualities and laws addresses his text to the skilled professionals in a definitive domain of science, a political information subject implements in his text the impact function of definitive political quarters on an addressee. As a result, if in a scientific discourse it's a rational estimation of features and facts that dominates and the author aims for a total objectivity of his thoughts, in a political discourse an addressant consciously distorts the objective truth and in some cases even manipulates the addressee's consciousness if it answers his political purposes (the article contains corresponding examples). That's why in a political discourse dominate linguistic signs expressing figured but not logical significations reflecting the political reality.*

KEYWORDS: *addressant; addressee; scientific discourse; political discourse; impact function; evaluation class; cognitive dissonance.*

ABOUT THE AUTHOR: *Gavrilov Lev Alexeevich, Candidate of Philology, Professor, Professor of French language Department of Military University of the Defense Ministry, Moscow, Russia.*

REFERENCES

1. Aleksandrov K. M. Generalitet i ofiterskie kadry vooruzhennykh formirovaniy Komiteta osvobodzheniya narodov Rossii : dis. ... d-ra ist. nauk. — SPb., 2016. 1136 s.
2. Berneys E. Propaganda. — M. : Gippo Publishing, 2010. 166 s.
3. Budagov R. A. Literaturnye yazyki i yazykovye stili. — M. : Vysshaya shkola, 1967. 376 s.
4. Gavrilov L. A. Stilistika frantsuzskogo yazyka : ucheb. posobie. — M. : Voennyi universitet, 2004. 196 s.
5. Kostomarov V. G. Lingvisticheskiy status massovoy kommunikatsii i problemy «gazetnogo yazyka» // Psikholingvisticheskie problemy massovoy kommunikatsii. — M. : Nauka, 1974. S. 48—57.
6. K'eva Dzh. Ya — patriot Evropy // Zavtra. № 11 (1163). URL: <http://zavtra.ru/content/view/ya-patriot-evropy/> (data obrashcheniya: 01.04.2016).
7. Notkina E. A. Pragmaticheskiy aspekt nauchnogo diskursa // Aktual'nye problemy prepodavaniya kursa perevoda v vuze :

4. Гаврилов Л. А. Стилистика французского языка : учеб. пособие. — М. : Военный университет, 2004. 196 с.

5. Костомаров В. Г. Лингвистический статус массовой коммуникации и проблемы «газетного языка» // Психолингвистические проблемы массовой коммуникации. — М. : Наука, 1974. С. 48—57.

6. Кьева Дж. Я — патриот Европы // Завтра. № 11 (1163). URL: <http://zavtra.ru/content/view/ya-patriot-evropy/> (дата обращения: 01.04.2016).

7. Ноткина Е. А. Прагматический аспект научного дискурса // Актуальные проблемы преподавания курса перевода в вузе : материалы межвуз. науч. конф. — М. : Переводческий факультет АФСБ, 2009. 512 с.

8. Сидоров Е. В. Онтология дискурса. — М. : Либроком, 2009. 232 с.

9. Субетто А. И. Предательство самой науки // Советская Россия. URL: <http://www.sovross.ru/modules.php?name=News&file=article&sid=602367> (дата обращения: 01.04.2016).

10. Терещенко А. С. Абакумов. Жизнь, СМЕРШ и смерть. — М. : Аква-центр, 2012. 488 с.

11. Тондл Л. Проблемы семантики. — М. : Прогресс, 1975. 484 с.

12. Третьяков В. Г. Теория телевидения : курс лекций. — М. : Ладомир, 2015. 664 с.

13. Хозин М. Власовщина перешла границы // Советская Россия. URL: <http://www.sovross.ru/modules.php?name=News&file=article&sid=602366&pagenum=2> (дата обращения: 01.04.2016).

14. Чудинов А. П. Политическая лингвистика : учеб. пособие. — М. : Флинта : Наука, 2008. 256 с.

materialy mezhvuz. nauch. konf. — M. : Pervodcheskiy fakul'tet AFSB, 2009. 512 s.

8. Sidorov E. V. Ontologiya diskursa. — M. : Librokom, 2009. 232 s.

9. Subetto A. I. Predatel'stvo samoy nauki // Sovetskaya Rossiya. URL: <http://www.sovross.ru/modules.php?name=News&file=article&sid=602367> (data obrashcheniya: 01.04.2016).

10. Tereshchenko A. S. Abakumov. Zhizn', SMERSH i smert'. — M. : Akva-tsentr, 2012. 488 s.

11. Tondl L. Problemy semantiki. — M. : Progress, 1975. 484 s.

12. Tret'yakov V. G. Teoriya televideniya : kurs lektсий. — M. : Ladomir, 2015. 664 s.

13. Khozin M. Vlasovshchina pereshla granitsy // Sovetskaya Rossiya. URL: <http://www.sovross.ru/modules.php?name=News&file=article&sid=602366&pagenum=2> (data obrashcheniya: 01.04.2016).

14. Chudinov A. P. Politicheskaya lingvistika : ucheb. posobie. — M. : Flinta : Nauka, 2008. 256 s.

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

Е. С. Голоусова, В. М. Амиров
Екатеринбург, Россия

КРЫМСКИЙ РЕФЕРЕНДУМ И ИНТЕРПРЕТАЦИЯ ЕГО ИТОГОВ В СМИ (НА ПРИМЕРЕ АНАЛИЗА РОССИЙСКОЙ И АМЕРИКАНСКОЙ ПЕЧАТИ)

АННОТАЦИЯ. Авторы статьи анализируют подходы к освещению «крымской» тематики в российско-украинском кризисе в американских и российских СМИ. Устанавливаются общие и различные моменты в освещении темы, стратегии ведущих печатных средств массовой информации США и России в раскрытии проблематики конфликта.

Интерес представляет исследовательская модель, которая предполагает сравнение более 50 публикаций одного периода с определением общей тональности отношения авторов к референдуму о присоединении Крыма к России (варианты оценок: «положительно», «отрицательно», «нейтрально»). Такая модель позволяет увидеть взаимосвязь официальной государственной политики по «крымскому» вопросу со стороны России и Соединенных Штатов Америки с авторской позицией журналистов ведущих американских и российских изданий.

Важно, что для анализа используются публикации американских средств массовой информации, влияние которых распространяется по всему миру и учитывается при формировании внешней политики многими государствами. Среди российских печатных средств массовой информации выбраны для адекватности анализа как государственные СМИ, выражающие мнение президента и правительства Российской Федерации, так и негосударственные, часто критикующие принимаемые правительством решения.

На основании анализа в статье дана классификация аргументов, применяемых журналистами американских и российских СМИ для обоснования авторской точки зрения.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: Крым; кризис на Украине; агрессия; Россия; политический конфликт.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ: Голоусова Елизавета Сергеевна, кандидат филологических наук, доцент кафедры периодической печати института гуманитарных проблем и искусств, Уральский федеральный университет; 620000, г. Екатеринбург, пр-т Ленина, 51; e-mail: lizagolousova@gmail.com.

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

Политический конфликт на Украине далек от разрешения, и российские и мировые СМИ продолжают анализировать его содержание и перспективы завершения. При этом анализ проводится с учетом политических позиций, занимаемых тем или иным СМИ в отношении сторон конфликта. Часто выводы, к которым приходят авторы материалов, детерминированы официальными оценками, представляемыми государственными структурами стран, в которых функционируют соответствующие СМИ.

Рассматривая специфические особенности освещения «крымской проблемы», мы можем видеть значительное влияние политического компонента, который занимает центральное место при анализе тех или иных событий, происходивших вокруг Крыма и его перехода под российскую юрисдикцию. Таким образом, политический дискурс самым тесным образом взаимодействует с журналистским [Амиров 2012: 67].

Об особенностях построения поля политики в журналистском дискурсе говорят многие исследователи. Например, Э. В. Чепкина указывает на то, что при конструировании поля политики «журналистский дискурс имеет собственную логику отбора и интерпретации событий» [Чепкина 2012: 73]. На прочную связь журналистики и политики в материалах СМИ обращает внимание Е. С. Гладковская [Гладковская 2010], а А. Л. Коданина пишет о том, что «наиболее значимым представляется рассмотрение взаимодействия

журналистики и политики в рамках политической коммуникации, которая представляет собой процессы выработки, передачи и обмена политической информации» [Коданина 2014: 444]. Л. Л. Реснянская даже вводит понятие «сопряжение СМИ и политики», говоря о значимости этого сопряжения для политического процесса [Реснянская 2007]. Принципиально важным для понимания механизмов влияния журналистики на политику представляется мнение П. Бурдые о том, что «журналистское поле создает и навязывает другим совершенно особое видение политического поля, в основе которого лежит структура журналистского поля и порождаемые им специфические интересы журналистов» [Бурдые 2002: 152].

Д. Л. Стровский подчеркивает двойственность взаимодействия СМИ и политики: «С одной стороны, СМИ влияют на мотивацию сознания и поведения членов общества, формирует их идейные, духовные и нравственные ценности, с другой, — сами СМИ находятся под воздействием социально значимых условий, которые воздействуют на их существование, создают стереотипы восприятия окружающей действительности» [Стровский 1999: 27].

В этом смысле особо интересна проблема взаимодействия прессы и власти, которая может посредством СМИ влиять на мнение самых широких масс. На различные аспекты такого влияния указывают В. М. Амиров [Амиров 2010: 52; Амиров 2014: 53]

А. А. Иголкин [Иголкин 2009], Д. А. Резник [Резник 2004], Н. В. Урина [Урина 2010], М. М. Ковалева [Ковалева 2002], С. Г. Корконосенко [Корконосенко 2004], В. А. Сидоров [Сидоров 2004] и другие исследователи.

Мы поставили перед собой задачу рассмотреть типы аргументов, используемых печатными средствами массовой информации РФ и США, а также общий тон сообщений по шкале «положительный — отрицательный — нейтральный». Для этого была использована исследовательская методика, в которой обозначены три ключевые задачи: исследование исторического фона крымской проблемы; исследование официальных позиций России и США по отношению к «крымской проблеме»; сравнение общего посыла сообщения (положительный (+), отрицательный (-) или нейтральный (=)).

Был проведен контент-анализ материалов, опубликованных в российских и американских газетах и журналах, среди которых выбраны наиболее авторитетные: «The Washington Post», «The New York Times», «Los Angeles Times», «USA Today», «Times» и «Forbes». Из российских СМИ были проанализированы публикации «Аргументов и фактов», «Российской газеты», «Литературной газеты», а также «Известий».

Всего подверглось анализу 52 публикации, которые увидели свет незадолго до или сразу после референдума в Крыму — в марте, апреле и мае 2014 г. Для полноты картины внимание было обращено также на более поздние публикации, до декабря 2014 г. включительно, тематически отнесенные к «крымским» событиям. Главными критериями отбора являлись ключевые слова «референдум в Крыму», «украинский кризис» и другие, которые характеризовали тему.

Представим некоторые выдержки из публикаций американских СМИ.

Los Angeles Times: Присоединение Крыма к России никогда не будет признаваться США (-); Россия столкнется с большей изоляцией, если продолжит свою „провокацию“ (-).

The New York Times: Результат референдума углубил конфликт по Украине и вынудил США и ее союзников ввести санкции против российских чиновников (=); Выбор предложений референдума: ни один из них не „нет“. Избиратели должны будут отметить выбор утвердительно, но они не могут голосовать за статус-кво (-); Путин публично сказал, что планирование забрать Крым из Украины началось за недели до того, как референдум был проведен (-).

The Washington Post: Хотя многие жители в Крыму занимаются обычным бизне-

сом, прогуливаются в парках, обедают в ресторанах и ходят на концерты, напряжение ощущается везде (=); Российское правительство не предприняло шагов, чтобы проскочить через обручи, которые построило международное сообщество. Есть много способов управлять выборами (-); Есть текст рекламного щита с картинкой Крыма, покрытого свастикой, и другой областью во власти российского флага. Последствия объяснять не обязательно (-); Вероятно то, что результат референдума был „достигнут“ мошенничеством и/или запугиванием. Вероятность мошенничества диктуется фактом, что даже некоторым российским журналистам насильственно препятствовали наблюдать подсчет голосов, и чиновники разбили их камеры (-); Только 15 % крымских граждан голосовало за аннексию (-); Вооруженные силы России в субботу провокационно организовали новый акт агрессии, заняв центр распределения природного газа и деревню в полосе украинских земель около Крымского полуострова (-); Соединенные Штаты мобилизовали международное сообщество в поддержку Украины, чтобы изолировать Россию и успокоить союзников и партнеров (-).

Forbes: Реальная проблема для Кремля — то, что у крымских татар есть история ненасильственного сопротивления. И они организованы. Для Кремля легко рассмотреть их как политическую угрозу (-); Как будет Россия, страна с уровнем жизни ниже европейского, поддерживать финансовую черную дыру, остается загадкой. Таким образом, не удивительно, что многие в России говорят, что страна должна сосредоточиться на ее собственных проблемах и инвестициях, вместо того, чтобы играть в дорогостоящие игры вторжения (=); К сожалению, если Путин хочет взять Крым, Украина, США или НАТО многое могут поделать с этим. У России есть вполне достаточные военные активы в области. Однако Россия больше не великая держава, поскольку ее армия в основном составлена из плохо оборудованных и плохо дисциплинированных призывников, семьи которых испытывают недостаток в средствах (-).

USA Today: Путин подписал документ, превращающий Крым в часть России, проигнорировав угрозы из Соединенных Штатов и Европы и заявив, что Запад замыслил вместе с радикалами отобрать исконно российские земли (=); Обама заявил, что со стороны Запада не будет никаких военных действий против российских войск, но

могут быть наложены более продвинутые санкции (-); Поскольку Крым предоставляет лучшие в Европе климатические условия для тенниса, российский теннис хочет использовать захваченный Крым, чтобы способствовать развитию игроков (=).

На основании приведенных цитат мы можем сделать вывод о том, что в большинстве материалов, опубликованных в американских СМИ, журналисты сосредоточились главным образом на незаконности и антидемократической, с их точки зрения, природе крымского референдума. Общим местом такого рода оценок стало то, что россияне сделали ошибку, проведя референдум так быстро без международных контрольных экспертов; и результат референдума — все еще предмет для дальнейшего расследования. Например, в политическом обозрении «Washington Post» «Почему крымский референдум — о силе, а не законности» российскому правительству предъявляются претензии в том, что референдум нелегитимен.

В более поздней публикации автор подчеркнул неточность референдума: *Невероятно, что 96,7 % проголосовали бы „за“ на по-настоящему свободном голосовании, так как крымское население включает многочисленные украинские и крымские татарские меньшинства, которые всецело настроены против возвращения в Россию...*

Другая причина беспокойства американских СМИ — будущая судьба крымских татар. Газета «Нью-Йорк таймс» обозначила угрозу, с которой представители этого этнического меньшинства могли бы столкнуться после «аннексии» Крыма: *Поскольку Крым готовится голосовать в воскресенье по тому, отойти ли из Украины и присоединиться ли к России, перспектива возобновленного российского присутствия в Крыму вызывает у крымских татар воспоминания о репрессиях коммунистической эры...*

При анализе ситуации российскими журналистами использовались аргументы, которые можно условно объединить в несколько групп: **исторические** (обращение к истории Крыма, его жителей и функционирования русской культуры), **патерналистские** (необходимость защитить жителей Крыма), **культурные** (обращение к факту сильных культурных связей между Россией и Крымом), **демократические** (обращение к демократической или недемократической природе крымского референдума), **юридические** (обращение к юридическим аспектам), **военные**.

Рассмотрим некоторые, наиболее показательные публикации.

«Аргументы и факты»: исторически территория Крыма много лет принадлежала России. Закулисное решение Хрущева передать Крым Украине не было обсуждено на официальном уровне. Никто тогда не спросил мнение граждан Крыма (+); Крым — база Черноморского флота России; с потерей Крыма России было бы трудно гарантировать свою безопасность (+); Москва наконец выполнила свои стратегические задачи, возвратив Крым и сохранив морскую базу в Севастополе на Черном море (+); Мы возвратились домой (+); 96 % граждан Крыма проголосовали на референдуме „за“... Мы вернулись домой после многих лет (+).

«Российская газета»: каждая пядь земли в Крыму полита российской кровью. Передача Крыма Украине была исторической ошибкой. В таком случае о каких нарушениях идет речь в данный момент? (+); Россия никогда не планировала военной кампании в Крыму. Наша страна всегда хотела установить хорошие отношения со своими партнерами. Теперь мы были вынуждены идти этим путем из-за реальной угрозы русскоязычному населению Крыма (+); это началось в 1954, когда было принято деспотичное решение Никиты Хрущева, которое шло вразрез с действовавшими тогда законами, а продолжилось в 1992, когда граждане Крыма хотели провести референдум, но им не дали этого сделать. Наконец, спустя двадцать лет конфликт был успешно разрешен (+); у каждого кусочка земли в Крыму есть историческое значение, например, российские императоры Александр II, Александр III и Николай II любили гостить в Ливадийском дворце. Лев Толстой служил, путешествовал и отдыхал в Крыму. Антон Чехов написал в Ялте „Три сестры“, „Дама с собачкой“, „Вишневый сад“ (+).

«Известия»: В азово-черноморском бассейне Крым играет ключевую роль с точки зрения геостратегического местоположения (=); История Крыма и его воссоединение с Россией будут увековечены на стенах зданий в Москве. Активисты Крыма доказали, что хотят быть вместе с Россией (+).

«Литературная газета»: США формировали на Украине ненависть в течение двадцати лет, и Россия пришла, чтобы вернуть Крым и немедленно начать преобразования (+); Запад, находящийся под лидерством США, действует провокационным способом, почти как гангстер. Никакие переговоры в этом случае не возможны. Единственный способ заставить

Запад уважать нас состоит в том, чтобы действовать, используя политику положения силы (+).

На основании приведенных цитат мы можем констатировать, что некоторые публикации российских СМИ были открыто проправительственными, в то же время в значительном числе появлялись и «равновесные» объективные материалы. Общий тон публикаций, однако, повторил официальную риторику российской политической элиты.

Сопоставительный анализ публикаций российских и американских СМИ по «крымскому вопросу» показывает, что официальная позиция правительств по проблемам текущей повестки дня играет ключевую роль при формировании позиции средств массовой информации. Из 26 публикаций, представленных российскими СМИ, авторы 20 следовали за официальной точкой зрения относительно крымской проблемы, в то время как 6 продемонстрировали в своих материалах нейтральную позицию. Относительно американских СМИ, из 26 публикаций 15 были открыто проправительственными, в то время как остальные 11 продемонстрировали достаточно нейтральный подход без любых прямых обвинений.

Среди самых популярных аргументов, введенных американскими репортерами, такие характеристики, как «антидемократические», «незаконные» и «военные». В свою очередь, российские журналисты были склонны подчеркивать «исторические», «демократические», «военные» и «культурные» аргументы.

E. S. Golousova, V. M. Amirov
Ekaterinburg, Russia

THE CRIMEAN REFERENDUM AND INTERPRETATION OF ITS RESULTS IN MASS MEDIA (ON THE EXAMPLE OF THE ANALYSIS OF THE RUSSIAN AND AMERICAN PRESS)

ABSTRACT. *The authors of the article analyze approaches to cover the problem of the Crimea in the Russian-Ukrainian crisis in the American and Russian mass media. Similarities and differences in the coverage of the topic, the strategies of the leading print mass media of the USA and Russia in disclosure of the conflict are discussed.*

The research model, which assumes comparison of more than 50 publications of one period of time and determination of the general tonality of the attitude of the authors to the Crimean Status Referendum (the possible evaluation: "positive", "negative", "neutral") is of interest. Such model allows to see interrelation of the official state policy on the "Crimean" question in Russia and the United States of America and the position of journalists of the leading American and Russian media.

It is important that for the analysis of the publications of the American mass media, the authors of the article chose those media, whose influence extends worldwide and their opinion is considered when forming foreign policy by many countries. Among the Russian print mass media we chose both state mass media which express opinion of the president and the government of the Russian Federation, and independent mass media, often criticizing decisions made by the government.

On the basis of the analysis, classification of the arguments applied by the journalists of the American and Russian mass media to justify their point of view is given.

KEYWORDS: *The Crimea; crisis in Ukraine; aggression; Russia; political conflict.*

ABOUT THE AUTHOR: *Golousova Elizaveta Sergeevna, Candidate of Philology, Associate Professor, Department of Periodicals, Institute of Humanities and Art, Ural Federal University, Ekaterinburg, Russia.*

ABOUT THE AUTHOR: *Amirov Valery Mikhailovich, Candidate of Philology, Associate Professor, Department of Periodicals, Institute of Humanities and Art, Ural Federal University, Ekaterinburg, Russia.*

ЛИТЕРАТУРА

1. Амиров В. М. Пресса в современных вооруженных конфликтах: теория и практика : учеб. пособие. — Изд-во Урал. ун-та, 2010.
2. Амиров В. М. Политическая проблематика в журналистском дискурсе современных вооруженных конфликтов // Политическая лингвистика. 2012. № 4.
3. Амиров В. М. «Крымская» тема: аргументы политической борьбы в публикациях российских и зарубежных СМИ // Изв. Урал. фед. ун-та. Сер. 1, Проблемы образования, науки и культуры. 2014. № 3 (129).
4. Бурдые Пьер. О телевидении и журналистике / пер. с фр. Т. Анисимовой, Ю. Марковой ; отв. ред., предисл. Н. Шматко. — М. : Фонд научных исследований «Прагматика культуры», Ин-т экспериментальной социологии, 2002. 157 с.
5. Гладковская Е. С. Журналистский дискурс терроризма : дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10. — М., 2010.
6. Иголкин А. А. Пресса как оружие власти // Россия-21 век. 2009. № 11—12.
7. Коданина А. Л. Политика и журналистика как родственные коммуникационные сферы // Вестн. Нижегород. ун-та им. Н. И. Лобачевского. 2014. № 2.
8. Ковалева М. М. Политический процесс и журналистика // Журналистика и социология'2001. Политология журналистики / ред.-сост. С. Г. Корконосенко. — СПб., 2002.
9. Корконосенко С. Г. Журналистика в мире политики: исследовательские подходы и практика участия. — СПб., 2004.
10. Резник Д. А. Средства массовой информации в процессе формирования правового государства в России: региональный аспект. : дис. ... канд. социол. наук : 23.00.02. — 2004.
11. Реснянская Л. Л. СМИ и политика : учеб. пособие для студентов вузов. — М. : Аспект Пресс, 2007.
12. Сидоров В. А. Журналистика в политической системе общества // Журналистика в мире политики. — СПб., 2004.
13. Стровский Д. Л. Политическая культура и журналистика: к вопросу о взаимодействии // Акценты: новое в журналистике и литературе. — Воронеж, 1999. № 5—6.
14. Урина Н. В. Журналистика и политика: итальянский опыт взаимодействия : моногр.— М. : ВК : Фак. журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова, 2010.
15. Чепкина Э. В. Практики конструирования поля политики в журналистском дискурсе // Вестн. Новосиб. гос. ун-та. Сер.: История, филология. 2012. Т. 11, вып. 6.

REFERENCES

1. Amirov V. M. *Pressa v sovremennykh vooruzhennykh konfliktakh: teoriya i praktika* : ucheb. posobie. — Izd-vo Ural. un-ta, 2010.
2. Amirov V. M. *Politicheskaya problematika v zhurnalistikom diskurse sovremennykh vooruzhennykh konfliktov* // *Politicheskaya lingvistika*. 2012. № 4.
3. Amirov V. M. «Krymskaya» tema: argumenty politicheskoy bor'by v publikatsiyakh rossiyskikh i zarubezhnykh SMI // *Izv. Ural. fed. un-ta. Ser. 1, Problemy obrazovaniya, nauki i kul'tury*. 2014. № 3 (129).
4. Burd'e P'er. *O televidenii i zhurnalistike* / per. s fr. T. Anisimovoy, Yu. Markovoy ; otv. red., predisl. N. Shmatko. — M. : Fond nauchnykh issledovaniy «Pragmatika kul'tury», In-t eksperimental'noy sotsiologii, 2002. 157 s.
5. Gladkovskaya E. S. *Zhurnalisticheskyy diskurs terrorizma* : dis. ... kand. filol. nauk : 10.01.10. — M., 2010.
6. Igolkin A. A. *Pressa kak oruzhie vlasti* // *Rossiya-21 vek*. 2009. № 11—12.
7. Kodanina A. L. *Politika i zhurnalistika kak rodstvennyye kommunikatsionnyye sfery* // *Vestn. Nizhegor. un-ta im. N. I. Lobachevskogo*. 2014. № 2.
8. Kovaleva M. M. *Politicheskyy protsess i zhurnalistika* // *Zhurnalistika i sotsiologiya*'2001. *Politologiya zhurnalistiki* / red.-sost. S. G. Korkonosenko. — SPb., 2002.
9. Korkonosenko C. G. *Zhurnalistika v mire politiki: issledovatel'skie podkhody i praktika uchastiya*. — SPb., 2004.
10. Reznik D. A. *Sredstva massovoy informatsii v protsesse formirovaniya pravovogo gosudarstva v Rossii: regional'nyy aspekt* : dis. ... kand. sotsiol. nauk : 23.00.02. — 2004.
11. Resnyanskaya L. L. *SMI i politika* : ucheb. posobie dlya studentov vuzov. — M. : Aspekt Press, 2007.
12. Cidorov V. A. *Zhurnalistika v politicheskoy sisteme obshchestva* // *Zhurnalistika v mire politiki*. — SPb., 2004.
13. Strovskiy D. L. *Politicheskaya kul'tura i zhurnalistika: k voprosu o vzaimodeystvii* // *Aktsenty: novoe v zhurnalistike i literature*. — Voronezh, 1999. № 5—6.
14. Urina N. V. *Zhurnalistika i politika: ital'yanskiy opyt vzaimodeystviya* : monogr.— M. : VK : Fak. zhurnalistiki MGU im. M. V. Lomonosova, 2010.
15. Chepkina E. V. *Praktiki konstruirovaniya polya politiki v zhurnalisticheskoy diskurse* // *Vestn. Novosib. gos. un-ta. Ser.: Istoriya, filologiya*. 2012. T. 11, vyp. 6.

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

В. В. Горбань
Одесса, Украина

СЕМАНТИЧЕСКИЕ ТРАНСФОРМАЦИИ В ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ ИНТЕРНЕТА

АННОТАЦИЯ. Лингвофилософская сущность категории нового признавалась представителями различных научных школ: «По своей действительной сущности язык есть нечто постоянное и вместе с тем в каждый данный момент переходящее...» (Гумбольдт). В категорию «движение» входят понятия «изменчивость» и «устойчивость», которые в чистом виде в реальном мире не существуют, а взаимодействуют и взаимопереплетаются. То же самое наблюдается в языке. Неономинации являются ярким примером процесса развития. Возникновение новых слов приводит к изменению системы языка, сам же процесс деривации происходит на базе устойчивых словообразовательных типов и моделей. Может наблюдаться и обратный процесс: изменению подвергаются словообразовательные модели и типы. В соответствии с универсальной диалектической закономерностью — переходом количественных изменений в качественные — возникают новые устойчивые отношения словопроизводства. Динамические процессы, происходящие в последнее время в языке, следует рассмотреть с учетом этих аспектов, что и является целью нашей работы. В статье рассматривается креативный потенциал неолексем в политическом дискурсе. Определяются факторы устойчивости (создания по законам узуса) и изменчивости (трансформации под влиянием конкретной ситуации). Анализируется контаминация как способ создания неолексем, рассматриваются ее подтипы; описываются приемы манипуляции.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: неолексемы; контаминация; политический дискурс; креативность; устойчивость; изменчивость; манипуляция.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ: Горбань Виктория Владимировна, кандидат филологических наук, доцент, кафедра русского языка, филологический факультет, Одесский национальный университет им. П. П. Мечникова; 65058, Украина, Одесса, Французский бульвар, 24-26; e-mail: shvetsova_n@mail.ru.

Динамический аспект языка приковывает к себе пристальное внимание исследователей, так как «динамика объективных процессов — социальных, политических, культурных — не позволяет языку сегодняшнему оставаться равным вчерашнему» [Золотова 2000: 130].

Движение как диалектическая категория является способом существования любой материи, в том числе и языка. Лингвофилософская сущность категории нового признавалась представителями различных научных школ: «По своей действительной сущности язык есть нечто постоянное и вместе с тем в каждый данный момент переходящее...» [Гумбольдт 1984: 70].

В категорию «движение» входят понятия «изменчивость» и «устойчивость», которые в чистом виде в реальном мире не существуют, а взаимодействуют и взаимопереплетаются. То же самое наблюдается в языке. Неономинации являются ярким примером процесса развития. Возникновение новых слов приводит к **изменению** системы языка, сам же процесс деривации происходит на базе **устойчивых** словообразовательных типов и моделей. Может наблюдаться и обратный процесс: **изменению** подвергаются словообразовательные модели и типы. В соответствии с универсальной диалектической закономерностью — переходом количественных изменений в качественные — возникают новые **устойчивые** отношения словопроизводства. Динамические процессы, происходящие в последнее время в языке, следует рассмотреть с учетом этих аспектов, что и является целью нашей работы.

Динамические процессы языка очень четко прослеживаются абсолютно в любом коммуникативном пространстве, так как, по справедливому замечанию Н. Хомского, для человеческого разума характерна способность отходить от заданных в системе языка структурных моделей с целью создания новых структур [Chomsky 2006: 7]. Из этого следует, что креативность — неотъемлемая черта человека говорящего.

Всё вышесказанное относится и к политической коммуникации, для которой характерна «речевая деятельность, ориентированная на пропаганду тех или иных идей, эмоциональное воздействие на граждан страны и побуждение их к политическим действиям, для выработки общественного согласия, принятия и образования социально-политических решений в условиях множественности точек зрения в обществе» [Чудинов 2005: 474]. При этом довольно часто происходит манипуляция сознанием адресной аудитории для трансформации «языковой картины политического мира в сознании адресата» [Чудинов 2005: 71].

В политическом дискурсе в качестве коммуникативной стратегии активно используется языковая игра, являющаяся формой «лингвокреативного мышления, которое основано на ассоциативных механизмах и проявляет способность говорящих к намеренному использованию нестандартного языкового кода в разных ситуациях речевой деятельности» [Гридина 2013: 8; ср. также: Гридина 2011]. При этом, как справедливо заметили М. Э. Рут и К. О. Цыплякова, про-

слеживается динамика отношений «человек — язык» [Рут, Цыплякова 2014: 179].

По данным проекта М. Эпштейна «Пресс-слово года», наиболее яркие примеры «нового русского слова» образованы междусловным наложением. То же самое наблюдается и в интернет-пространстве. Как синонимичные термину «междусловное наложение» употребляются «скорнение», «контаминация», «словосложение», «словослияние», «телескопия», «апликация», «гибридные слова», «слова-композицы», «слова-слитки», «слова-портмоне». Чаще всего для номинации сжатия речевых форм употребляются термины «контаминация» и «наложение». И. С. Улуханов не различает эти два понятия, объединяя их термином «междусловное наложение» [Улуханов 1972: 52]. Е. А. Земская же под междусловным наложением понимает такое наложение, при котором оба слова сохраняются полностью, но «наезжают друг на друга» [Земская 1973: 19], а при контаминации «часть одного слова устраняется, т. е. не входит в окказионализм, но остается в том фоне, который служит двойному осмыслению окказионализма» [Земская 1973: 19].

В словах, возникших в результате компрессии, сложным образом переплетаются значения обоих исходных слов [Санников 1999: 164]. И контаминация, и междусловное наложение — это основные средства словообразовательной игры, так как, «вступая в нее, автор учитывает несколько факторов: звуковую форму объединяемых компонентов, их ассоциативные возможности и коннотацию, в итоге реализуется прагматическая функция слова» [Николина 2007: 313].

В интернет-пространстве нами обнаружены различные типы контаминации. Первый тип представлен междусловным наложением: *Капутин, Лилипутин, Террораша, Ярошок*. В данных неологемах наблюдается довольно яркий ребрендинг: «...целью политического ребрендинга зачастую является если не моральное уничтожение, то дискредитация противника. Игровой компонент политического **ребрендинга от противника** как дискредитирующей коммуникативной стратегии связан с тем, что в новом данным противником бренде в краткой, подчас метафорической форме предъясняются серьезные обвинения партии или иной политической силе — носителю бренда» [Иванова 2014: 255]. Особенностью данного подтипа контаминации является то, что одно производящее — оним, отношение к которому должны изменить читатели благодаря второму производящему, дающему весьма негативную оценку, которая должна трансфор-

мировать общественное сознание. Одно эмоционально-оценочное слово может больше дискредитировать объект критики, чем длинные речи. Эксплицитная, агрессивная критика воспринимается не всеми, а имплицитная, экспрессивно заряженная — легко воспринимается подсознанием, выполняя поставленные цели. Ребрендинг может производиться и без участия онимов, но с помощью инвектив при прямом оскорблении: «...во множественных нарушениях сознался „Підрахуй-2“ А. Олейник». Во время «оранжевой революции» 2004 г. после того, как С. Кивалов, возглавлявший Счетную комиссию, был заподозрен в фальсификации, ему дали прозвище *Сергійко Підрахуй* (*підрахуй* — императив от глагола *підрахувати* — «подсчитать»).

Второй тип контаминации создан по схеме «основа первого слова + усеченная часть второго слова»: *СМИтушки, БЮТкивщина, Оркаина, Бандюкович, ментушки, поцриот, Даунбас, УРКАина, Зверющенко, майданутье, битушки, крысчане, Трупчинов, Евнухович, Иудщенко, Гейропа, Путинбург, Дуркаина, кремлины, быдлярндия, холодомор, янучары, Дебильцево, Япинкович* и др.

Поскольку большая часть примеров — «слова ненависти» (М. А. Кронгауз), то чаще всего в препозицию выносятся коннотативно окрашенная лексика, которая программирует восприятие всей неолексемы. При этом может сочетаться актуализация внутренней формы и паронимической аттракции. Хотя некоторые лингвисты предлагают выделять, кроме паронимии (сближение однокоренных, сходно звучащих слов), и паронимасию (сближение сходно звучащих слов с разными корнями) (О. И. Северская), В. П. Григорьев, В. З. Санников и другие используют термин «паронимия» в широком понимании, относя к этому явлению все близкие по звучанию лексемы, выделяя при этом 4 подтипа: «1. Вокалический (платок — пилотка, квазикорень ПЛТК + орфографические чередования #/и, а/о, о/#); 2. Метатетический (ропот — топор); 3. Эпентетический (внутри «корня» включается еще один консонант: просек — проспекты); 4. Консонантный (расподобление части консонантов: хоронить — короновать, отрада — отравя)» [Григорьев 1979: 280—282].

Тактика дискредитации проявляется в неолексеме *крысчане*: заменив название полуострова на название грызуна, автор неологизма отсылает читателя ко второму значению слова «крыса» — «перен. о людях, бросающих общее дело в трудный, опасный момент; неодобр.». Накал ненависти возрастает, если в качестве семантической доми-

нанты вынести жаргонные слова: *Бандюкович, УРКАина, быдландия, быкоко, Дебильцево*. Как мы видим, прямое оскорбление достигается применением приема «выражения авторских эмоций», когда за счёт грубой лексики, оскорбительной характеристики достигается дискредитация описываемого денотата.

При политическом **ребрендинге от противника** может использоваться прием «дисфемизации», при котором имя политического противника употребляется в непристойном контексте, когда упоминаются физиологические процессы или используется лексика сексуальной сферы: *Как только встречается фамилия Арсения Яйценюка, сразу возникают рвотные позывы*.

Реже семантические доминанты выносятся в постпозицию: *майданутые*. Для патристически настроенных украинцев Майдан — символ гордости, пробуждения человеческого достоинства, героизма, для их оппонентов Майдан — символ зла, а стоявшие на Майдане достойны всяческого порицания и унижения. Для этого и используется прием «осмеяния» — вторая часть слова ассоциируется с лексемами *«чеканутые», «крезанутые»*... (возможно, у некоторых возникают ассоциации с инвективами, которые по вполне понятным причинам нами приводить не будем).

Дискредитация противника может быть достигнута и за счет нейтральной лексики, если она отсылает к негативной прецедентной ситуации. Всеми телеканалами был показан репортаж о возложении венков у памятника погибшим воинам президентами России и Украины. Как только В. Ф. Янукович поклонился — на него упал венок. После этого и возник дериват *Ялинкович* (ялинка — «ёлка»), который создает иронический эффект.

Третий тип контаминации представлен схемой «усеченная часть первой основы + целое слово»: *Тимошенница, Тимошонка, Тигибкий, Кличокнутый, Ющенко* и др. Семантической доминантой выступает второе слово, как коннотативно нейтральное (*Тигибкий*: гибкий — «способный трезво оценить обстановку, обстоятельства и приноровиться к ним»; такое качество политика Тигибко можно считать скорее положительным), так и коннотативно окрашенное (характеристики Ю. В. Тимошенко, В. Ф. Януковича, В. Кличко, В. А. Ющенко отличаются оскорбительными интонациями, которые унижают честь и достоинство за счет вербальной агрессии). Например: *«Кличокнутый опять морозил что-то несусветное»; «Тимошенница опять работала на электорат»*. Вербальная агрессия может быть как

эксплицитной, когда даются хлесткие характеристики, порой на грани вульгарности, так и имплицитной — *Януковец*. В толковых словарях русского языка (БАС, МАС, словарь Ожегова) нет развернутой статьи на слово «овощ», основной считается форма «овощи»: «овощи — огородные плоды и зелень, употребляются в пищу (например, огурцы, морковь, свёкла...)» [Ожегов 1998: 388]. Специальная словарная статья для формы «овощ» есть только в «Толковом словаре русского сленга»: «1. Обычно ирон. Любый человек. 2. Беспомощный больной, подключенный к какому-либо аппарату, от которого зависит его жизнь (из мед.)» [Елистратов 2005: 260]. Из медицинского жаргона это слово вошло в сленг и приобрело значения «безвольный человек; у него работает всё, кроме мозгов; не желает проявлять инициативу; равнодушен к проблемам людей». Не каждому носителю языка известно это многообразие смыслов. В этой подгруппе зафиксировано только одно слово, в котором семантическая доминанта вынесена в препозицию: *Вонющенко*.

Четвертый подтип контаминации предполагает схему «усеченная часть первой основы + усеченная часть второй основы». Данный способ принято называть телескопией; он позволяет создавать довольно яркие образы, при этом журналистами используется прием «сравнение». Этот прием предполагает сопоставление или уподобление объектов описания по общему (отрицательному) признаку: *Судьбы сапожника Чаушеску и уличного громилы Януковича схожи. Оба — неучи. Оба шли к власти по трупам. Для защиты своего режима Чаушеску создал мощный аппарат репрессий. Сегодня нечто подобное делает Янукович. Оба тирана схожи и в мыслях, и в поступках. Оба уничтожали неудобных и старались узурпировать власть. Один уже закончил плохо. И непонятно, на что рассчитывает второй. Таков он, Янушеску*. Чаще всего производящими в этой подгруппе выступают онимы, прежде всего антропонимы. По такой же модели, как *Янушеску*, создана неолексема *Путлер*, автор которой весьма эмоционально выразил свое отношение к президенту России. Производящими могут выступать и топонимы: *Луганда (Луганск + Уганда), Донбабве (Донбасс + Зимбабве)*. Сравнивая территории Донбасса со слаборазвитыми странами Африки, автор неолексем кодирует в этом кратком послании семы «голод», «разруха», «запустение», «депрессивность». Но чаще всего для характеристики того или иного политика используется модель «имя политика + его характеристика», причем

оним может стоять как в препозиции, так и в постпозиции: *Путикантроп* (*Путин* + *питекантроп*), *Прогибко* (*прогибаться* + *Тигибко*), *Майдашенко* (*Майдан* + *Порошенко*), *Растений* (*растение* + *Арсений* (*Яценюк*)), *Кидалов* (*кидать* + *Кивалов*), *Чучма* (*чума* + *Кучма*), *Хапутин* (*хапать* + *Путин*), *Брехуля* (*брехать* + *Юля* (*Тимошенко*)), *Глючко* (*глючить* + *Кличко*).

Пятый тип контаминации — включение основы одного слова в середину другого: *ПоРОШЕНОград*, *Санкт-Путинбург*, *Укровина*, *Украдина*, *Новопороссия*, *УкРуина*, *Янукриминалович* и др. Как видно из примеров, производные могут просто констатировать какие-либо факты: или место рождения, или название принадлежащей политике фирмы. Но чаще всего включения выражают различные коннотации: намеки на криминальное прошлое человека, на высокий уровень коррупции, на последствия военных действий, на полный беспредел (*правоохранительные органы*).

Любой текст, в том числе и политический, — единица двусторонняя, которая имеет план выражения и план содержания. Обе стороны сообщения воспринимаются адресатом одновременно, а декодирование зависит от специализации полушарий мозга: логическая информация декодируется левым полушарием, а эмоциональная — правым; можно сказать, что «каждое полушарие говорит своим языком, и только общее функционирование осуществляет весь комплекс мышления» [Поршнева 1974: 24]. Эмоции блокируют критическое осмысление, мешают адекватно оценивать действительность. Ассоциации, возникающие при этом, меняют языковую картину мира личности, «ее „старая“ личность подавляется, поскольку с помощью нового „языка“ устанавливается контроль над сознанием» [Белянин 2003: 215]. Таким образом, становится понятным, как должен быть построен политический текст, чтобы намерение пишущего было реализовано.

Создавая новое слово, автор тщательно продумывает не только смысл, который необходимо донести, но и форму. Если в античности форма и содержание противопоставлялись, то благодаря работам структуралистов (Р. Якобсона, А. К. Жолковского, М. Ю. Лотмана) стало очевидно, что форма довольно часто является частью содержания (ср. монографию Е. Г. Эткинда «Форма как содержание»). Можно сказать, что это две стороны языкового знака, взаимообусловленные и взаимонаправленные. Б. Ю. Норман проводит параллель с разгадыванием кроссворда, «при котором формальные „подсказки“ об-

легчают семантическую идентификацию слова. „Принцип кроссворда“ вообще естествен для речевой деятельности, в частности, для ситуации, когда человек припоминает название: форма здесь участвует в кристаллизации значения» [Норман 1994: 18].

В психологии утверждается, что в сознании носителей языка прежде всего устанавливается связь с планом содержания, план выражения внимания обычно не привлекает. В политическом дискурсе ситуация довольно часто меняется. Именно план выражения является ай-стоппером (элементом, который останавливает взгляд), после чего слово «разбирается» на части и выясняется их семантика. Наиболее ярким примером являются тексты со словами-«матрешками». При этом графика сочетается с паронимической аттракцией: УРКАина, ЯнукоВОШЬ, ЯнукоВИЧ, ДАУНбас и др.

Два участника речевой деятельности — адресант и адресат — демонстрируют единство творческих начал: адресант, имея определенные намерения, моделирует строго заданную форму сообщения в соответствии со смыслом, который надо донести адресату, а тот активно включается в процесс декодирования. Можно сказать, что адресант осуществляет некую текстовую стратегию, а адресат является тем комплексом благоприятных условий, «которые должны быть выполнены, чтобы данный текст полностью актуализировал свое потенциальное содержание» [Эко 2005: 25].

Если раньше ведущей функцией языка признавалась коммуникативная, то в последние десятилетия все чаще говорят о волонтеривной: коммуникация осуществляется не столько с целью обменяться информацией, сколько с желанием оказать воздействие на поступки другого [Поршнева 1974: 408], поскольку «вторая сигнальная система зародилась как система принуждения между индивидами» [Поршнева 1974: 422], что мы и видим в политическом дискурсе. Рассмотренные нами неолексемы отражают изменения коммуникативной парадигмы современного общества, в котором проявляются тенденции демократизации и интеллектуализации.

ЛИТЕРАТУРА

1. Белянин В. П. Психоллингвистика. — М., 2003.
2. Григорьев В. П. Поэтика слова. — М., 1979.
3. Гридина Т. А. Языковая игра в художественном тексте. — Екатеринбург, 2013.
4. Гридина Т. А. Этносоциокультурный контекст ономастической игры // Политическая лингвистика. 2011. № 1.
5. Гумбольдт В. фон. О различии строения человеческих языков и его влиянии на духовное развитие человечества // Избранные труды по языкознанию. — М., 1984.
6. Елистратов В. С. Толковый словарь русского сленга. — М., 2005.

7. Земская Е. А. Современный русский язык. Словообразование. — М., 1973.
8. Золотова Г. А. Функции и дисфункции в современной русской речи // Русский язык сегодня. — М., 2000. Вып. 1.
9. Иванова С. В. Языковые игры в политическом пространстве // Лингвистика креатива — 3. — Екатеринбург, 2014.
10. Николина Н. А. «Скорнение» в современной речи // Язык как творчество. — М., 1996.
11. Норман Б. Ю. Грамматика говорящего. — СПб., 1994.
12. Поршнев Б. О начале человеческой истории (Проблемы палеопсихологии). — М., 1974.

V. V. Gorban'
Odessa, Ukraine

SEMANTIC TRANSFORMATIONS IN THE INTERNET POLITICAL DISCOURSE

ABSTRACT. *Linguistic and philosophic nature of the category of new is accepted by different scientific schools: "The language in its essence is something stable and constant but at the same time it is changing every moment" (Humboldt). The category "movement" includes the concept "changeability" and "stability", which do not exist in reality in their pure form but they interact and interweave. The same happens with the language. Neonominations are a good example of the process of development. The appearance of new words leads to the changes in the language system, while the process of derivation takes place on the basis of stable derivational models. There may appear a reverse process: the changes occur in the derivational models. According to the universal dialectics pattern – the transfer of the quantitative changes into qualitative – their appear new stable patterns of word formation. Dynamic processes, that take place in the language today, should be studied with regard to the above mentioned aspects, which is the main purpose of this article. The creative potential of neolexemes in political discourse is studied in the article. The factors of stability (on the basis of usage) and changeability (transformation under the influence of the situation) are discussed. Contamination as a way of creation of neolexemes is analyzed; its types are described; the ways of manipulation are enumerated.*

KEYWORDS: *neolexeme; contamination; political discourse; creativity; stability; changeability; manipulation.*

ABOUT THE AUTHOR: *Gorban' Viktoria Vladimirovna, Candidate of Philology, Associate Professor, Department of the Russian Language, Faculty of Philology, Odessa National University, Odessa, Ukraine.*

REFERENCES

1. Belyanin V. P. Psikholingvistika. — М., 2003.
2. Grigor'ev V. P. Poetika slova. — М., 1979.
3. Gridina T. A. Yazykovaya igra v khudozhestvennom tekste. — Ekaterinburg, 2013.
4. Gridina T. A. Etnosotsiokul'turnyy kontekst onomasticheskoy igry // Politicheskaya lingvistika. 2011. № 1.
5. Gumbol'dt V. fon. O razlichii stroeniya chelovecheskikh yazykov i ego vliyaniya na dukhovnoe razvitie chelovechestva // Izbrannyye trudy po yazykoznaniyu. — М., 1984.
6. Elistratov V. S. Tolkovyy slovar' russkogo slenga. — М., 2005.
7. Zemskaya E. A. Sovremennyy russkiy yazyk. Slovoobrazovanie. — М., 1973.
8. Zolotova G. A. Funktsii i disfunktsii v sovremennoy russkoy rechi // Russkiy yazyk segodnya. — М., 2000. Vyp. 1.
9. Ivanova S. V. Yazykovyye igry v politicheskom prostranstve // Lingvistika kreativa — 3. — Ekaterinburg, 2014.
10. Nikolina N. A. «Skornenie» v sovremennoy rechi // Yazyk kak tvorchestvo. — М., 1996.
11. Norman B. Yu. Grammatika govoryashchego. — SPb., 1994.
12. Porshnev B. O nachale chelovecheskoy istorii (Problemy paleopsikhologii). — М., 1974.
13. Rut M. E., Tsyplyakova K. O. Sravnitel'naya kharakteristika osobennostey yazykovoy igry v zhurnal'noy publitsistike XIX—XX vekov // Lingvistika kreativa — 3. — Ekaterinburg, 2014.
14. Ulukhanov I. S. Okkazional'nye chistyye sposoby slovoobrazovaniya v sovremennoy russkoy rechi // Izv. AN SSSR. Ser. literatury i yazyka. 1992. T. 51, № 1.
15. Chudinov A. P. Sovremennaya politicheskaya kommunikatsiya : ucheb. posobie. — Ekaterinburg, 2005.
16. Eko U. Rol' chitatelya. Issledovaniya po semiotike teksta. — М., 2005.
17. Chomsky N. Language and mind. — Cambridge Univ. Pr., 2006.

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

О. И. Калинин
Москва, Россия

ОПЫТ ПРОВЕДЕНИЯ КОНТЕНТ-АНАЛИЗА ПОЛИТИЧЕСКИХ МЕДИАТЕКСТОВ (НА ПРИМЕРЕ КИТАЙСКОГО ЯЗЫКА)

АННОТАЦИЯ. В статье описываются результаты проведенного контент-анализа публикаций китайских СМИ по тематике событий на Украине за период с ноября 2013 г. по ноябрь 2014 г. Объем выборки — более 500 статей.

Автор, используя методы качественного и количественного контент-анализа, исследует сущностные особенности позиционирования Российской Федерации в ходе освещения «украинского кризиса». В статье на объективных основаниях рассматриваются вопросы выявления политического имиджа России, конструируемого китайскими медиа.

Исследование проводилось при помощи компьютерной программы «Yoshikoder», результаты уточнялись экспертной группой с опорой на словари и опросом среди носителей языка. Процесс формирования политического имиджа изучается с разных точек зрения, приводятся тематические графики и данные относительно распределения сообщений по источникам новостей.

Наиболее значимыми результатами исследования стали следующие выводы: 1) стилистическая окрашенность подавляющего большинства новостных сообщений нейтральная, что свидетельствует о том, что китайские СМИ стараются не формировать конкретной оценки в отношении России; 2) зафиксированные проявления отрицательной или положительной оценочности не несут какой-либо значимой закономерности. Количество новостей с отрицательной оценочностью доминирует при проведении анализа при помощи словаря, а с положительной оценочностью — при проведении опроса.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: контент-анализ; медиатекст; политический текст; политический имидж; оценочность.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ: Калинин Олег Игоревич, 40 кафедра (дальневосточных языков), факультет иностранных языков, федеральное государственное казенное военное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Военный университет»; 125047, г. Москва, ул. Б. Садовая, 14.

Активное участие России в событиях на Украине явилось важнейшим внешнеполитическим событием 2014 г., которое может оказать влияние на всю архитектуру международных отношений, сложившуюся в Европе и мире после распада Советского Союза, поэтому анализ и описание того угла зрения, того подхода к описанию соответствующих событий, который сформировался в китайском медиaprостранстве, крайне важен для понимания имиджа России в КНР и определения возможных перспектив российско-китайского взаимодействия.

В этой связи интересным представляется рассмотреть вопрос освещения указанных событий в китайских СМИ. Подход к происходившим на Украине событиям и освещению участия России в указанных событиях являются очень показательными с точки зрения выявления истинного содержания китайского-российских отношений. Почти все китайские СМИ так или иначе зависимы от политического руководства страны, и поэтому версия событий, опубликованная в СМИ, может признаваться неофициальной, но правительственной точкой зрения.

Это особенно актуально еще потому, что официальное руководство КНР не занимает в принципе никакой позиции, что проявляется в «не осуждении и не одобрении» позиции России на заседаниях Совета Безопасности ООН и в заявлениях представителей дипломатической службы Китая.

Материалом исследования стали 589 новостных сообщений общим объемом более 700 тысяч иероглифов, опубликованные на наиболее посещаемых интернет-сайтах новостного характера китайского сегмента

сети Интернет: «Xinhuanet.com» (примерно 8,5 млн посетителей в месяц), «Cnvtv.cn» (примерно 7,8 млн посетителей в месяц), «People.com.cn» (примерно 6,8 млн посетителей в месяц), «China.com» (примерно 6,4 млн посетителей в месяц), «China.com.cn» (примерно 4,9 млн посетителей в месяц). Эти медиаресурсы либо напрямую связаны с правящей в Китае Коммунистической партией, как, например, газета «Жэньминь жибао» [Жэньминь жибао], которая является официальной газетой КПК, либо связаны с государственной властью, как госканал CCTV [Центральное телевидение Китая] и информационные агентства Синьхуа [Синьхуа] и China.com [China.com].

Для получения более точной и объективной картины, касающейся состояния имиджа Российской Федерации, поддерживающегося и формирующегося в китайских СМИ, выборка новостей производилась нами на протяжении 12 месяцев, с ноября 2013 по ноябрь 2014 г.

Все проанализированные новостные сообщения были разбиты на несколько тематических блоков, описывающих события, вызвавшие наибольший мировой резонанс и наиболее неоднозначные оценки со стороны СМИ разных стран:

- 1) события на Майдане, митинг и противостояние с полицией (11.2013 — 20.02.2014);
- 2) смена власти на Украине (21—23.02.2014);
- 3) вооруженные восстания на юго-востоке Украины, в Одессе и в Крыму (февраль — март 2014 г.);
- 4) референдум в Крыму (март 2014 г.);

- 5) трагедия в Доме Профсоюзов в Одессе (2 мая 2014 г.);
- 6) вооруженное противостояние на юго-востоке Украины, создание ДНР и ЛНР (май — ноябрь 2014 г.);
- 7) крушение пассажирского самолета Малайзийских авиалиний вблизи г. Донецка (июль 2014 г.).

Основой исследования стало проведение качественно-количественного анализа содержания выбранных медиатекстов с целью последующей содержательной интерпретации выявленных закономерностей.

Согласно В. А. Ядову, «контент-анализ — это перевод в количественные показатели массовой текстовой (или записанной на пленку) информации с последующей статистической ее обработкой» [Ядов 1995: 318].

Контент-анализ является наиболее актуальным видом исследований текстов средств массовой коммуникации. Как отмечает известный исследователь средств массовой коммуникации И. Д. Фомичева, «со всеми возможными „коэффициентами искривления“ контент является также источником познания окружающей действительности, так как индивидуальный или групповой опыт слишком мал, чтобы дать такую возможность» [Фомичева 2007: 267].

Цель контент-анализа — выявить количество и характеристики упоминаний России в свете описания в китайских СМИ событий на Украине в 2013—2014 гг.

Для достижения цели контент-анализа нами были поставлены следующие задачи:

- выделение компонентов текстов, соотносимых с проявлением в тексте авторской позиции относительно России и ее участия в описываемых событиях;
- сбор текстового материала для дальнейшей обработки на предмет выявления положительной, отрицательной или нейтральной авторской оценки;
- подсчет выбранных знаков-символов и синтагм и выявление закономерностей.

Использование метода анализа содержания в настоящей работе обусловлено необходимостью наиболее глубокого и объективного исследования политических медиатекстов китайского языка.

В нашем исследовании единицей анализа является отдельный новостной текст, сообщающий читателю отдельную новость.

Оперируя новостным сюжетом как единицей анализа, мы подсчитали, какое количество новостей по теме событий на Украине в среднем в неделю приходится на тот или иной новостной ресурс, подразумевая, что чем больше упоминаний по исследуемой теме встретится на том или ином сайте, тем больше внимания уделяется данной теме на данном новостном интернет-ресурсе. При этом мы игнорируем разницу в объеме новости, рассматриваем их равноправно, так как каждый текст выражает законченную мысль.

Основной категорией анализа стала тональность новостных сообщений, то есть то, какое представление о России они несут своей аудитории. Для каждой новости предусматривалось 5 возможных вариантов:

- 1) резко негативная;
- 2) скорее негативная;
- 3) нейтральная;
- 4) скорее положительная;
- 5) полностью положительная.

Подобный контент-анализ позволил нам сделать выводы об общем интересе китайской аудитории к описываемым событиям, а также о том, каким образом формируется образ России в китайских СМИ.

Целью количественного и качественного контент-анализа, проведенного нами на примере выборки текстов, является выявление количества и характеристик упоминаний России в китайских СМИ при описании событий на Украине в 2013—2014 гг.

Как указывалось выше, в нашем исследовании единицей анализа является отдельный новостной текст, сообщающий читателю отдельную новость. Средний объем новостных сообщений составляет 1747 знаков, варьируясь в диапазоне от 800 до 2200 знаков на одно новостное сообщение.

Оперируя новостным сюжетом как единицей анализа, мы подсчитали, какое количество новостей по теме событий на Украине в среднем в неделю приходится на тот или иной новостной ресурс, подразумевая, что чем больше упоминаний по исследуемой теме встретится на том или ином сайте, тем больше внимания уделяется данной теме на данном новостном Интернет-ресурсе. Мы игнорируем разницу в объеме новости, рассматриваем их равноправно, так как каждый из них выражает законченную мысль.

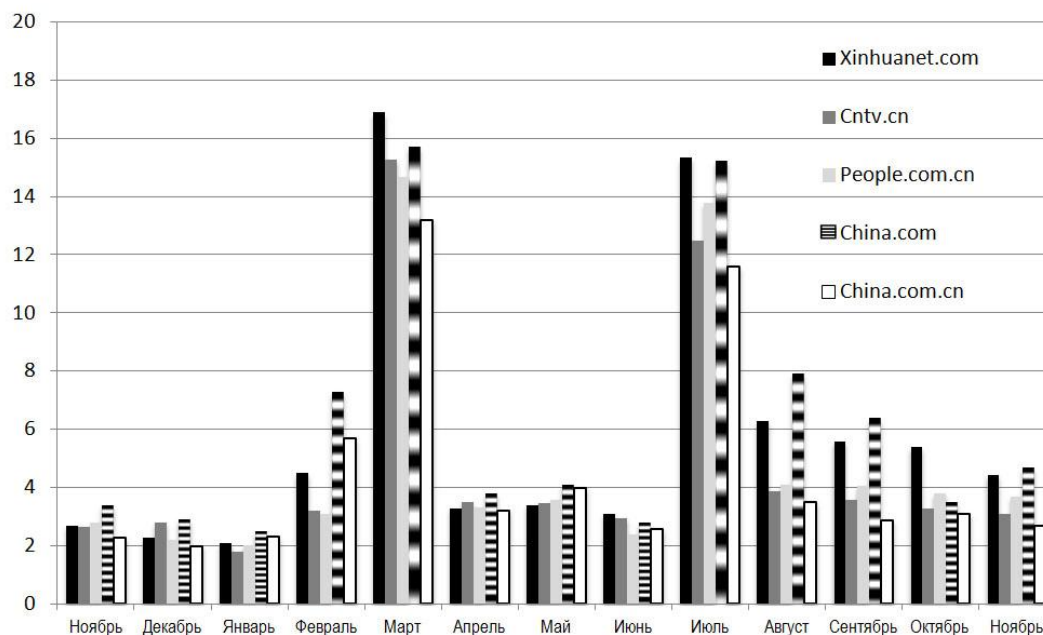


Рис. 1

Количество новостей интересующей нас тематики приведено на графике (рис. 1). Как видно, интерес китайских СМИ к «украинскому вопросу» в целом можно считать весьма низким: в среднем данной теме уделялось только 5,59 % от общего числа публикаций. Это связано с тем, что вообще в Китае интерес средств массовой информации к иностранным новостям не слишком высокий. В любом интернет-СМИ КНР, безусловно, есть раздел 国际 («Международные новости»), но он не является самым популярным и самым востребованным. Так, на сайте агентства Синьхуа целых 38 разделов новостей, в том числе такой, как «Международные новости». Также стоит отметить, что ни на крупнейших новостных порталах, ни на новостных агрегаторах [Baidu] «украинский вопрос» не выделялся в отдельную тему.

На графике видно, что в марте и июле 2014 г. наблюдается резкий скачок частотности публикаций. Это связано с тем, что в это время произошли наиболее знаковые события, вызвавшие самый большой интерес всех мировых СМИ — присоединение Крыма к России (март 2014 г.) и крушение малайзийского «боинга» (июль 2014 г.). Очевидно, что и китайские СМИ не могли проигнорировать эти знаковые в мировой политике события. Стоит отметить, что из всех событий, вместе составивших так называемый «украинский кризис» (乌克兰危机), только непосредственная смена власти на Украине, присоединение Крыма и крушение самолета над Донбассом стали так называемыми 热点新闻 (главными новостями). Можно сделать вывод, что тема Украины не являлась

настолько же значимой для китайской аудитории, как, например, для российской или западной.

Примечательным также является распределение новостей непосредственно по источникам публикации. Несмотря на общие тенденции, связанные с периодическим повышением и понижением интереса к освещению тех или иных событий, закономерным является тот факт, что на протяжении всего периода публикации новостей выборки наибольшее количество новостей про Украину появлялось на порталах агентств Синьхуа и China.com. Это вполне объяснимо и связано с тем, что оба новостных портала стремятся к тому, чтобы быть признанными мировыми СМИ, ориентируются не только на внутреннюю аудиторию, но и активно продвигаются за пределами Китая. Это подтверждают и домены первого уровня, использованные в названии сайтов: .com — это международный домен, используется во всем мире, а .cn предназначен преимущественно для использования в Китае.

Следующим этапом контент-анализа стал количественный подсчет определенных лексем в новостных сообщениях с целью выявления наиболее общих закономерностей. Для подсчета лексических единиц в большом объеме текстов нами использовалась программа «Yoshikoder», которая позволяет создать простейшую кодировочную карту и на ее основе производить подсчет лексических единиц в тексте любого объема.

Задачей для такого подсчета стал анализ упоминаний России в выбранных новостных статьях в сравнении с упоминаниями

Украины, ЕС и США. Для достижения этой цели нами были составлены 3 кодировочных матрицы: «Россия» —

俄罗斯, 俄方, 俄, 莫斯科, 普京, 杜马, 克里姆林宫
«Украина» — 乌克兰, 乌方, 乌, 反对派, 拉达基辅
«США/ЕС» — 美国, 欧盟, 美方, 欧方, 华盛顿, 布鲁塞尔, 德国, 法国, 欧洲, 奥巴马, 欧巴马

Подсчет показал, что всего слова, вошедшие в составленные кодировочные матрицы, составляют 0,146 % от всего объема текста. При этом слова матрицы «Украина» употреблялись больше всего раз — 8256, что составило 0,069 % от общего объема лексических единиц, слова из матрицы «Россия» чуть меньше — 5664, или 0,045%, а слова из матрицы «США/ЕС» еще меньше — 3552, или 0,032%.

Графически распределение между тремя выбранными группами можно изображено на рис. 2.

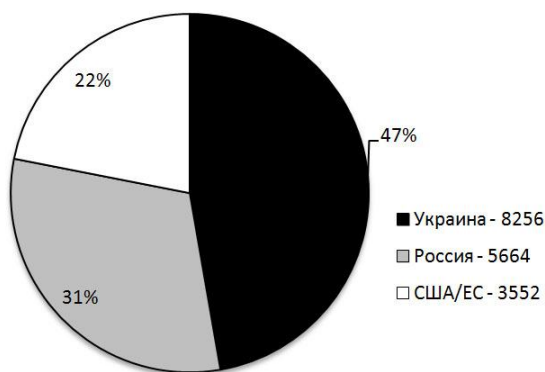


Рис. 2. Распределение упоминаний по кодировочным матрицам

Частотное употребление лексических единиц из матрицы «Украина» вполне объяснимо и закономерно, так как описываемые события непосредственно происходили на территории этой страны. При этом мы видим, что количество упоминаний России в новостях также весьма высоко: оно лишь незначительно ниже, чем упоминания Ук-

раины. Очевидно, что авторы новостных сообщений считают и Россию, и США, и ЕС как минимум сторонами украинского конфликта.

Для подтверждения своего тезиса мы включили в исследование еще одну кодировочную матрицу, «Китай», — 中国, 中方, 北京, 国家主席. Результаты контент-анализа в программе «Yoshikoder» стали вполне предсказуемыми. Слова из кодировочной матрицы «Китай» встречались всего лишь 227 раз — 0,002 % от общего объема текста.

Более детально упоминаемость стран представлена на диаграмме (рис. 3).

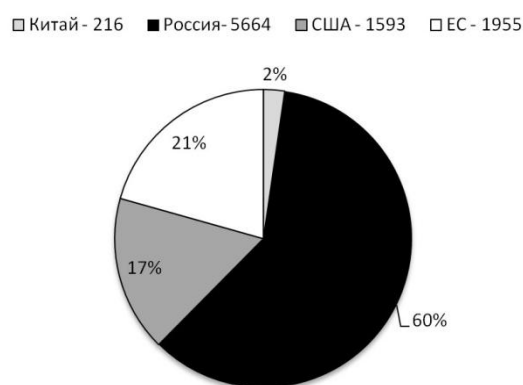


Рис. 3. Упоминаемость стран

Вполне очевидно, что массмедиа не относят Китай к числу сколько-нибудь значимых участников событий, поэтому количество упоминаний КНР ничтожно в сравнении с остальными странами. При этом России и ее роли уделяется большее внимание, чем США и ЕС.

Как упоминалось выше, текстовая выборка проводилась на протяжении одного года. В этой связи представляется интересным рассмотреть количество упоминаний России по месяцам (см. график на рис. 4).

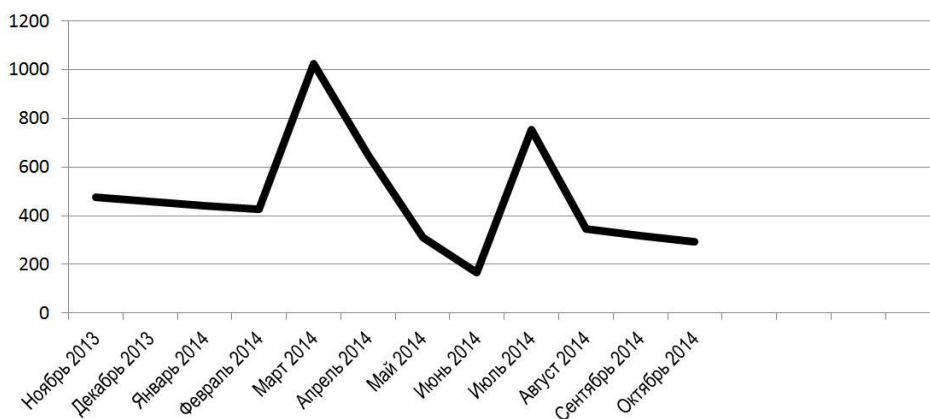


Рис. 4. Упоминания России

На графике (рис. 4) видно, что в количественном отношении в упоминаниях России в китайских СМИ в контексте описания событий на Украине наблюдается два пика. Во временном отношении эти пиковые значения соответствуют графику на рис. 1, где обобщено пропорциональное отношение количества публикаций об Украине к общему числу новостей, и приходятся также на март и июль 2014 г., когда произошли наиболее громкие и знаковые события — присоединение Крыма и крушение «боинга» над Донбассом. Это является вполне объяснимым и закономерным, так как именно в эти события Россия оказалась наиболее вовлеченной.

Характерно, что почти сразу после знакового «возвращения Крыма» интерес китайской аудитории как к теме Украины в целом, так и к участию России в украинском кризисе планомерно утихает вплоть до абсолютного минимума в июне. В это время в повестку дня китайских СМИ входят и внутрикитайские проблемы, такие как техногенная катастрофа в Гуанчжоу, и события других стран, входящих в один с Китаем, Азиатско-Тихоокеанский регион, например смена власти в Таиланде. Количество упоминаний России резко возрастает в июле, когда происходит крушение пассажирского «боинга» и мировые СМИ заполняются версиями относительно причин произошедшего.

Вторая часть контент-анализа, или качественный контент-анализ, предполагает проведение исследования содержания каждой отдельной новости на предмет выявления отношения автора новости к России. Стоит отметить, что из 589 новостных сообщений, которые были нами проанализированы, в подавляющем большинстве, а именно в 548 новостных сообщениях, так или иначе упоминалась Россия, т. е. упоминаемость России в новостных сюжетах составляет 93 %. При этом в 54 новостных сюжетах, что составило 9,1 %, Россия упоминалась и в заголовках.

Приведем примеры заголовков новостей: 俄罗斯援助乌克兰款项将于2014年初陆续到账 — «Кредит России в помощь Украине поступит на счет уже в начале 2014 года»; 美媒: 乌克兰是复兴大俄罗斯的关键 — «Американские СМИ: Украина — это ключ к восстановлению Великой России» и т. д.

Выявление непосредственного имиджа России, а точнее его основных характеристик, довольно трудно провести посредством компьютерной программы, так как составление кодировочной карты в данном случае не представляется возможным. Кроме того, требуется программное обеспечение с более широким набором функций, ко-

торое применительно к китайскому языку отсутствует.

Для получения более достоверных результатов качественный контент-анализ состоял из трех основных этапов:

- 1) определение стилистической окрашенности по словарю;
- 2) проведение опроса носителей языка методом «снежного кома»;
- 3) уточнение данных посредством метод экспертного анализа.

1. На первом этапе для определения совокупного состояния политического образа России, формировавшегося при описании событий на Украине, каждое новостное сообщение, где упоминалась Россия, мы относили к одной из пяти категорий:

- 1) резко негативное;
- 2) скорее негативное;
- 3) нейтральное;
- 4) скорее положительное;
- 5) полностью положительное.

Стилистическую окрашенность отдельной новости мы определяли по отдельным лексическим единицам, использованным для описания событий, прямо или косвенно касавшихся России, а также по лексическому окружению и общей тональности статьи. Окрашенность отдельных лексических единиц мы проверяли по онлайн-словарям: «БКРС» [БКРС] — китайско-русский словарь, позволяющий увидеть весь объем переводимых значений лексической единицы; «Baidu dictionary» [Baidu dictionary] — китайский энциклопедический словарь, предоставляющий всю массу значений отдельных лексических единиц с примерами из художественной литературы и публицистики.

Приведем ряд примеров, которые позволят понять принцип соотнесения отдельных новостных статей с положительной, отрицательной или нейтральной стилистической окрашенностью.

俄罗斯对欧盟则针锋相对、据理力争 — «Россия, в свою очередь, имеет противоположное по отношению к европейскому мнению, она аргументированно и решительно отстаивает свою точку зрения», — это пример из новости со «скорее положительным» отношением к России. Мы видим, что в данном предложении для описания позиции России автором использовано устойчивое выражение 据理力争 (аргументировать и решительно отстаивать свою точку зрения; твердо стоять на своем, приводя доводы и доказательства; упорно отстаивать свою точку зрения с соответствующей аргументацией), обладающее положительным добавочным стилистическим значением, что придает всему предложению положительную стили-

стическую окрашенность и подтверждает положительное отношение автора к России, а значит, формирует положительный образ России у китайской аудитории.

Россия может给予的支持将有助于避免局势失控 — «Помощь, которую, возможно, предоставит Россия, поможет избежать выхода ситуации из-под контроля». Это тоже пример предложения, которое формирует скорее «положительный образ» России. С Россией здесь соотносятся слова 支持 — «помощь», 有助于 — «способствовать, помогать» и сочетание 避免失控 — «избежать выхода из-под контроля». Стоит отметить, что китайский менталитет предполагает определенные опасения относительно раздора, дисбаланса в государстве, различных смут и т. д. Таким образом, описание действий России, которые могут способствовать выходу из смуты, — это шаг к формированию положительного образа нашей страны.

普京的“大礼”对乌政府而言确是及时雨 — «„Торжественный шаг“ Путина, все всякого сомнения, стал для Правительства Украины своевременной помощью», — под «торжественным шагом» в данном предложении понимается кредит, который Россия должна была предоставить Правительству Украины для урегулирования экономического кризиса в конце 2013 г. На первый взгляд кажется, что это предложение формирует положительный образ России, так как мы видим слово 及时雨 — «своевременный дождь, своевременная помощь». Однако несколько саркастическое по тональности выражение 普京的“大礼” — «торжественный шаг, пафосный акт Путина», тем более заключенное в кавычки, что еще сильнее выделяет эту лексему в ряду других лексических единиц, показывает, что отношение автора скорее негативное. Данный тезис подтверждается и общей тональностью оставшейся части новости и ее лексическим окружением.

为了拉拢友邻, 俄罗斯打出一张王牌 — «Для того чтобы перетянуть на свою сторону своего старого друга, у России еще есть козыри». Казалось бы, данное предложение абсолютно нейтрально с точки зрения стилистической окрашенности по отношению

к России. Однако если более внимательно изучить значение каждой лексемы, то мы увидим, что глагол 拉拢 имеет отрицательные коннотации. Его можно перевести как «перетягивать на свою сторону, строить шашни, вербовать, заигрывать», что содержит семантику «обмана» и, естественно, отрицательно сказывается на образе объекта, в отношении которого эта лексическая единица употреблена.

很多普通的俄罗斯人都有这样的奇怪逻辑 — «У множества простых россиян именно такая странная логика». Это предложение также, на первый взгляд, напрямую не оказывает никакого влияния на формирование имиджа России, однако словосочетание 奇怪逻辑 — «странная логика» несет определенный сарказм и, несомненно, некоторую степень критики, тем более что дальнейшее описание в статье этой «странной логики россиян» еще раз подтверждает, что общая тональность и предложения, и новостного сообщения в целом будет «скорее отрицательная».

欧盟先前批评俄罗斯“用威胁攥住乌克兰” — «ЕС раньше постоянно критиковал Россию за то, что она „угрозами удерживает Украину“». В данном случае, несмотря на то что Россия предстает как некий агрессор, лексическое окружение не позволяет сделать вывод, что это авторская мысль, так как приводится источник данной оценки, тем самым перед нами предстает в классическом виде нейтральное отношение к образу России, когда автором просто ретранслируется отношение или слова третьей стороны.

白宫指认, 此事是俄罗斯在背后搞鬼 — «В Белом доме бросаются обвинениями, что это все происки (козни) России». В этом примере также, несмотря на употребление в отношении РФ словосочетания 在背后搞鬼 — «строить козни за спиной», мы встречаем вводное предложение 白宫指认 — «В Белом доме бросаются обвинениями», что говорит о наличии цитаты, а не об авторском мнении, соответственно мы сталкиваемся с примером нейтральной оценки.

Результаты проведенного анализа представлены на диаграмме (рис. 5).

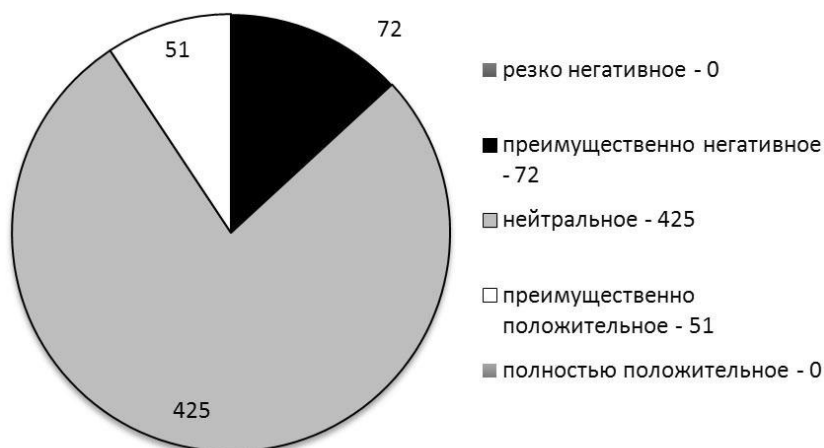


Рис. 5. Отношение к России (согласно исследованию новостных сообщений)

Итак, полученные результаты свидетельствуют о том, что СМИ КНР, в отличие от западных и российских массмедиа, преимущественно избегают крайних суждений. Подавляющее большинство новостных статей содержит так называемую «нейтральную оценочность», т. е. в них не выражено ни положительное, ни отрицательное отношение к России. Так, из 548 новостных элементов 425 несут нейтральную оценку, что составило 77,5 % от общего числа статей. Интересно заметить, что если сравнить «преимущественно негативное» и «преимущественно положительное» отношение к России, то немного доминирует отрицательная оценка, при этом количество отрицательно настроенных статей составило 72, или 13,6 %, тогда как положительной оценкой характеризуется только 51 статья, или 9,3 %.

2. Второй этап качественного контент-анализа представляет собой проведение опроса носителей языка с целью определения формируемого в китайских СМИ политического имиджа России. Основная задача этого этапа — уточнение данных, полученных в результате анализа по словарю.

Суть проведенного опроса состоит в том, чтобы носители языка, основываясь на своем языковом опыте, определили отношение, которое, по их мнению, формируется в выбранных новостях. Респондентам предлагалось ответить на вопрос: «Какое впечатление о России формируется у Вас после прочтения этой новости?» Для ответа были предложены те же 5 возможных вариантов: резко негативное, скорее отрицательное, нейтральное, скорее положительное, полностью положительное.

Подбор респондентов происходил посредством методики «снежного кома». На начальном этапе в опросе принимало участие 24 гражданина Китая в возрасте от 18 до 47 лет, которые потом рекомендовали

для участия своих знакомых, которые, в свою очередь, также давали рекомендации для подбора дальнейших участников опроса. В общей сложности в опросе приняло участие 89 человек: 41 респондент женского пола и 47 респондентов мужского пола. По социальному статусу все они относились к городским жителям, имеющим доступ к Интернету, имели высшее или неоконченное высшее образование (студенты). Возраст варьировался от 18 до 52 лет; подавляющее большинство респондентов составили молодые люди в возрасте от 18 до 30 лет.

Каждая новость была прочитана 5 различными респондентами, каждый из которых отмечал, какое отношение к России формируется у него после прочтения данной новости. Новостное сообщение соотносилось с тем или иным отношением только в случае полного или 80 %-го совпадения мнения респондентов.



Рис. 6. Отношение к России согласно исследованию новостных сообщений (результаты опроса)

Полученные результаты (см. рис. 6) свидетельствуют о том, что СМИ КНР, в отличие от западных и российских массмедиа, преимущественно избегают крайних суждений. Подавляющее большинство новостных

статей содержат так называемую «нулевую оценку», т. е. в них не выражено ни положительное, ни отрицательное отношение к России. Так, из 548 новостных элементов 413 несут нейтральную оценку, что составило 75,3 % от общего числа статей. Интересно заметить, что если сравнить «преимущественно негативное» и «преимущественно положительное» отношение к России, то немного доминирует отрицательная оценочность, при этом количество отрицательно настроенных статей составило 63, или 11,4 %, тогда как статей с положительной модальностью было всего 72, или 13,13 %.

3. На третьем этапе полученные результаты уточнялись посредством экспертной оценки.

Методика качественного контент-анализа, направленная на объективное изучение новостных статей с целью исследования выраженного в них отношения к России в целом и к ее действиям на международной арене в частности посредством сверки со словарем и опроса респондентов, очевидно, содержит определенную долю субъективизма. В этой связи, с целью свести субъективный фактор до минимума, в проведении исследования мы также подключали третью сторону — экспертную группу в количестве 10 человек. В экспертную группу вошли переводчики, знающие китайский язык, и сотрудники высших учебных заведений КНР. Каждый имеет высшее образование в сфере лингвистики, при этом у двух экспертов — докторская степень по филологии.

В том случае если оценочность, содержащаяся в новостной статье, вызывала определенные сомнения или была неявной, мы отправляли данную новость для экспертной оценки. Через данный этап контент-анализа прошло 73 новостных сообщения.

Экспертная оценка позволила уточнить данные, полученные посредством анализа словаря и опроса рецензентов.

На наш взгляд, результаты качественного контент-анализа свидетельствуют о нижеследующих закономерностях в выявлении формируемого политического имиджа.

Установлен общий интерес китайской аудитории к описываемым событиям, а также то, каким образом формируется образ России в китайских СМИ. На наш взгляд, наиболее значимы следующие особенности описания событий на Украине китайским СМИ:

1) стилистическая окрашенность подавляющего большинства новостных сообщений нейтральная, что свидетельствует о стремлении китайских СМИ не формировать конкретной оценки в отношении России;

2) зафиксированные проявления отрицательной или положительной оценочности не демонстрируют какой-либо значимой закономерности. Количество новостей с отрицательной оценочностью доминирует при проведении анализа при помощи словаря, а с положительной оценочностью — при проведении опроса. Подобные отличия можно объяснить тем, что большинство рецензентов в момент проведения исследования находились на территории России, т. е. опосредованно являлись несколько ангажированными в отношении предмета исследования.

ЛИТЕРАТУРА

1. Алтунян А. Г. От Булгарина до Жириновского: идейно-стилистический анализ политических текстов. — М.: РГГУ, 1999. 263 с.
2. БКРС : сайт любителей Китая и китайского языка. URL: <http://bkrs.info>.
3. Богуславский И. В., Богуславская В. В. Газетный текст: стратегия лингвосоциокультурного моделирования. 2003. URL: <http://www.dialog-21.ru/archive/2003/boguslavskaja.htm>.
4. Гильмутдинов В. И., Медведев В. Б. Функционально-семантический анализ текстовых фрагментов // Сопоставительный функционально-семантический анализ языковых единиц. — Куйбышев: КГПИ, 1986. С. 6—75.
5. Грушевская Т. М. Политический дискурс в аспекте газетного текста. — СПб.: Изд-во РГПУ им. А. И. Герцена, 2002. 116 с.
6. Добросклонская Т. Г. Вопросы изучения медиатекстов. Опыт исследования современной английской медиаречи. — М.: Красканд, 2010. 288 с.
7. Жэньминь жибао : сайт. URL: <http://people.com.cn/>.
8. Кайда Л. Г. Эффективность публицистического текста. — М.: Изд-во МГУ, 1989. 182 с.
9. Кара-Мурза Е. С. Полиинтенциональность медиатекста (на материале путеводителя как досугового издания) // Медиатекст как полиинтенциональная система. — СПб., 2012. URL: http://jf.spbu.ru/upload/files/file_1350844183_58.pdf.
10. Клушина Н. И. Интенциональные категории публицистического текста (на материале периодических изданий 2000—2008 гг.): дис. ... д-ра филол. наук : 10.01.10. — М., 2008. 352 с.
11. Лемешко Ю. Г. Язык китайского общественно-политического текста (синтаксические и стилистические особенности): дис. ... канд. филол. наук : 10.02.22. — СПб., 2001. 193 с.
12. Никитина Т. Н. Грамматика китайского публицистического текста. — М.: Каро, 2007. 224 с.
13. Санжимитьпова С. А. Стилистические особенности языка современной китайской прессы: дис. ... канд. филол. наук : 10.02.22. — СПб., 2007. 176 с.
14. Синьхуа : информационное агентство. URL: <http://www.xinhuanet.com>.
15. Солганик Г. Я. Лексика газеты. — М.: Высшая школа, 1981. 265 с.
16. Фомичева И. Д. Социология СМИ. — М.: Аспект Пресс, 2007. 389 с.
17. Центральное телевидение Китая : интернет-сайт. URL: Cntv.cn.
18. Цзя Лежун. Интернет и китайские онлайн-СМИ. — М.: Изд-во МГУ, 2004. 128 с.
19. Ядов В. А. Социологическое исследование: методология, программа, методы. — Самара : Самарский ун-т, 1995. 335 с.
20. Baidu.com. URL: <http://news.baidu.com>.
21. Baidu dictionary. URL: <http://dict.baidu.com>.
22. China.com. URL: <http://www.china.com>.
23. China.com.cn. URL: <http://cn.china.cn>.

O. I. Kalinin
Moscow, Russia

CONTENT-ANALYSIS OF POLITICAL MEDIATEXTS (EVIDENCE FROM CHINESE LANGUAGE)

ABSTRACT. *This article presents the results of content-analysis based on the media articles about the situation in Ukraine published in the Chinese Internet media during the period from November 2013 to November 2014. More than 500 articles were analyzed.*

The author, using the methods of qualitative and quantitative content-analysis, studies how Chinese media was positioning the Russian Federation in its publications. The article considers the wide range of questions concerning the political image of Russia constructed by the Chinese Internet media in China.

The research was held with the help of Yoshikoder software, its results were specified by the expert group and the survey among native speakers. The process of political image formation is studied from different points of views, the results are presented in the topical diagrams.

The most important results of the research are: 1) Stylistic connotation of the most news articles is neutral, which shows that Chinese media doesn't form any special opinion on the Russian Federation; 2) Negative and positive connotations are quite a few and they do not appear on a regular basis. The negative connotation is commonly noted during the dictionary analysis, and positive is marked by the respondents.

KEYWORDS: *content-analysis; mediatext; political image; political text; evaluativity.*

ABOUT THE AUTHOR: *Kalinin Oleg Igorevich, 40 Department (Fareast Languages), Faculty of Foreign Languages, Federal State educational institution of the high professional education "Military University", Moscow, Russia.*

REFERENCES

1. Altunyan A. G. Ot Bulgarina do Zhirinovskogo: ideyno-stilisticheskiy analiz politicheskikh tekstov. — M. : RGGU, 1999. 263 s.
2. BKRS : sayt lyubitelye Kitaya i kitayskogo yazyka. URL: <http://bkrs.info>.
3. Boguslavskiy I. V., Boguslavskaya V. V. Gazetnyy tekst: strategiya lingvosotsiokul'turnogo modelirovaniya. 2003. URL: <http://www.dialog-21.ru/archive/2003/boguslavskaja.htm>.
4. Gil'mutdinov V. I., Medvedev V. B. Funktsional'no-semanticheskiy analiz tekstovykh fragmentov // Sopostavitel'nyy funktsional'no-semanticheskiy analiz yazykovykh edinit. — Kuybyshev : KGPI, 1986. S. 6—75.
5. Grushevskaya T. M. Politicheskiy diskurs v aspekte gazetnogo teksta. — SPb. : Izd-vo RGPU im. A. I. Gertsena, 2002. 116 s.
6. Dobroslonskaya T. G. Voprosy izucheniya mediatekstov. Opyt issledovaniya sovremennoy angliyskoy mediarechi. — M. : Kraskand, 2010. 288 s.
7. Zhen'min' zhibao : sayt. URL: <http://people.com.cn/>.
8. Kayda L. G. Effektivnost' publitsisticheskogo teksta. — M. : Izd-vo MGU, 1989. 182 s.
9. Kara-Murza E. S. Poliintentsional'nost' mediateksta (na materiale putevoditelya kak dosugovogo izdaniya) // Mediatekst kak poliintentsional'naya sistema. — SPb., 2012. URL: http://jf.spbu.ru/upload/files/file_1350844183_58.pdf.
10. Klushina N. I. Intentsional'nye kategorii publitsisticheskogo teksta (na materiale periodicheskikh izdaniy 2000—2008 gg.) : dis. ... d-ra filol. nauk : 10.01.10. — M., 2008. 352 s.
11. Lemesenko Yu. G. Yazyk kitayskogo obshchestvenno-politicheskogo teksta (sinatsicheskie i stilisticheskie osobennosti) : dis. ... kand. filol. nauk : 10.02.22. — SPb., 2001. 193 s.
12. Nikitina T. N. Grammatika kitayskogo publitsisticheskogo teksta. — M. : Karo, 2007. 224 s.
13. Sanzhimiyupova S. A. Stilisticheskie osobennosti yazyka sovremennoy kitayskoy pressy : dis. ... kand. filol. nauk : 10.02.22. — SPb., 2007. 176 s.
14. Sin'khua : informatsionnoe agentstvo. URL: <http://www.xinhuanet.com>.
15. Solganik G. Ya. Leksika gazety. — M. : Vysshaya shkola, 1981. 265 s.
16. Fomicheva I. D. Sotsiologiya SMI. — M. : Aspekt Press, 2007. 389 s.
17. Tsentral'noe televidenie Kitaya : internet-sayt. URL: [Cntv.cn](http://cntv.cn).
18. Tszya Lezhun. Internet i kitaiskie onlainovye SMI. — M. : Izd-vo MGU, 2004. 128 s.
19. Yadov V. A. Sotsiologicheskoe issledovanie: metodologiya, programma, metody. — Samara : Samarskiy un-t, 1995. 335 s.
20. Baidu.com. URL: <http://news.baidu.com>.
21. Baidu dictionary. URL: <http://dict.baidu.com>.
22. China.com. URL: <http://www.china.com>.
23. China.com.cn. URL: <http://cn.china.cn>.

Статью рекомендует к публикации PhD, проф. Ян Кэ.

И. В. Култышева
Нижний Тагил, Россия

**КАТЕГОРИЯ КОМИЧЕСКОГО В РЕПРЕЗЕНТАЦИИ ОБРАЗА ПОЛИТИЧЕСКОГО ВРАГА
(НА ПРИМЕРЕ ПОЛИТИЧЕСКОГО АНЕКДОТА)**

АННОТАЦИЯ. *Негативная информация, исходящая из официальных СМИ о новой украинской власти, способствует формированию в общественном сознании образа врага. В статье рассматривается, как поддержание и распространение подобного образа происходит с помощью его репрезентации через политический анекдот как категорию комического. Образ врага в демократическом обществе используется главным образом в предвыборных технологиях, но в некоторых случаях миф о враге может служить для повышения уровня поддержки и доверия действующему правительству. Образ врага является инвариантным компонентом духовной сферы общества во время любого военного конфликта. Он помогает вызывать чувство ненависти к противнику, оправдывать собственные агрессивные действия. Образ врага создается с опорой на особенности человеческой психики, на механизм проекции, описанный К. Г. Юнгом, когда неудачи и внутренние конфликты как отдельно взятого человека, так и общества в целом получают ложное объяснение, и вина за них возлагается на совершенно иное лицо или обстоятельство. По тематике политические анекдоты, высмеивающие киевскую власть, разделяются на следующие группы: присоединение полуострова Крым к России; лозунги украинских националистов; мобилизация войск в Украине; статус русского языка в Украине; процедура люстрации 2014 г.; снос памятников В. И. Ленину. Политические лидеры Украины представлены как достаточно ограниченные люди, что формирует негативный образ страны в целом.*

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: «образ врага»; категория комического; политический анекдот.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ: *Култышева Ирина Владимировна, кандидат филологических наук, доцент кафедры филологического образования и массовых коммуникаций; Нижнетагильская государственная социально-педагогическая академия (филиал Российского государственного профессионально-педагогического университета в г. Нижний Тагил); 622031, г. Нижний Тагил, ул. Красногвардейская, д. 57; e-mail: chur-irina@yandex.ru.*

Война между государствами происходит не только в форме вооруженного противоборства, но и с помощью целенаправленного информационного воздействия. Основным методом в такой войне является применение не огнестрельного оружия, а информации для воздействия на человеческое сознание с целью получения необходимого результата.

В настоящее время мощным средством формирования политических образов являются средства массовой коммуникации. Способность формировать групповое сознание и поддерживать ценностные ориентации общества сделали массовую коммуникацию привлекательным для власти инструментом создания ценностной системы, единой для управляющих и управляемых. Это привело к тому, что политика стала активно проникать в сферу массовой коммуникации и использовать массмедиа как инструмент психологического воздействия на массы [Зверева].

Во второй половине 1980-х — начале 1990-х гг. исследователи из разных областей социального и гуманитарного знания обратили внимание на возросшую роль электронных средств массовой коммуникации. Они сделали и условием, и средой обитания, и своеобразным субъектом культуры, активно воздействующим на облик общества и на систему представлений и чувств отдельного человека. В современной культуре отмечается беспрецедентное влияние аудиовизуальных средств коммуникации [Брусницин 2001: 93].

По мнению В. Г. Крысько, «психологическое воздействие» — это определенная ак-

тивность одних людей, осуществляемая в различных формах и различными средствами (в том числе психологическими), направленная на других людей и их группы с целью изменения их психики и сознания, то есть их взглядов, мнений, убеждений, представлений, мотивов, установок и стереотипов поведения, чувств, настроений и состояний [Крысько 1999: 127].

Для того чтобы осуществить эффективное психологическое воздействие, необходимо оказать влияние на мышление и чувства человека посредством создания сообщения, содержащего яркие и запоминающиеся образы, а также многократного его повторения.

В связи с последними событиями на мировой политической арене в СМИ активно распространяется информация негативного характера, которая формирует у людей определенный образ врага. Наличие в массовом сознании мифологизированного «образа врага» помогает сплотить нацию перед лицом реальной или мнимой угрозы цивилизационного, этнического или национального масштаба. Активизация в народном сознании «образа врага» всегда укрепляет существующую политическую систему.

Человек посредством информационного воздействия формирует в своем сознании представление об объекте, в котором видит опасность. Для того чтобы сформировалась некая «картинка», изображающая «врага» с той или иной стороны, необходима информация, благодаря которой в человеческом сознании формируется представление о «враге». Таким образом, информация стано-

вляется необходимым ресурсом деятельности человека для нападения и защиты (об информационных войнах см., напр.: [Коцюбинская 2015; Сквородников, Королькова 2015; Сквородников, Копнина 2016]).

«Образ врага» в информационной войне используется часто. Образ врага в демократическом обществе используется главным образом в предвыборных технологиях, но в некоторых случаях миф о враге может служить для повышения уровня поддержки и доверия действующему правительству. Образ врага является инвариантным компонентом духовной сферы общества во время любого военного конфликта. Он помогает вызывать чувство ненависти к противнику, оправдывает собственные агрессивные действия [Белоусова 2011: 112].

«Враг» — это явление, представляющее собой реальную или мнимую угрозу самому существованию индивида, группы, социума, носитель антигуманных свойств и качеств. «Враг» может ассоциироваться с конкретной личностью, с этносом, нацией, классом, партией, государством, с идеологией (фашизм, национализм, расизм, глобализация), с общественным строем (капитализм, социализм) и даже с природными явлениями (засуха, саранча, эпидемии, техногенные факторы и многое другое) [Козырев 2008: 33].

«Образ врага» — это качественная (оценочная) характеристика «врага», сформированная в общественном сознании. Это восприятие «врага» и представление о «враге», при этом «враг» и его «образ» могут значительно отличаться друг от друга, так как восприятие отражает не только объективную реальность, но и оценочные интерпретации и эмоциональные компоненты перцепции. Кроме того, на формирование «образа врага» оказывают влияние стереотипы и установки, мифы и предрассудки, присущие массовому сознанию. Необходимо учитывать, что восприятие «врага» опосредовано многообразными источниками информации, например, СМИ, которые могут целенаправленно формировать определенный имидж «врага» [Козырев]. Враг всегда наделяется негативными свойствами и качествами, враг всегда ассоциируется со злом, агрессией, коварством и ненавистью [ср.: Качмазова, Тамерьян 2014].

Образ врага создается с опорой на особенности человеческой психики. В афоризме К. Юнга «Люди всегда нуждались в демонах и не могли жить без богов» обозначен один из важнейших психологических механизмов формирования «образа врага», получивший название «проекции» [цит. по Дукельский 2006: 37]. Раздражение, страхи, неудачи и

внутренние конфликты как отдельно взятого человека, так и общества в целом получают ложное объяснение, и вина за них возлагается на совершенно иное лицо или обстоятельство. Ощущение беспомощности в кризисной ситуации вызывает желание осознать себя жертвой чьего-то злого умысла. Такая позиция, с одной стороны, избавляет от необходимости предпринимать конкретные действия, а с другой стороны, дает выход накопившимся отрицательным эмоциям [Дукельский 2006: 38].

Формирующийся образ врага должен отвечать определенным требованиям тех, кто его формирует. Поэтому он должен:

- отвечать целям и задачам противоборствующей стороны;
- оцениваться негативно с точки зрения существующих в социуме традиций, стереотипов, системы ценностей;
- нести в себе информацию о реальной или мнимой угрозе, о количественных и качественных характеристиках врага, о возможных санкциях, которые могут быть применены в отношении него, о величине ущерба, причиненного врагом, и возможной компенсации;
- демонстрировать антигуманную сущность врага и его преступные планы;
- способствовать внутренней консолидации всех, на кого направлено воздействие созданного образа врага, а также привлечению ими на свою сторону новых союзников [Козырев].

Сейчас появились такие понятия, как «дружественный враг» или «враждебный друг». То есть по какому-то вопросу государства между собой могут враждовать, в другом вопросе идти на компромисс или сотрудничать.

В связи с политическим кризисом в Украине киевская власть выступает в российских СМИ в образе врага. Этому способствует обострившаяся ситуация в мире вокруг этого конфликта, обвинение России со стороны Запада в разжигании гражданской войны в Украине и введение санкций. Но, несмотря на вышесказанное, Россия продолжает взаимодействие с Украиной, ищет компромиссы в газовом вопросе, старается помочь с гуманитарной ситуацией на востоке Украины. Перед нами открывается образ Украины как «враждебного друга».

Нередко в репрезентации образа врага используют смеховую культуру, например, такие формы комического, как карикатура или анекдот. Такая форма репрезентации врага способствует снижению авторитета определенных политиков или политического строя в целом (о подобном использовании

карикатуры и иронии в политической сфере см.: [Руженцева, Шустрова, Ворошилова 2015: 32—42, 98—112, 151—155; Енина, Зубова 2015; Шустрова 2014]).

Анекдот является откликом на актуальные проблемы общества, охватывает практически все сферы социальной жизни — политику, бизнес, производство, образование, религиозные институты, армию, семью — и иллюстрирует видение людьми окружающей их действительности, а также отношение к ней.

Политические анекдоты, как правило, недолговечны и смешны только в определенных исторических условиях. Мы разделили все собранные анекдоты на 6 основных тем (по отношению к какому-либо явлению).

1 группа. Тема — присоединение полуострова Крым к России. Объекты насмешки: отношение к этому событию граждан Украины; высказывания представителей украинской власти; ситуация, в которой оказались жители Крыма.

Это самая многочисленная группа анекдотов, она составляет 29 % от собранного материала.

В результате референдума 16 марта 2014 г. Республика Крым была провозглашена независимым и суверенным государством, а 18 марта полуостров официально вошел в состав Российской Федерации. Действующие власти Украины до референдума говорили о его незаконности, а после отказались принимать его результаты. Эти события породили волну анекдотов о потере полуострова Украиной и присоединении Крыма к России.

В ироничной форме представлено, что украинцы завидуют жителям Крыма, так как на полуострове наладилась гуманитарная ситуация и не ведутся военные действия.

• *Диалог в Киеве:*

— *Вот клятвы москали. Пришли и Крым взяли. А у нас ни газа, ни горячей воды.*

— *Точно. Крым взяли, а Киев не захотели.*

• — *Почему жители Украины выступают против присоединения Крыма к России?*

— *Завидуют.*

Высмеиваются высказывания представителей украинской власти о возвращении полуострова в состав Украины. Политики предстают как глупые, а иногда и душевнобольные люди. В текстах обыгрывается тот факт, что полуостров Крым был передан Украине в 1954 г., а теперь он вернулся в состав России, в связи с этим политические деятели в анекдотах выглядят неспособными сделать то, о чем так громко заявляют.

— *Крым — наш, — кричал Яценюк.*

— *Ваш, ваш, — успокаивали его санитары.*

Жители Крыма в политических анекдотах представлены как люди, которые по собственной воле провели референдум и вошли в состав России, здесь авторы смеховых текстов иронизируют не столько над самими людьми, сколько над ситуацией, в которой они оказались.

• *Некоторые жители Крыма — уникальные люди! Они жили в трех странах: СССР, Украина и Россия, при этом никуда не переезжая.*

• *Русским в Крыму все время твердили: „А кому не нравится — валите в Россию“. И, наконец, русские сказали: „Ладно, уговорили, мы валим в Россию“.*

• *Челябинск уже не самый суровый. Крымчане настолько суровы, что переехали в Россию вместе со своим полуостровом!*

2 группа. Тема — лозунги украинских националистов.

Объект насмешки — фраза «Слава Украине, героям слава!»

Эта тема представляет 20 % анекдотов от всего собранного материала.

Фраза «Слава Украине, героям слава!» является лозунгом украинских националистов. До недавних событий не наблюдалось ее активное использование. Повсеместное распространение произошло в конце 2013 г. во время Евромайдана, когда фраза стала его главным лозунгом и девизом. В октябре 2014 г. депутатами Верховной Рады Украины было предложено использовать лозунг в качестве официального приветствия в украинской армии.

В политических анекдотах объектом насмешки становится неуместное использование данной фразы, также происходит высмеивание смысла лозунга в контексте употребления во время гуманитарного кризиса. В текстах описываются ситуации, когда украинцы остаются без бытовых удобств, но продолжают использовать благодарственный лозунг, при этом ясна позиция авторов, которые высмеивают противоречие содержания фразы сложившейся ситуации в стране.

• *Мужик с охоты принес домой зайца. Велит жене его пожарить.*

— *Так масла же нету!*

— *Пожарь на сала.*

— *Так сало съели!*

— *Ну просто в духовке без всего запеки.*

— *Так газа же нет.*

Мужик рассердился, выкинул зайца в окно. Заяц расправил уши и сказал: „СЛАВА УКРАИНЕ, ГЕРОЯМ СЛАВА!“

• — *Алло, Слава Украине, это ЖЭК?*

— *Героям Слава, да!*

— У нас очень холодно, Слава Украине... Когда будет тепло?

— Летом, Героям Слава!

3 группа. Тема — мобилизация войск в Украине.

Объект насмешки — уклонение украинцев от призыва.

Данная тема нашла отражение в 17 % анекдотов от всего собранного материала.

Мобилизация войск была объявлена президентом страны, Петром Порошенко, в марте 2014 г. Уже прошло три этапа мобилизации, представители власти говорят о необходимости четвертого этапа. Но жители Украины, которым приходит повестка, не спешат идти в армию из-за военных действий на юго-востоке страны, куда и отправляют призывников. Большинство призывников ищут способы, чтобы уклониться от военной службы.

Вся это ситуация послужила поводом для создания анекдотов, в которых в ироничной форме комментируется мобилизация.

● *В украинской армии вместо приветствия „товарищ“ хотят ввести новое — „пан“. Теперь получается, если получил повестку из военкомата, то ты либо — пан, либо — пропал...*

● *В связи с событиями на Украине появился новый фразеологизм — „не пойман — не призывник“.*

Высмеиваются попытки националистически настроенных украинцев скрыться в России, чтобы избежать военной службы. Жители Украины показаны трусами, которые способны отказаться от своих убеждений, чтобы избежать армейской жизни.

● *Оказалась, что русофобия лечится! Всего одна повестка и человек перестает скакать и петь „Ще не вмерла...“, надевает георгиевскую ленту и внезапно начинает любить Россию так, что даже едет туда жить...*

● — *Слава Украине!!*

— *Сынку, тебе повестка.*

— *Мам, я в Россию и вернусь не скоро.*

4 группа. Тема — статус русского языка в Украине.

Объект насмешки — знание гражданами Украины русского языка лучше, чем украинского.

Эта группа является самой малочисленной и составляет 10 % от всех собранных для анализа смеховых текстов.

В 2012 г. Верховная рада приняла закон, в котором было сказано, что русский язык в Украине является региональным, т. е. может стать официальным в каких-то регионах, но не на уровне всей страны. В начале 2014 г. русский язык лишили статуса регионального.

Началась так называемая украинизация населения, радикально настроенные граждане начали отказываться от русского языка, хотя для большей части страны русский является родным языком.

Это дало повод для насмешек над населением Украины, которое русский знает лучше, чем официальный государственный язык. При этом используется сарказм и ирония.

● *Украина — очень образованная страна. Там население поголовно владеет иностранным языком. Причем лучше, чем своим.*

● *Украина — единственная страна в мире, 30 % граждан которой за 23 года независимости так и не смогли овладеть украинским языком! Исходя из этого, ученые сделали вывод: украинский язык — самый сложный в мире.*

5 группа. Тема — процедура люстрации 2014 года.

Объект насмешки — «народная» украинская люстрация.

Группа составляет 12 % от собранного материала для анализа.

Явление люстрации существует на Украине с 2005 г., но активно распространилось в 2014 г. как одно из требований участников Евромайдана. Люстрация — это запрет на занятие определенных должностей в органах государственной власти для отдельных физических лиц. Соответствующий закон был принят в сентябре 2014 г. Государственные деятели или чиновники, подвергающиеся люстрации, должны быть установлены в судебном порядке, но закон фактически в первую очередь имеет целью отстранение от государственной службы лиц, занимавших руководящие должности при президенте Викторе Януковиче, а также тех, кто от лица государства пытался противодействовать Евромайдану. При этом радикально настроенные активисты решили провести собственную люстрацию, которая в СМИ получила название «мусорная». Государственных деятелей, которые не угодили активистам Евромайдана, публично оскорбляли и унижали, сажая их в мусорные баки. Данные действия украинцев вызвали волну возмущения в России, что привело к созданию смеховых текстов. Авторы насмеваются над самим феноменом люстрации, акцентируя внимание на том, что неугодные государственные деятели когда-то были избраны на официальных выборах.

● *Мусорные баки в Украине начали массово вступать в „Правый сектор“.*

● *Новая украинская забава — проголосовать за депутата, а потом его затолкать в мусорный бак.*

6 группа. Тема — снос памятников В. И. Ленину

Объект насмешки — бессмысленность действий активистов.

Группа составляет 12 % от собранного материала для анализа.

Памятники В. И. Ленину на Украине были названы символами тоталитарного советского прошлого и подверглись несанкционированному сносу во многих населенных пунктах страны. В России подобные действия украинских активистов воспринимаются неоднозначно, но всё же большинство называет это вандализмом. В анекдотах высмеивается бессмысленность подобных действий, говорится о том, что украинцы должны снести большую часть своей страны, чтобы совсем избавиться от советского прошлого. С иронией отмечается, что снос памятников волнует жителей Украины больше, чем сложившаяся политическая ситуация.

• *Все, кто сносит памятники Ленину, не забудьте снести также и свои дома — их тоже коммунисты строили.*

• *На Украине с таким воодушевлением поют гимн, красят всё в сине-жёлтое и рушат памятники Ленину, как будто этот Ленин запрещал им последние 23 года петь гимн и красить всё в сине-жёлтое.*

Анализ политических анекдотов про Украину показывает, что любое значимое событие находит свое отражение в смеховых текстах. Политические лидеры Украины представлены как достаточно ограниченные люди, неспособные понять, что их действия привели страну к кризису. Подобная характеристика формирует в сознании людей, читающих анекдоты, негативный образ не только политических лидеров, но и страны в целом.

Но необходимо помнить, что анекдоты актуальны только в определенном времен-

ном отрезке: сейчас эти темы высмеиваются, но уже через несколько лет рассмотренные смеховые тексты не будут понятны и не смогут повлиять на чье-либо мнение.

ЛИТЕРАТУРА

1. Белоусова Ю. В. Создание образа врага на страницах российских СМИ // Вестн. ВГУ. 2011. № 1. С. 112—113.
2. Брусницин Н. А. Информационная война и безопасность. — М.: Вита-Пресс, 2001. 192 с.
3. Дукельский В. К истории образа врага в новой России // Вестник Европы. 2006. № 17. С. 37—38.
4. Енина Л. В., Зубова Л. В. Политические фигуры на поле комического в массмедиа: смешные и серьезные // Политическая лингвистика. 2015. № 4 (54). С. 77—81.
5. Зверева В. Репрезентация и реальность. URL: <http://www.strana-oz.ru/2003/4/representaciya-i-realnost#s3> (дата обращения: 25.10.2015).
6. Качмазова А. У., Тамерьян Т. Ю. Когнитивные механизмы этностереотипизации «своих» и «чужих» // Политическая лингвистика. 2014. № 4 (50). С. 298—305.
7. Козырев Г. И. «Враг» и «образ врага» в общественных и политических отношениях // Социс. 2008. № 1. С. 31—39.
8. Козырев Г. И. Образ врага в меняющемся мире. URL: http://www.ng.ru/stsenarii/2013-06-25/9_enemy.html (дата обращения: 25.10.2015).
9. Коцобинская Л. В. Понятие «информационная война» в современной лингвистике: новые подходы // Политическая лингвистика. 2015. № 4 (54). С. 93—96.
10. Крысько В. Г. Секреты психологической войны. — Минск: Минск, 1999. 127 с.
11. Руженцева Н. Б., Шустрова Е. В., Ворошилова М. Б. Юмор и ирония в политическом дискурсе: моногр. / Урал. гос. пед. ун-т. — Екатеринбург, 2015. 253 с.
12. Сковородников А. П., Копнина Г. А. Лингвистика информационно-психологической войны: к обоснованию и определению понятия // Политическая лингвистика. 2016. № 1 (55). С. 42—50.
13. Сковородников А. П., Королькова Э. А. Речевые тактики и языковые средства политической информационно-психологической войны в России: этико-прагматический аспект (на материале «Новой газеты») // Политическая лингвистика. 2015. № 3 (53). С. 160—172.
14. Тагильцева Ю. Р. «Брат ты мне или не брат?», или Информационно-психологическая война в контексте российско-белорусских отношений // Политическая лингвистика. 2014. № 4 (50). С. 180—186.
15. Шустрова Е. В. Холодное лето 2014-го: Барак Обама в американской карикатуре // Политическая лингвистика. 2014. № 3 (49). С. 85—95.

I. V. Kultysheva
Nizhny Tagil, Russia

THE CATEGORY OF COMIC IN REPRESENTATION OF THE IMAGE OF POLITICAL OPPONENT (ON THE EXAMPLE OF POLITICAL ANECDOTE)

ABSTRACT. *New information spread by the official mass media about new Ukrainian authorities contributes to the formation of the image of an enemy in the minds of people. The article discusses the role of political anecdotes, as a category of comic, in the spread of this image. The image of an enemy is used mainly in political electoral campaigns, but in some cases the myth of an enemy can promote the support and trust to the current government. The image of an enemy is an invariable component of the spiritual sphere of the society involved in a military conflict. It causes hatred to the opponent and justifies one's own aggression. The image of an enemy is created with regard to the peculiarities of the human psyche and to the mechanism of projection described by C.J. Jung, when the failures and internal conflicts of a person or society in general get false interpretation and the guilt is transferred to another person or some other circumstances. The anecdotes that ridicule the Ukrainian authorities can be divided into several groups according to their topic: annexation of Crimea by Russia; the slogans of the Ukrainian nationalists; mobilization of the army in Ukraine; the status of the Russian language in Ukraine; lustration in 2014; demolition of V.I.Lenin memorials. Ukrainian political leaders are presented as mentally handicapped people, that creates a negative image of the country in general.*

KEYWORDS: *«the image of an enemy»; the category of comic; political anecdote.*

ABOUT THE AUTHOR: *Kultysheva Irina Vladimirovna, Candidate of Philology, Associate Professor of the Department of Philology and Mass Communication, Nizhny Tagil State Social and Pedagogical Academy (branch of the Russian State Vocational Pedagogical University in Nizhny Tagil).*

REFERENCES

1. Belousova Yu. V. Sozdanie obraza vraga na stranitsakh rossiyskikh SMI // Vestn. VGU. 2011. № 1. S. 112—113.
2. Brusnitsin N. A. Informatsionnaya voyna i bezopasnost'. — M. : Vita-Press, 2001. 192 c.
3. Dukel'skiy V. K istorii obraza vraga v novoy Rossii // Vestnik Evropy. 2006. № 17. S. 37—38.
4. Enina L. V., Zubova L. V. Politicheskie figury na pole komicheskogo v massmedia: smeshnye i ser'eznye // Politicheskaya lingvistika. 2015. № 4 (54). S. 77—81.
5. Zvereva V. Reprezentatsiya i real'nost'. URL: <http://www.strana-oz.ru/2003/4/reprezentatsiya-i-realnost#s3> (data obrashcheniya: 25.10.2015).
6. Kachmazova A. U., Tamer'yan T. Yu. Kognitivnye mekhanizmy etnostereotipizatsii «svoikh» i «chuzhikh» // Politicheskaya lingvistika. 2014. № 4 (50). S. 298—305.
7. Kozyrev G. I. «Vrag» i «obraz vraga» v obshchestvennykh i politicheskikh otnosheniyakh // Sotsis. 2008. № 1. S. 31—39.
8. Kozyrev G. I. Obraz vraga v menyayushchemsya mire. URL: http://www.ng.ru/stsenarii/2013-06-25/9_enemy.html (data obrashcheniya: 25.10.2015).
9. Kotsyubinskaya L. V. Ponyatie «informatsionnaya voyna» v sovremennoy lingvistike: novye podkhody // Politicheskaya lingvistika. 2015. № 4 (54). S. 93—96.
10. Krysko V. G. Sekrety psikhologicheskoy voyny. — Minsk : Minsk, 1999. 127 s.
11. Ruzhentseva N. B., Shustrova E. V., Voroshilova M. B. Yumor i ironiya v politicheskom diskurse : monogr. / Ural. gos. ped. un-t. — Ekaterinburg, 2015. 253 s.
12. Skovorodnikov A. P., Kopnina G. A. Lingvistika informatsionno-psikhologicheskoy voyny: k obosnovaniyu i opredeleniyu ponyatiya // Politicheskaya lingvistika. 2016. № 1 (55). S. 42—50.
13. Skovorodnikov A. P., Korol'kova E. A. Rechevye taktiki i yazykovye sredstva politicheskoy informatsionno-psikhologicheskoy voyny v Rossii: etiko-pragmaticheskiy aspekt (na materiale «Novoy gazety») // Politicheskaya lingvistika. 2015. № 3 (53). S. 160—172.
14. Tagil'tseva Yu. R. «Brat ty mne ili ne brat?», ili Informatsionno-psikhologicheskaya voyna v kontekste rossiysko-belorusskikh otnosheniy // Politicheskaya lingvistika. 2014. № 4 (50). S. 180—186.
15. Shustrova E. V. Kholodnoe leto 2014-go: Barak Obama v amerikanskoj karikature // Politicheskaya lingvistika. 2014. № 3 (49). S. 85—95.

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

Н. В. Немирова
Сыктывкар, Россия

ПРЕЦЕДЕНТНОСТЬ ИНТЕРПРЕТАЦИИ ИСТОРИЧЕСКОГО СОБЫТИЯ «КУЛИКОВСКАЯ БИТВА» В РОССИЙСКОМ ГАЗЕТНОМ ДИСКУРСЕ

АННОТАЦИЯ. Историческое событие «Куликовская битва» в газетном дискурсе рассмотрено через призму прецедентности. Анализ исторических событий в политической коммуникации зависит от многих факторов, однако основным является структурообразующий параметр — оппозиция «мы — они». Политическая интерпретация исторических событий должна рассматриваться как прецедентная, потому что исторические события (политические сценарии) представляются как совокупность прецедентных ситуаций, имена исторических личностей — как прецедентные имена, выражения политических деятелей — как прецедентные высказывания. Анализ публикаций показывает, что журналисты воспроизводят следующие структурные элементы анализируемого события, извлеченные ими из разных источников: благословение, данное С. Радонежским князю Дмитрию на битву с Мамаем; ночное гадание перед битвой князя Дмитрия и Д. М. Боброка Волынского; поединок Александра Пересвета и Челубея, построение русского войска и войска Мамаю; итоги сражения; значение Куликовской битвы в истории России. Выявлены основные проблемы интерпретации исторического события: надежности источников, в которых оно находит отражение, его реальности, места, появления антропонима «Дмитрий Донской», детализации, значения для истории России; определены «внешние» и «внутренние» признаки события; проанализированы теоретические, эмпирические, ценностные, декодирующие аргументы, использованные авторами публикаций. Демонстрируется, что интерпретация исторического события отражает убеждения журналистов, направлена «на пропаганду тех или иных идей», адресант стремится убедить читателя в истинности своих суждений, побуждает его разделить высказываемую точку зрения, используя не только теоретические, эмпирические, декодирующие аргументы, но и оценочные, рассчитанные на «эмоциональное воздействие» на адресата.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: прецедентные феномены; историческое событие; «внутренние» и «внешние» признаки события; проблемы интерпретации; демифологизация; аргументация.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ: Немирова Наталья Владимировна, кандидат филологических наук, доцент кафедры филологического образования, Сыктывкарский государственный университет имени Питирима Сорокина, 167001, г. Сыктывкар, Октябрьский пр-т, 55; e-mail: nvnemirova@yandex.ru.

В российском газетном дискурсе находит отражение политическая картина мира. Политическая картина мира — «сложное объединение ментальных единиц (концептов, стереотипов, сценариев, концептуальных полей, ценностей и др.), относящихся к политической сфере коммуникации и политическому дискурсу» [Чудинов 2007: 43]. Политическая коммуникация — «речевая деятельность, ориентированная на пропаганду тех или иных идей, эмоциональное воздействие на граждан страны и побуждение их к политическим действиям» [Чудинов 2007: 6]. Е. А. Нахимова подчеркивает, что «журналисты часто обращаются к истории России, к именам и судьбам людей, которым довелось сыграть важную роль в отечественной истории, наименования «былых битв и эпох, имена людей, получивших известность в былые времена, нередко используются в современных текстах как прецедентные, то есть функционируют в тексте не как имя конкретной исторической личности, а в качестве своего рода культурного знака...» [Нахимова 2008: 114].

Анализ исторических событий в политической коммуникации зависит от многих факторов, однако основным является структурообразующий параметр — оппозиция «МЫ — ОНИ» [Дейк 1989: 183].

Различия в политической интерпретации становятся наиболее очевидными в случае существования противоположных точек зрения на значение того или иного исторического события и наличия противопоставленных

друг другу оценок деятельности той или иной исторической личности.

Такого рода политическая интерпретация является прецедентной, так как исторические события, в анализе которых объективируются диаметрально противоположные идеи, относятся к числу национально значимых явлений исторической действительности: исторические события (политические сценарии) представляются как совокупность прецедентных ситуаций (ПС), имена исторических личностей — как прецедентные имена (ПИ), выражения политических деятелей — как прецедентные высказывания (ПВ) [Немирова 2011: 432].

Рассмотрим особенности современной интерпретации в российском газетном дискурсе исторического события «Куликовская битва», 635 лет со дня которого отмечалось в сентябре 2015 г.

Куликовская битва — сражение, которое в национальном сознании относится к числу прецедентных. В «Историческом словаре» событие трактуется следующим образом: «Куликовская битва русских полков во главе с великим князем московским и владимирским Дмитрием Донским и монголо-татарским войском под началом Мамаю 8 сентября 1380 г. на Куликовом поле. В ней участвовали воины многих русских княжеств, украинские и белорусские отряды, борьбу с врагом возглавило Московское великое княжество. Завершилась разгромом монголо-татар. Начало освобождения русского и других народов от монголо-татарского ига.

В переносном значении — решающее, жизненно важное сражение» [Куликовская битва]. По наблюдениям Е. А. Нахимовой, «среди властителей Московского периода современные журналисты и политики особенно часто вспоминают Дмитрия Донского и Ивана Калиту. Первый воспринимается как победитель в Куликовской битве и часто упоминается среди выдающихся российских полководцев» [Нахимова 2011: 147—148].

Куликовская битва в соответствии с Законом РФ «О днях воинской славы России» отмечается 21 сентября [Закон РФ «О днях воинской славы России»]. Несмотря на это, Куликовская битва, по справедливому утверждению А. Е. Петрова, «остаётся едва ли не самым мифологизированным событием русской истории» [Петров 2003: 22].

Т. ван Дейк выделяет различные категориальные элементы структуры когнитивной модели, такие как обстановка, обстоятельства, участники, событие, действие [Дейк 1989: 141]. В. З. Демьянков определяет 12 признаков «текстового события»: статичность — динамичность, контролируемость — неконтролируемость, рассмотрение в целостности и по фазам, моментальность — длительность — повторительность, достигнуто — недостижимо цели, степень достоверности, ролевые функции участников события, противопоставление известного, желательного и предпочтительного событий, пространственно-временная локализация события, квантифицируемость события, причинность — беспричинность [Демьянков 1983: 321]. Сопоставление «постоянных категорий» субъективной модели дискурса Т. ван Дейка и «признаков» события, выделенных В. З. Демьянковым, делает очевидным некоторые элементы «пересечения» концепций, к которым относятся Обстановка (Время, Место) и пространственно-временная локализация; Участники и ролевые функции участников события. Очевидно, что эти признаки события можно отнести к «внешним» признакам, и они могут быть рассмотрены в рамках концепции Т. ван Дейка как категории дискурса. Остальные признаки определим как «внутренние» признаки и будем их рассматривать в пределах дискурсивной категории «Событие».

Для того чтобы проанализировать особенности интерпретации анализируемого исторического события, необходимо рассмотреть формы аргументации, которые используют противоборствующие стороны. «В зависимости от коммуникативных целей и критериев оценки Ю. Хабермас выделяет следующие формы аргументации»: „теоретический дискурс“, „практический дискурс“, „эстетическая критика“, „терапевтическая

критика“, „объясняющий дискурс“» [Демьянков 1989: 19], таким образом, можно выделить теоретические, эмпирические, ценностные, декодирующие аргументы. Теоретические аргументы, направленные «на действительность телеологически осмысленных действий», — это «когнитивно-инструментальные высказывания», цель которых — «установить истинность суждений» [Демьянков 1989: 19]. Эмпирические аргументы нацелены на доказательство объективно существующего или существовавшего, реального действия, события и т. п. Оценочная аргументация сконцентрирована на «концептуальном анализе оценочных предикатов (аксиологических, деонтических и психологических)», направленном «на экспликацию логических свойств той идеальной модели, относительно которой производится квалификация объекта» [Арутюнова 1988: 61], реализована в обще- и частнооценочных значениях: общеоценочные значения, характеризующиеся оппозицией *хороший/плохой*, осложняются частнооценочными значениями, такими как сенсорно-вкусовые, психологические (интеллектуальные и эмоциональные), рациональные (эстетические, этические, утилитарные, нормативные, телеологические). [Арутюнова 1988: 76—76]. Декодирующие аргументы нацелены «на понятность и правильнооформленность символических конструкторов» [Демьянков 1989: 19]. В каждой из форм аргументации возможно использование выделенной О. Дюкро в качестве «основания для принятия довода» «апелляции к авторитету»: в этом случае «говорящий как бы вводит в дискуссию еще один голос — еще одного незримого участника, который с этого момента становится гарантом еще одной точки зрения (на нее-то и предлагается опереться адресату)» [Демьянков 1989: 27]. Журналисты прибегают к цитации трудов ученых и комментариев политиков, которые могут быть квалифицированы как прецедентные высказывания, так как, попадая в новый контекст, они служат подтверждением точки зрения адресанта.

Рассматриваемое событие нашло отражение в ряде публикаций современных газет: в статье А. Барашовой «Память Куликова поля» [Барашова 2015], К. Кудряшова «Переиграть Мамая. Как Дмитрий Донской одолел более сильного противника» [Кудряшов 2015а], К. Кудряшова «Гениальный план Ивана Великого. Как стояние на Угре положило конец игу» [Кудряшов 2015б], Ю. Рябцевой «Пересвет над Москвой-рекой» [Рябцева 2015] и др.

Современный газетный дискурс — многоструктурное явление, он не ограничивает

ся рамками печатных изданий: «На базе редакций печатных изданий, трансформирующихся сегодня в мультимедийные ньюзрумы, стали объединяться редакции интернет-версий, отделы, занимающиеся созданием аудиовизуального контента, редакции вещательных СМИ. Газеты начали использовать новые медиаплатформы для распространения своего контента, т. е. новые каналы распространения информации, такие как Интернет, мобильный телефон, электронная бумага (e-paper) и др.» [Баранова 2014: 16]. Таким образом, газетный дискурс формируют все доступные на сайте газеты материалы. Аудиовидеозаписи транслируемой информации могут репрезентироваться вербальными знаками, например, вербальная репрезентация аудиозаписи дискуссии, организованной И. Панкиным «Была ли Куликовская битва», в которой приняли участие исследователь исторических загадок А. Синельников, доктор исторических наук В. Лавров и член Общественной палаты А. Лукутин [Панкин 2015].

Анализ публикаций показывает, что журналисты воспроизводят следующие структурные элементы анализируемого события, извлеченные ими из разных источников: благословение, данное С. Радонежским князю Дмитрию на битву с Мамаем; ночное гадание перед битвой князя Дмитрия и Д. М. Боброка Волынского; поединок Александра Пересвета и Челубея, построение русского войска и войска Мамаю; итоги сражения; значение Куликовской битвы в истории России, — отражающие основные проблемы интерпретации Куликовской битвы.

Первая проблема — проблема надежности источников, в которых отражено историческое событие «Куликовская битва»: «Источников о Куликовской битве всего два. Это „Задонщина“ и „Сказание о Мамаевом побоище“. Так называемое „Сказание“ вышло юбилейное, оно вышло практически к 200-летию Куликовской битвы. А „Задонщина“ очень коротенькая и некая такая песня легендарная. Вот всего два источника» (А. Синельников) [Панкин 2015]. Аргументация А. Синельникова — эмпирическая.

Вторая проблема, обсуждаемая в публицистике, — это проблема реальности анализируемого исторического события.

Авторы современных газетных публикаций, анализирующих Куликовскую битву, обращаются прежде всего к эмпирической аргументации, к указанию на источники, в которых зафиксировано это историческое событие — «Летописной повести» в общерусском летописном своде 1408 г., «Задонщине» (памятнике конца XIV — начала XV в.,

сохранившемся в списке XVII в.), «Сказанию о Мамаевом побоище» (памятнике конца XV в., сохранившемся в списке XVII в.), например: «После сражения войск Дмитрия Донского с полчищем Мамаю в живых остались меньше четверти русских. Об этом говорится в таких древних источниках, как „Задонщина“, „Сказание о Мамаевом побоище“, „Летописная повесть“» [Барашова 2015].

В вербальной репрезентации дискуссии о Куликовской битве, развернувшейся в студии радио «Комсомольская правда», отражены различные точки зрения на реальность этого события. Иван Панкин начинает дискуссию следующей фразой: «Намедни исполнилось 635 лет Куликовской битве. Я сейчас скажу вам крамольную вещь: не было Куликовской битвы. По крайней мере, такие предположения имеют место» [Панкин 2015]. Таким образом, журналистом делается попытка демифологизировать это историческое событие. Несмотря на то что другие участники дискуссии утверждают, что Куликовская битва была: «Я считаю, что Куликовская битва была, только необходимо уточнить, в каком месте она была, ради чего она была» (А. Синельников); «Куликовская битва, безусловно, была. И была на Куликовом поле» (В. Лавров), И. Панкин делает вывод: «Мы выслушали многих экспертов. Все версии разнятся. Но одно можно сказать точно: полной правды по этому вопросу мы, наверное, все-таки уже не узнаем никогда» [Панкин 2015].

Традиционная точка зрения изложена в статье К. Кудряшова «Переиграть Мамаю. Как Дмитрий Донской одолел более сильного противника», который, используя прецедентные имена, наименования, ситуации, приводит различные оценки этого события: «Тем не менее в нашем сознании именно Куликовская битва стала одним из главных сражений в истории. О таких событиях говорят: „Известны со школьной скамьи“. Но об этой битве мы знаем даже с детского сада, поскольку советский мультфильм „Лебеди Непрядвы“, созданный к 600-летию юбилею сражения, адресован как раз самым маленьким: Сергей Радонежский, Дмитрий Донской, Пересвет и Челубей, Мамай и засадный полк... И торжественный финал — наши наконец-то победили татаро-монголов...»; «Оно было не самым масштабным и не самым успешным — противники остались „при своих“»; «Непонимание рождает раздражение и даже желание переписать историю... А от источников отмахиваются — дескать, слишком поэтичны и потому недостоверны» [Кудряшов 2015а]. К. Кудряшов обращается к оценочной аргу-

ментации, используя телеологическую оценку, направленную на трансляцию адресату идеи значимости анализируемого события в истории России.

Третья проблема, активно обсуждаемая в публикациях, — это проблема места Куликовской битвы: «И вот уже нам рассказывают, что битва произошла в Москве, на Куличках, да и была она вовсе не битвой, а так — заурядной поножовщиной» [Кудряшов 2015a]; «Куликовская битва, безусловно, была. И была на Куликовом поле» (В. Лавров); «Я долго занимался именно местонахождением Куликовской битвы. Я поддерживаю здесь, что Куликовская битва была на территории Москвы. Никак не под Тулой... Мы знаем, что Мамай стоял на Красном холме. В Москве это известно — у нас Краснохолмский мост есть. То есть это Таганка. Таганский холм знаменитый. А напротив его через речку стоял Дмитрий Донской» (А. Синельников) [Панкин 2015]. Аргументация А. Синельникова — предположительно-эмпирическая. Ученые-историки идею «Куликово поле находилось в Москве» назвали «псевдооткрытием» [Бочаров 2006: 146].

Четвертая проблема — проблема появления части антропонима Донской в имени «Дмитрий Донской»: «Князь Дмитрий, чудом уцелевший в кровавой сече, прозванный за победу Донским, на следующий день „встал на костях“ и почтил память погибших, прощаясь с ними и прося о прощении» [Барашова 2015]; «Как мы знаем, Дмитрий Донской перед Куликовской битвой от донских казаков получил список с иконы Владимирской Божьей Матери, которая была потом названа Донская Божья Матерь» (А. Синельников), и «поэтому он получил прозвище Дмитрий Донской» [Панкин 2015]. А. Барашова воспроизводит традиционную точку зрения, поддержанную учеными, поэтому можно говорить об использованной журналистом теоретической аргументации; А. Синельников обращается к эмпирической аргументации.

Пятая проблема — проблема детализации события.

Практически во всех публикациях сообщается о благословении С. Радонежского: «...на судьбоносный поход князя Дмитрия Ивановича благословил прославленный игумен Сергей Радонежский, самый авторитетный служитель православия» [Барашова 2015]; «18 августа 1380 года перед Куликовской битвой князь московский Дмитрий в поисках духовной поддержки отправился за благословением в Троицкий монастырь к преподобному Сергию Радонежскому» [Рябцева 2015]; «Если читать внимательно мате-

риалы, то Сергей Радонежский, который в то время был духовником Дмитрия Донского, дал ему на Куликовскую битву целое подразделение боевых монахов, рыцарей-монахов» (А. Синельников) [Панкин 2015]. Благословение на битву С. Радонежского принимается журналистами как фактическое событие, только А. Синельников считает необходимым указать на некоторые материалы, обращаясь к эмпирической аргументации.

О «ночном гадании» упоминает К. Кудряшов и предлагает своеобразную интерпретацию метафор, использованных при его описании: «Князь Дмитрий и воевода Боброк... накануне битвы пытаются угадать, за кем будет победа. Приметы прямо как в сказке — крик гусей, вой волков, грай воронов. Да еще Боброк „слушает землю“: „У татар стук громкий, будто город строится, и клики, и женский вопль, а в русском стане тихо“. И делает вывод, что русские победят, но ценой большой крови. Сплошная мистика! А между тем князь не зря сказал после битвы Боброку: „Воистину, не ложь твои приметы!“ Дело в том, что „гадания“ — обычное дело в средневековом сражении. Вой волков и крик птиц — не сказка, а жестокая правда. Войску Мамайя пришлось произвести спешный и длинный ночной марш, во время которого оно распугало обитателей степи. „Женский вопль“ — всего лишь скрип тележных осей. Всё вместе дает основание предположить, что противник вымотан, кони и люди устали. А значит, победа вполне вероятна» [Кудряшов 2015a]. К. Кудряшов использует декодирующую аргументацию, обращаясь к расшифровке символов.

Битва Александра Пересвета с Челубеем перед началом Куликовской битвы воспроизводится журналистами следующим образом: «Перед началом Куликовской битвы Пересвет принял участие в традиционном „поединке богатырей“. Со стороны татар ему противостоял богатырь Челубей. Оба противника были на конях, вооружение составляли копьё, но копьё Челубея было длиннее обычного, что делало его практически непобедимым воином-поединником. Вступая с ним в бой на копьях, противник не успевал даже нанести удар, как уже оказывался пронзенным и выпадал из седла. Зная об этом, Пересвет снял с себя доспехи, оставшись лишь в одной монашеской накидке с изображением креста... Оба противника получили смертельные раны. Александр Пересвет был причислен Русской православной церковью к лику святых» [Рябцева 2015]; «По некоторым источникам, сражение началось с поединка двух богатырей. С русской стороны на поединок был выставлен Алек-

сандр Пересвет — монах Троице-Сергиева монастыря... Его противником оказался татарский богатырь Темир-мурза (Челубей)» [Барашова 2015]. И. Панкин использует теоретические аргументы, цитируя доктора исторических наук Ю. Жукова, который «считает, что битва между Пересветом и Челубеем на самом деле вовсе народный вымысел»: «Дело в том, что о Куликовской битве известно только из одной летописи псковской. И то там два строчки. Народная фантазия все расцветивает, украшает, вводит героев» [Панкин 2015]. Этот же аргумент приводит и К. Кудряшов: «Дальнейшее решали уже простые воины. И тут, к великому сожалению многих, рушится один из самых красивых и героических сюжетов нашей истории. Мы помним, что Александр Пересвет... перед битвой вышел на поединок с ордынским богатырем Челубеем, убил его, был смертельно ранен, однако успел благословить русскую рать... Почти всё здесь — вымысел автора „Сказания о Мамаевом побоище“, что было написано в XVI в., через 200 лет после битвы. Другие источники о начале сражения сообщают просто: „Начали сходиться полки русские с татарами“» [Кудряшов 2015a]. Ю. Ряцева воспроизводит «поединок богатырей», используя эмпирическую аргументацию — причисление А. Пересвета к лику святых; этот же вид аргументации применяет А. Барашова, делая ссылку на «некоторые источники»; к теоретической аргументации обращается К. Кудряшов, воспроизводя наблюдения ученых-историков о ненадежности такого источника, как «Сказание о Мамаевом побоище».

Проблема численности противостоящих войск обсуждается в анализируемых публикациях: «Обычно говорят о 150 тысячах ордынцев и 100 тысячах русских. Судя по последним исследованиям, основанным на церковных поминальных списках, Русь выставила не более 15 тысяч человек, около 20 тысяч» [Кудряшов 2015a]; «Итак, войско князя Московского включало не менее 14 родовых полков и пешего народного ополчения» [Барашова 2015]; «Я думаю, что было по тысяче где-то воинов с обеих сторон» (А. Синельников) [Панкин 2015]. К. Кудряшов использует теоретическую аргументацию, которая базируется на церковных поминальных списках; к этой же разновидности аргументации обращается А. Барашова, цитируя ученого: «„Тогда во многих русских землях поминали убитых и воспевали подвиг национальных героев. Мало того, состоялась первая попытка увековечить память павших путем внесения в государственный синодик, другие были сохранены летописцами и книж-

никами и оказались в местных записях и родовых преданиях“, — говорит Валерий Судakov» [Барашова 2015]. Аргументация А. Синельникова предположительно-эмпирическая: «Не было никаких двухсот тысяч. И искать двести тысяч трупов, захоронений здесь, учитывая, что войско Мамаю было вырезано практически все во время Куликовской битвы...» [Панкин 2015].

В публикациях, посвященных Куликовской битве, анализируются особенности оснащения и построения противостоящих войск: «Русский князь переиграл его вчистую, умелым маневром заставив произвести изнуряющий марш и принять бой на невыгодной позиции... Сложный глубокий расчлененный боевой порядок из пяти взаимосвязанных соединений пехоты и кавалерии плюс сильный фланговый удар резервом — тяжелой „кованой ратью“. Классический китайский военный канон!» [Кудряшов 2015a]; «...русские войска были хорошо подготовлены к битве. Проведенная Дмитрием Ивановичем военная реформа, укрепив ядро русского войска за счет княжеских конниц, дала доступ в число ратников многочисленным ремесленникам и горожанам, составившим „тяжелую пехоту“... Дмитрий Донской принял стратегически правильное решение: князь фактически отрезал себе пути отступления, перейдя Дон и уничтожив путь назад. Но и обеспечив себе надежный тыл — реку. Это тактический маневр, открывший новую страницу в русской военной тактике. План Дмитрия Ивановича состоял в том, чтобы не дать войску Мамаю соединиться с союзниками» [Барашова 2015]. К. Кудряшов использует декодирующую аргументацию, А. Барашова — оценочную, телеологическую, подчеркивая эффективность проведенной Д. Донским военной реформы и выбранного тактического маневра.

А. Синельников, используя декодирующую аргументацию, поднимает проблему стратегического руководства Куликовской битвой: «...она стратегически исполнена была воеводой Боброком, потому что Дмитрию Донскому было 18 лет, мы все время это забываем» [Панкин 2015] (замечание о возрасте неточное: Д. Донской родился в 1350 г.; на момент сражения ему было 30 лет. — Н. Н.).

Шестая проблема — это проблема значения Куликовской битвы. Так, например, А. Барашова использует оценочные аргументы, подчеркивая эффективность анализируемого события, актуализирует декодирующую аргументацию, которая позволяет уточнить историческое значение Куликовской битвы, используя прием «апелляции

к авторитету», ссылаясь на мнение ученого-историка: «Как говорят историки, поражение Мамаю было полным, и преследование противника затянулось за полночь, однако, цитируя ученого: „Победа вне сомнения знаковая. Русские смогли показать, что мы можем воевать, умеем воевать. Конечно, никакого быстрого и скоротечного освобождения от ордынского влияния не произошло в 14-м веке“, — говорит Василий Саблин» [Барашова 2015].

Итак, в газетном дискурсе находят отражение следующие признаки анализируемого события: причинность (власть Золотой Орды над Русью); динамичность, рассмотрение в целостности и по фазам и длительность представлены в детализации Куликовской битвы, контролируемость и ролевые функции участников события актуализируются в описании роли в победе на поле Куликовом Д. Донского и Д. М. Боброка Волынского, противопоставление известного и желательного развития события проявляется в воспроизведении сцены ночного гадания, битвы Александра Пересвета и Челубея; достоверность события, а также традиционная интерпретация его пространственно-временной локализации ставится под сомнение И. Панкиным, А. Синельниковым; достигнуто цели события — освобождения от татаро-монгольского ига — представляется не завершённой, однако именно Куликовская битва предопределила историческое событие 1480 г.: «Начало стояния на реке Угре положило конец татаро-монгольскому игу», способствовало созданию независимого государства: «...родилась та Россия, в которой мы живем» [Кудряшов 2015б].

Таким образом, интерпретация исторического события отражает убеждения журналистов, направлена «на пропаганду тех или иных идей», адресант стремится убедить читателя в истинности своих суждений, побуждает его разделить высказываемую точку зрения, используя не только теоретические, эмпирические, декодирующие аргументы, но и оценочные, рассчитанные на «эмоциональное воздействие» на адресата.

Прецедентность интерпретации состоит в том, что политическая интерпретация исторического события транслируется в вербальных или вербализованных культурных знаках: историческое событие «Куликовская

битва» относится к числу прецедентных, информация о реальности этого события получена из прецедентных тестов: «Летописной повести», «Задонщины», «Сказании о Мамаевом побоище», — имена исторических личностей С. Радонежского, Д. Донского квалифицируются как прецедентные.

ИСТОЧНИКИ

1. Барашова А. Память Куликова поля // Московский комсомолец-Вологда. 2015. 19 марта.
2. Кудряшов К. Переиграть Мамаю. Как Дмитрий Донской одолел более сильного противника // Аргументы и факты. 2015а. № 37.
3. Кудряшов К. Гениальный план Ивана Великого. Как стояние на Угре положило конец игу // Аргументы и факты. 2015б. № 42.
4. Панкин И. Была ли Куликовская битва // Радио «Комсомольская правда». 2015.13.09. URL: <http://www.kp.ru/radio/stenography/136864/>.
5. Рябцева Ю. Пересвет над Москвой-рекой // Московский комсомолец. 2015. 22 июня.

ЛИТЕРАТУРА

6. Арутюнова Н. Д. Типы языковых значений: оценка. Событие. Факт. — М.: Наука, 1988.
7. Баранова Е. А. Конвергентная журналистика. Теория и практика: учеб. пособие. — М.: Юрайт, 2015.
8. Бочаров А. В. Основные методы исторического исследования. — Томск: ТГУ, 2006.
9. Дейк ван Т. А. Язык. Познание. Коммуникация / пер. с англ. и сост. В. В. Петрова; под ред. В. И. Герасимова; авт. вступ. ст. Ю. Н. Караулов и В. В. Петров. — М.: Прогресс, 1989.
10. Демьянков В. З. Эффективность аргументации как речевого воздействия // Проблемы эффективности речевой коммуникации. — М.: ИНИОН АН СССР, 1989. С. 13—40.
11. Закон РФ «О днях воинской славы России». URL: http://www.slavaurala.ru/media/ФЗ_О%20Днях%20воинской%20Славы%20России.doc.
12. Куликовская битва // Исторический словарь. URL: <http://enc-dic.com/history/Kulikovskaja-Bitva-18983.html>.
13. Нахимова Е. А. Истории России как источник прецедентных имен и названий // Язык. Текст. Дискурс: науч. альманах Ставропол. отд-ния РАЛК / под ред. проф. Г. Н. Манаенко. — Краснодар: Изд-во Ставропол. гос. ин-та, 2008. Вып. 6. С. 114—122.
14. Нахимова Е. А. Прецедентные онимы в современной российской массовой коммуникации: теория и методика когнитивно-дискурсивного исследования / Урал. гос. пед. ун-т. — Екатеринбург, 2011.
15. Немирова Н. В. Прецедентность интерпретации исторических событий в российской и украинской политических картинах мира (на материале российских СМИ) // Концептуальные и семантико-грамматические исследования: памяти проф. Е. А. Пименова: сб. науч. статей / отв. ред. М. В. Пименова. — М.: ИЯ РАН, 2011. С. 431—439. (Сер. «Филологический сборник»; вып. 11).
16. Петров А. Е. Куликово поле в исторической памяти: формирование и эволюция представлений о месте Куликовской битвы 1380 г. // Древняя Русь. Вопросы медиевистики. 2003. № 3 (13). С. 22—30.
17. Чудинов А. П. Политическая лингвистика: учеб. пособие. 2-е изд., испр. — М.: Флинта: Наука, 2007.

N. V. Nemirova
Syktyvkar, Russia

PRECEDENCE IN THE INTERPRETATION OF HISTORICAL EVENT “THE BATTLE OF KULIKOVO” IN NEWSPAPER DISCOURSE

ABSTRACT. *The Battle of Kulikovo in the newspaper discourse is studied from the point of view of the precedence theory. The analysis of historical events in political communication depends on many factors, but the main factor is the structural parameter — the opposition “we — the others”. Political interpretation of the historical events should be considered precedent, because historical events (political scenario) are a number of precedent situations, the names of historical figures are precedent names, phrases from political leaders*

are precedent statements. The analysis of publications showed that the journalists reproduce the following structural elements of the analyzed event, which they found in different sources: blessing of Prince Dmitry by S.Radonezhsky before the battle with Mamay; the night fortune-telling before the battle between Prince Dmitry and D.M. Bobrok Volynsky; the fight between Alexander Peresvet and Chelubey, alignment of the Russian and Mamay's troops; the results of the battle; the role of the Battle of Kulikovo in the history of Russia. Main problems in interpretation of the historical event were revealed, among them: reliability of the sources it is described in, its actuality, places, the usage of the antroponym "Dmitry Donskoy", details, role in the Russian history; "internal" and "external" features of the event are defined; theoretical, empirical, evaluative and decoding arguments used by the authors of the articles are analyzed. It is shown that interpretation of the historical event reflects beliefs of the journalists, and is focused on "propaganda of this or that idea", the addresser tries to convince the reader in the verity of their judgements, persuades to share the same opinion using not only theoretical, empirical and decoding arguments, but evaluative as well, which is the tool of "emotional persuasion".

KEYWORDS: precedent phenomena; historic event; "internal" and "external" signs of events; problems of interpretation; demythologization; argumentation.

ABOUT THE AUTHOR: Nemirova Natalya Vladimirovna, Candidate of Philology, Associate Professor of the Department of Philological Education, Syktyvkar State University named after Pitirim Sorokin, Syktyvkar, Russia.

REFERENCES

1. Barashova A. Pamyat' Kulikova polya // Moskovskiy komsomolets-Vologda. 2015. 19 marta.
2. Kudryashov K. Pereigrat' Mamaya. Kak Dmitriy Donskoy odolel bolee sil'nogo protivnika // Argumenty i fakty. 2015a. № 37.
3. Kudryashov K. Genial'nyy plan Ivana Velikogo. Kak stoyanie na Ugre polozhilo konets igu // Argumenty i fakty. 2015b. № 42.
4. Pankin I. Byla li Kulikovskaya bitva // Radio «Komsomol'skaya pravda». 2015.13.09. URL: <http://www.kp.ru/radio/stenography/136864/>.
5. Ryabtseva Yu. Peresvet nad Moskvoy-rekoy // Moskovskiy komsomolets. 2015. 22 iyunya.
6. Arutyunova N. D. Tipy yazykovykh znacheniy: otsenka. Sobytie. Fakt. — M.: Nauka, 1988.
7. Baranova E. A. Konvergentnaya zhurnalistika. Teoriya i praktika: ucheb. posobie. — M.: Yurayt, 2015.
8. Bocharov A. V. Osnovnye metody istoricheskogo issledovaniya. — Tomsk: TGU, 2006.
9. Deyk van T. A. Yazyk. Poznanie. Kommunikatsiya / per. s angl. i sost. V. V. Petrova; pod red. V. I. Gerasimova; avt. vstup. st. Yu. N. Karaulov i V. V. Petrov. — M.: Progress, 1989.
10. Dem'yankov V. Z. Effektivnost' argumentatsii kak rechevogo vozdeystviya // Problemy effektivnosti rechevoy kommunikatsii. — M.: INION AN SSSR, 1989. S. 13—40.
11. Zakon RF «O dnyakh voinskoj slavy Rossii». URL: http://www.slavaurala.ru/media/FZ_O%20Dnyakh%20voinskoj%20Slavy%20Rossii.doc.
12. Kulikovskaya bitva // Istoricheskiy slovar'. URL: <http://enc-dic.com/history/Kulikovskaja-Bitva-18983.html>.
13. Nakhimova E. A. Istoriya Rossii kak istochnik pretsedentnykh imen i nazvaniy // Yazyk. Tekst. Diskurs: nauch. al'manakh Stavropol. otd-niya RALK / pod red. prof. G. N. Manaenko. — Krasnodar: Izd-vo Stavropol. gos. ped. in-ta, 2008. Vyp. 6. S. 114—122.
14. Nakhimova E. A. Pretsedentnye onimy v sovremennoy rossiyskoj massovoy kommunikatsii: teoriya i metodika kognitivno-diskursivnogo issledovaniya / Ural. gos. ped. un-t. — Ekaterinburg, 2011.
15. Nemirova N. V. Pretsedentnost' interpretatsii istoricheskikh sobytii v rossiyskoj i ukrainskoj politicheskikh kartinakh mira (na materiale rossiyskikh SMI) // Kontseptual'nye i semantiko-grammaticheskie issledovaniya: pamyati prof. E. A. Pimenova: sb. nauch. statey / otv. red. M. V. Pimenova. — M.: IYa RAN, 2011. S. 431—439. (Ser. «Filologicheskiiy sbornik»; vyp. 11).
16. Petrov A. E. Kulikovo pole v istoricheskoy pamyati: formirovaniye i evolyutsiya predstavleniy o meste Kulikovskoy bitvy 1380 g. // Drevnyaya Rus'. Voprosy medievistiki. 2003. № 3 (13). S. 22—30.
17. Chudinov A. P. Politicheskaya lingvistika: ucheb. posobie. 2-e izd., ispr. — M.: Flinta: Nauka, 2007.

Статью рекомендует к публикации д-р филол. наук, проф. Е. А. Нахимова.

Е. Ю. Нестеренко
Екатеринбург, Россия

СТАТУСНЫЕ ОБРАЩЕНИЯ К ПЕРВЫМ ЛИЦАМ ГОСУДАРСТВА В РУССКОМ, АМЕРИКАНСКОМ И БРИТАНСКОМ ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

АННОТАЦИЯ. В данной статье рассматриваются динамические аспекты поля статусных обращений в русском, американском и британском политическом дискурсе. Материалом анализа являются письма граждан, обращенные к королеве Великобритании Елизавете II, президенту США Бараку Обаме и президенту РФ В. В. Путину; обращения журналистов к президентам; русские, британские и американские фильмы. Исследование опирается на анализ англоязычного и русского речевого этикета. В предлагаемой статье исследуются результаты опроса, проведенного среди русских преподавателей и студентов с целью определения основных тенденций в динамике развития системы статусных обращений. На материале обращений обсуждается вопрос типологических сходств и различий русского, британского и американского политического дискурса. Исследование базируется на следующей гипотезе: в британском и американском неофициальном политическом дискурсе статусные вокативы имеют решающее значение, в русском политическом дискурсе преобладают антропонимические обращения к первым лицам государства.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: статусные обращения; политический дискурс; антропонимы; политический речевой этикет.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ: Нестеренко Елена Юрьевна, старший преподаватель кафедры иностранных языков Института естественных наук, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина; 620002, г. Екатеринбург, пр-т Ленина, 51; e-mail: elena.nester.00@mail.ru.

Обращение является неотъемлемой частью речевого этикета и представляет огромный интерес для сопоставительного анализа разноструктурных языков. В современном языкознании существуют разные классификации обращения, что связано с различием положенных в их основу признаков.

В. Е. Гольдин [Гольдин 1987] говорит о *первичных* и *вторичных* средствах обращенности и различает *специализированные этикетные* и *неспециализированные адресующие* обращения. Специализированные обращения он также называет *регулятивами* (например, *старина*, *дружище*). «Регулятивы никого не называют, ни на кого не указывают. Специфика лексического значения регулятивов заключается в особой социально-ситуативной ограниченности их употребления» [Гольдин 1987: 93].

Согласно классификации В. И. Карасика, обращения, или вокативы, подразделяются на *стандартные* и *нестандартные*. Стандартные вокативы включают в себя *неопределенные* и *определенные*. К последним В. И. Карасик относит *статусные*, *дейктические*, *антропонимические* и *эмотивные*. Статусные, или социальные вокативы делятся на *общие* (Mr, Mrs, madam) и *специальные*, которые, в свою очередь, распадаются на *прямые* (King) и *опосредованные* (Your Majesty). Лингвисты выделяют также *нулевой вокатив*, который может свидетельствовать о неопределенности статусного положения адресата [Карасик 2002]. Сопоставительное изучение обращений как единиц речевого этикета представлено в работах А. Г. Балакай [Балакай 2002], Р. Ратмайр [Ратмайр 2003], Н. И. Формановской [Формановская 2003, 2007] и др.

Целью данного исследования является рассмотрение статусных вокативов в рус-

ском, британском и американском политическом дискурсе. «Сопоставление политической коммуникации различных стран и эпох позволяет отчетливее дифференцировать „свое“ и „чужое“, случайное и закономерное, „общечеловеческое“ и свойственное только тому или другому национальному дискурсу. Все это способствует лучшему взаимопониманию между народами и межкультурной толерантности» [Чудинов 2009: 23].

Эмпирическим материалом для исследования послужили письма граждан разных стран мира, направленные королеве Великобритании, президентам России и США, пресс-конференции, а также фильмы о первых лицах Российской Федерации, Соединенных Штатов Америки и Великобритании. Необходимость обратиться к таким разнообразным источникам была вызвана тем, что Елизавета II не дает интервью, что исключило возможность рассмотреть обращения к ней журналистов на пресс-конференциях. Кроме того, на официальном сайте правящей британской династии не публикуются письма, полученные королевой Елизаветой II.

Общеизвестно, что в британском политическом дискурсе широкое употребление получили как специальные, так и общие статусные обращения. Рассмотрим примеры:

- (1) *Your Majesty*: On behalf of The Anglican... [Anglican Church of Canada].
- (2) *Dear Madam*, I understand that you are about to... [Mirror website of the year].
- (3) I am sorry to disturb, *Ma'am*... (фильм «The Queen», 2006).

Эти примеры дают нам возможность предположить, что в британском политическом дискурсе преобладают статусные вокативы как в письменном (первые два примера), так и в устном дискурсе. Следует отметить, что люди, составляющие ближайшее

окружение королевы, используют в основном обращение *Ma'am*. В вышеупомянутом фильме «Королева» оно используется в 41 контексте, тогда как вокатив *Your Majesty* употребляется только в 7 случаях, причем шесть раз его произносит премьер-министр Великобритании.

Преобладание вокатива *Ma'am* легко объяснить, обратившись к современным английским словарям. В словаре издательства «Макмиллан» слово *Ma'am* определяется как «used for talking to a queen, princess etc or to a woman of high rank in the police or the armed forces» [Macmillan 2002: 858]. В словаре Хорнби встречается следующая дефиниция слова *Ma'am*: «used when addressing the Queen or senior women officers in the police or army = Madam» [Hornby 2000: 770]. Слово сочетание *His/Her/Your Majesty* данный словарь определяет как «a title of respect used when speaking about or to a king or queen» [Там же: 774]. В словаре издательства «Макмиллан» можно встретить следующее определение *Your/His/Her Majesty*: «used for talking **formally** to or about a king or queen». Общение премьер-министра с королевой носит более официальный характер, поэтому чаще всего он называет ее *Your Majesty*, а те, кто общается с ней ежедневно, в подавляющем большинстве случаев употребляют обращение *Ma'am*.

Интересно заметить, что в фильме советского производства «Стакан воды» (1979 г.) на протяжении двух серий в 14 контекстах используется вокатив *Ваше Величество* и ни разу не употребляется аналог английского обращения *Ma'am*. Можно предположить, что это связано с отсутствием в русском языке общего статусного вокатива.

При обращении к британскому премьер-министру обычно используют общие и специальные статусные обращения.

(4) How nice to see you again, *Mr. Blair* (фильм «The queen», 2006).

(5) Good afternoon, *Prime Minister*, it's my job to organize... (там же).

Любопытно, что из 10 обращений, использованных в фильме «Королева», пять являются общими статусными вокативами, четыре — специальными статусными обращениями и только одно — этикетным обращением, *mate*.

Таким образом, можно сделать вывод, что в британском политическом дискурсе активно употребляются статусные обращения.

В американском политическом дискурсе можно отметить широкое употребление статусных, антропонимических обращений и нулевого вокатива в отношении первых лиц государства.

(6) Are you going through the same experience now...? [NPR website].

(7) Okay, *Mr. President*, thank you for doing this [ABC News website].

(8) *Obama*, we know you're here, *Obama!* (film «Obama Deception», 2009).

(9) *Dear sir /Barack Obama/*, I am writing on... (LetterToBarackObama.com).

(10) *Dear Mr. President Barack Obama*, I'm writing this... (там же).

(11) *Dear Obama*, I like to if u can come to Chicago meet me... (там же).

Беседуя с Барак Обамой, журналист радиостанции NPR использовал нулевой вокатив в 14 случаях, лишь один раз обратившись к нему *Mr. President*. В фильме «Обман Обамы» антропоним *Obama* употребляется в трех контекстах, нулевой вокатив можно услышать дважды, специальное статусное обращение используется один раз. В письмах к американскому президенту, написанных людьми из разных стран мира, в подавляющем большинстве случаев можно увидеть статусные обращения, а антропонимы и нулевой вокатив используются достаточно редко.

По словам В. И. Карасика, «англизычный этикет требует употребления общих вокативов в определенных официальных ситуациях с указанием должности человека без употребления фамилии: *Mr. President*, *Mr. Secretary*, *Mr. Speaker*» [Карасик 2002: 196]. Рассматриваемые выше примеры не являются официальными ситуациями, поэтому журналисты и другие граждане не всегда используют статусное обращение *Mr. President*.

Сравнивая примеры британского и американского политического дискурса, можно отметить, что англичане в большинстве случаев используют статусные вокативы, тогда как американцы чаще всего пользуются статусными обращениями в письменном дискурсе, а в устном неофициальном дискурсе употребляют статусные обращения достаточно редко, предпочитая нулевой вокатив или обращения-антропонимы.

Обратившись к русскому политическому дискурсу, следует обратить внимание на то, что, несмотря на формальное наличие общих статусных вокативов *господин президент* и *господин премьер-министр*, в неофициальном политическом дискурсе они употребляются настолько редко, что некоторые исследователи считают, что «в современном русском языке нет утвержденной, закрепленной, общеупотребительной и признаваемой всеми носителями языка этикетной формы обращения, приемлемой для адресации к первым лицам страны» [Жукова 2015: 146].

Анализ примеров обращений простых граждан к Президенту РФ В. В. Путину дает возможность сделать следующие выводы. Наиболее употребительными являются вокативы:

- антропонимические (чаще всего с этикетной модификацией *уважаемый*);
- статусные (с возможным эпитетом *уважаемый*);
- нулевой вокатив.

Проиллюстрируем это примерами из писем Президенту РФ В. В. Путину:

(12)Здравствуйте, *уважаемый Владимир Владимирович!* Обращается к Вам...

(13)*Уважаемый Владимир Владимирович Путин!* Мы, члены...

(14)*Уважаемый президент РФ!* Я из города Коврова. Прошу...

(15)*Уважаемый президент России — нашей большой страны!..*

(16)Здравствуйте, мое обращение к Вам о переселении...

Более половины адресантов обращаются к Президенту РФ по имени-отчеству, приблизительно треть граждан использует нулевой вокатив, примерно в 10 % случаев употребляются статусные обращения. Некоторые лингвисты отмечают, что «если в обращении указывается имя и отчество, а фамилия не называется, обращение приобретает несколько личный характер» [Веселов 1993: 51]. Употребление фамилии после имени и отчества задает официальную стилистику обращения. Статусный вокатив *Уважаемый Президент РФ!* также указывает на официальную тональность и подчеркивает письменный характер обращения. Оказиональное распространенное статусное обращение *Уважаемый президент России — нашей большой страны!* передает повышенную эмоциональность адресанта. Последний пример нарушает нормы этого стиля.

Сравнив обращения граждан к королеве Великобритании и президентам США и России, можно сделать вывод, что адресанты используют только статусные вокативы, обращаясь к королеве, чаще всего пользуются статусными обращениями, когда пишут президенту США, а российские граждане предпочитают антропонимические вокативы. В какой-то мере это можно объяснить, обратившись к правилам написания писем, выложенным в Интернете. На официальном сайте королевской семьи [The Royal Family] рекомендуют обращаться к королеве, используя общий статусный вокатив *Madam*. Российский сайт «Facts and Joy» [Как написать письмо королеве Англии] утверждает, что предпочтительным является специальное статусное обращение *Your Majesty* в на-

чале письма и общий статусный вокатив *Ma'am* или вышеупомянутое обращение, если человек обращается к королеве повторно. На сайте Белого дома не указано обращение, с которого следовало бы начинать письмо президенту. Принимая во внимание тот факт, что США считают свою страну самой демократической в мире, не удивительно, что они считают выбор обращения личным делом каждого гражданина. На официальном сайте президента РФ В. В. Путина также не упоминается обращение, с которого бы было необходимо начинать письмо, но можно прочесть образцы писем В. В. Путину, которые начинаются с обращения *Уважаемый Владимир Владимирович*. Вероятно, специалисты, составившие образцы писем, обращенных к королеве Великобритании и президенту В. В. Путину, учитывали правила речевого этикета, существующие в своих странах. О. Н. Андреева справедливо замечает, что «в современной деловой переписке принято обращение по должности („Уважаемый господин Президент!“) или менее официальное по имени-отчеству („Уважаемый Юрий Михайлович!“). Эти этикетные формы призваны демонстрировать, что автор письма — человек, имеющий представление о нормах поведения и соблюдающий их» [Андреева 2014: 66].

В русском устном неофициальном политическом дискурсе также преобладают антропонимические вокативы, достаточно часто используется нулевой вокатив, а статусные обращения употребляются достаточно редко.

(17)Спасибо огромное прежде всего Вам, *Владимир Владимирович*, за одиннадцатую пресс-конференцию в таком формате (Большая пресс-конференция Владимира Путина. 17.12.2015).

(18)У меня похожий вопрос, я тоже хотела начать с того... (Там же).

(19)Добрый день, *мистер Президент!* У меня два вопроса... (Там же).

(20)*Президент Путин*, мы с Вами... (фильм «Президент», 2015).

На пресс-конференции 67 % использованных журналистами обращений антропонимические, 29 % — нулевые вокативы и 6 % — статусные обращения. В фильме «Президент» чаще всего употребляется нулевой вокатив, более трети антропонимических обращений и одно статусное.

В целях экспериментальной проверки нашей гипотезы о преимущественном употреблении антропонимических вокативов в русском политическом дискурсе был проведен опрос 188 студентов первого и второго курса бакалавриата и магистратуры разных

направлений и 31 преподавателя Уральского федерального университета. Респондентам было предложено ответить на 9 вопросов. Выбор анкетирования в качестве метода исследования был обусловлен тем, что он позволяет определить существование тех или иных тенденций в обществе. «Зачастую лучший (а подчас и единственный) способ узнать, о чем люди думают и как они поступают, состоит в том, чтобы просто спросить их об этом» [Мангейм, Рич 1997: 183]. Опрос дает эмпирическую информацию о последних изменениях в языке.

В соответствии с данными проведенного опроса, 90 % студентов и 87 % преподавателей при написании письма в электронном виде обратились бы к В. В. Путину, используя антропонимический вокатив «Владимир Владимирович», добавив эпитет *уважаемый*, 5 % студентов и 13 % преподавателей предпочли бы статусное обращение *господин Президент*, и 5 % студентов выбрали бы другой вокатив: *Владимир Владимирович Путин, товарищ президент* или ироническое обращение *царь-батюшка*.

В результате опроса выявлено, что 91 % студентов и 84 % преподавателей, желающих написать в блог Д. А. Медведева, обратились бы к нему *Дмитрий Анатольевич* с этикетным эпитетом *уважаемый*. Небольшая часть респондентов (6 % студентов и 13 % преподавателей) использовала бы общее статусное обращение *господин Премьер-министр*. 3 % студентов и один преподаватель написали бы *Дмитрий Анатольевич Медведев* или *уважаемый премьер-министр*.

В блоге Д. А. Медведева одно из писем начинается с обращения *Анатольевич*. (21) *Анатольевич, „спасибо“ за новый год* [Блог Д. А. Медведева].

«В социальных сетях выявлены случаи употребления обращения *Димон* по отношению к Д. А. Медведеву. <...> „Ну, Димон, ты молодец, зажег!“ [Жукова 2013: 60]. Пресс-секретарь премьер-министра заявила, что Дмитрия Анатольевича огорчает такое некорректное поведение, после чего началось бурное обсуждение этого явления среди интернет-пользователей. Многие из них утверждают, что *Димон* — не оскорбление, а выражение народной любви [Там же: 61].

Респондентам был задан вопрос, можно ли обращаться к руководителям государства *Вован, Димон, Владимирович* и *Анатольевич*. Основная масса опрошенных — 90 % студентов и все преподаватели — заявили о недопустимости употребления таких обращений. Тем не менее 10 % студентов считают, что такие вокативы можно использовать в интернет-общении с первыми лицами страны,

объясняя это неофициальным характером интернет-коммуникации. Некоторые студенты полагают, что такие слова являются особым средством выразительности речи. Отвечая на вопрос, в каких случаях могли бы быть употреблены данные вокативы, более половины преподавателей и 34 % студентов отметили, что такие обращения являются маркером нарушения этико-речевых норм, 10 % преподавателей и треть студентов предположили, что к ним можно прибегнуть в знак доверительных отношений.

Согласно проведенному исследованию, более половины преподавателей и студентов думают, что в России нет единых, признаваемых всеми носителями языка, этикетных форм обращения к высшим лицам государства. Остальные придерживаются мнения, что все граждане России используют такие вокативы, как «уважаемый + имя + отчество» или *господин президент / господин премьер-министр*.

Результаты анкетирования свидетельствуют, что три четверти студентов и педагогов признают важность правильного выбора обращения к первым лицам РФ, объясняя это необходимостью соблюдения норм этикета, выражением уважения к руководителям государства. Некоторые отмечают, что верный подбор вокатива является важной составляющей культурного общения в целом, выражением патриотизма и отношения к Родине, определяет культуру нации, задает тон общения, показывает уровень воспитанности и образованности адресанта.

Н. Ю. Буравцова приводит необычные примеры обращения к В. В. Путину, указывая, что в большинстве случаев такие обращения воспринимаются иронически:

(22) *Ваше превосходительство, глубокоуважаемый Владимир Владимирович!* (Патриарх Московский и всея Руси Алексий).

(23) *Ваше высокопревосходительство, господин Президент...* (Никита Михалков) [Буравцова 2006: 88—89].

В ходе проведенного исследования мы попытались определить, насколько справедливо данное утверждение. Основная масса студентов (58 %) и чуть более трети преподавателей полагают, что обращение *Ваше превосходительство* к главе государства имеет иронический потенциал, пятая часть педагогов и студентов оценивают это как подхалимство. Только 5 % респондентов предполагают, что такой вокатив может выражать огромное уважение к президенту РФ. Часть опрошенных оценивает употребление такого вокатива как сарказм, некоторые отмечают, что он может означать все что угодно, в зависимости от ситуации. Не-

которые респонденты считают этот вокатив устаревшим, вышедшим из употребления.

В рамках данного исследования респондентам было предложено назвать обращения, которые, возможно, станут общепринятыми в будущем при обращении к первым лицам государства. Подавляющее большинство студентов и преподавателей (85 %) признали, что не могут перечислить такие вокативы. Остальные предлагали обращения, взятые из других языков: *мистер, месье* — или уже известные: *господин президент*, «уважаемый + имя + фамилия».

Результаты анкетирования свидетельствуют, что большинство студентов (83 %) и преподавателей (68 %) считают, что В. В. Путин и Д. А. Медведев, обращаясь к жителям России, должны употреблять вокатив *уважаемые граждане России*, около 5 % респондентов предпочли бы услышать обращение *дорогие друзья*. Некоторые опрошенные хотели бы услышать оба эти вокатива вместе, так как второе обращение позволяет расположить людей к себе. Общеизвестно, что именно так, объединив обращение-индекс *уважаемые граждане России* и обращение-регулятив *дорогие друзья*, называл россиян В. В. Путин в инаугурационных речах. Часть респондентов считает, что лучшими вокативами были бы *уважаемые сограждане, товарищи, россияне, братья и сестры*. Отдельные студенты полагают, что руководители государства должны употреблять обращения, которые воспринимаются как искренние, например, *уважаемые соотечественники*.

Таким образом, между русским, британским и американским политическим дискурсом существуют как сходства, так и различия. Во всех странах граждане используют статусные вокативы, обращаясь к руководителям стран. Однако англичане употребляют в основном статусные обращения и в письменной, и в устной коммуникации, американцы прибегают к статусным обращениям в письменной речи, а в устном неофициальном дискурсе чаще всего применяют обращения-антропонимы или нулевой вокатив, а россияне прибегают к антропонимическим обращениям или нулевому вокативу. Британская и американская системы статусных обращений характеризуются стабильностью, тогда как в России данный коммуникативно-прагматический класс находится на этапе переосмысления.

ИСТОЧНИКИ

1. Блог Д. А. Медведева. URL: <http://blog-medvedev.livejournal.com/121012.html#comments> (дата обращения: 11.03.2016).
2. Большая пресс-конференция Владимира Путина. 17.12.2015. URL: <http://kremlin.ru/events/president/news/50971/> (дата обращения: 06.03.2016).
3. Как написать письмо королеве Англии. URL: www.facts-and-joy.ru/kak-napisat-pismo-koroleve-anglii/.
4. Письма президенту РФ Путину Владимиру Владимировичу. URL: <http://www.patriotrf.ru/blog/> (дата обращения: 06.03.2016).
5. ABC News website. URL: <http://abcnews.go.com/Politics/full-interview-transcript-president-barack-obama/story?id=35203825/> (дата обращения: 05.03.2016).
6. Anglican Church of Canada. URL: <http://www.anglican.ca/news/primates-letter-to-her-majesty-queen-elizabeth-ii/30012323/> (дата обращения: 05.03.2016).
7. LetterToBarackObama.com. URL: <http://lettertobarackobama.com> (дата обращения: 05.03.2016).
8. Mirror website of the year. URL: <http://www.mirror.co.uk/news/uk-news/queen-returns-50-royal-fan-6419505/> (дата обращения: 05.03.2016).
9. NPR website. URL: <http://www.npr.org/2015/12/21/460030344/video-and-transcript-npr-interview-with-president-obama/> (дата обращения: 05.03.2016).
10. The Royal Family. URL: <https://www.royal.uk>.

ЛИТЕРАТУРА

11. Андреева О. Н. Функционально-прагматическое описание эпистолярного текста (на материале писем в защиту) : дис. ... канд. филол. наук. — Барнаул, 2014. 184 с.
12. Балакай А. Г. Русский речевой этикет и принципы его лексикографического описания. — Новокузнецк : Изд-во Новокузнецк. гос. пед. ун-та, 2002. 228 с.
13. Буравцова Н. Ю. Национально-культурные особенности статусных обращений в русском языке: история и современность : дис. ... канд. филол. наук. — М., 2006. 182 с.
14. Веселов В. П. Аксиомы делового письма: культура делового общения и официальной переписки. — М.: ИВУ «Маркетинг», 1993. 120 с.
15. Гольдин В. Е. Обращение: теоретические проблемы. — Саратов, 1987. 129 с.
16. Жукова Т. С. Как обращаться к первым лицам государства // Культура речи — 2013. № 6. С. 59—61.
17. Жукова Т. С. Обращения в регламентированных сферах общения: становление новой нормы : дис. ... канд. филол. наук. — М., 2015. 232 с.
18. Карасик В. И. Язык социального статуса. — М.: ИТДГК «Гнозис», 2002. 333 с.
19. Мангейм Дж. Б., Рич Р. К. Политология: методы исследования. — М.: Весь Мир, 1997. 544 с.
20. Ратмайр Р. Прагматика извинения: сравнительное исследование на материале русского языка и русской культуры / пер. с нем. Е. Араловой. — М.: Языки славянской культуры, 2003. 272 с.
21. Формановская Н. И., Соколова Г. Г. Речевой этикет. Русско-французские соответствия : справ. — М.: Высшая школа, 2003. 95 с.
22. Формановская Н. И. Речевое взаимодействие: коммуникация и прагматика. — М.: ИКАР, 2007. 480 с.
23. Чудинов А. П. (отв. ред.). Современная политическая коммуникация : учеб. пособие / Урал. гос. пед. ун-т. — Екатеринбург, 2009. 292 с.
24. Hornby A. S. Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English. 6th ed. — Oxford Univ. Pr., 2000. 1540 p.
25. Macmillan English Dictionary for Advanced Learners. — Bloomsbury Publishers Ltd, 2002. 1692 p.

E. Y. Nesterenko
Ekaterinburg, Russia

STATUS VOCATIVES ADDRESSED TO TOP PUBLIC OFFICIALS IN RUSSIAN, AMERICAN AND BRITISH POLITICAL DISCOURSE

ABSTRACT. *The paper is devoted to dynamic aspects of the status vocative system in Russian, American and British political discourse. The source material of the article is vocatives in the letters of citizens written to Queen Elizabeth II, U. S. President Barack Hussein Obama and President of Russia Vladimir Vladimirovich Putin; in the addresses of journalists to the presidents; in Russian, British and American films. The research is based on the analysis of English and Russian etiquette. The presented article shows the results of the survey aimed at finding the main tendencies in the development of the status vocative system. The survey was conducted among Russian students and teachers. The paper considers the problem of typological similarities and differences in Russian, British and American political discourse. The research puts forward a hypothesis that status terms of address play a significant role in British unofficial political discourse and American written speech but anthroponyms and zero vocatives are preferably used in Russian political discourse and American oral speech.*

KEYWORDS: status vocatives; political discourse; anthroponyms; political speaking etiquette.

ABOUT THE AUTHOR: *Nesterenko Elena Yur'evna, Senior Lecturer of Department of Foreign Languages, Ural Federal University named after the First President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia.*

REFERENCES

1. Blog D. A. Medvedeva. URL: <http://blog-medvedev.livejournal.com/121012.html#comments> (data obrashcheniya: 11.03.2016).
2. Bol'shaya press-konferentsiya Vladimira Putina. 17.12. 2015. URL: <http://kremlin.ru/events/president/news/50971/> (data obrashcheniya: 06.03.2016).
3. Kak napisat' pis'mo koroleve Anglii. URL: www.facts-and-joy.ru/kak-napisat-pismo-koroleve-anglii/.
4. Pis'ma prezidentu RF Putinu Vladimiru Vladimirovichu. URL: <http://www.patriotr.ru/blog/> (data obrashcheniya: 06.03.2016).
5. ABC News website. URL: <http://abcnews.go.com/Politics/full-interview-transcript-president-barack-obama/story?id=35203825/> (data obrashcheniya: 05.03.2016).
6. Anglican Church of Canada. URL: <http://www.anglican.ca/news/primates-letter-to-her-majesty-queen-elizabeth-ii/30012323/> (data obrashcheniya: 05.03.2016).
7. LetterToBarackObama.com. URL: <http://lettertobarackobama.com> (data obrashcheniya: 05.03.2016).
8. Mirror website of the year. URL: <http://www.mirror.co.uk/news/uk-news/queen-returns-50-royal-fan-6419505/> (data obrashcheniya: 05.03.2016).
9. NPR website. URL: <http://www.npr.org/2015/12/21/460030344/video-and-transcript-npr-interview-with-president-obama/> (data obrashcheniya: 05.03.2016).
10. The Royal Family. URL: <https://www.royal.uk>.
11. Andreeva O. N. Funktsional'no-pragmaticheskoe opisaniye epistol'yarnogo teksta (na materiale pisem v zashchitu) : dis. ... kand. filol. nauk. — Barnaul, 2014. 184 s.
12. Balakay A. G. Russkiy rechevoy etiket i printsipy ego leksikograficheskogo opisaniya. — Novokuznetsk : Izd-vo Novokuznetsk. gos. ped. un-ta, 2002. 228 s.
13. Buravtsova N. Yu. Natsional'no-kul'turnye osobennosti statusnykh obrashcheniy v russkom yazyke: istoriya i sovremennost' : dis. ... kand. filol. nauk. — M., 2006. 182 c.
14. Veselov V. P. Aksiomy delovogo pis'ma: kul'tura delovogo obscheniya i ofitsial'noy perepiski. — M. : IVU «Marketing», 1993. 120 s.
15. Gol'din V. E. Obrashchenie: teoreticheskie problemy. — Saratov, 1987. 129 s.
16. Zhukova T. S. Kak obrashchat'sya k pervym litsam gosudarstva // Kul'tura rechi — 2013. № 6. S. 59—61.
17. Zhukova T. S. Obrashcheniya v reglamentirovannykh sferakh obscheniya: stanovlenie novoy normy : dis. ... kand. filol. nauk. — M., 2015. 232 s.
18. Karasik V. I. Yazyk sotsial'nogo statusa. — M. : ITDGG «Gnozis», 2002. 333 s.
19. Mangeym Dzh. B., Rich R. K. Politologiya: metody issledovaniya. — M. : Ves' Mir, 1997. 544 s.
20. Ratmayr R. Pragmatika izvinieniya: sravnitel'noye issledovanie na materiale russkogo yazyka i russkoy kul'tury / per. s nem. E. Aralovoy. — M. : Yazyki slavyanskoy kul'tury, 2003. 272 s.
21. Formanovskaya N. I., Sokolova G. G. Rechevoy etiket. Russko-frantsuzskie sootvetstviya : sprav. — M. : Vysshaya shkola, 2003. 95 s.
22. Formanovskaya N. I. Rechevoe vzaimodeystvie: kommunikatsiya i pragmatika. — M. : IKAR, 2007. 480 s.
23. Chudinov A. P. (otv. red.). Sovremennaya politicheskaya kommunikatsiya : ucheb. posobie / Ural. gos. ped. un-t. — Ekaterinburg, 2009. 292 s.
24. Hornby A. S. Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English. 6th ed. — Oxford Univ. Pr., 2000. 1540 p.
25. Macmillan English Dictionary for Advanced Learners. — Bloomsbury Publishers Ltd, 2002. 1692 p.

Статью рекомендует к публикации д-р филол. наук, доц. А. М. Плотникова.

А. М. Погорелко, Т. Н. Герасина
Уфа, Россия

СМЫСЛОВЫЕ МАРКЕРЫ ДИСКУРСА ХОЛОДНОЙ ВОЙНЫ

АННОТАЦИЯ. Статья посвящена выявлению способов реализации идеологической стратегии холодной войны в современном западном политическом дискурсе. Источником для анализа послужили высказывания западных политических лидеров, содержащие описание и оценку политических действий России. Целью исследования является раскрытие смыслового содержания оценочных политических формулировок, имплицитующих характер, степень выраженности и перспективы развития стратегии современного идеологического противостояния. Дискурс политической напряженности, получающий специфическое оформление в текстах знаковых выступлений с 2014 года, содержит явные признаки коммуникативной стратегии конфронтации, соответствующей принципиальным критериям идеологии холодной войны. В роли таких признаков выступают маркеры политического кода, представляющие собой сочетание смыслового содержания акцентированных в текстах лексических единиц и подтекстовой информации, предполагающей расшифровку с опорой на знание политического контекста. Особой разновидностью политического кода является намеренное включение в данный тип дискурса элементов логического противоречия, заключающегося в эксплицитном отрицании наличия холодной войны на фоне выраженной негативной оценочности политических формулировок. Имплицитивность данного кода реализуется во взаимодействии с маскирующими элементами дипломатической риторики, что превращает формальную противоречивость в смягченный сигнал политическому противнику.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: холодная война; смысловые маркеры; дипломатический дискурс; политический код.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ: Погорелко Александр Михайлович, кандидат филологических наук, доцент кафедры английской филологии и межкультурной коммуникации, Башкирский государственный университет; 450074, г. Уфа, ул. Заки Валиди, 32; e-mail: Pogorelkoam@rambler.ru.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ: Герасина Татьяна Николаевна, старший преподаватель кафедры общеобразовательных и профессиональных дисциплин, Уфимский институт путей сообщения; 450015, г. Уфа, ул. Карла Маркса, 50; e-mail: FRGFtrans@rambler.ru.

Примечательной особенностью дипломатического дискурса является своеобразная жанровая уступка соблюдению логического закона исключенного третьего. Для языка дипломатии вполне привычно одновременное использование в тексте концептуальных элементов, которые с точки зрения формальной логики должны находиться в отношениях противоречия и противоположности. Такая лингвистическая особенность представляется интересной с точки зрения политической и в целом дискурсивной лингвистики как иллюстрация особого механизма импликации истинной информации, в котором смысловое ударение делается на одной из логически противоположных интерпретаций. В качестве материала для данной статьи была выбрана предметная область, в которой отмеченная выше особенность проявляется особенно ярко — дискурс политического противостояния, резко обозначившийся в отношениях между Россией и Западом с 2014 г. Как мы постараемся показать на примере фрагментов политических текстов, характер этого дискурса, несмотря на дипломатические маскирующие элементы, соответствует идеологической стратегии, известной под термином «холодная война».

Как известно, выражение «холодная война» впервые было использовано в 1945 г. английским писателем Джорджем Оруэллом в статье «Ты и атомная бомба». Дж. Оруэлл предсказывал, что в ситуации, когда ядерным оружием будут обладать две или три поделившие между собой глобальное влия-

ние сверхдержавы, эпоха масштабных военных конфликтов должна будет уступить место «холодной» форме противостояния, которая станет «миром, который не есть мир» [Orwell]. В собственно политический дискурс сочетание «холодная война» попадает двумя годами позже благодаря видному представителю американской элиты, советнику двух президентов, Бернарду Баруху, заявившему в своем обращении к законодательному собранию Южной Каролины, что Соединенные Штаты «находятся в состоянии холодной войны». Образное выражение было подхвачено известным американским журналистом Уолтером Липпманом, который написал на тему нового противостояния ряд статей, вскоре вышедших отдельной книгой под названием «Холодная война. Внешняя политика США» [Энциклопедический словарь крылатых слов и выражений 2003]. Концептуальный образ политического неологизма оказался настолько удачным, что дискурс идеологической конфронтации быстро сконцентрировался под его смысловой оболочкой, а сам термин стал обозначением более чем 40-летнего отрезка новейшей истории.

Принято считать, что холодная война завершилась в начале 1990-х в результате разворота идеологической траектории развития России, воплотившегося в отказе от коммунистических идеалов и, соответственно, в ожидаемом устранении оснований для идейных противоречий с Западом. В западном общественном сознании прекращение холодной войны стало восприниматься как

победа в политико-экономическом противостоянии над СССР. Достаточно быстро стало очевидным, что холодная война, окончание которой было торжественно объявлено еще в 1989 г. на Мальтийском саммите, оставило неприятное наследие в виде продолжения действий, так или иначе ущемляющих интересы проигравшей стороны. Холодная война, утратив признаки явной идеологической конфронтации, так и не сумела выйти за рамки промежуточного состояния оруэлловского «мира, который не есть мир». Не вдаваясь в выходящие за рамки исследования политические обоснования, обратимся к лингвистическому факту — оценке, зафиксированной в публичном высказывании главы РФ В. В. Путина: «„Холодная война“ закончилась, но не завершилась заключением мира» [Посол США Джон Теффт...].

Современная геополитическая конкуренция приобрела новые признаки многомерной политической, экономической и культурной борьбы, в которой понятия войны и мира стали размыты и переплетены друг с другом. Как отмечают исследователи современного политического дискурса, «сегодня мир воспринимается не как отрицание войны, а как мир, включающий войну» [Клушина 2006], а образы врага «очевидным образом никуда не исчезли, они лишь получили новое развитие, превращаясь в подвижный, абстрактный и обобщенный политический конструкт» [Beck 1997]. Лингвистический анализ дискурса такого многопланового противостояния предполагает кропотливое выявление повторяющихся импликаций, завуалированных оценок, показательных опровержений и знаковых ценностных деклараций, будучи при этом осложнен концептуальными маскировками и неочевидными подменами понятий. Тем не менее в определенных обстоятельствах дискурс противостояния способен становиться не просто эксплицитным, но также насыщенным специальными сообщениями, требующими раскодирования политическим оппонентом. Именно такая трансформация дискурса отношений между Россией и Западом произошла на фоне значимых событий смены власти в Украине и присоединения Крыма к РФ. То, что раньше проявлялось лишь косвенно, регулярно камуфлировалось или просто отрицалось, внезапно стало ярко выраженным и даже демонстративным.

Мы постараемся показать, какие элементы политического кода проявились в этом дискурсе и как они стали прорисовывать рельеф той стратегии, которая, как считается, уже осталась в прошлом. Хотелось бы сразу отметить, что новый дискурс не

просто отражает внеязыковую политическую реальность, но и в заметной степени формирует ее. Специфика политического действия заключается в том, что действием становится и само слово, превращаясь не только в факт, но и в активный фактор политической реальности. По словам известного исследователя властного дискурса, Р. М. Блэкара, «наша социальная действительность в существенной степени структурируется и определяется языком... Наш контакт с действительностью большей частью социально опосредован, иными словами, в значительной степени опосредован через язык» [Блэкар 1987].

Ставя перед собой задачу анализа как эксплицитной, так и подтекстовой информации, мы оказываемся перед необходимостью обращения к экстралингвистическим факторам политического, социокультурного и исторического порядка как необходимым составляющим для раскодирования политических импликаций. По словам А. П. Чудинова, «изучение политического текста и его элементов в дискурсе — это прежде всего исследование степени воздействия на данный текст и на его восприятие адресатом разнообразных языковых, культурологических, социальных, экономических, политических, национальных и иных факторов» [5]. Мы, таким образом, опираемся на методологические установки критического дискурс-анализа, в частности на следующие его принципы:

- Критический дискурс-анализ ориентирован на социальные проблемы. Он рассматривает не язык или использование языка как такового, а лингвистический характер социальных и культурных процессов и структур.
- Дискурсы носят исторический характер, их можно рассматривать только в контексте.
- Условия и контекст необходимо зафиксировать как можно точнее, так как дискурсы можно описать, понять и интерпретировать только в их специфическом контексте.
- Содержание высказывания необходимо сопоставить с историческими событиями и фактами (интертекстуальность) [Тичер, Мейер, Водак, Веттер 2009: 198—220].

Следует отметить, что дипломатический тип дискурса идеологического противостояния характеризуется специфическими проявлениями признаков, традиционно выделяемых как индикаторы отношений холодной войны. Такой идеологический инструмент холодной войны, как формирование образа противника, в дискурсе дипломатии будет менее дисфемичен и коммуникативно деструктивен по сравнению с риторикой СМИ, предназначенной только для адресата

своей страны. Иначе будут проявлять себя и тактические приемы дискредитации, поскольку дискредитация будет уже не только средством «создания образа „Мы-группы“ через очернение противника» [Иссерс 1997], но и директивным сообщением противнику, из которого он должен сделать определенные выводы. Тем не менее, как мы постараемся показать, принципиальные индикаторы оформления образа противника явно присутствуют в анализируемом дискурсе. Согласно одной из известных классификаций таких признаков, для проявляемых в тексте психологических идентификаторов образа врага характерны:

- негативные ожидания. Всем действиям врага в прошлом, настоящем и будущем приписываются деструктивные намерения по отношению к «нашей» группе («Все, что делает враг, или плохо, или — если его действия кажутся рациональными — основано на бесчестных мотивациях»);

- возложение вины на врага. Предполагается, что враг является источником любых негативных факторов, воздействующих на «нашу» группу;

- отождествление врага со злом («Система ценностей врага является отрицанием системы ценностей нашей группы»);

- менталитет «игры с нулевой суммой» («Что хорошо для врага, плохо для нас, и наоборот») [Spillmann, Spillmann 1997].

Отметим, однако, что авторы наделили постулируемые характеристики весьма спорным максимализмом — трудно представить себе, чтобы все без исключения проблемы общества сколько-нибудь логично можно было бы связать с происками врагов. Едва ли убедительны в дискурсе пропаганды мирного времени были бы и утверждения, что все действия противника продиктованы исключительно стремлением причинить вред другому государству.

В наших примерах мы сосредоточим внимание на дискурсе западных политических лидеров. Мы, разумеется, не хотим таким образом сказать, что идеологическая кампания противостояния развертывается исключительно на Западе. Напротив, нельзя не отметить, что риторика российского политического дискурса по отношению к Западу за последние 25 лет никогда не была столь некомплементарной, как в настоящее время, и непривычная резкость оценок отчетливо проявляется даже в тех вопросах, в которых Россия была подчеркнута деликатна со времени разрядки холодной войны между СССР и США середины 1980-х. Не означает такой выбор материала и то, что мы задаемся целью обвинения или оправдания какой-либо

из сторон конфликта — эти задачи выходят за рамки лингвистических методов анализа. Мы исходим из того, что западный дискурс более показателен в отношении импликаций холодной войны прежде всего потому, что российский политический нарратив в условиях нового противостояния явным образом уступает инициативу западному. Динамика развития политического кризиса выстраивалась таким образом, что слова и действия России почти на каждом шаге усиления напряженности были ситуационным ответом на опережающие действия Запада. Даже присоединение Крыма, которое, как будет показано далее, получило особую концептуальную значимость в политических кодах дипломатии, едва ли состоялось бы иначе чем под жестким давлением обстоятельств, явившихся результатом поддержанного извне перехода власти на Украине к выражено недружественным России силам.

С этой точки зрения, западный дискурс содержит более концептуально насыщенные импликации, чем реагирующий дискурс российской дипломатии. Как мы постараемся показать, в дискурсе новой идеологической конфронтации закономерным образом проявляют себя смысловые маркеры, раскрывающие три содержательных элемента:

- характер и степень выраженности политической стратегии,

- позиции, которые явным образом обозначаются как источник конфликта и не рассматриваются как предмет уступок,

- наконец, перспективы развития противостояния.

Как было заявлено в начале статьи, мы утверждаем, что современный дискурс политической напряженности в отношениях между Россией и Западом проявляет признаки стратегии холодной войны. Смысловая реализация этой стратегии сопровождается рядом импликаций, расшифровка которых задается логикой дипломатического дискурса во взаимодействии с экстралингвистическими факторами политического контекста. Прежде всего обратим внимание на знаковые дипломатические оговорки, которые встраиваются в дискурс, демонстрирующий явные признаки политической конфронтации. Из этих оговорок — в противоречии с содержанием сопровождающих их резких высказываний — следует то, что никакой холодной войны нет. Политические субъекты всячески стремятся дистанцироваться от отождествления нынешней ситуации с холодной войной. Уверенное отрицание становится ответом на вопросы журналистов, например, в беседе российских корреспондентов с послом США в РФ Джоном Теффтом (2015 г.):

— **Господин посол, находятся сейчас Америка и Россия в состоянии новой «холодной войны» или нет?**

— **Нет, не находятся.** Я считаю очень опасным выдергивать термины из истории и использовать их для описания текущего момента. Каждый новый этап в истории кардинально отличается от предыдущего [Посол США Джон Теффт...].

Тот же вопрос уже американского журналиста президенту США:

— *Is this a new Cold War, sir?*

THE PRESIDENT: No, it's not a new Cold War. What it is, is a very specific issue related to Russia's unwillingness to recognize that Ukraine can chart its own path [Statement by the President on Ukraine 2014].

Следует отметить, что речь не идет о том, что сравнение с холодной войной является просто неудобным вопросом, который в других обстоятельствах остался бы без комментария. Анализ политических текстов показывает, что тема непризнания холодной войны регулярно поднимается авторами по их собственной инициативе.

Джеймс Кэмерон: *A new Cold War "is not an outcome we believe to be inevitable — and neither is it one we seek"* [Wright 2014].

Барак Обама: *This is not another cold war that we're entering into. The United States and NATO do not seek any conflict with Russia* [Barack Obama: no cold war over Crimea].

That's the basis of the sanctions that the United States and our partners impose on Russia. It's not a desire to return to a Cold War [Remarks by President Obama to the United Nations General Assembly 2015].

Вполне характерно и то, что такие суждения полностью разделяет и российская сторона:

В. В. Путин: *Мне бы не хотелось так думать, что это начало новой „холодной войны“, в этом никто не заинтересован, и думаю, что этого не случится* [Путин не видит угрозы начала новой «холодной войны» из-за Украины];

С. В. Лавров: *Я бы не стал сравнивать это с „холодной войной“ — это всё-таки другая ситуация. У нас нет никакого объективного идеологического противостояния, которое обуславливало бы возврат к чему-то вроде холодной войны* [Говорить о новой «холодной войне» неуместно, считает Лавров 2015].

Как будет показано ниже, эти категорические утверждения сочетаются с резко отрицательными оценками и констатацией явно недружественных политико-экономических действий. Тем не менее едва ли правомерно делать вывод, что такое противоре-

чивое сочетание свидетельствует о неспособности политических лидеров замечать очевидное и о стремлении выдавать желаемое за действительное. По нашему мнению, сам факт такой противоречивости является вспомогательным механизмом интерпретации дипломатического дискурса, указывающим на то, что логически спорное сообщение нужно читать иначе, на уровне подтекста. Поставив перед собой задачу анализа англо-американского дискурса, хотим в то же время отметить, что внешне идентичные утверждения российских и западных политиков содержат не вполне совпадающие импликации.

Итак, анализ дискурса показывает, что дипломатические формулировки, отрицающие намерение двигаться курсом конфронтации, находятся в соседстве со смысловыми маркерами, которые, собственно, и обрисовывают контуры стратегии нового противостояния. Под смысловыми маркерами имеется в виду концептуальное содержание акцентируемых в дискурсе языковых единиц, а также подтекстовая информация, кодируемая при помощи задаваемых логикой политического контекста экстралингвистических факторов. Ключевым маркером, который используется одновременно как обоснование источника политической напряженности и как оценочный вердикт, выступает концепт агрессии. В политических текстах, критикующих позицию России, конкретизация осуждающей оценки в обязательном порядке сопровождается обвинением в агрессивных действиях. Концепт агрессии при этом получает лексическое выражение в трех характерных формах. Во-первых, в виде ключевого слова «aggression» и его производных:

— *Russian aggression in Europe recalls the days when large nations trampled small ones in pursuit of territorial ambition* [Obama B. 69th Session of the United Nations General Assembly Address. 2014];

— *We will impose a cost on Russia for aggression, and we will counter falsehoods with the truth* [Ibid.];

— *We're leading the international community to check Russian aggression in Ukraine* [Obama B. Year End Press Conference 2014];

— *Every member of the G7 continues to maintain sanctions on Russia for its aggression against Ukraine* [Obama B. Sixth Presidential State of the Union Address 2015];

— *In response to Russia's aggressive actions to NATO's east...* [NATO — OTAN. The Secretary General's Annual Report 2015];

— *Russia has become more aggressive, authoritarian and nationalist, increasingly defining*

itself in opposition to the West [HM Government 2015].

Во-вторых, в лексических и фразеологических единицах, объединенных семантикой вооруженного нападения:

– *Russia has continued to **violate** Ukrainian **sovereignty*** [Obama B. Statement on the Downing Malaysia Airlines Flight 17. 2014];

– *...one of the rationales that Mr. Putin provided for his **incursions** into Ukraine was to protect Russian speakers there* [Obama B. Sixth Presidential State of the Union Address 2015];

– *...these operations bear many similarities to those that were carried out in Crimea in late February and culminated in **Russia's illegal military intervention*** [NATO — OTAN. The Secretary General's Annual Report 2015];

– *While persisting in **illegally occupying** parts of Georgia, the Republic of Moldova and Ukraine, and continuing to support separatists fighting in eastern Ukraine, Russia also began a military operation in Syria* [Ibid.];

– *Over the past three years, Russia has conducted at least 18 large-scale snap exercises, ... These exercises include **simulated nuclear attacks** on NATO Allies* [Ibid.].

Наконец, особый вариант реализации концепта “aggression” представлен знаковой в политическом смысле лексемой «annexation», применяемой для обозначения вхождения Крыма в состав РФ в марте 2014 г. Как следует из словарных дефиниций, оценочность слова «annexation» тяготеет к концепту агрессии за счет ассоциативной отсылки к применению силы: *annex — to take control of a country or area next to your own, especially by using force* [Longman Dictionary of Contemporary English].

– *Consider **Russia's annexation of Crimea** and further **aggression** in eastern Ukraine* [Remarks by President Obama to the United Nations General Assembly 2015];

– *These operations ...culminated in Russia's illegal military intervention and purported **annexation of Crimea*** [Evidence of Russian Support for Destabilization of Ukraine 2014];

– *Russia's use of force in Georgia in 2008, and again with the **annexation of Ukrainian territory** in March 2014, ... For the first time since the Second World War, one European country **illegally annexed** part of another* [NATO — OTAN. The Secretary General's Annual Report 2015];

– *...due to Russia's **aggressive** actions in Ukraine and its **illegal annexation of Crimea**, NATO suspended its practical cooperation with Russia in early 2014* [Ibid.].

Необходимо подчеркнуть, что концепт агрессии обладает специфической смысло-

вой емкостью, позволяющей вывести из его использования в данном политическом контексте и данном типе дискурса важные содержательные элементы — степень выраженности конфронтационной стратегии, а также четкое обозначение источника напряженности в сочетании с принципиальной оценкой политического субъекта. Импликация этих элементов опирается на знание реалий политического контекста, хорошо известных политической элите и потому не представляющих трудностей для правильного прочтения соответствующего дипломатического сигнала. Речь идет о том, что в международном политическом дискурсе обвинение государства в агрессии является характерной «черной меткой», чреватой серьезными практическими последствиями. Эта оценка не используется лишь для того, чтобы выразить декларативное моральное осуждение. Это четкий знак политического кода, указывающий на то, что у обвиненного государства в скором времени возникнут как минимум дипломатические и экономические проблемы. В случае России за этим знаком не замедлили последовать экономические санкции и ряд визово-дипломатических ограничений.

Импликация практических последствий обвинения в агрессивных действиях содержится в почти дословном повторении дефиниции агрессии ООН в резолюции 1974 г. Отрывок из резолюции ОБСЕ от 1.07 2014: *the clear, gross and uncorrected violation of the Helsinki principles by the Russian Federation with respect to Ukraine, including the **particularly egregious violation of that country's sovereignty and territorial integrity*** [OSCE parliamentarians approve Russia resolution amid debate on Ukraine 2014]. Определение агрессии из резолюции ООН № 3314 (XXIX): *Aggression is the use of armed force by a State **against the sovereignty, territorial integrity** ... of another State* [Definition of Aggression].

В сходстве этих формулировок просматривается намек на то, что обвинение в агрессии может потенциально послужить основанием для болезненных по отношению к России решений со стороны Совета Безопасности ООН. Обвинение в агрессии в дипломатическом формате является серьезной дискредитацией политического противника в глазах мирового сообщества и одновременно явным указанием на попрание принципиальных ценностей «своей» группы, если сослаться на терминологию упоминавшихся выше признаков образа врага в дискурсе холодной войны.

Еще одной важной смысловой особенностью концепта агрессии, используемого в качестве оценки, является принципиаль-

ное свойство, которое можно назвать семантической необратимостью. Данное свойство представляет собой четкое указание на степень выраженности стратегии противостояния, которую можно по данному признаку отнести к действиям в русле холодной войны. Мы имеем в виду не только то, что использование единицы с выраженным негативным экспрессивно-оценочным потенциалом очевидным образом свидетельствует о резко отрицательном отношении. Важно то, что такое отношение содержит в себе элемент бескомпромиссности, который концептуально не может в ходе дальнейшего дипломатического диалога быть семантически нейтрализован. Поясним на примере: во время военной операции США против режима Саддама Хуссейна в Ираке 2003 г. основанием для ввода войск послужило обвинение в разработке Ираком оружия массового поражения. При всей тяжести этого обвинения с точки зрения международного права, в концептуальном отношении оказалось совершенно нетрудно нивелировать этот аргумент впоследствии, сославшись на то, что он был всего лишь ошибкой. Совершить аналогичную операцию «семантической отмены» с концептом агрессии принципиально невозможно. Объявить, что государство — лидер западного мира ошиблось, приняв за агрессию, вторжение и аннексию нечто совершенно другое, означало бы публично признаться либо в невероятной некомпетентности, либо в клеветническом умысле. Таким образом, заявив об агрессии, сторона конфликта дает понять, что речь идет о жесткой обвинительной позиции, не предполагающей последующего пересмотра — а это вполне недвусмысленный элемент политической конфронтации. Как знак дипломатического кода, обвинение в агрессии представляет собой сигнал политической необратимости.

Следующий значимый смысловой маркер, указывающий на степень остроты политического конфликта, представляет собой повторяющееся акцентирование деструктивного характера совершаемых политическим субъектом действий. Логика холодной войны предполагает причинение противнику ущерба, и описание такого ущерба становится в дискурсе холодной войны равнозначным констатации достижения успехов. Именно это свойство характерно для ряда повторяющихся пассажей в речах, в частности, президента США Б. Обамы, где детально перечисляются разрушительные результаты применения против России экономических санкций:

– *Now, it's important to recognize the Russian economy has been seriously weakened. The ruble and foreign investment are*

down; inflation is up. The Russian central bank has lost more than \$150 billion in reserves. Russian banks and firms are virtually locked out of the international markets. Russian energy companies are struggling to import the services and technologies they need for complex energy projects. Russian defense firms have been cut off from key technologies. Russia is in deep recession... Well, today, it is America that stands strong and united with our allies, while Russia is isolated with its economy in tatters [Obama B. Sixth Presidential State of the Union Address 2015].

В данном случае особенно показательным является то, каким образом в дискурсе реализуется обусловленный дипломатическим этикетом элемент лексического смягчения жесткой коммуникативной стратегии. Общая схема таких смягчающих оговорок основывается на том, что санкции являются лишь вынужденной мерой, следовательно, в наносимом российской экономике ущербе виновно политическое руководство России, на позицию которого приходится таким образом оказывать давление:

– *That's the basis of the sanctions that the United States and our partners impose on Russia. It's not a desire to return to a Cold War. ...Not because we want to isolate Russia — we don't... .. Not because we're interested in hurting Russia for the sake of hurting Russia...* [Obama B. Statement on the Downing Malaysia Airlines Flight 17. 2014];

– *Ultimately, this is going to be an issue for Mr. Putin. He's got to make a decision: Does he continue to wreck his country's economy and continue Russia's isolation in pursuit of a wrong-headed desire to re-create the glories of the Soviet empire?* [Obama B. Sixth Presidential State of the Union Address 2015].

Нельзя, впрочем, не отметить, что выражаемая таким образом констатация вынужденности деструктивных действий выглядит не очень убедительно из-за использования при описании экономического ущерба России экспрессивных фразеологических сочетаний с заостренной семантикой причинения вреда (*to wreck his country's economy; hurting Russia*). Метафорический же образ российской экономики, разорванной в клочья (*economy in tatters*), напоминает и вовсе неприкрытое злорадство. Кроме того, в высказываниях президента США встречаются индикативные суждения, из которых следует, что мишенью деструктивных действий является именно народ России:

– *So Russia's actions in Ukraine are hurting Russia and hurting the Russian people* [Obama B. Sixth Presidential State of the Union Address 2015].

Логическая структура данного суждения ясно указывает на то, что отвечать за вызвавший санкции выбор способа действий на Украине приходится всему населению России. Прямое указание на то, что деструктивные экономические действия бьют по людям, в подавляющем большинстве не имеющим никакого отношения ни к конкретным политическим решениям правительства, ни к участию в какой бы то ни было агрессии, является признаком менталитета холодной войны, в которой любой ущерб противнику считается благом. Укажем, что данное свойство является характерным проявлением «игры с нулевой суммой», относимой исследователями к атрибутам образа врага в политическом тексте.

Наконец, смысловым маркером, указывающим на перспективы развития противостояния, выступает довольно выразительная установка на интенсификацию политико-экономической ультимативности. Представляется очевидным, что в дипломатическом дискурсе стремление или готовность к ослаблению напряженности не может сочетаться с декларированием намерений усилить давление на оппонента. Однако для анализируемого дискурса характерны высказывания, в которых подчеркивается решимость не только к продолжению, но и к дальнейшему наращиванию мер жесткого воздействия с тем, чтобы Россия заплатила «еще большую цену» за упорную неуступчивость в осуждаемых позициях (в примерах приведены суждения Б. Обамы [Statement by the President on Ukraine 2014; Obama B. 69th Session of the United Nations General Assembly Address; Remarks by President Obama to the United Nations General Assembly 2015; Barack Obama: no cold war over Crimea; Obama B. Statement on the Downing Malaysia Airlines Flight 17. 2014; Obama B. Year End Press Conference 2014; Obama B. Sixth Presidential State of the Union Address 2015; Ukraine and Russia Sanctions] и Д. Кэмерона [Wright 2014]):

– *The United States has **steadily increased the diplomatic and financial costs of Russia's aggressive actions** towards Ukraine* [Ukraine and Russia Sanctions];

– *...**Russia is isolated with its economy in tatters**. That's how America leads -- not with bluster, **but with persistent, steady resolve*** [Obama B. Sixth Presidential State of the Union Address 2015];

– *And we **will continue to make clear** that as Russia engages in efforts that are supporting the separatists, **that we have the capacity to increase the costs** that we impose on them* [Obama B. Statement on the Downing Malaysia Airlines Flight 17. 2014];

– *But we've also **made it clear**, as I have **many times**, that if Russia continues on its current path, **the cost on Russia will continue to grow*** [Statement by the President on Ukraine 2014];

– *...if Russia continues on its current path, then **we will keep upping the pressure** and Russia's relationship with the rest of the world will be radically different in the future* [Wright 2014].

Столь явно выражаемая готовность к углублению противостояния едва ли свидетельствует о настрое на скорейшее преодоление кризиса.

С помощью вышеприведенных примеров мы стремились показать, что дискурс политического кризиса отношений между Россией и Западом насыщен смысловыми элементами, указывающими на реальную «картографию» конфликта, имеющего явные признаки стратегии холодной войны. Именно на этих смысловых маркерах сосредоточен информативный «центр тяжести» дискурса, содержащий описание структуры конфликта — тип и степень выраженности его стратегии, принципиальные позиции и перспективу. Дополнительным указателем на значимость этих смысловых маркеров выступает концентрация в соответствующих фрагментах текста средств выражения негативной оценки, а также «подсказок», призывающих обратить на знаковую детализацию особое внимание:

– *But we've also **made it clear**, as I have **many times**, that if Russia continues on its current path, the cost on Russia will continue to grow. And today **is a reminder that the United States means what it says*** [Statement by the President on Ukraine 2014].

Противоречивое сочетание смысловых маркеров холодной войны с уверенным отрицанием ее наличия, по-видимому, обладает довольно сложным имплицативным содержанием. Мы можем предполагать, что оно содержит в себе и знак дипломатического этикета, требующий отдать должное императиву стремления к мирному разрешению конфликта, и нежелание первым озвучить отягощенный негативной оценкой термин «холодная война», взяв на себя сомнительную историческую честь декларирования нового ее начала. Но, как нам представляется, подчеркнутое отрицание сходства явно выраженной стратегии конфронтации с холодной войной является также предупреждающим сигналом о том, что это просто еще не холодная война, что субъект конфликта пока демонстративно воздерживается от каких-то более серьезных и труднообратимых действий, по сравнению с которыми

нынешняя напряженность является еще «холодным миром».

В заключение мы хотим еще раз подчеркнуть, что не ставили перед собой задачу проникнуть в истинный ход мыслей западных политических лидеров и каким-либо образом поставить им психолого-политический диагноз. Наша цель состояла в том, чтобы лингвистически выявить те смысловые элементы дискурса, содержание которых характерно для коммуникативной стратегии долгосрочной конфронтации, являющейся неизменным атрибутом идеологической составляющей холодной войны. Оценка же степени искренности политических высказываний выходит за пределы возможностей лингвистики.

ЛИТЕРАТУРА

1. Блакар Р. М. Язык как инструмент социальной власти // Язык и моделирование социального взаимодействия. — М., 1987. С. 88—125.
2. Говорить о новой «холодной войне» неуместно, считает Лавров // РИАНовости. 2015. 29 мая. URL: <http://ria.ru/politics/20150529/1067212530.html#ixzz3yTJEvIMr> (дата обращения: 01.2016).
3. Иссерс О. С. Паша-«Мерседес», или Речевая стратегия дискредитации // Вестн. Омского ун-та. 1997. Вып. 2. С. 51—54.
4. Клушина Н. И. Образ врага: о военной риторике в мирное время // Русская речь. 2006. № 5. С. 79—87.
5. Посол США Джон Теффт: «То, что происходит на Украине — ужасно» // МК.ру. 2015. 15 июля. URL: <http://www.mk.ru/politics/2015/07/08/posol-ssha-dzhon-tefft-to-chto-proiskhodit-na-ukraine-uzhasno.html> (дата обращения: 01.2016).
6. Путин не видит угрозы начала новой «холодной войны» из-за Украины // Forbes. URL: <http://m.forbes.ru/article.php?id=258313> (дата обращения: 01.2016).
7. Путин: «Холодная война» закончилась, но не завершилась заключением мира // РИА Новости Украина. 2014. 24 окт. URL: <http://rian.com.ua/video/20141024/358703425.html> (дата обращения: 01.2016).
8. Тичер С., Мейер М., Водак Р., Веттер Е. Методы анализа текста и дискурса : пер. с англ. — Харьков : Гуманитарный Центр, 2009. 356 с.
9. Чудинов А. П. Метафорическая мозаика в современной политической коммуникации : моногр. / Урал. гос. пед. ун-т. — Екатеринбург, 2003. 248 с. Энциклопедический словарь крылатых слов и выражений. — М. : Локкид-Пресс : Вадим Серов, 2003.
10. Barack Obama: no cold war over Crimea // The Guardian. URL: <http://www.theguardian.com/world/2014/mar/26/obama-no-cold-war-crimea> (дата обращения: 01.2016)
11. Beck Ulrich. The Sociological Anatomy of Enemy Images: The Military and Democracy after the End of the Cold War // Enemy Images in American History / ed. by Ragnhild Fiebig-von Hase and Ursula Lehmkuhl — Providence ; Oxford, 1997.

A. M. Pogorelko, T. N. Gerasina
Ufa, Russia

CONCEPTUAL MARKERS OF THE COLD WAR DISCOURSE

ABSTRACT. *The article is devoted to revealing the means of realizing the ideological Cold war strategy in the contemporary Western political discourse. The study is based on the analysis of official statements of Western political leaders describing and evaluating Russia's recent political actions. The aim of the research consists in exposing the meanings of political definitions implicating the essence, tension degree, and prospects of the actual ideological confrontation strategy. The discourse of political tension that has acquired its specific shape since 2014, contains marked properties of the communicative confrontational strategy meeting the characteristic criteria of the Cold war ideology. Such properties are revealed via political code markers functioning as a combination of the conceptual content of repeatedly emphasized lexical units with the subtextual information based on the knowledge of political context. A special type of the political code is exemplified by the deliberate logical contradiction between the explicit refusal to acknowledge the Cold war recurrence and the pronounced negative colouring of the diplomatic statements. The implicative potential of the code is realised in the disguising medium of diplomatic rhetorical means which transform the formal contradiction into a delicate sign for the political adversary.*

12. Definition of Aggression // Human Rights Library. URL: <https://www1.umn.edu/humanrts/instree/GAres3314.html> (date of access: 01.2016).

13. Evidence of Russian Support for Destabilization of Ukraine / U. S. Department of State. 2014. 13 Apr. URL: <http://www.state.gov/r/pa/prs/ps/2014/04/224762.htm> (date of access: 01.2016).

14. HM Government. National Security Strategy and Strategic Defense and Security Review. 2015. URL: https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/478933/52309_Cm_9161_NSS_SD_Review_web_only.pdf (date of access: 01.2016).

15. Longman Dictionary of Contemporary English <http://www.ldoceonline.com/dictionary/>

16. NATO — OTAN. The Secretary General's Annual Report. 2015. URL: http://www.nato.int/nato_static_fl2014/assets/pdf/pdf_2016_01/20160128_SG_AnnualReport_2015_en.pdf#page=7 (date of access: 01.2016).

17. Obama B. 69th Session of the United Nations General Assembly Address // American Rhetoric. 2014. 24 Sept. URL: <http://www.americanrhetoric.com/speeches/barackobama/barackobama-unitednations69.htm> (date of access: 01.2016).

18. Obama B. Sixth Presidential State of the Union Address // American Rhetoric. 2015. 20 Jan. <http://www.americanrhetoric.com/speeches/stateoftheunion2015.htm> (date of access: 01.2016).

19. Obama B. Statement on the Downing Malaysia Airlines Flight 17 // American Rhetoric. 2014. 18 July. URL: <http://www.americanrhetoric.com/speeches/barackobama/barackobamaflightmh17.htm> (date of access: 01.2016).

20. Obama B. Year End Press Conference // American Rhetoric. 2014. 19 Dec. URL: <http://www.americanrhetoric.com/speeches/barackobama/barackobamafinal2014presser.htm> (date of access: 01.2016).

21. Orwell G. You and the Atomic Bomb. URL: http://orwell.ru/library/articles/ABomb/english/e_abomb (date of access: 01.2016)

22. OSCE parliamentarians approve Russia resolution amid debate on Ukraine. 2014. 1 July // OSCE. URL: <http://www.osce.org/pa/120666> (date of access: 01.2016)

23. Remarks by President Obama to the United Nations General Assembly // The White House. 2015. 28 Sept. URL: <https://www.whitehouse.gov/the-press-office/2015/09/28/remarks-president-obama-united-nations-general-assembly> (date of access: 01.2016).

24. Spillmann K. R., Spillmann K. 1997. Some Sociobiological and Psychological Aspects of "Images of the Enemy" // Enemy Images in American History / Ed. by Ragnhild Fiebig-von Hase and Ursula Lehmkuhl. — Providence ; Oxford, 1997

25. Statement by the President on Ukraine // The White House. 2014. 29 July. URL: <https://www.whitehouse.gov/the-press-office/2014/07/29/statement-president-ukraine> (date of access: 01.2016).

26. Ukraine and Russia Sanctions / U. S. Department of State. URL: <http://www.state.gov/e/eb/tfs/spi/ukrainerussia/> (дата обращения: 01.2016)

27. Wright O. Cameron would be prepared for 'new cold war' with Russia if Putin continues on 'current path' with Ukraine // Independent. 2014. 11 Nov. URL: <http://www.independent.co.uk/news/uk/politics/cameron-would-be-prepared-for-new-cold-war-with-russia-if-putin-continues-on-current-path-with-9852707.html> (date of access: 01.2016).

KEYWORDS: *cold war; conceptual markers; diplomatic discourse; political code.*

ABOUT THE AUTHOR: *Pogorelko Alexander Mikhailovich, Candidate of Philology, Associate Professor of the Department of English Philology and Intercultural Communication, Bashkir State University, Ufa, Russia.*

ABOUT THE AUTHOR: *Gerasina Tatyana Nikolayevna, Senior Lecturer, Department of General and Professional Education, Ufa Railway Institute, Ufa, Russia.*

REFERENCES

1. Blakar R. M. Yazyk kak instrument sotsial'noy vlasti // Yazyk i modelirovanie sotsial'nogo vzaimodeystviya. — M., 1987. С. 88—125.
2. Govorit' o novoy «kholodnoy voyne» neumestno, schitaet Lavrov // RIANovosti. 2015. 29 maya. URL: <http://ria.ru/politics/20150529/1067212530.html#ixzz3yTJEvIMr> (data obrashcheniya: 01.2016).
3. Issers O. S. Pasha-«Mercedes», ili Rechevaya strategiya diskreditatsii // Vestn. Omskogo un-ta. 1997. Vyp. 2. S. 51—54.
4. Klushina N. I. Obraz vraga: o voennoy ritorike v mirnoe vremya // Russkaya rech'. 2006. N 5. S. . 79—87.
5. Posol SShA Dzhon Tefft: «To, chto proiskhodit na Ukraine — uzhasno» // MK.ru. 2015. 15 iyulya. URL: <http://www.mk.ru/politics/2015/07/08/posol-ssha-dzhon-tefft-to-chto-proiskhodit-na-ukraine-uzhasno.html> (data obrashcheniya: 01.2016).
6. Putin ne vidit ugrozy nachala novoy «kholodnoy voyny» iz-za Ukrainy // Forbes. URL: <http://m.forbes.ru/article.php?id=258313> (data obrashcheniya: 01.2016).
7. Putin: «Kholodnaya vojna» zakonchilas', no ne zavershilas' zaklyucheniem mira // RIA Novosti Ukraina. 2014. 24 okt. URL: <http://rian.com.ua/video/20141024/358703425.html> (data obrashcheniya: 01.2016).
8. Ticher S., Meyer M., Vodak R., Vetter E. Metody analiza teksta i diskursa : per. s angl. — Xark'ov : Gumanitarnyy Tsentr, 2009. 356 s.
9. Chudinov A. P. Metaforicheskaya mozaika v sovremennoy politicheskoy kommunikatsii : monogr. / Ural. gos. ped. un-t. — Ekaterinburg, 2003. 248 s. Entsiklopedicheskiy slovar' krylatykh slov i vyrazheniy. — M. : Lokid-Press : Vadim Serov, 2003.
10. Entsiklopedicheskiy slovar' krylatykh slov i vyrazheniy. — M. : Lokid-Press : Vadim Serov, 2003.
11. Barack Obama: no cold war over Crimea // The Guardian. URL: <http://www.theguardian.com/world/2014/mar/26/obama-no-cold-war-crimea> (data obrashcheniya: 01.2016)
12. Beck Ulrich. The Sociological Anatomy of Enemy Images: The Military and Democracy after the End of the Cold War // Enemy Images in American History / ed. by Ragnhild Fiebig-von Hase and Ursula Lehmkuhl — Providence ; Oxford, 1997.
13. Definition of Aggression // Human Rights Library. URL: <https://www1.umn.edu/humanrts/instree/GAres3314.html> (date of access: 01.2016).
14. Evidence of Russian Support for Destabilization of Ukraine / U. S. Department of State. 2014. 13 Apr. URL: <http://www.state.gov/r/pa/prs/ps/2014/04/224762.htm> (date of access: 01.2016).
15. HM Government. National Security Strategy and Strategic Defense and Security Review. 2015. URL: https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/478933/52309_Cm_9161_NSS_SD_Review_web_only.pdf (date of access: 01.2016).
16. Longman Dictionary of Contemporary English <http://www.ldoceonline.com/dictionary/>
17. NATO — OTAN. The Secretary General's Annual Report. 2015. URL: http://www.nato.int/nato_static_fi2014/assets/pdf/pdf_2016_01/20160128_SG_AnnualReport_2015_en.pdf#page=7 (date of access: 01.2016).
18. Obama B. 69th Session of the United Nations General Assembly Address // American Rhetoric. 2014. 24 Sept. URL: <http://www.americanrhetoric.com/speeches/barackobama/barackobamaunitednations69.htm> (date of access: 01.2016).
19. Obama B. Sixth Presidential State of the Union Address // American Rhetoric. 2015. 20 Jan. <http://www.americanrhetoric.com/speeches/stateoftheunion2015.htm> (date of access: 01.2016).
20. Obama B. Statement on the Downing Malaysia Airlines Flight 17 // American Rhetoric. 2014. 18 July. URL: <http://www.americanrhetoric.com/speeches/barackobama/barackobamafightmh17.htm> (date of access: 01.2016).
21. Obama B. Year End Press Conference // American Rhetoric. 2014. 19 Dec. URL: <http://www.americanrhetoric.com/speeches/barackobama/barackobamafinal2014presser.htm> (date of access: 01.2016).
22. Orwell G. You and the Atomic Bomb. URL: http://orwell.ru/library/articles/ABomb/english/e_abomb (date of access: 01.2016)
23. OSCE parliamentarians approve Russia resolution amid debate on Ukraine. 2014. 1 July // OSCE. URL: <http://www.osce.org/pa/120666> (date of access: 01.2016)
24. Remarks by President Obama to the United Nations General Assembly // The White House. 2015. 28 Sept. <https://www.whitehouse.gov/the-press-office/2015/09/28/remarks-president-obama-united-nations-general-assembly> (date of access: 01.2016).
25. Spillmann K. R., Spillmann K. 1997. Some Sociobiological and Psychological Aspects of “Images of the Enemy” // Enemy Images in American History / Ed. by Ragnhild Fiebig-von Hase and Ursula Lehmkuhl. — Providence ; Oxford, 1997
26. Statement by the President on Ukraine // The White House. 2014. 29 July. URL: <https://www.whitehouse.gov/the-press-office/2014/07/29/statement-president-ukraine> (date of access: 01.2016).
27. Ukraine and Russia Sanctions / U. S. Department of State. URL: <http://www.state.gov/e/eb/tfs/spi/ukrainerussia/> (data obrashcheniya: 01.2016)
28. Wright O. Cameron would be prepared for ‘new cold war’ with Russia if Putin continues on ‘current path’ with Ukraine // Independent. 2014. 11 Nov. URL: <http://www.independent.co.uk/news/uk/politics/cameron-would-be-prepared-for-new-cold-war-with-russia-if-putin-continues-on-current-path-with-9852707.html> (date of access: 01.2016).

Статью рекомендует к публикации д-р филол. наук, проф. С. В. Иванова.

РАЗДЕЛ 3. ЯЗЫК — ПОЛИТИКА — КУЛЬТУРА

УДК 811.133.1'42:327
ББК ШП47.11-51

ГСНТИ 16.21.29

Код ВАК 10.02.01

Н. В. Багичева
Екатеринбург, Россия

ОБРАЗЫ МАТЕРИ-РОДИНЫ И БОЛЬШОЙ СЕМЬИ В МЕТАФОРИЧЕСКОМ ОНТОГЕНЕЗЕ

АННОТАЦИЯ. Раскрываются причины создания и особенности функционирования мифа о «Большой семье», рассматривается образ Отца «Большой семьи», демонстрируется, как идея иерогамии обеспечивает легитимность власти. Актуальность темы обусловлена тем, что концептуальная метафора считается одним из способов изучения ментальных процессов и постижения национального сознания. Концептуальные семейные метафоры уходят в мифологическое прошлое народа и имеют биологическое обоснование. Прослеживается динамика развития образа Родины в социально-политическом и культурологическом дискурсах. Исследователями при установлении взаимосвязи гендера и национальной идентичности вопрос о «женском мифе» в русской культуре поднимается уже давно. Отмечается, что образ матери является не единственным женским образом России, что Россия в разные исторические моменты представляла в образах жены, вдовы, невесты, блудницы, в настоящее время часто в образах мачехи, тетки. С надеждами на благоприятное будущее связывается появление образа Родины-дочери. Для описания развития семейной метафоры в целом вводится понятие метафорического онтогенеза. Поскольку метафора имеет ментальную и во многом психологическую сущность (синтез бессознательного и осознанного, сознания и самосознания, физического и социального, идеального и реального), понятие онтогенеза заимствуется из психологии. Метафорический онтогенез может обозначать индивидуальное развитие образа, совокупность последовательных преобразований, претерпеваемых образом, от момента рождения до конца его ментальной жизни.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: концептуальная метафора; Родина-мать; отец народов; «Большая семья»; метафорический онтогенез.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ: Багичева Надежда Васильевна, кандидат филологических наук, доцент, кафедра русского языка и методики его преподавания в начальных классах, Уральский государственный педагогический университет; 620017, г. Екатеринбург, пр-т Космонавтов, д. 26, к. 167; e-mail: espoir17@mail.ru.

В заключительной части послания Президента Федеральному собранию РФ в 2007 г. В. В. Путин остроумно заметил: «В России есть еще такая старинная русская забава — поиск национальной идеи. Это что-то вроде поиска смысла жизни. Занятие в целом небесполезное и небезыңтересное, этим можно заниматься всегда и бесконечно». Это «небесполезное и небезыңтересное занятие» захватывает не только русских, но и иностранцев, особенно в последнее время. Наша национальная идея включает такие понятия, как «русский дух», «загадочная русская душа», которые «не всегда осознаются нами», но играют «центральную роль в определении повседневной реальности» и «структурируют наше восприятие, наше мышление и наши действия» [Лакофф 2004].

В статье речь пойдет о развитии семейной метафоры, о создании и функционировании мифа о «Большой семье» в политическом и культурном дискурсе, о нелегкой «женской судьбе» матери-Родины — можно сказать, о метафорическом онтогенезе образов Родины-матери и «Большой семьи».

Определение онтогенеза, на наш взгляд, как нельзя лучше подходит для описания функционирования метафоры в культурологическом и историко-политическом аспектах. Исходя из ментальной и во многом психологической сущности метафоры (синтеза бессознательного и осознанного, сознания и самосознания, физического и социального, идеального и реального) мы заимствуем определение онтогенеза именно из психоло-

гии. **Метафорический онтогенез** может обозначать индивидуальное развитие образа, совокупность последовательных преобразований, претерпеваемых образом, от момента рождения до конца его ментальной жизни.

Для образа, как и для личности, важно упорядочить значительные события прошлого, выстроить временную последовательность жизни образа в языке и сопряженной с этим жизни общества в реальности, совмещение всех трех времен бытия образа: прошлого, настоящего и будущего. Главная ценность этого процесса — перенос ведущих мотиваторов поведения человека из реального плана в ментальный и наоборот; включение метафоры в «модель внутреннего мира, присущую нашей культуре» [Лакофф 2004].

Любой русский, говоря о матери, неосознанно вызывает лишь словом самим на периферию сознания и образы ее детей, и отца ее детей, и ее семью, и т. п. Термины родства и в языке «живут семейно». Происходит это в силу осязаемых и постигаемых сенсорно в раннем детстве семантических признаков слов «мать» (*добрая, ласковая, любимая, любящая, заботливая*) и «отец» (*сильный, надежный*). Поэтому выходящий за пределы нашего личного интимного пространства окружающий мир строится нами ментально (и поведенчески!) по уже знакомым законам и признакам. Так, в «Истории государства Российского» при описании событий конца XVI в. Россия представлена *сиротой*, лишившейся *отца* — царя и возла-

гающей надежды на *мать* — царицу: *Слезы лились; но и чиновники и граждане, подобно боярам, с живейшим усердием клялись в верности к любимой царице-матери, которая еще спасала Россию от сиротства совершенного; В пятницу, 17 февраля, открылась в Кремле дума земская, или государственный собор... Казалось, что все ждали одного: как сироты, найти скорее отца — и знали, в ком его искать; И в то самое мгновение, по данному знаку, все бесчисленное множество людей, в кельях, в ограде, вне монастыря, упало на колена с воплем неслышанным: все требовали царя, отца, Бориса!* [Карамзин 1988: 683].

В силу своей концептуальности и архетипичности семейная метафора (метафора родства) — предсказуемая метафора, так как на поверхности лежит извечное противопоставление своего чужому: *И в радостный день и в печальный / С тобою я связан судьбой. / Тебе я не родственник дальний, / Россия, а сын твой родной* (А. Гарнакерьян, «Россия»); *Родина — мать, чужая сторона — мачеха*. «Но именно тем и живуча данная метафора, что отношения собственности, определение своего места в жизненном пространстве и определение своих и чужих будет вечно волновать человека. Поэтому, беря за анализируемый материал сферу-мишень, мы имеем уникальную возможность проследить „обратную связь“ мышления. Кто в этом мире позаботится о нас, кто не предаст, на кого можно положиться? Что в этом мире мы помечаем как свой близкий круг, в каком пространстве нам живется комфортно, как происходит освоение этого пространства хотя бы ментально? При ответе на эти вопросы первым вербализатором станут термины родства»: *Родина-мать, умей за нее постоять; Береги землю родимую, как мать родимую; Для матери-отчизны не жаль жизни; Родина любимая — мать родимая; Родина начинается с семьи* [Багичева 2008: 29]. Это начало выхода человека в социум, налаживание человеком связи с окружающим миром: *Новгород — отец, Киев — мать, Москва — сердце, Петербург — голова* (пословица); *Олег сел княжить в Киев и сказал: „Это будет мать русским городам“* [Соловьев 1989: 34].

Концептуальная метафора считается одним из способов изучения ментальных процессов и постижения национального сознания. Метафора — это «своеобразный отпечаток истории, культуры народа, идеологии общества» [Илюхина 1998: 187]. Метафора — это и «способ познания, категоризации, концептуализации, оценки и объясне-

ния мира» [Будаев, Чудинов 2006: 35]. Корни семейной метафоры уходят в мифологическое прошлое народа и имеют биологическое обоснование.

Категории родства — первые полноценные понятия, употребляемые людьми издревле. Общеизвестно, что только люди знают и классифицируют родственные отношения. К. Кларк пишет об этом: «Большинство антропологов признает существование двух типов организации семьи: по боковой линии, вдоль „горизонтальной оси“ (дети одних родителей, кузены и т. д.), или вдоль „вертикальной оси“ (поколения). Глядя на семью с горизонтальной оси, можно увидеть, что русские считали родственниками более широкий круг людей, чем это было принято на Западе (молочные братья, приемыши, свекровь и теща, братья во Христе и т. д.). Напротив, количество людей, входивших в семью по вертикальной оси, в России было меньшим, чем на Западе. Вертикальная ось показывала основание семьи и ее колена; это была отцовская линия: жена приходила в семью мужа, родственники мужа считались более полноправными и авторитетными, чем ее собственные» [Кларк 1992].

Мифологические воззрения на жизнь связывают начало жизни с женским плодотворяющим началом. Дерево жизни произрастает из тела матери-земли, пронизывая ее корнями. Мифологическое дерево жизни превратилось в символ генеалогии рода — родословное дерево, чьи корни принадлежат предкам. Родословное дерево демонстрирует связь поколений. Божеством нарождающихся людей долгое время считался Род, с которым соотносилось представление о происхождении людей от одного первопредка [Шуклин 1995: 171]. В русской мифологии, помимо семейных предков, почитался родоначальник первобытного коллектива — царь, являвшийся мифическим воплощением единства рода. Образ *царя-батюшки* сложился из представления о нем как заместителе бога.

Западные исследователи, пытающиеся установить взаимосвязь гендера и национальной идентичности, поднимают «вопрос о «женском мифе» в русской культуре». Так, Линда Эдмонсон, изучая «женскую иконографию, ее использование при формировании образа нации и того влияния, которое образы матери оказывают на общество и на государственную политику по отношению к женщине как реальной или потенциальной матери» [Эдмонсон 2009], ссылаясь на Н. Бердяева [Бердяев 2001] («Земля — последняя заступница. Основная категория — материнство»), Г. П. Федотова [Федотов] («земля — это русская «Вечная женствен-

ность», мать, а не дева»; «культ Великой Богини, царившей некогда над необъятными русскими равнинами»), Стивена Грэма [Грэм] («Россия как таковая есть женская нация»), приходит к заключению, что «представление о матушке Руси» является «доминирующим для русского самосознания» [Эдмонсон 2009], что подтверждается символикой (образы матушки-Руси, иконы Богородицы).

Анализируя динамику женских образов России в годы Первой мировой войны, В. Б. Аксенов в статье с говорящим названием «От Родины-царицы к родине-бабе» пишет: «Фемининные образы Родины... были связаны с несколькими традициями. Прежде всего, это уходящая в историю Древней Руси религиозная практика почитания Богородицы как покровительницы России. Во-вторых, это в значительной степени определенное религиозным дискурсом переосмысление природы России многими религиозными философами, в которой они усматривали женское начало. В-третьих, это изменение гендерной структуры и гендерных отношений в империи начала XX века, вытекавшее из процессов урбанизации и неизбежной феминизации общества» [Аксенов 2015]. Это же подчеркивает О. В. Рябов: «Практически все качества, составляющие традиционный образ „русскости“, — это качества феминные» [Рябов 2015].

Итак, все исследователи — зарубежные и отечественные — сходятся в одном: Россия «воплощает женское начало. Россия — жена западного человека, материнское лоно народов. ...Святая Русь — святая жена, которая осталась дома и молится, между тем, как мы, люди более земные, покинули свой дом ради большого мира» [Грэм]. Это «вечно-бабье», это «женственная религиозность» [Бердяев].

Интересная особенность русского космопсихологоса подмечена Г. Д. Гачевым: «Как эллинская Гея рождает себе Урана-небо, который ей сын, и супруг, так и мать — сыра земля Россия рождает русский народ, который ей и сын, и муж» [Гачев 1995: 217]. Отзвуки этой идеи находим и в русской поэзии: *Как невесту, Родину мы любим, бережем, как ласковую мать; Сестра и мать моя! Жена моя! Россия!* (К. Бальмонт); *Русь — Сама себе мать и дитя, И судья, и творец, и палач* (Л. Ладейщикова).

Семья для человека — это модель построения общества, поэтому первые моральные нормы, связанные с нравственно-социальными запретами для человека, пришли в нее тоже из древности: во-первых, абсолютный запрет на кровосмесительство; во-вторых, абсолютный запрет на убийство

соплеменника; в-третьих, требование поддержания жизни любого из соплеменников, независимо от его физической приспособленности к жизни. Ср.: *Каждый был доволен; каждый целовал святой крест, говорят: да будет земля Русская общим для нас отечеством, а кто восстанет на брата, на того мы все восстанем. Добрый народ радовался согласию своих государей, которые обнялись братски и разъехались друзьями* [Карамзин 1988: 161]. На этом фундаменте были построены более поздние моральные ценности и нормы: *Сонмы изветников, если не всегда награждаемых, то всегда свободных от наказания за ложь и клевету, стремились к царским палатам из домов боярских и хижин, из монастырей и церквей: слуги доносили на господ, иноки, попы, дьячки, просвирницы — на людей всякого звания, — самые жены — на мужей, самые дети — на отцов, к ужасу человечества!* [Карамзин 1988: 702].

Как отмечает О. В. Рябов, «узнаваемый символ русскости/российскости и в нашей стране и за границей» — это Россия-матушка. «Будучи встроенной в сложную систему идей и концепций, „Родина-Мать“, „Россия-Матушка“ получила воплощение и в текстах (философских, исторических, публицистических, художественных), и в визуальных образах» [Рябов 2015]. Достаточно вспомнить пословицы и поговорки, знакомые, так сказать, «с младых ногтей»: *Родина любимая что мать родимая; Одна у человека мать, одна у него и Родина; Русь святая, православная, богатырская, мать святорусская земля; За Родину-мать не страшно умирать; Мать сыра земля* и др. «Образ женщины, давшей нам жизнь, в русском языковом сознании чуть ли не намертво прикреплен к слову „Родина“» [Воркачев 2013: 88]. Хотя по большому счету носители языка в подобных разъяснениях не нуждаются: «Персонализация родины носит уже практически языковой характер — „Родина-мать“ для говорящих по-русски уже как бы не метафора, а реалья» [Воркачев 2013: 34]: *Ничтожная Япония злодейски размахнулась на великую и могучую матушку-Россию! Надеюсь, что и сейчас все мы, как единая дружная семья, встанем* (В. Пикуль «Богатство»); *Уж и есть за что, Русь могучая, Полюбить тебя, Назвать матерью, Стать за честь твою Против недруга, За тебя в нужде Сложить голову!* (И. С. Никитин, «Русь»); *Ах, ты матушка-Россия, что ты делаешь со мной? То ли все вокруг смурные? То ли я один смурной?* (Е. Евтушенко, «По Печоре»); — *Мой вексель оплачен вами. Отныне вы уже ничего не должны мне.*

Но зато очень много должен я сам. — Ко-му? — Своей матери — России... честь имею! (В. Пикуль, «Честь имею»).

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

В эпохи социальных потрясений Россия — сирота, вдова: *Каждая подробность, каждая черта этого рассказа (даже „бледные, как саван, овсы“) щемила сердце предчувствием неизбежной беды, нищенством, сиротью, ставшими уделом тогдашней России. От этой России временами хотелось бежать без оглядки. Но редко кто на это решался. Ведь нищенку мать любят и в горьком ее унижении* (К. Паустовский, «Иван Бунин»); *Государство наше — вдова слишком самолюбивая и крутая* (Ю. Галкин, В. Стеценко).

Изучая визуальную символику России начала XX в., В. Б. Аксенов отмечает, что «в официальной визуальной пропаганде среди фемининных типов персонификации родины доминировали образы России-царевны, России-богатырки, России/Москвы-боярыни, Москвы/России — сестры милосердия, а также встречались невнятные, эклектичные модернистские типажи» [Аксенов 2015]. Понятно, что бурная революционная и военная жизнь страны, смена общественного строя и правительств не могла не наложить отпечаток на восприятие Родины у разделенных непримиримой классово-борьбой граждан одной (совсем еще недавно!) страны: *Ходили на Лубянку. Местами „митинги“. Рыжий, в пальто с каракулевым круглым воротником, с рыжими кудрявыми бровями, с свежесвыбритым лицом в пудре и с золотыми пломбами во рту, однообразно, точно читая, говорит о несправедливостях старого режима. Ему злобно возражает курносый*

*господин с выпуклыми глазами. Женщины горячо и невпопад вмешиваются... Несколько солдат, видимо, ничего не понимают, но, как всегда, в чем-то (вернее, во всем) сомневаются, подозрительно покачивают головами. ...Подошел высокий синеглазый рабочий и еще два солдата с подсолнухами в кулаках. Солдаты оба коротконоги, жуют и смотрят недоверчиво и мрачно. На лице рабочего играет злая и веселая улыбка, пренебрежение... (И. Бунин. Окаянные дни). В 1917 г. в журнале «Огонек», отмечает О. В. Рябов далее, была предложена «динамика состояний женщины-России: непорочная дева-свобода — курящая в неприличной позе сидящая рядом с подозрительным типом — пьяная, в разорванном платье и с безумными глазами под знаменем анархии. Карикатурный образ пьяной России коррелировал с поэтическим образом блудницы, встречавшимся в 1917 г. у А. Ахматовой: *Когда привневская столица, / Забыв величие свое, / Как опьяневшая блудница, / Не знала, кто берет ее...* В результате, в процессе революции образ женщины-невесты оказался вытеснен образом распутной девки/бабы уже» [Аксенов 2015]. Ср. у А. Платонова: — *Охаживай, ребята, наше царство-государство: она незамужняя! — Она девка или вдова? — спросил на ходу танца окрестный гость* («Чевенгур»).*

Октябрьская революция разрушила семью Матери-России: Россия не просто лишилась мужа (*матушка-Русь* была обвенчана с *батюшкой царем*), она оказалась приживалкой в собственном доме, из которого ушли «мощь, сложность, богатство, счастье» (И. Бунин, «Окаянные дни»). «Победоносный демос» (И. Бунин, «Окаянные дни»), казалось, не очень горевал о потере Родины: *Рабочие не имеют отечества. У них нельзя отнять то, чего у них нет* (К. Маркс, Ф. Энгельс. «Манифест Коммунистической партии»). Да и прежние буржуазные семейные отношения были пролетариатом отвергнуты, им на смену пришла *вынужденная бессемейность и публичная проституция* (К. Маркс, Ф. Энгельс. «Манифест Коммунистической партии»). Россию на агитационных плакатах изображали уже не невестой или царицей, а изнасилованной «победоносным демосом» или «выставленной на продажу дешевой проституткой» [Аксенов 2015]. Этот образ запечатлен и в художественной и публицистической литературе: *Я говорю об Англии с такой же завистью, с какой говорит уличный мальчишка, имеющий мать-потаскуху с проломленным носом, о приличной барыне — матери сво-*

его случайного друга-барчука (М. Шолохов, «Тихий Дон»); *Когда Крученых хочет прославить Россию, он пишет в своих „Поросятах“: В труде и свинстве погрязая, / Возрастаешь, сильная, родная, / Как та дева, что спаслась, / По пояс закопавшись в грязь. / И даже завидует ей, чтобы она и впредь, свинья-матушка, не вылезала из своей свято-спасительной грязи, — этакий, простите меня, свинофил!* (К. Чуковский, «Футуристы»); — *Эх ты, эсесерша наша мать!* — кричал в радости один забвенный мужик, показывая хватку и хлопая себя по пузу, щекам и рту (А. Платонов).

Возвращение Родины-матери в советскую пропаганду, культуру, литературу помечено тридцатыми годами XX в. Все исследователи (О. В. Рябов, Х. Гюнтер, Е. А. Степанова) отмечают, что поворотными в дискурсе матери-Родины стали текст телеграммы приветствия, которую высшее руководство СССР направило челюскинцам и первым Героям Советского Союза 14 апреля 1934 г., и последовавшая за этим статья в газете «Правда»: *«Рады, что вы оправдали лучшие надежды страны и оказались достойными сынами нашей великой Родины»; «Как нежная мать, — говорится в передовице „Правды“, — следила страна за полетом своих сынов, радовалась успехам летчиков и с нетерпением ждала от них сведений... Как бензин питает мотор самолета, так сердца летчиков питались той чудесной силой, которую слала им родина-мать»* [Гюнтер 1992: 125].

Родина-матушка возрождается в образе Советской Родины-матери, которая пропагандой весьма искусно была синтезирована из Революции и Родины: *«Впервые в Октябре мы почувствовали себя хозяевами страны, впервые мы почувствовали свое, родное, любимое, за что и жизнь можно отдать. <...> Россия стала матерью для трудящихся всех национальностей. <...> Советский Союз — отечество трудящихся всего мира»* (открытое письмо работников «Красного путловца» челюскинцам и героям-летчикам, опубликованное в июне 1934 г. в «Правде»).

Ханс Гюнтер, анализируя создание мифа 30-х гг. о советских летчиках («сталинских соколах»), отмечает, что в средствах массовой информации того времени постоянно подчеркивалась мысль о том, что летчики — сыновья Сталина, «великого отца», и матери Родины (страны, родной земли, Москвы) [Гюнтер 1992]. Мифология иерогамии (священного брака) в очередной раз обеспечила «легитимность власти и организации определенного социально-политического поряд-

ка» [Рябов 2015]. Отметим при этом, что идея иерогамии не нова: заглянув в давнюю и не очень давнюю историю (сказки, пословицы, предания и пр.), мы обнаружим там и устойчивое обращение «царь-батюшка», и пословицы типа «**Родина — мать, умей за нее постоять**», и зафиксированное в летописях: *Мономах спешил также благодарениями человеколюбивого законодательства утвердить свое право на имя отца народного* [Карамзин 1988: 171].

Вернемся в 30-е гг. XX в. Отметим, что, пожалуй, это самый счастливый период в «семейной» жизни матери-Родины, когда «Большая семья» стала наконец-то полной: строгий и мудрый отец Сталин, его героические сыны и ласковая мать Родина. Взаимоотношения между членами семьи создают атмосферу патриархальной семьи. И если отец занят воспитанием, закалкой сыновей, то мать дает им те ценности, которые может дать семья малая, то, что лежит в сфере эмоциональной, биологической: *От героев плодородных пашен / Ты, отец крестьян страны родной, / Ты прими, отец, спасибо наше, / Ты прими, отец, поклон земной. / Ты созрел нас ласкою своею, / Ты сплотил нас в дружную семью, / Научил нас всех любить сердечно / Дорогую Родину свою* (А. Сальников. Благодарственная Сталину, 1949 г.). Так политико-идеологическая Большая семья была поставлена над естественно-биологическими «малыми семьями» (как не вспомнить Павлика Морозова!) [Гюнтер 1992: 125]: *Сегодня мы с песней веселой / Под знаменем красным войдем / В просторную новую школу, / В наш светлый и радостный дом. / Мы дети заводов и пашен / И наша дорога ясна. / За детство счастливое наше / Спасибо, Родная Страна! / У карт и у досок мы станем, / Вбежим мы в сверкающий зал. / Мы учимся так, чтобы Сталин / „Отлично, ребята!“ сказал* (В. Гусев, 1937 г.).

Считается, что именно в то время, когда был уничтожен традиционный семейный уклад, возникла и стала активно насаждаться псевдосемейная культура. Это отразилось и в особой фразеологии, призванной утвердить прототипическую идеальную модель семьи: «В семье единой», «Родина-мать», «экипаж-семья», «братские социалистические страны», «дедушка Ленин», «учительница — наша вторая мама», «государство заменило родителей», «отец народов», «верный сын партии — комсомол», «внучата Ильича». Вместо реальной матери у советского народа была легендарная, многострадальная Родина-мать: *Мать Россия! Тебе мои песни, — О немая, суровая мать!*

(А. Белый, «Из окна вагона»). Вместо отца — высокопоставленные государственные деятели, и самым главным отцом был, конечно, Сталин — преемник Ленина: «Ленин и Сталин стояли у колыбели каждой советской республики, оберегали ее от грозящих опасностей, **по-отечески** помогали расти и крепнуть. Если сегодня все республики Советского Союза предстают перед миром в расцвете своих материальных и духовных сил, то этим они обязаны гениальному учению Ленина-Сталина, мудрому руководству товарища Сталина. Вот почему все народы нашей страны с необыкновенной теплотой и чувством **сыновней любви** называют великого Сталина своим **родным отцом**, великим вождем и гениальным учителем» (Н. С. Хрущев. Речь на 70-летию Сталина).

Характер преемственности двух «вождей народов» не выстроен в «семейной» терминологии, он был представлен песенно-фольклорно: Ленин и Сталин — «два сокола ясных»: *На дубу зеленом, / Да над тем простором / Два сокола ясных / Вели разговоры. / А соколов этих / Люди все узнали: / Первый сокол — Ленин, / Вторым сокол — Сталин. / А кругом летали / Соколята стаей... / Ой как первый сокол / Со вторым прощался, / Он с предсмертным словом / К другу обращался. / Сокол ты мой сизый, / Час пришел расстаться, / Все труды, заботы / На тебя ложатся. / А другой ответил: / Позабудь тревоги, / Мы тебе клянемся — / Не свернем с дороги! / И сдержал он клятву, / Клятву боевую. / Сделал он счастливой / Всю страну родную!* (Два Сокола. Слова в пер. М. Исаковского, 1936).

Ленин и Сталин не состояли в «мифологизированном родстве». Даже прощаясь с ним в январе 1924 г., Сталин называет его только *вождем* и *товарищем*, не применяя эпитетов *родной* и *любимый*, что было бы в такой ситуации естественно: *Ленин был вождем не только русского пролетариата, не только европейских рабочих, не только колониального Востока, но и всего трудящегося мира земного шара. Уходя от нас, товарищ Ленин завещал нам верность принципам коммунистического интернационала. Клянемся тебе, товарищ Ленин, что мы не пощадим своей жизни для того, чтобы укреплять и расширять союз трудящихся всего мира — коммунистический интернационал!* («Правда», № 23, 30 янв. 1924 г.). Ленин, как известно, был «близнецом-братом» партии (В. Маяковский). Статус «отца» он не получил ни при жизни, ни после смерти, перейдя сразу в статус «доброты дедушки» для детей: *Добрый и ласковый*

дедушка Ленин / смотрит с портрета на нас. / Как мы рисуем, как мы играем, / Как нам живется сейчас. / Мы еще малы, мы еще слабы, / Но набираемся сил. / Дедушка Ленин о нас позаботился, / Нас обижать запретил (С. Маршак).

Фигура Сталина, с одной стороны, надеялась чертами, придающими ей величие: перед нами гениальный вождь и учитель, а с другой — в ней подчеркивались такие человеческие качества, которые предполагали обращение «*любимый* и *родной*»: *Сталин любимый, песней чудесной / Слово твое для страны! / Мы будем, как Ленин, правдивы и честны, / Мы будем, как Ленин, ясны... / В небе и в шахтах слышим мы пенье, / Поют краснофлотцы-сыны* (Б. Губбинский, 1938 г.). Сталин как нельзя лучше подходил на роль отца и — соответственно — мужа Родины. Впрочем, другой кандидатуры и не предполагалось.

Причина этих ментальных перемен в конце тридцатых годов была весьма очевидна — угроза войны: *Дни коммунизма встанут перед нами, Враги нас хотят окружить!* Огромную роль в становлении нового образа Родины и мифа о дружной семье советского народа, как это видно из наших примеров, сыграло массовое искусство, в первую очередь советская песня. Е. А. Степанова, рассматривая интерпретацию песенного образа Родины, «видит причины устойчивой популярности советских песен о Родине в соответствии формирующейся советской идентичности мироощущению агентов строительства социалистического государства» и отмечает, что «его значение несводимо лишь к необходимости решения конкретных идеологических и мобилизационных задач, ...что эмоциональное воздействие песенного образа Родины не связано напрямую ни с поддержкой, ни с отторжением конкретной социально-политической системы, но оно связано с естественной человеческой потребностью в чувстве родины» [Степанова 2015]: *Всем нашим колхозным, всем радостным краем / Здравяную Сталину песню поем. / Отец всенародный, тебя величаем / На празднике светлом и славном своем. / Мы счастливы все на твоих именинах, / Собрав для Отчизны большой урожай. / И просим тебя, наш родной и любимый, / На радостный праздник в колхоз приезжай* (Колхозная здравница Сталину. М. Мордасова и К. Гусев, 1949 г.).

Начало Великой Отечественной войны ознаменовалось визуализацией и персонификацией образа Родины-матери (мы имеем в виду плакат И. Тоидзе «Родина-мать зовет!»). Абстрактная Родина стала осязае-

мой: *Что путь один — не выбирать — / На запад и вперед. / Сквозь дым и гром **Россия-мать** / Своих солдат ведет* (А. Смердов, «Перед высотой»). Для усиления воздействия в образ Родины часто добавляется «мужское» начало, само слово *Родина/Россия* заменяется словом *отчизна*: *Над какой столицей круто / Взмыл твой флаг, **отчизна-мать!** / Подождемте до салюта, / чтобы в точности сказать* (А. Твардовский, «Василий Теркин»); *Всем вам, пятерым ребятам бравым, / От **России-матери** поклон* (А. Прокофьев, «Россия»); *Нам свои боевые / Не носить ордена. / Вам — все это, живые. / Нам — отрада одна: / Что недаром боролись / Мы за **Родину-мать.** / Пусть не слышен наш голос, — / Вы должны его знать* (А. Твардовский, «Я убит подо Ржевом»). К Победе советский народ вели Родина и Сталин, соединенные в одном призыве «За Родину! За Сталина!»: *Вспомни о тех, кто убит под Синявиным, / Тех, кто не сдался живьем! / Выпьем за Родину, выпьем за Сталина! / Выпьем и снова нальем!* (П. Шубин. Волховская застольная).

В настоящее время миф о Большой многонациональной семье разрушен. После ухода Сталина место отца не занял никто. Нет больше дедушки у октябрят, да и самих октябрят с их старшим братом комсомолом не стало. Большая семья снова стала неполной, семейный статус России не определен: *То ли жена **Россия**, то ль **вдовица.** / Куда ни глянь — хозяйской нет руки: / Худая кровля, капает водица / В пустые миски — в пору выть с тоски* (Л. Савинская). Ситуация не нова, такое уже было в начале прошлого века: *От этой **России** временам хотелось бежать без оглядки. Но редко кто на это решался. Ведь **нищенку мать** любят и в горьком ее унижении* (К. Паустовский). *Наша **родина** больна, но от кровати **больной матери** не уезжают* (В. В. Путин). Однако ее, как состарившуюся мать, невозможно оставить: *Бывают дни: я ненавижу / Свою **отчизну** — **мать** свою. / Бывают дни: ее нет ближе, / Всем существом ее пою. ... / Я — русский сам, и что я знаю? / Я падаю. Я в небо реусь. Я сам себя не понимаю, / А сам я — **вылитая Русь!*** (И. Северянин, «Бывают дни...»); *Страна великая, несчастная, родная, / Которую, **как мать**, жалею и люблю* (К. Бальмонт, «Страна, которая молчит»). Причина этого — то, что Родина — **всем матерям мать**; что «презрение к родине» есть «нечто худшее, чем вражда и ненависть» (П. Столыпин). Поэтому аморальными и недопустимыми практически до окончания XX в. считались высказывания типа: **Россия... никогда не была для меня**

матерью. Я человек вполне новой формации, и мне вообще смешна сама мысль, что какую-то страну можно любить только потому, что там родился (В. Пикуль, «Богатство»).

Мачехой в старое (доперестроечное, доинтернетное) время могла быть только чужбина: *Родина — мать, чужбина — мачеха.* Ср.: *Я понимаю, что для многих из вас (каторжников Сахалина) родина, наша прекрасная, наша необъятная Россия, стала только злой **мачехой*** (В. Пикуль, «Каторга»); *Казалось бы, с **нерадостью** большою Они (каторжники Сибири) ее должны бы принимать: **Ведь мачеха**, пусть с доброю душою, — Она, понятно, все-таки не мать* (Е. Евтушенко, «Станция Зима»). Сейчас *мачехой* называют Россию вернувшиеся эмигранты, не получившие обещанного жилья и любви: **Родина — мачеха?** *Корреспондент „Труда“ решил узнать, как живут наши соотечественники, которые перебрались в Россию еще в начале 90-х годов. Вот тут и выяснилось, что **Родина-мать** оглохла, ослепла и потеряла память — даже по прошествии десяти с лишним лет она так и не признала своих сынов. Мачехой выросшие дети поколения **пехт** бичуют родину, раздражаясь из-за экономической нестабильности, из-за нехватки денег, материнской любви и заботы. Раздражаются и выносят «сор из избы» в Интернет, который позволяет высказываться анонимно на большую аудиторию: **Во времена СССР было принято величать Родину **матерью**, особенно, когда на нее покушались враги. Нынче не покушаются, да и Родина уж не та. Та Родина умерла, истлела в земле, теперь у семейного очага верховодит **пришлая Мачеха.** У нее свои интересы — родных **деток-чиновничков** до ума доводить — на черта ей сдались убогие **пасынки** со своими проблемами? Но главный подлец в этой семейке — **папаша**, то бишь — Государство. И не папаша он вовсе, а Пахан. Отцовские чувства ему неведомы, хотя в отличие от Мачехи он-то — реальный родитель, да и кормится за счет своих отпрысков. Используют этот образ и представители разных партий для критики своих оппонентов: **К возвышенному зывают: „Любите Родину...“ Была Родина-**Мать**, **взыскательная, но добрая, внимательная к своим детям, к врагам — суровая. Дстойная уважения, любви и ответной заботы о ней. Заняла ее место **родина-мачеха**, сразу начавшая разбрасывать на своих **дочерей, сыновей:** пошел ко дну — туда тебе и дорога, **выкарабкался — живи, если захочешь и сможешь...**** [Сурков 2004].*****

С изменением социальной ситуации в стране граждане новой России позволяют себе поругивать родителей: и родину, и неудачного мужа ее — государство: У нас есть два слова: *Родина* и *Государство*. *Родину мы любим. Поэтому Родина — „мать наша“, а государство — „мать вашу!“ Россия — лучшая в мире Родина! Но самое несуразное государство* (М. Задорнов).

Интернет-детки, не жалея мать-отца ради крепкого словца, иногда переходят границы допустимого. «Тёткой паршивой», «падлой-тётенкой», «тётей-Родиной» именуют Родину-мать опять-таки из-за накопившегося раздражения: *Две границы пройдено. Ключьями рубаха. Здравствуй, тетя Родина, я — из Карабаха! Три границы пройдено. Складками надбровья. Здравствуй, тетя Родина, я — из Приднестровья! Все четыре пройдено. Упаду — не встану. Здравствуй, тетя Родина, я — с Таджикистану! За подкладкой — сотенка. Движемся — хромая. Что ж ты, падлатетенька? Али не родная? (Евгений Лукин, «Я — твой племянник, Родина!»). Эти метафоры хоть и неприятны, но вполне объяснимы. По сути, это те же «семейные разборки»: *милые бранятся — только тешатся* [Багичева 2013]. Сложно и «*трудно в семье, около семьи, по поводу семьи*» (В. Розанов) было всегда.*

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

Концепция *Родины-дочери* была выдвинута *Егором Холмогоровым* — публицистом, политическим деятелем, русским националистом, главным редактором сайтов «Русский Обозреватель» и «Новые Хроники»: *У нашего поколения с восприятием Родины-как-матери есть, если уж быть честными, некоторые проблемы. Мы — поколение сирот, брошенных матерью в самый неподходящий момент, или бросивших ее и начавших жить в трущобах обезбоженного и обезчеловеченного мира. Мы — дети неполных семей, неполного образования и недостаточного государства, слишком часто напоминавшего то ли отца-алкоголика, то ли отчима-садиста. В лучшем случае Родина-мать для нас сводится к родине-бабушке, оставившей после своей смерти однокомнатную квартиру, недвижимость. Собственно, Родина, если говорить всерьез,*

для нашего поколения именно недвижимость, то есть то, что распилить и продать за границу оказалось все-таки не просто.

Но есть на свете одно существо, которое никогда не предаст. Существо, которое будет тебя любить и которое обязан любить ты. Существо, за которое ты абсолютно в ответе. Существо, которое для тебя всего ценнее в мире и за которое ты перегрызешь глотку любому врагу. Это твоя дочь.

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

Это самое трудное. Родина-Мать она была до тебя, она такая, какая есть, она старше и мудрее. Родина-дочь, она твое произведение, плод твоего труда, и если что-то в ней не так, то и твоя в этом вина. Мать — твое прошлое, дочь — твое будущее. Ты видишь в ней родовые черты, угадываешь свойства прошлых поколений, из которых одним являешься ты. Но ты еще не знаешь, как это прошлое отразится в будущем, к формированию какого характера, какой личности приведет [Холмогоров 2008].

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

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

Метафора, похоже, обживает в уголках нашего сознания (по крайней мере, понима-

ется): *Награда мне будет в мире ином, / Другая Россия — мой истинный дом. / Ее нет на карте, но мне наплевать, / Я хату покинул, ушел воевать / Не за Родину-мать, но за Родину-дочь — / Светлее чем солнце, безумней чем ночь* (Э. Лимонов).

Надо сказать, что это не исключительный случай употребления данной метафоры. Раньше она встречалась в стихах известного советского поэта Д. Н. Кугультинова: *Мать-родина! Так люди называют / Ее издревле... Она щедра по-матерински, — знаю, / Но родина — она и дочь родная. / Все лучшее — и труд, и вдохновенье — / Самозабвенно отдаем мы ей, / Как только детям отдают — продление / Быстротекущих, кратких наших дней... / Здесь все мое!.. Бери его, упрочь. / О родина моя!.. О мать и дочь!*

Может быть, появление этой метафоры является свидетельством взросления сыновей и дочерей: *Сегодня Россия — это будущее, это, прежде всего проект, строительство и образование, это наша воля к будущему, формирующая свой образ прошлого и отталкивающаяся от настоящего. Мы, не смотря на любые кризисы и катаклизмы любим ее, трудимся для нее и заботимся о ней. И знаем, что она будет самой красивой, самой умной, самой счастливой. Наша Родина-дочь.* Взросления, которое приведет к ответственному отношению к Родине.

Невозможно сказать лучше В. В. Розанова: «...с распутыванием семейных узлов... мы входим в завязь глубочайших философских проблем». Что происходит и чему суждено свершиться? Происходит переосмысление старого архаичного символа России и поиск нового: «*Потеряла Россия в России Россию...*» (Е. Евтушенко). Уж больше века обсуждается, что женский символ Родины (и сопутствующее ему женское воспитание) формирует личность, не способную на ответственное поведение, не обладающую мужественностью, цепляющуюся за «вечно-бабью» материнскую юбку: «Русский народ не чувствует себя мужем, он все невестится, чувствует себя женщиной перед колоссом государственности, его покоряет „сила“» (В. Розанов). И однако где-то глубоко в уголках нашей «загадочной русской души» возникает неясное чувство тревоги, что со смелой символики мы потеряем себя.

ЛИТЕРАТУРА

1. Аксенов В. Б. От Родины-царицы к Родине-бабе: особенности фемининной презентации России в годы Первой мировой войны // *Лабиринт* : журн. социально-гуманитарных исследований. 2015. № 4. URL: <http://journal-labirint.com/wp-content/uploads/2015/11/Aksenov.pdf> (дата обращения: 02.05.2016).
2. Багичева Н. В. Образ Родины-матери в русском национальном менталитете // *Лингвокультурология / Урал. гос. пед. ун-т* ; отв. ред. А. П. Чудинов. — Екатеринбург, 2008. Вып. 2. С. 28—33.

3. Багичева Н. В. Образ Родины: перезагрузка // *Политическая коммуникация : материалы Междунар. науч. конф. (Екатеринбург, 24—26.09.2013)* / гл. ред. А. П. Чудинов ; ФГБОУ ВПО «Урал. гос. пед. ун-т». — Екатеринбург, 2013. С. 14—20.
4. Бердяев Н. А. О «вечно-бабьем» в русской душе // Библиотека «Вехи». 2001. URL: <http://www.litmir.co/br/?b=39359>.

5. Брюггеманн К. Миф о «большой советской семье» в массовых песнях 1930-х годов, или Советский Союз как поющий пионерский лагерь // *Daugavpils Universitātes Humanitārās fakultātes XII Zinātniskolāstijummateriāli. Vēsture. VI sējums, I daļa. Daugavpils : Daugavpils Universitātes izdevniecībaSaule, 2003. 29—34 lpp.* URL: <http://www.old.historia.lv/publikacijas/konf/daugp/012/1dala/brigeman.htm> (дата обращения: 23.04.2016).

6. Будаев Э. В., Чудинов А. П. Современная политическая лингвистика : учеб. пособие / ГОУ ВПО «Урал. гос. пед. ун-т». — Екатеринбург, 2006. 267 с.

7. Воркачев С. Г. Страна своя и чужая: идея патриотизма в лингвокультуре: моногр. — М.: ИНФРА-М, 2013. 151 с. (Научная мысль).

8. Гачев Г. Д. Национальные образы мира : курс лекций. — М.: Академия, 1995. 420 с.

9. Грэм С. Неведомая Россия. URL: <http://www.strana-oz.ru/2007/5> (дата обращения: 23.04.2016).

10. Гюнтер Ханс. «Сталинские соколы» (Анализ мифа 30-х годов) // *Вопросы литературы*. 1992. № 11—12. С. 122—141.

11. Гюнтер Ханс. Поющая родина (Советская массовая песня как выражение архетипа матери) // *Вопросы литературы*. 1997. № 4. С. 122—141.

12. Илюхина Н. А. Образ в лексико-семантическом аспекте. — Самара : Изд-во «Самарский университет», 1990. 204 с.

13. Карамзин Н. М. Предания веков / сост., вступ. ст. Г. П. Макогоненко ; коммент. Г. П. Макогоненко и М. В. Иванова ; ил. В. В. Лукашова. — М.: Правда, 1988. 768 с.

14. Кларк К. Сталинский миф о «великой семье» // *Вопросы литературы*. 1992. № 1. С. 72—96.

15. Лакофф Дж. Метафоры, которыми мы живем / Дж. Лакофф, М. Джонсон. — М., 2004.

16. Розанов В. В. Семейный вопрос в России // Библиотека «Вехи». 2001. URL: http://knigolubu.ru/russian_classic/rozanov_vv/semeynyiy_vopros_v_rossii_tom_I_12181 (дата обращения: 05.05.2016).

17. Розанов В. В. Апокалипсис нашего времени // Библиотека «Вехи». 2001. URL: <http://ihavebook.org/books/1134/apokalipsis-nashego-vremeni.html> (дата обращения: 23.04.2016).

18. Рябов О. В. «Россия-Матушка»: история визуализации. В 2 ч. Ч. 2. URL: <http://yarodom.livejournal.com/415500.html> (дата обращения: 23.04.2016).

19. Соловьев С. М. Чтения и рассказы по истории России / сост. и вступ. ст. С. С. Дмитриева ; коммент. С. С. Дмитриева и Л. П. Дойниковой ; ил. В. В. Лукашова. — М.: Правда, 1989. 768 с.

20. Степанова Е. А. «Все проходит. Остается Родина — то, что не изменит никогда»: образ Родины в советской песне // *Лабиринт : журн. социально-гуманитарных исследований*. 2015. № 4. URL: <http://journal-labirint.ru/> (дата обращения: 23.04.2016).

21. Сурков Ю. Была у нас Родина-Мать, теперь — родина-мачеха // *Коммунистическая партия Российской Федерации* : сайт. 25 нояб. 2004. URL: https://kprf.ru/national_news/28817.html.

22. Федотов Г. П. Будет ли существовать Россия? URL: <http://www.vehi.net/fedotov/rossiya.html> (дата обращения: 10.05.2016).

23. Холмогоров Е. Родина-дочь // *Новые хроники*. 2008. 17 дек. URL: <http://novchronic.ru/2844.htm>.

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

25. Шуклин В. В. Мифы русского народа. — Екатеринбург, 1995. 308 с.

26. Эдмонсон Л. Гендер, миф и нация в Европе: образ матушки России в европейском контексте / пер. О. Демидовой. 2009. URL: http://uchebniki-besplatno.com/gendernaya-sotsiologiya_1181/linda-edmondson-gender-mif-natsiya-evrope-32898.html (дата обращения: 23.04.2016).

N. V. Bagicheva
Ekaterinburg, Russia

IMAGES OF MOTHERLAND AND BIG FAMILY IN METAPHOR ONTOGENESIS

ABSTRACT. *The reasons for creation and the peculiarities of functioning of a myth of a "Big family" are disclosed, the image of a Father of a "Big family", as the idia of hierogamy that guarantees legitimacy of power, is discussed. The urgency of this topic is explained by the fact that the research of conceptual metaphor is one of the ways to study mental processes and national consciousness. Conceptual family metaphors originate from the myths of the peoples' past and have biological basis. The development of the image of the motherland in socio-political and culturological discourses is dynamic. The question of interrelation of gender and national identity, the question of the "female myth" in the Russian culture is studied for a long time already. Is it underlined that the image of a mother is not the only female image in Russia, in the course of history Russia had the image of a wife, widow, bride, whore; today Russia often presents the image of a mother-in-law or an aunt. The appearance of the image of the Motherland-daughter is connected with the hopes for good future. The notion of metaphor ontogenesis is introduced to describe the development of the family metaphor. As a metaphor has mental and in many respects psychological nature (the synthesis of unconscious and conscious, consciousness and self-consciousness, physiological and social, ideal and real), the concept of ontogenesis is borrowed from psychology. Metaphorical ontogenesis can be treated as individual development of an image, the combination of successive transformations of the image from birth to death.*

KEYWORDS: *conceptual metaphor; Motherland; Father of Nations; Big Family; metaphor ontogenesis.*

ABOUT THE AUTHOR: *Bagicheva Nadezda Vasiljevna, Candidat of Philology, Associate Professor, Department of Russian and Methods of Its Teaching in Primary School, Ural State Pedagogical University.*

REFERENCES

- Aksenov V. B. Ot Rodiny-tsaritsy k Rodine-babe: osobennosti femininnoy prezentatsii Rossii v gody Pervoy mirovoy voyny // *Labirint : zhurn. sotsial'no-gumanitarnykh issledovaniy*. 2015. № 4. URL: <http://journal-labirint.com/wp-content/uploads/2015/11/Aksenov.pdf> (data obrashcheniya: 02.05.2016).
- Bagicheva N. V. Obraz Rodiny-materi v russkom natsional'nom mentalitete // *Lingvokulturologiya / Ural. gos. ped. un-t ; otv. red. A. P. Chudinov*. — Ekaterinburg, 2008. Vyp. 2. S. 28—33.
- Bagicheva N. V. Obraz Rodiny: perezagruzka // *Politicheskaya kommunikatsiya : materialy Mezhdunar. nauch. konf. (Ekaterinburg, 24—26.09.2013) / gl. red. A. P. Chudinov ; FGBOU VPO «Ural. gos. ped. un-t»*. — Ekaterinburg, 2013. S. 14—20.
- Berdyayev N. A. O «vechno-bab'em» v russkoy dushe // *Biblioteka «Vekhi»*. 2001. URL: <http://www.litmir.co/br/?b=39359>.
- Bryuggemann K. Mif o «bol'shoy sovetskoy sem'e» v massovykh pesnyakh 1930-kh godov, ili Sovetskiy Soyuz kak poyushchiy pionerskiy lager' // *Daugavpils Universitātes Humanitārās fakultātes XII Zinātniskolas ģūmummateriāli. Vēsture. VI sējums, I daļa. Daugavpils : Daugavpils Universitātes izdevniecība Saule, 2003. 29—34 lpp.* URL: <http://www.old.historia.lv/publikacijas/konf/daugp012/1dala/brigeman.htm> (data obrashcheniya: 23.04.2016).
- Budaev E. V., Chudinov A. P. *Sovremennaya politicheskaya lingvistika : ucheb. posobie / GOU VPO «Ural. gos. ped. un-t»*. — Ekaterinburg, 2006. 267 s.
- Vorkachev S. G. Strana svoya i chuzhaya: ideya patriotizma v lingvokulture: monogr. — M. : INFRA-M, 2013. 151 s. (Nauchnaya mysl').
- Gachev G. D. *Natsional'nye obrazy mira : kurs lektsiy*. — M. : Akademiya, 1995. 420 s.
- Grem S. *Nevedomaya Rossiya*. URL: <http://www.strana-oz.ru/2007/5> (data obrashcheniya: 23.04.2016).
- Gyunter Khans. «Stalinskie sokoly» (Analiz mifa 30-kh godov) // *Voprosy literatury*. 1992. № 11—12. S. 122—141.
- Gyunter Khans. *Poyushchaya rodina (Sovetskaya massovaya pesnya kak vyrazhenie arkheta materi) // Voprosy literatury*. 1997. № 4. S. 122—141.
- Ilyukhina N. A. *Obraz v leksiko-semanticheskom aspekte*. — Samara : Izd-vo «SamarSKIY universitet», 1990. 204 s.
- Karamzin N. M. *Predaniya vekov / sost., vstup. st. G. P. Makogonenko ; komment. G. P. Makogonenko i M. V. Ivanova ; il. V. V. Lukashova*. — M. : Pravda, 1988. 768 s.
- Clark K. *Stalinskiy mif o «velikoy sem'e» // Voprosy literatury*. 1992. № 1. S. 72—96.
- Lakoff Dzh. *Metafory, kotorymi my zhivem / Dzh. Lakoff, M. Dzhanonson*. — M., 2004.
- Rozanov V. V. *Semeynyy vopros v Rossii // Biblioteka «Vekhi»*. 2001. URL: http://knigolubu.ru/russian_classic/rozanov_vv/semeynyy_vopros_v_rossii_tom_I.12181 (data obrashcheniya: 05.05.2016).
- Rozanov V. V. *Apokalipsis nashego vremeni // Biblioteka «Vekhi»*. 2001. URL: <http://ihavebook.org/books/1134/apokalipsis-nashego-vremeni.html> (data obrashcheniya: 23.04.2016).
- Ryabov O. V. «Rossiya-Matushka»: istoriya vizualizatsii. V 2 ch. Ch. 2. URL: <http://yarodom.livejournal.com/415500.html> (data obrashcheniya: 23.04.2016).
- Solov'ev S. M. *Chteniya i rasskazy po istorii Rossii / sost. i vstup. st. S. S. Dmitrieva ; komment. S. S. Dmitrieva i L. P. Doynikovoy ; il. V. V. Lukashova*. — M. : Pravda, 1989. 768 s.
- Stepanova E. A. «Vse prokhodit. Ostaetsya Rodina — to, chto ne izmenit nikogda» : obraz Rodiny v sovetskoy pesne // *Labirint : zhurn. sotsial'no-gumanitarnykh issledovaniy*. 2015. № 4. URL: <http://journal-labirint.ru/> (data obrashcheniya: 23.04.2016).
- Surkov Yu. *Byla u nas Rodina-Mat', teper' — rodina-machekha // Kommunisticheskaya partiya Rossiyskoy Federatsii : sayt*. 25 noyab. 2004. URL: https://kprf.ru/national_news/28817.html.
- Fedotov G. P. *Budet li sushchestvovat' Rossiya?* URL: <http://www.vehi.net/fedotov/rossiya.html> (data obrashcheniya: 10.05.2016).
- Kholmogorov E. *Rodina-doch' // Novye khroniki*. 2008. 17 dek. URL: <http://novchronic.ru/2844.htm>.
- Chudinov A. P. *Rossiya v metaforicheskom zerkale: kognitivnoe issledovanie politicheskoy metafory (1991—2000) : monogr. / Ural. gos. ped. un-t*. — Ekaterinburg, 2001. 238 s.
- Shuklin V. V. *Mify russkogo naroda*. — Ekaterinburg, 1995. 308 s.
- Edmonson L. *Gender, mif i natsiya v Evrope: obraz matushki Rossii v evropeyskom kontekste / per. O. Demidovoy*. 2009. URL: http://uchebniki-besplatno.com/gendernaya-sotsiologiya_1181/linda-edmondson-gender-mif-natsiya-evrope-32898.html (data obrashcheniya: 23.04.2016).

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

И. В. Балканов
Москва, Россия

**ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА ЗАРУБЕЖНОЙ ВОЕННОЙ ЛЕКСИКОГРАФИИ ПЕРИОДА ВТОРОЙ МИРОВОЙ ВОЙНЫ
(НА МАТЕРИАЛЕ ВОЕННЫХ ПЕРЕВОДНЫХ СЛОВАРЕЙ, ВЫПУЩЕННЫХ В США В 1941—1945 ГГ.)**

АННОТАЦИЯ. В статье проводится анализ переводных словарей, выпущенных в 1941—1945 гг. в рамках проекта Министерства обороны США по созданию военных словарей. Составители включили в словарь основные военно-технические понятия и терминологию из смежных областей исследуемого исторического периода. Мега-, макро и микроструктура исследуемых словарей отражает уровень лексикографической культуры отраслевых словарей, общие закономерности развития двуязычной военной лексикографии периода Второй мировой войны.

Составители включили в словари основные военно-технические понятия и терминологию из смежных областей. Словник структурно делится на две части: англо-иноязычный и иноязычно-английский словарь. Словнику предшествует предисловие, экстра-лингвистическая информация помещена в приложения. Каждая словарная статья имеет свою оригинальную и одновременно типовую структуру: заглавное или реестровое слово, грамматическая и страноведческая информация, перевод или интерпретация.

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; 111033, г. Москва, ул. Волочаевская д. 3/4; e-mail: i-balkanov@mail.ru.

Предмет нашего исследования — военный англо-русский и русско-английский словарь, выпущенный Министерством обороны США в 1941 г. и переизданный в 1945 г. В этой работе мы рассмотрим каждое издание словаря, а также постараемся выявить общие закономерности американской двуязычной военной лексикографии периода Второй мировой войны.

Начало Второй мировой войны, распространение фашизма и сотрудничество СССР и США по антигитлеровской коалиции обусловили необходимость создания военных словарей. Из предваряющего текста исследуемого нами военного англо-русского словаря мы узнаем, что его выпуск был обусловлен «срочной потребностью в словаре военной терминологии».

В Советском Союзе фундаментальные военные словари 1930—1940-х гг. были созданы выдающимся лексикографом профессором Военного института иностранных языков А. М. Таубе, который является составителем военных англо-русских (1938, 1942 и 1949 гг.), немецко-русских (1931, 1936, 1942, 1944, 1945 гг.) и французско-русских (1931, 1937, 1942 гг.) словарей. В США в рамках реализуемого министерством обороны специального проекта по созданию военных словарей (Military Dictionary Project) над двуязычными военными словарями трудился коллектив авторов, поэтому все издательские предисловия являются обезличенными и не содержат фамилии составителей. В годы войны выпускаются и впоследствии переиздаются: военный англо-французский (ТМ 30-253, 1943 г. и ТМ 30-502, 1944 г.), англо-русский (ТМ 30-254, 1941 г. и ТМ 30-544, 1945 г.), англо-немецкий (ТМ 30-255, 1941 г. и ТМ 30-506, 1944 г.), англо-испанский (ТМ 30-250,

1941 г. и ТМ 30-500, 1950 г.), англо-португальский (ТМ 30-257, 1941 г. и ТМ 30-501, 1944 г.), англо-итальянский (ТМ 30-259, 1942 г.), англо-китайский (ТМ 30-533, 1944 г.) и англо-японский (ТМ 30-541, 1944 г.) словари, а также несколько десятков разговорников (phrasebooks) и языковых справочников (language guide) по европейским (болгарскому, сербохорватскому, румынскому, венгерскому, исландскому, шведскому, голландскому), азиатским (тайскому, бирманскому, малайскому, японскому), ближневосточным (турецкому, марокканскому, арабскому (разговорному для Северной Африки), персидскому) и другим языкам (на основании сведений, взятых с сайта Библиотеки Конгресса США [Series TM12—TM2100]).

Все словари имеют единую мегаструктуру: предваряющие тексты в форме небольшого издательского предисловия; корпус (словник), структурно состоящий из двух частей: англо-иноязычного словаря и иноязычно-английский словаря. Раздел завершающих текстов включает в себя следующие приложения: список английских аббревиатур, утвержденный в наставлениях FM 21-30 и AR 850-150, и условных сокращений, используемых на американских картах.

Для нас наибольший интерес представляет военный англо-русский словарь, выпущенный в 1941 г. [ТМ 30-254] и переизданный в 1945 г. [ТМ 30-544].

В словаре не учитываются различия между американской и британской военной терминологией, так как его активным адресатом является военный служащий армии США. По этой же причине составители придерживаются американского варианта правописания.

Раздел предваряющих текстов состоит из краткого обезличенного издательского

предисловия, в котором подчеркивается, что словарь был выпущен в сжатые сроки. В словаре отсутствует описание его мега-, макро- и микроструктуры.

Словник структурно состоит из двух частей: военный англо-русский словарь и военный русско-английский словарь. В выходных данных и в предисловии нет указания на количество терминов, не описываются критерии и принципы их отбора. Общий объем первой части — 268 страниц, второй — 258. Путем подсчета, исходя из того, что на странице в среднем располагается порядка 30 заглавных слов, мы делаем вывод о том, что англо-русская часть словника содержит порядка 8000 терминов, а русско-английская — 7500. Таким образом, объем словника относительно невелик, но при этом ТМ 30-254 дает возможность осуществлять перевод не только с иностранного языка на родной, но и с родного на иностранный.

При отборе лексики для включения в словарь следует учитывать, что «каждое слово языка характеризуется некой постоянной величиной — встречаемостью в речи, или частотностью. Очевидно, что величина эта действительна лишь для определенного этапа в истории языка: язык с течением времени изменяется, и особенно подвержена изменениям лексика». [Берков 2004: 138—139]. Сложнее всего определить частотность употребления просторечной и разговорной лексики. Составители ТМ 30-254 при отборе лексических единиц для включения в словарь использовали только официальные письменные источники, о чем говорится в предисловии ко второму изданию. Это объясняет отсутствие эмоционально окрашенной лексики в военных англо-русских словарях, выпущенных в США.

Исследуемый нами словарь ТМ 30-254 ориентирован на адресата, родным языком которого является английский, что находит отражение в структуре словарной статьи, в используемых составителями пометах.

В ТМ 30-254, кроме указания на принадлежность слова к определенной части речи — *v*, *Verb* (глагол), *adj*, *Adjective* (имя прилагательное), *adv*, *Adverb* (наречие), — используются пометы, позволяющие учесть особенности склонения имен существительных разных родов и чисел: *m*, *Masculine* (мужской род), *f*, *Feminine* (женский род), *npl*, *Neuter plural* (средний род, множественное число) и т. д.

В словнике ТМ 30-254 все русские слова имеют ударение ('), стоящее сразу после ударной гласной:

ПЕРЕБЕЖЧИК, m Deserter to the enemy.
ПЕРЕВОДЧИК, m Translator, interpreter.

Это вызвано тем, что для иностранца, изучающего русский язык, именно ударения вызывают наибольшую трудность при чтении. При этом не менее важные проблемы чередующихся гласных и непроизносимых согласных в американском словаре никак не раскрыты.

Микроструктура словаря не описывается в предваряющих текстах. Гнездо совпадает с рамками словарной статьи, начинающейся соответствующей вокабулой и занимающей один абзац. В тексте словарной статьи не используются какие-либо условные знаки и сокращения, заменяющие заглавное слово и позволяющие увеличить объем словника.

Каждая лемма выделяется заглавными буквами. Устойчивые словосочетания, приводимые в теле словарной статьи, даются каждое с новой строки прописными буквами с отступом от начала столбца. Эквиваленты приводятся в параллельном столбце (правой части словаря), отделены от левой части специальным знаком (_ _ _) и строго выровнены:

WAGES _____	Жа'лование, n; за'работная пла'та, f.
WAGON _____	Пово'зка, f; фурго'н, m
boat wagon _____	понтон'ная пово'зка
WAKE _____	След, m; бо'дрствование, n
in the wake of _____	по следа'м; оп'ять'а'м

Структура словарной статьи включает в себя заглавное (реестровое, черное) слово и его эквиваленты; фонетическую (ударение) и грамматическую (указание на часть речи или род и число имени существительного) информацию; и сопутствующую экстралингвистическую информацию (объяснение к термину, указание на вид или род войск, указание на страну):

WAR DEPARTMENT _____	Вое'нное министе'рство, n (USA)
LIMITING POINT _____	Грани'ца, f (боево'го уча'стка)

Глаголы не имеют самостоятельных словарных статей и помещены в гнездах имен существительных:

VOTE _____	Голосова'ние, n; го'лос, m.
to vote _____	голосова'ть, пода'ть го'лос.
to vote by ballot _____	голосова'ть запи'сками.

Речевой компонент представлен командами:

"МАРШ!" _____	"March!"
"НАПРА'ВО!" _____	"Right turn!"
"НАПРА'ВО РАВНЯ'ЙСЬ!" _____	"Dress tight, dress!"

Слабым местом американского словаря можно считать отсутствие стилистической характеристики вокабул и их эквивалентов, которая не должна опускаться при переводе, а «подбираемый эквивалент должен стилистически максимально соответствовать переводимому слову. Лексеме высокого стиля подыскивается эквивалент высокого стиля, лексеме разговорной — разговорного, и даже «непристойные» слова следует перево-

дить словами «непристойными» [Берков 2004: 146—147].

В ТМ 30-254 приложения расположены сразу после каждой из частей словника: англо-русский список имен числительных (количественных и порядковых); алфавит для азбуки Морзе; официально принятые в американской армии сокращения и их перевод; условные сокращения, используемые на американских картах, с переводом; сравнительная таблица единиц меры и объема; используемый в СССР алфавит для азбуки Морзе; транслитерация букв русского алфавита; официально принятые в Советском Союзе сокращения и их перевод; сравнительная таблица единиц меры и объема; общепринятые условные знаки, используемые в советской армии, и их перевод; административно-территориальное деление СССР; особенности территории СССР; воинские звания СССР.

Все американские сокращения, официально утвержденные наставлениями FM 21-30 и AR 850-150 и использованные при составлении словаря, помещены в раздел завершающих текстов.

В сравнительных таблицах единиц меры и объема приводятся соответствия между американской, русской (действовала в царской России и была заменена на метрическую в 1918 г.) и метрической системой мер.

Приложение с общепринятыми условными знаками, используемыми в советской армии, помогает в чтении советских карт.

Экстралингвистическая страноведческая информация широко представлена в приложении «Особенности территории СССР», в котором в строго алфавитном порядке приводятся названия основных географических объектов СССР (города, реки, горы, озера, моря и т. д.). Для каждого географического объекта выполнен перевод и в отдельном столбце дается краткий экстралингвистический комментарий:

APAC___	Aras River___	Frontier between the U.S.S.R. and Iran
БАЙКА'Л_	Lake Baikal___	Eastern part of Siberia
БАКУ'___	Lake Baikal___	Oil center, port on Caspian Sea, eastern terminal of Transcaucasian railroad

Приложение с воинскими званиями сообщает английский эквивалент соответствующих советских званий с помощью иллюстраций, показывающих, какие знаки различия носились и где они размещались (без термина на русском языке). В приложении показаны воинские звания офицеров, рядового и сержантского состава, политических работников (комиссаров), также приведены знаки различия по родам и видам вооруженных сил (петлицы).

При подробном анализе микро- и макро-структуры военного англо-русского словаря ТМ 30-254, выпущенного в США в 1941 г., мы

выделяем его ориентированность на адресата, родным языком которого является английский, что находит свое отражение в грамматической и фонетической информации. К основным преимуществам словаря относятся:

- наличие англо-русской и русско-английской частей корпуса;
- проработанные приложения, содержащие значительный объем экстралингвистической информации.

К слабым местам словаря следует отнести небольшой объем словника, отсутствие экстралингвистической информации в тексте словарной статьи, недостаточное количество помет, практически полное отсутствие эмоционально окрашенной лексики.

Мы считаем, что составителям удалось в предельно сжатые сроки справиться с основной задачей — создать двуязычный военный словарь, охватывающий основную военную терминологию.

Второе издание военного англо-русского словаря выходит 15 января 1945 г. В издательском предисловии оговаривается, что данный словарь предназначен для использования военнослужащими и не может быть издан и использован в иных целях без разрешения Министерства обороны.

Составители значительно изменяют мега-, микро- и макроструктуру словаря. Объем каждой части словника увеличился до 15 000 слов и словосочетаний. Ударение в словах русского языка ставится непосредственно над ударной гласной.

В разделе предваряющих текстов появляются правила пользования словарем, из которых мы узнаем, что в случае отсутствия эквивалентов в русском и английском языках предлагается дословный или описательный перевод.

Все приложения второго издания расположены после второй части словника и включают в себя: «Военные аббревиатуры, используемые в СССР», «Символы, используемые в баллистике», «Источники, используемые на разведывательных картах для указания различных источников информации», «Числа», «Единицы измерения», «Денежные знаки», «Территориальное и административное деление СССР (по состоянию на 1940 г.)».

В приложении «Военные аббревиатуры, используемые в СССР» в строго алфавитном порядке предлагаются основные сокращения, используемые советскими военнослужащими, с расшифровкой на русском языке и их английские эквиваленты:

НШ	начальник штаба	chief of staff
ОЗ	огневоё заграждение	fire barrage, barrage

По такому же принципу строятся приложения «Символы, используемые в баллистике» и «Источники, используемые на разведывательных картах для указания различных источников информации».

Приложение «Единицы измерения» предлагает соответствия мер, используемых в СССР, США и в метрической системе. Также предлагаются правила перевода основных единиц измерения из метрической системы в американскую.

Приложение «Денежные знаки» приводит разговорный вариант названия монет, находящихся в обращении на территории СССР:

четверта́к = 25 kopecks
пятачо́к = 5 kopecks

Из приложения «Территориальное и административное деление СССР (по состоянию на 1940 г.)» адресат узнает названия, столицы и численность населения основных субъектов СССР:

Tatar A.S.S.R. Kazan 2,919.4 Тата́рская А. С. С. Р. Каза́нь

Данное приложение отражает изменения в территориальной структуре СССР, произошедшие после 1940 г.:

Volga-German Engels 605.5 А. С. С. Р. Энгельс
A.S.S.R.* Немцев-Поволжья

*Abolished 24 September 1945 (упразднена 24 сентября 1945 г.)

В словаре, кроме общепринятых (AR 850-150 и FM 21-30), используются специальные сокращения, список которых находится в разделе предваряющих текстов:

Eng	engine (двигатель)
adv	adverb (наречие)
fpl	feminine plural (женский род множественное число)
indecl	indeclinable (несклоняемый)
tr	transitive (переходный)

В отличие от первого издания словаря, во втором грамматические пометы появляются только у слов, имеющих отклонения или являющихся исключением из общих грамматических правил русского языка.

Глаголы имеют самостоятельные словарные статьи, при этом в словарном гнезде формы глагола совершенного вида дается отсылка к глаголу несовершенного вида:

взять	See	брать
замкнѹть	See	замыка́ть

При работе над микроструктурой словаря составители отказываются от принципа гнездования. В отличие от первого издания словаря, в словарной статье не приводятся устойчивые словосочетания.

Каждая вокабула начинается с новой строки с прописной буквы и выделяется полужирным шрифтом. После нее приводятся соответствующие эквиваленты. При необходимости в словарной статье помещается грамматическая информация, указывающая на принадлежность термина к определенно-

му роду или виду вооруженных сил. Прочая экстралингвистическая информация из словарного гнезда удалена.

Экспрессивно окрашенная лексика не представлена в корпусе, в словарных статьях встречаются законченные фразы — команды.

Из словарной статьи военного англо-русского словаря, составленного в США, нельзя получить какую-либо военно-страноведческую информацию.

В целях выявления общих закономерностей составления переводных военных словарей, выпущенных в США в годы Второй мировой войны, мы провели сравнительный анализ военных англо-русского [ТМ 30-544], англо-немецкого [ТМ 30-506] и англо-португальского [ТМ 30-501] словарей.

Все исследуемые словари имеют единую мега-, макро- и микроструктуру. Раздел предваряющих текстов содержит обезличенное издательское предисловие и краткие правила пользования словарем, которые имеют стандартную форму и во всех трех словарях содержат единые примеры на английском языке.

Корпусы всех трех словарей структурно разделены на две части: англо-иноязычную и иноязычно-английскую, все леммы приводятся в начально-алфавитном порядке, как и в любом другом двуязычном словаре, так как «отступление от такой подачи значительно затрудняет работу пользователя со словарем и не дает экономии места» [Берков 2004: 15].

Закрывающие тексты представлены рядом стандартных приложений, схожих по структуре, форме и содержанию: «Числа», «Единицы меры и объема», «Военные сокращения, используемые в вооруженных силах СССР (Германии/Бразилии)», но не имеют фонетического и/или грамматического очерка, значимость которых также неоднократно подчеркивал В. П. Берков, утверждая, что «грамматический очерк при словаре необходим, поскольку двуязычный словарь — единый и автономный инструмент перевода» [Берков 2004: 196].

При необходимости в состав заключающих текстов составители включают несобственно-лексикографическую информацию: в англо-русском словаре — «Символы, используемые в баллистике», «Источники, используемые на разведывательных картах для указания различных источников информации», «Территориальное и административное деление СССР (по состоянию на 1940 г.)», в англо-португальском — «Краткие сведения о территориальных субъектах и крупных городах Бразилии и Португалии».

Объем англо-иноязычной и иноязычно-английской частей словника всех трех сло-

варей относительно невелик и не превышает 15 000 терминов. При отсутствии эквивалентов в английском языке составители использовали способ описательного или дословного перевода.

В микроструктуре исследуемых словарей можно выделить ряд общих закономерностей. Гнездо совпадает с рамками словарной статьи, которая начинается вокабулой и занимает один абзац. В тексте словарной статьи не используются условные знаки и сокращения, заменяющие заглавное слово. Фонетическая информация представлена с помощью диакритических знаков (знака ударения в русском языке).

В словарных гнездах англо-русского и англо-португальского военных словарей отсутствует какая-либо несобственно-лексикографическая информация, за исключением помет, указывающих на принадлежность термина к определенной стране, виду или роду вооруженных сил. В словарных статьях военного англо-немецкого словаря встречаются пояснения (даны курсивом в скобках), объясняющие определенную военную реалию — должность, звание, элемент организационно-штатной структуры, технические особенности оборудования и системы вооружения:

Allgemeines Heeresamt	<i>General Army Office (central section in rear echelon of Oberkommando des Heeres)</i>
Alkalipatrone f	<i>alkali cartridge (oxygen breathing apparatus)</i>

При этом в немецко-английском словаре отсутствуют приложения, содержащие несобственно-лексикографическую информацию страноведческого характера.

Включение данной информации в текст словарной статьи (гнезда) является логичным шагом, так как позволяет понимать и переводить соответствующую реалию. Однако включение подобных комментариев требует тщательного отбора и анализа имеющегося материала, что не всегда возможно, особенно если учитывать ограниченные временные рамки и людские ресурсы. Принимая во внимание тот факт, что Германия являлась главным противником стран антигитлеровской коалиции, американские войска в 1944 г. открыли второй фронт в Европе и участвовали в боевых действиях в Африке, введение экстралингвистического компонента в микроструктуру военного англо-немецкого словаря является необходимым шагом и выгодно отличает данный словарь от остальных.

Во всех трех словарях не представлена эмоционально окрашенная лексика, за исключением команд, несмотря на ее очевидную важность и частотность употребления.

Предпринятый анализ военных словарей позволяет выявить общие закономерности развития военной лексикографии в США и сделать выводы о том, что данные словари:

- характеризуются типовой мега-, макро- и микроструктурой;
- имеют словник, структурно разделенный на две части (англо-иноязычный и иноязычно-английский словарь);
- отражают изменения в организационно-штатной структуре, тактике и стратегии ведения боя, средствах вооруженной борьбы, военном деле в целом;
- дают адресату минимально необходимую фонетическую и грамматическую информацию о заглавном слове;
- не используют принцип гнездования и не включают устойчивые словосочетания в текст словарной статьи;
- не отражают экспрессивно окрашенную лексику;
- имеют приложения, включающие несобственно-лексикографическую информацию.

Сильной стороной данных словарей можно считать актуальность представленной военной и военно-технической терминологии, единый для всех англо-иноязычных словарей того периода дизайн, структурно разделенный на две части словник. К недостаткам следует отнести отсутствие эмоционально окрашенной лексики, устойчивых словосочетаний, неиспользование составителями приема гнездования и недостаточный объем корпуса словаря.

Таким образом, в исследуемый период в США были заложены основы микро- и макроструктуры военного переводного словаря, созданы военные словари для основных европейских и азиатских языков.

ЛИТЕРАТУРА

1. Берков В. П. Двухязычная лексикография : учеб. — М. : Астрель : [и др.], 2004. 236 с.
2. Военный англо-русский словарь / сост А. М. Таубе. 2-е изд., испр. и доп. — М. : Гос. изд. нац. и иностр. словарей, 1942. 640 с.
3. Военный англо-русский словарь : ок. 25 000 слов и терминов из основных областей воен. дела с прил. словаря воен. сокращений / сост. А. М. Таубе. — М. : Изд-во нац. и иностр. словарей, 1938. 472 с.
4. Военный англо-русский словарь. 3-е изд., перераб. / сост А. М. Таубе. — М. : Гос. изд. нац. и иностр. словарей, 1949. 947 с.
5. Series TM12—TM2100 // The Library of Congress. URL: <https://www.loc.gov/tr/scitech/SciRefGuides/technicalmanuals4.htm> (дата обращения: 03.02.2016).
6. TM 30-254. Military Dictionary (Advance Installment): Part I. English-Russian; Part II. Russian-English. — Washington D. C.: War Department, 1941. 622 p.
7. TM 30-501. Portuguese Military Dictionary: Portuguese-English, English-Portuguese. — Washington D.C. : War Department, 1944. 277 p.
8. TM 30-506. German Military Dictionary: German-English, English-German. — Washington D.C. : War Department, 1944. 453 p.
9. TM 30-544. Russian Military Dictionary: English-Russian, Russian-English. — Washington D.C. : War Department, 1945. 498 p.

I. V. Balkanov
Moscow, Russia

**THEORY AND PRACTICE OF FOREIGN MILITARY LEXICOGRAPHY:
A STUDY BASED ON MILITARY TRANSLATION DICTIONARIES PUBLISHED IN THE USA DURING WWII**

ABSTRACT. *This article is devoted to the analysis of translation dictionaries created under the Military Dictionary Project of the US Department of Defense in 1941-1945. Mega-, macro- and microstructure of the dictionaries reflects general trends of the bilingual military lexicography and the lexicographical culture of specialized dictionaries of the Second World War.*

The scope of the dictionaries has been quite closely limited to military subject matter and terminology from directly related fields of the historical period under review. The vocabulary comprises two parts: English-Foreign and Foreign-English — accompanied by the introduction and several appendices containing extra linguistic information. Each dictionary entry has the same structure — a headword accompanied by some grammar and/or extra linguistic information. All the dictionaries under review feature the same structure.

KEYWORDS: *translation dictionary; mega-, macro- and microstructure of a dictionary; dictionary entry; headword; edition; the principles of choosing words; interpretation of word meanings.*

ABOUT THE AUTHOR: *Balkanov Ilya 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. — M. : Astrel' : [i dr.], 2004. 236 s.
2. Voennyi anglo-russkiy slovar' / sost. A. M. Taube. 2-e izd., ispr. i dop. — M. : Gos. izd. nats. i inostr. slovary, 1942. 640 s.
3. Voennyi anglo-russkiy slovar' : ok. 25 000 slov i terminov iz osnovnykh oblastey voen. dela s pril. slovarya voen. sokrashcheniy / sost. A. M. Taube. — M. : Izd-vo nats. i inostr. slovary, 1938. 472 s.
4. Voennyi anglo-russkiy slovar'. 3-e izd., pererab. / sost. A. M. Taube. — M. : Gos. izd. nats. i inostr. slovary, 1949. 947 s.
5. Series TM12—TM2100 // The Library of Congress. URL: <https://www.loc.gov/rr/scitech/SciRefGuides/technicalmanuals4.html> (data obrashcheniya: 03.02.2016).
6. TM 30-254. Military Dictionary (Advance Installment): Part I. English-Russian; Part II. Russian-English. — Washington D. C.: War Department, 1941. 622 p.
7. TM 30-501. Portuguese Military Dictionary: Portuguese-English, English-Portuguese. — Washington D.C. : War Department, 1944. 277 p.
8. TM 30-506. German Military Dictionary: German-English, English-German. — Washington D.C. : War Department, 1944. 453 p.
9. TM 30-544. Russian Military Dictionary: English-Russian, Russian-English. — Washington D.C. : War Department, 1945. 498 p.

Статью рекомендует к публикации д-р филол. наук, проф. Б. Л. Бойко.

М. О. Гузикова
Екатеринбург, Россия

ИДЕОЛОГИИ В ЭПОХУ ГЛОБАЛИЗАЦИИ: ВЛИЯНИЕ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА КАК LINGUA FRANCA

АННОТАЦИЯ. Глобализация — это процесс, сопровождающийся гибридизацией пространственных представлений и социокультурных отношений. Глобализация во многом определяет политические представления и способствует появлению постнациональных идеологий. Примером такого постнационального варианта идеологии является идеология глобализма. Глобальное сообщество формулирует свою повестку дня на английском языке. Английский язык стал *lingua franca* глобального мира. Английский как инструмент коммуникации противопоставляется английскому языку как носителю национальной культуры. На глобальном английском говорят люди разных культур. Он способствует появлению и распространению одних и тех же политических идеологий в различных странах. На примере идеологии глобализма в статье показано становление постнациональной идеологии, ценности и концепты которой разделяются представителями различных наций. Таким образом, можно говорить о процессе деглобализации идеологий. При этом культурная составляющая идеологии, языком которых выступает глобальный английский, может претерпевать процесс гибридизации или гомогенизации. Этот процесс сопоставим с нативизацией или «аккультурацией» английского языка в его разных вариантах, которые приводят к плюрализму *World Englishes*.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: глобализация; идеология; постнациональная идеология глобализма; английский язык как *lingua franca*; гибридизация коммуникативных кодов и культурных смыслов; нативизация английского языка; английский язык как инструмент международного общения и как носитель культуры.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ: Гузикова Мария Олеговна, кандидат исторических наук, зав. кафедрой лингвистики и профессиональной коммуникации на иностранных языках, Уральский федеральный университет; 620051, г. Екатеринбург, пр-т Ленина, 51, к. 246; e-mail: m.o.guzikova@urfu.ru.



В 1933 г. Рене Магритт написал картину «La Condition Humaine». Это вид на треногу, на которой стоит пейзаж, изображающий вид из окна. Можно сказать, что образ, предложенный Магриттом, описывает состояние человека в глобальном обществе. Это состояние определяется гибридизацией пространственных представлений. Комната — это локальность, где рождается представление об окружающем мире, но и сам окружающий мир, таким образом, уже заключен внутри комнаты, оставаясь все же снаружи. Глобализация — это, с одной стороны, процесс, в котором мы участвуем и который мы наблюдаем, с другой — условие нашего существования. Условия глобализации влияют на то, каким образом у субъекта формируются смыслы на четырех уровнях: идей, идеологии, воображаемого и онтологии.

«Идеи — это элементы мыслей и убеждений... Идеологии — структурированные нормативным образом кластеры идей и убеждений, в том числе, те или иные репрезентации властных отношений. Известные под названиями, заканчивающимися на „изм“, эти идеологические карты помогают людям ориентироваться в сложной политической вселенной и содержат притязания на эксклюзивное владение общественной истиной. Воображаемое — это структурированные представления о социальном бытии. Оно позволяет нам представить себе, каким образом «мы» состоим в отношениях между собой в конкретных сообществах или социальных образованиях, к которым мы ощущаем свою причастность. Эти глубоко укоренившиеся представления на дорефлексивном уровне вооружают нас параметрами, внутри которых люди воспринимают свое социальное существование, выраженное, например, в таких концепциях, как «глобальное», «национальное» или «порядок вещей в наше время». Онтологии — это наиболее общий уровень формирования смыслов. Это структурированные представления о мире, в котором мы живем, основные условия социального существования, такие, как, например, линейное течение времени, современное территориальное пространство, наше воплощение в виде индивидуумов. Онтологический анализ касается не только отношений во времени и в пространстве, но и самой природы этого времени и пространства» [Steger&James 2013: 423].

Глобализация в современном мире инкорпорирована в формирование смыслов на всех четырех уровнях. Глобализация — это, в терминологии М. Фридена [Freeden 1996],

центральный концепт современной политической, социальной и экономической системы. Идея глобализации проникла во все традиционные идеологии («измы»), что нашло свое выражение в появлении у «измов» приставок «нео» или «пост». «Глобальное» — это «постнациональное», а так как основные «измы» были сформулированы в рамках «национального», то должны появиться либо новые «измы», что мы видим в варианте идеологий глобализма и антиглобализма, а у уже существовавших появляются приставки: «неолиберализм», «неоимпериализм», «постмодернизм» и пр. Время и пространство в глобальном мире сжались, и национальное государство перестало быть эксклюзивным каналом информации и самоидентификации.

Если в национальном государстве национальный язык был основным средством коммуникации, который в том числе маркировал границы национального государства как коммуникационного сообщества, то в глобальном сообществе необходимо прибегнуть к унифицированному *lingua franca* [Samarin, 1987], который позволил бы носителям различных языков обмениваться информацией без ограничений. Таким языком, несмотря на все попытки французов сохранить этот статус за французским [Wright 2006], *lingua franca* глобального мира стал английский [Crystal 1997; Kachru 1996]. Этому способствовали такие факторы, как статус США как наиболее мощной мировой державы, использование английского в качестве основного языка Интернета, становление коммуникативного обучения английскому языку в 1970-е гг. прошлого столетия и др.

Глобальный статус английского языка сразу стал объектом критики. Эксперты заговорили об англификации образования и науки [Altbach 2013], об опасности, которой малые языки подвергаются в ситуации гегемонии английского [Hanafi and Arvantis 2014], об империализме английского языка как инструменте англо-американской гегемонии [Phillipson 1992, 2006, 2012] и пр. Р. Филлипсон, наиболее яркий и последовательный противник доминирования английского языка в мире, приводя доводы против его глобального распространения, в частности, сказал, что распространение английского языка противоречит проекту глобализации. Он убежден, что языковой политикой глобализации должна стать полиязычность, эмансипация местных языков. М. Кейман в споре с Р. Филлипсоном говорит об отсутствии противоречия глобального распространения английского проекту глобализации. Английский, на котором говорят носители англий-

ского языка, а также тот английский, который изучается в качестве иностранного языка, не равны английскому как контактному языку людей, не являющихся носителями английского языка [Seidhofer 2005].

Многие исследователи утверждают, что английский как средство международного общения — лишь инструмент коммуникации и средство получения знаний, но не носитель культуры. С. Райт предлагает называть это состояние «дифференцированным билингвизмом» [Wright 2004: 249], при котором родной язык — это также и носитель культуры, а английский как иностранный — инструмент коммуникации. Эта ситуация имеет место при использовании любого пиджина, с социолингвистической точки зрения она не уникальна. В данном случае пиджин имеет глобальный ареал распространения. М. Кейман говорит, что готовность людей во всем мире использовать английский в качестве языка международного общения обусловлена тем, что он не считается «принадлежностью английской или американской культуры» и «не воплощает, не передает и не насаждает качества или ценности, которые ассоциируются с этими культурами» [Kauman 2009: 91]. Английский как средство общения не носителей языка, по мнению М. Кеймана, имеет постнациональные характеристики. Это культурно нейтральный язык, и, как таковой, он неотделим от поликультурного и полиязычного проекта глобализации. Этим языком обслуживается идеология глобализма как постнационального, постимперского, постколониального культурного проекта. Это — инструмент без культурного капитала, язык для коммуникации, «пластмассовый посредник глобального мультикультурализма» [Kauman 2009: 100]. И если основной ценностью глобализма является коммодификация, то тогда английский — это *commodity*, товар. Бренд этого товара — это «ценности, ассоциируемые с эмансипационным видением глобализации, гибридизацией, инновациями и созданием нового общественного контекста, пространств, пересекающих национальные границы» [Kauman 2009: 106]. Это язык, способствующий культурному разнообразию.

Данное утверждение трансформирует широко распространенное в период национальных государств представление о неразрывной связи языка и культуры. Принято считать, что язык — это транслятор культуры. И хотя ученые спорят о роли языка в формировании идентичностей, они все же признают его культурным маркером [May 2008]. Но что же тогда транслирует английский язык как *lingua franca*, не будучи язы-

ком — носителем культуры в традиционном понимании, а будучи лишь, как говорит Ф.-Д. Лиштенан [Лиштенан 2016: 35], «искусственной вещью, без стиля, без грамматики... только для того, чтобы иметь коммуникации с людьми»?

Вот как, по мнению М. Штегера [Steger 2005], выглядят сформулированные на глобальном английском концепты идеологии глобализма. Эта идеология, по логике, предложенной тем же автором, должна быть постнациональной. М. Штегер понимает под идеологией систему широко распространенных идей, убеждений, норм и ценностей, а также более или менее целостную картину мира, демонстрирующую и то, каким он является, и то, каким он должен быть [Steger 2001]. Отметим, что М. Штегер опирается на методологию выделения матрицы концептов, разработанную М. Фриденом. М. Фриден разработал методику анализа идеологии как матрицы политических концептов, при этом некоторые могут быть центральными, а некоторые могут занимать более периферийное место в матрице. Сами концепты состоят из стабильного и вариантных компонентов, выбор которых обусловлен логически и культурно. Значение концептов уточняется за счет их взаимодействия в матрице. Вслед за М. Фриденом М. Штегер утверждает, что концепты, или, как он говорит, «претензии» (claims) идеологии выделяют и очерчивают социальные смыслы, релевантные для властных отношений в обществе [Steger 2001]. Тем самым идеологии наделяют привилегиями те или иные социальные группы и навязывают выгодную и разделяемую ими картину мира. М. Штегер утверждает, что глобализм — это идеология неоллиберального типа, описывающая и защищающая глобализацию как проект по созданию свободного рынка.

Вот выделенные указанным автором концепты идеологии глобализма: «...liberalization and global integration of markets: globalization is inevitable and irresistible; nobody is in charge of globalization; globalization benefits everyone; globalization furthers the spread of democracy in the world; globalization requires a global war on terror». — «Либерализация и глобальная интеграция рынков: глобализация неизбежна и ей невозможно сопротивляться; никто не управляет глобализацией; глобализация выгодна всем; глобализация способствует распространению демократии в мире; глобализация требует глобальной войны с террором» (перевод мой. — М. Г.). На первый взгляд, можно сказать, что эти концепты характерны для американского политического контекста. М. Штегер отчасти

подтверждает это, приводя такие источники высказываний, как Дж. Буш или Ф. Фукуяма. Однако он приводит достаточно примеров, в которых показывает, что эта же матрица концептов характерна для идеологических построений политиков, которые выступают в защиту глобализма как движения. В частности, М. Штегер приводит высказывания спикера палаты представителей Филиппин, который подтверждает неизбежность глобализации: «Of course, we cannot simply wish away the process of globalization. It is a reality of a modern world. The process is simply irreversible» [цит. по Steger 2005: 26]. — «Нет сомнений, что мы не можем верить, что проблемы глобализации уладятся сами по себе. Это реальность современного мира. Процесс глобализации не может быть повернут вспять» (перевод мой. — М. Г.).

Идеологии претерпевают процесс фрагментации и детерриториализации — отрыва от контекста, в котором они появились [Freedon 2004]. Но может ли идеология быть пост- или ненациональной? Какой, с точки зрения культурной отнесенности, могла бы быть матрица концептов идеологии глобализма, если она порождена представителями разных национальностей на английском как *lingua franca*? Но фоне текучести, изменчивости смыслов, характерных для глобального мира [Бауман 2008], в диалоге представителей двух разных культур, принадлежащих разным кругам английского языка, по Б. Качру [Kachru 1997], может происходить дивергенция, конвергенция или гибридизация культур [Kwok-Bun&Peverelli 2010]. Английский язык как *lingua franca*, в свою очередь, подвергается процессу нативизации [Pakir 2009], т. е. участники коммуникации привносят в него черты, которые позволяют определить национальность коммуникантов. В этом смысле подтверждается утверждение М. Кеймана о том, что английский — это язык, способствующий разнообразию. В данном случае общение на *lingua franca* может способствовать появлению одного из детерриторизированных вариантов идеологии глобализма. Однако это означает не оторванность этого варианта идеологии от той или иной национальной культуры, а возникновение гибридной культурной отнесенности идеологии.

Таким образом, *lingua franca*, за счет локализации английского языка, служит транслятором культурных смыслов, которые принадлежат национальным культурам коммуникантов. Однако необходимость создания общего коммуникативного кода будет способствовать гибридизации культурных смыслов. Привнося свой социокультурный опыт

в коммуникативное взаимодействие, участники диалога не только договорятся (в том числе невербально) о том, как при использовании английского как *lingua franca* выстроить коммуникативный код, но и создадут постнациональный гибрид культурных смыслов. Ф. Фукуяма утверждает, что глобализация будет сопровождаться появлением некоторого единого набора культурных атрибутов [Fukuyama 2003]. А. Аппадурай [Appadurai 1996] в этой связи говорит о глобальном культурном империализме. Фукуяма, однако, утверждает, что это естественный процесс культурного взаимодействия и он не приведет к потере культурной уникальности наций. История идеологий, получивших глобальное распространение (социализм, либерализм и пр.), подтверждает этот тезис. Сохраняя некоторые общие черты, они все же получили национальный оттенок. Внутри одного национального государства одна идеология может иметь множество вариантов или интерпретаций.

Несомненно, однако, и то, что распространение английского языка облегчает проникновение изначально чуждых данной нации политических установок и ценностей. Это не обязательно ведет к принятию данных установок. Они могут быть приняты, отвергнуты (примером является движение антиглобализма, также имеющее наднациональный характер) или трансформированы в соответствии с особенностями и установками того или иного социокультурного пространства. Кроме того, в рамках одной нации одни и те же политические концепты могут быть интерпретированы по-разному, что приводит к плюрализму возможных аккомодаций. Этот процесс в глобальном политическом пространстве имеет параллели в пространстве языковых коммуникаций. Английский язык, используемый жителями той или иной страны как второй или как иностранный, также претерпевает процесс «аккультурации», или нативизации. Так возникают локальные варианты английского языка — *World Englishes* [Kachru 1996].

ЛИТЕРАТУРА

1. Бауман З. *Текучая современность*. — СПб. : Питер, 2008. 240 с.
2. Лиштенан Д-Ф. *Многоязычие — это убеждение // Полиязычная образовательная среда: модели, пути создания, практики* : моногр. / под ред. М. О. Гузиковой, А. Л. Неволиной. — Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2016. 124 с.
3. Altbach P. G. *The Imperial Tongue: English as the Dominating Academic Language // The International Imperative in Higher Education*. — Rotterdam ; Boston ; Taipei : Sense Publishers, 2013. P. 1—6.
4. Appadurai A. *Modernity At Large: Cultural Dimensions of Globalization*. — Minneapolis : Univ. of Minnesota Pr., 1996. 229 p.
5. Crystal D. *English as a global language*. — Cambridge : Cambridge Univ. Pr., 1997. 212 p.
6. Freedon M. *Ideologies and Political Theory: A Conceptual Approach*. — Oxford : Oxford UP, 1996. 606 p.
7. Freedon M. *Confronting the Chimera of a 'post-ideological age'* // Paper prepared for the ECPR Joint Sessions of Workshops, Uppsala, April 2004 Workshop 3: 'Working with Ideology in a 'Post-Ideological' Age'.
8. Fukuyama F. *Economic Globalization and Culture. A Discussion with Dr. F. Fukuyama*. 2003. URL: <http://www.oocities.org/rpallais/Fukuyama.htm> (date of access: 02.03.2016).
9. Hanafi S., Arvantis R. *The Marginalization of the Arab Language in Social Sciences: Structural Constraints and Dependency by Choice // Current Sociology*. 2014. Vol. 62, № 5. P. 723—742.
10. James P., Steger M. B. *A Genealogy of "Globalisation": A Career of a Concept // Globalizations*. 2014. Vol. 11, No. 4. P. 417—434. doi: 10.1080/14747731.2014.951186.
11. Kachru B. B. *English as lingua franca // Kontaktlinguistik / Hans Goebel, Peter H. Nelde, Zdenek Stary, Wolfgang Woßck (eds.)*. — Berlin : Mouton de Gruyter, 1996. Vol. 1. P. 906—913.
12. Kachru B. *World-Englishes and English-using communities // Annual Review of Applied Linguistics*. 1997. Vol. 17. P. 66—87.
13. Kayman M. *The Lingua Franca of Globalisation: "filius nullius in terra nullius", as we say in English // Nordic Journal of English Studies*. 2009. Vol. 8, № 3. P. 87—115.
14. Kwok-Bun Ch., Peverelli P. G. *Cultural Hybridization: A Third Way Between Divergence and Convergence // World Futures*. 2010. Vol. 66. P. 219—242.
15. Monteiro S., Sharma, R. *Global Independence and Cultural Hybridization: the Stimulus of Social Change // The Global Studies Journal*. 2014. Vol. 6. P. 25—32.
16. Pakir A. *English as a lingua franca: analyzing research frameworks in international English, world Englishes, and ELF // World Englishes*. 2009. Vol. 28. № 2. P. 224—235.
17. Phillipson R. *Linguistic Imperialism*. — Oxford : Oxford Univ. Pr., 1992. 365 p.
18. Phillipson R. *English, a cuckoo in the European higher education nest of languages? // European Journal of English Studies*. 2006. Vol. 10, № 1. P. 13—32.
19. Phillipson R. *Linguistic imperialism alive and kicking // The Guardian*. 13 March 2012. URL: <http://www.theguardian.com/education/2012/mar/13/linguistic-imperialism-english-language-teaching> (date of access: 04.02.2016).
20. Samarin W. *Lingua Franca // Sociolinguistics: An international handbook of the science of language and society = Soziolinguistik : Ein internationales Handbuch zur Wissenschaft von Sprache und Gesellschaft / U. Ammon, N. Dittmar, & K. Mattheier (Eds.)*. — Berlin : Walter de Gruyter, 1987. P. 371—374.
21. Seidhofer B. *English as a lingua franca // ELT Journal*. 2005. Vol. 59, № 4. P. 339—341.
22. Steger M. B., James P. *Levels of subjective globalisation: Ideologies, imaginaries, ontologies // Perspectives on Global Development and Technology*. Vol. 12, № 1—2. P. 17—40.
23. Steger M. *Globalism: The New Market Ideology*. — Bolder, NY : Rowman & Littlefield Publishers, 2001. 224 p.
24. Steger M. *Ideologies of globalization // Journal of Political Ideologies*. 2005. Vol. 10, № 1. P. 11—30.
25. Steger M. *Globalism and the Selling of Globalisation // Planetary Politics: Human Rights, Terror, and Global Society / Brenner, S. E. (Ed.)*. — Oxford : Rowman & Littlefield Publishers, 2005. P. 21—34.
26. Wright S. *Language policy and language planning: From nationalism to globalization*. — London : Palgrave Macmillan, 2004. 328 p.
27. Wright S. *French as a lingua Franca // Annual Review of Applied Linguistics*. 2006. Vol. 26. P. 35—60.

M. O. Guzikova
Ekaterinburg, Russia

IDEOLOGIES IN GLOBALISATION: INFLUENCE OF ENGLISH AS LINGUA FRANCA

ABSTRACT. Globalisation is the process of hybridisation of space and sociocultural relationships. To a large extent, globalisation defines political views and promotes the emergence of post-national ideologies. Ideology of globalism itself is an example of such post-national ideology. Global society articulates its agenda in English. English became the lingua franca of the global world. Researchers propose a contrast between English as an instrument of communication and English as carrier of national culture. Global English is used as a means of communication by representatives of different cultures. It promotes the emergence and expansion of similar political ideologies in different countries. On the example of the ideology of globalism, the article shows the making of post-national ideology; its values and concepts are shared by representatives of different nations. Thus, it is possible to state that ideologies undergo the process of de-territorialisation. At the same time, the cultural component of ideologies which are expressed by the agency of Global English may be hybridised or homogenised. This process may be compared with nativisation or acculturation of English in its local variants which leads to the plurality of global Englishes.

KEYWORDS: globalisation; ideology; post-national ideology of globalism; English as a lingua franca; hybridisation of communication codes and cultural meanings; English as an instrument of communication vs. English as a carrier of culture.

ABOUT THE AUTHOR: Guzikova M. O., Candidate of History, Head of Department for Linguistics and Professional Communication in Foreign Languages, Ural Federal University, Ekaterinburg, Russia.

REFERENCES

1. Bauman Z. Tekuchaya sovremennost'. — SPb. : Piter, 2008. 240 s.
2. Lishtenan D-F. Mnogoyazychie — eto ubezhdenie // Poliyazychnaya obrazovatel'naya sreda: modeli, puti sozdaniya, praktiki : monogr. / pod red. M. O. Guzikovoi, A. L. Nevolinoi. — Ekaterinburg : Izd-vo Ural. un-ta, 2016. 124 s.
3. Altbach P. G. The Imperial Tongue: English as the Dominating Academic Language // The International Imperative in Higher Education. — Rotterdam ; Boston ; Taipei : Sense Publishers, 2013. P. 1—6.
4. Appadurai A. Modernity At Large: Cultural Dimensions of Globalization. — Minneapolis : Univ. of Minnesota Pr., 1996. 229 p.
5. Crystal D. English as a global language. — Cambridge : Cambridge Univ. Pr., 1997. 212 p.
6. Freedon M. Ideologies and Political Theory: A Conceptual Approach. — Oxford : Oxford UP, 1996. 606 p.
7. Freedon M. Confronting the Chimera of a 'post-ideological age' // Paper prepared for the ECPR Joint Sessions of Workshops, Uppsala, April 2004 Workshop 3: 'Working with Ideology in a 'Post-Ideological' Age'.
8. Fukuyama F. Economic Globalization and Culture. A Discussion with Dr. F. Fukuyama. 2003. URL: <http://www.oocities.org/rpallais/Fukuyama.htm> (date of access: 02.03.2016).
9. Hanafi S., Arvantis R. The Marginalization of the Arab Language in Social Sciences: Structural Constraints and Dependency by Choice // Current Sociology. 2014. Vol. 62, № 5. P. 723—742.
10. James P., Steger M. B. A Genealogy of "Globalisation": A Career of a Concept // Globalizations. 2014. Vol. 11, No. 4. P. 417—434. doi: 10.1080/14747731.2014.951186.
11. Kachru B. B. English as lingua franca // Kontaktlinguistik / Hans Goebel, Peter H. Nelde, Zdenek Stary, Wolfgang Wołck (eds.). — Berlin : Mouton de Gruyter, 1996. Vol. 1. P. 906—913.
12. Kachru B. World-Englishes and English-using communities // Annual Review of Applied Linguistics. 1997. Vol. 17. P. 66—87.
13. Kayman M. The Lingua Franca of Globalisation: "filius nullius in terra nullius", as we say in English // Nordic Journal of English Studies. 2009. Vol. 8, № 3. P. 87—115.
14. Kwok-Bun Ch., Peverelli P. G. Cultural Hybridization: A Third Way Between Divergence and Convergence // World Futures. 2010. Vol. 66. P. 219—242.
15. Monteiro S., Sharma, R. Global Independence and Cultural Hybridization: the Stimulus of Social Chang // The Global Studies Journal. 2014. Vol. 6. P. 25—32.
16. Pakir A. English as a lingua franca: analyzing research frameworks in international English, world Englishes, and ELF // World Englishes. 2009. Vol. 28. № 2. P. 224—235.
17. Phillipson R. Linguistic Imperialism. — Oxford : Oxford Univ. Pr., 1992. 365 p.
18. Phillipson R. English, a cuckoo in the European higher education nest of languages? // European Journal of English Studies. 2006. Vol. 10, № 1. P. 13—32.
19. Phillipson R. Linguistic imperialism alive and kicking // The Guardian. 13 March 2012. URL: <http://www.theguardian.com/education/2012/mar/13/linguistic-imperialism-english-language-teaching> (date of access: 04.02.2016).
20. Samarin W. Lingua Franca // Sociolinguistics: An international handbook of the science of language and society = Soziolinguistik : Ein internationales Handbuch zur Wissenschaft von Sprache und Gesellschaft / U. Ammon, N. Dittmar, & K. Mattheier (Eds.). — Berlin : Walter de Gruyter, 1987. P. 371—374.
21. Seidhofer B. English as a lingua franca // ELT Journal. 2005. Vol. 59, № 4. P. 339—341.
22. Steger M. B., James P. Levels of subjective globalisation: Ideologies, imaginaries, ontologies // Perspectives on Global Development and Technology. Vol. 12, № 1—2. P. 17—40.
23. Steger M. Globalism: The New Market Ideology. — Bolder, NY : Rowman & Littlefield Publishers, 2001. 224 p.
24. Steger M. Ideologies of globalization // Journal of Political Ideologies. 2005. Vol. 10, № 1. P. 11—30.
25. Steger M. Globalism and the Selling of Globalisation // Planetary Politics: Human Rights, Terror, and Global Society / Brenner, S. E. (Ed.). — Oxford : Rowman & Littlefield Publishers, 2005. P. 21—34.
26. Wright S. Language policy and language planning: From nationalism to globalization. — London : Palgrave Macmillan, 2004. 328 p.
27. Wright S. French as a lingua Franca // Annual Review of Applied Linguistics. 2006. Vol. 26. P. 35—60.

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

Гэн Юаньюань, Г. Н. Плотникова
Екатеринбург, Россия

ОТЗООНИМНЫЕ ПРИЛАГАТЕЛЬНЫЕ В КУЛЬТУРНО-ЯЗЫКОВОМ ПРОСТРАНСТВЕ

АННОТАЦИЯ. Рассматриваются отзоонимные прилагательные в семантическом аспекте. Объективная трудность категоризации прилагательных обусловлена характером их семантики, которая обнаруживает черты сходства и с глаголами, и с существительными. Сходство с глаголами обнаруживается в иерархичности семной структуры прилагательных, а сходство с именами существительными — в референтной соотнесенности и дискурсивной обусловленности семантики прилагательных. С учетом специфики семантики прилагательных предлагается при исследовании применить метод, основанный на характеристике денотативного пространства, которое выявляется с помощью таксономических классов существительных, с которыми эти прилагательные вступают в синтагматические отношения. На основе таксономических классов существительных, с которыми прилагательные вступают в синтагматические связи, выделяется 5 семантических групп прилагательных: «Люди», «Животные», «Растения» (класс «Живая материя»), «Артефакты», «Натурфакты», «Социофакты» (класс «Неживая материя»). В работе рассмотрены представляющие интерес в культурологическом плане отзоонимные прилагательные, выражающие отношение сравнения какого-либо объекта с животным, которые приобретают признаки разряда качественных прилагательных. Семантика этих прилагательных в сочетании с определенными существительными начинает обозначать качественную характеристику (как положительную, так и отрицательную) какого-либо объекта, в том числе и человека. Приводятся примеры того, как отзоонимные прилагательные широко используются с качественным значением в разных языках для характеристики внешних и внутренних качеств человека. Пограничное положение занимают прилагательные, которые в сочетании с названием части тела дают характеристику не этой части тела, а всему человеку («баранья голова»). Сопоставление прилагательных, образованных от названий одних и тех же животных в разных языках, позволяет установить, как в языке отражаются общечеловеческие и национально-культурные особенности.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: зооним; семантика; синтагматические отношения; дискурсивная обусловленность; денотативное пространство.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ: Гэн Юаньюань (КНР), аспирант 2-го курса кафедры русского языка для иностранных учащихся, филологический факультет, Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б. Н. Ельцина (Екатеринбург); 620142, г. Екатеринбург, ул. Большакова, д. 71; e-mail: 1501282954@qq.com.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ: Плотникова Галина Николаевна, доктор филологических наук, профессор кафедры русского языка для иностранных учащихся, филологический факультет, Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б. Н. Ельцина (Екатеринбург); 620142, г. Екатеринбург, ул. Чапаева, д. 16, к. 314; e-mail: rki-urgu@yandex.ru.

Названия животных и слова, образованные от них, часто встречаются в речи носителей любого языка, так как считается, что «зоонимы — один из самых древних пластов лексики во всех языках мира» [Назаретян 2011: 510]. Это связано с тем, что человек и животные с древних времен живут в тесном взаимодействии друг с другом, и человек не только использовал многих животных в своих бытовых целях, но и часто сравнивал себя с животными, пытаясь осознать и охарактеризовать свое собственное поведение, а также поведение окружающих его людей в тех или иных ситуациях. В результате многие наименования животных порождали устойчивые ассоциации с определенными свойствами человека и превращались в символы, которые употреблялись для образной характеристики людей.

Однако символика животных складывалась неодинаково в разных языках, так как процесс ее становления зависел от той роли, которую играли определенные животные в жизни того или иного социума. И это лишний раз подтверждает тот факт, что «различия между языками обусловлены различием культур и легче всего они демонстрируются на материале лексических единиц и фразеологизмов, поскольку номинативные средства языка наиболее прямо связаны с внеязыко-

вой действительностью» [Маслова 2007: 37]. Поэтому вполне объяснимо и то, что домашние животные чаще задействованы в создании символики, чем дикие и тем более экзотические животные. В связи с этим также следует отметить, что, с одной стороны, некоторые животные являются символами одних и тех же (иногда сходных в большей или меньшей степени) понятий в разных культурах. Например, по словам В. М. Назаретян, во многих языках лиса является символом хитрости, волк — жадности, обезьяна — подражания, овца — смирения и др. [Назаретян 2011: 510]. С другой стороны, «существуют и наиболее специфические для каждого народа образно-ассоциативные механизмы переосмысления исходных значений во вторичной номинации. Например, русское слово *свинья* является символом а) грязи, б) неблагодарности, в) невоспитанности; для англичан *rig* означает обжору; для киргизов, казахов, узбеков и других мусульманских народов сюда добавляется коннотация чисто религиозного плана, в результате чего *чочко* (свинья) становится резко бранным словом; во вьетнамской же картине мира *свинья* — символ глупости» [Маслова 2007: 54].

Такая особенность названий животных отразилась и в производных словах, в том числе и в прилагательных. Поэтому прилага-

тельные, образованные от зоонимов, важны для исследования особенностей категоризации мира и выявления их роли в формировании русской языковой картины мира, так как исследование разных семантических групп прилагательных дает возможность обнаружить специфику отображения в языке отдельных фрагментов действительности. Однако подобное исследование прилагательных связано с определенными трудностями, причиной которых является характер их семантики. Подчеркивая объективную трудность категоризации прилагательных, обусловленную уникальностью семантики этого класса слов, некоторые ученые отмечают, что семантика прилагательных, с одной стороны, сходна с семантикой глаголов, с другой стороны, прилагательные, обозначая свойства и признаки предметов в широком смысле, напоминают существительные. Сходство с глаголами обнаруживается в иерархичности семной структуры прилагательных, а сходство с именами существительными — в референтной соотнесенности и дискурсивной обусловленности семантики прилагательных [Бабенко 2012: 21]. В силу такой специфики семантики прилагательных описание ее может быть более адекватным, на наш взгляд, на основе выявления денотативного пространства прилагательных.

Денотативное пространство прилагательных, образованных от зоонимов, — это своеобразное представление о признаках, свойствах не только у животных, но и у человека и других предметов, которые проявляются в определенных ситуациях и фиксируются в сознании человека на основе ассоциаций с животным, с которым связан (или знаком) человек какого-либо социума, поэтому они имеют яркую национально-специфическую окраску. Компонентами денотативного пространства обычно «являются типовые ситуации, знания о которых, накопленные поколениями русских людей, выражены и закреплены в русской лексике» [Бабенко 1998: 10]. Поэтому представление о денотативном пространстве может быть получено в результате анализа лексической семантики, представленной в лексикографических источниках. Так как прилагательные имеют развитую многозначность и их лексическая семантика в значительной мере дискурсивно обусловлена, то эта часть речи представляет собой самый сложный в этом отношении класс слов. Поэтому пока в научной литературе не встречаются работы по многоаспектному описанию денотативного пространства каких-либо групп прилагательных.

Мы определили денотативное пространство отзоонимных прилагательных с помо-

щью выявления таксономических классов существительных, с которыми они вступают в синтагматические связи. Среди всех прилагательных выделяются два класса: «Живая материя» и «Неживая материя». Класс «Живая материя» представлен тремя группами: «Люди», «Животные» и «Растения». Класс «Неживая материя» представлен тоже тремя группами: «Артефакты», «Натурфакты» и «Социофакты».

На основе таксономических групп существительных, т. е. учитывая характер денотата, которому дается определение при помощи отзоонимного прилагательного, мы выделили 5 семантических групп отзоонимных прилагательных. При этом учитывалась многозначность прилагательного, т. е. его способность давать характеристику разным денотатам, что служит причиной того, что одно и то же прилагательное может входить в разные группы. Нами выделены следующие группы: 1. Прилагательные, выражающие отношение принадлежности животному того, что названо существительным, например: *буйволиные копыта, крысиный хвост, изюбровые рога* и др. 2. Прилагательные, выражающие отношение к предмету, названному существительным, по признаку «сделанный из того, что относится к животному», например: *коровье молоко, свиное сало, медвежье мясо* и др. 3. Прилагательные, выражающие отношение к объекту, созданному человеком и предназначенному для животных, например: *телячье поило, конный двор, маралий заповедник* и др. 4. Прилагательные, выражающие отношение к группе определенных животных, например: *кабанье стадо, волчья стая, овечья отара* и др. 5. Прилагательные, выражающие отношение сравнения какого-либо объекта с животным, например: *лошадиное лицо, медвежья сила, козья борода* и др.

Среди этих групп с культурологической точки зрения вызывает интерес именно пятая. К этой группе относятся отзоонимные прилагательные, которые приобретают признаки разряда качественных прилагательных. Прежде всего это сказывается в том, что семантика этих прилагательных в сочетании с определенными существительными начинает обозначать качественную характеристику (как положительную, так и отрицательную) какого-либо объекта, в том числе и человека, при этом признаки качества строятся на основе сходства с животным. Итак, «образно-метафорическое использование зоонимов для названия лиц позволяет создавать прилагательные, используемые для качественной характеристики людей. Причем они несут в своем значении оттенок

сравнения» [Юсупова 1980: 91]. В более широком плане говорят об этом и другие ученые: «...от основ имен существительных одушевленных производятся прилагательные, обозначающие свойственность роду лиц или животных, названных производящей основой. На базе значения свойственности обычно развивается качественно-характеризующее значение» [Земская 1973: 281]. Кроме того, эти прилагательные приобретают и другие признаки качественных прилагательных, например, от них могут быть образованы наречия (обычно суффиксально-префиксальным способом с использованием модели: *по-...-и/-ому/-ему*), например: *по-собачьи, по-медвежьи, по-лиси, по-козьему, по-лошадиному, по-мышинному* и т. д. Однако все морфологические признаки, характерные для качественных прилагательных, они не приобретают, например, они не образуют степеней сравнения; как правило, не образуют наречия с суффиксом *-о* и др.

Следует отметить, что отзоонимные прилагательные широко используются с качественным значением в разных языках прежде всего для характеристики внешних и внутренних качеств человека. Чаще всего это заметно в разговорной речи, художественной литературе (особенно в книгах для детей). При этом в разных языках одни и те же прилагательные могут обозначать различные качества. Например, для характеристики силы человека в русском языке употребляют прилагательное *львиный* (львиная сила), в китайском языке используют прилагательное *бычий* (бычья сила), в тайском языке — *тигриный* (тигриная сила), в корейском языке — *лошадный* (лошадина сила). Для характеристики здоровья человека в русском языке используют отзоонимные прилагательные *лошадный* (лошадиное здоровье), *волосный* (волосье здоровье), хотя есть выражение «здоров как бык». Но прилагательное «бычий» в русском языке для характеристики здоровья обычно не употребляется. С этим значением оно распространено в китайском языке (бычье здоровье). В тайском языке употребляют прилагательное *свиной* (свиное здоровье) и т. д.

Как мы уже отметили выше, отзоонимные прилагательные чаще всего используются для характеристики внешних и внутренних качеств человека. В связи с этим мы разделили все образно-метафорические употребления отзоонимных прилагательных на две подгруппы: в первую подгруппу входят прилагательные, которые характеризуют внешний облик человека. Обычно характеристика дается какой-либо части тела человека, например:

– *волосы глаза* (о выпуклых больших глазах): *Его волосы глаза расширились, лицо налилось кровью* (Куприн). Надо отметить, что в китайском языке тоже употребляют выражение *волосы глаза*, которое характеризует тоже большие выпуклые глаза у человека. А в японском языке для характеристики таких глаз используют прилагательное *обезьяний* (обезьяньи глаза), в тайском языке — *утиный* (утиные глаза), в корейском языке — *олений* (оленьи глаза);

– *лошадное лицо* (о вытянутом грубоватом лице): *Лицо у Житкова было длинное, лошадиное* (Тургенев). В корейском и японском языках тоже встречается выражение *лошадное лицо* для характеристики длинного лица человека. А в китайском языке используют прилагательное *ослиный* (ослиное лицо), в тайском языке — *жирафовый* (жирафовое лицо).

И только в русском языке употребляются такие выражения, как *коровий голос* (о неприятном, мычащем голосе): *В конторе стало тихо, и даже старший бухгалтер, имевший дурную склонность петь коровьим голосом, отправляясь домой с работы, похоронил в себе свои рулады* (Леонов) — или выражение *медвежья фигура* (о полной неуклюжей фигуре): *От всей его широкой медвежьей фигуры так и веяло силой и молодечеством* (Седых, «Даурия»).

Отзоонимные прилагательные, употребляющиеся со значением характеристики человека, могут передавать разную степень сходства с животным; в некоторых случаях небольшая степень признака бывает обозначена прилагательными с суффиксами *-оват/-еват-*, которые сами по себе передают семантику неполноты качества, например: *козловатый* — «несколько сходный с козлиным»; *Петя неожиданно запел молодым, немного козловатым голосом* (Серрафимович, «Город в степи»); *медвежеватый* — «несколько похож на медведя; неуклюжий»: *Его медвежеватая фигура не была лишена какой-то своеобразной грации* (Тургенев).

Не для всех зоонимов в толковых словарях зафиксированы подобные прилагательные, но тем не менее разница в передаче объема внешнего сходства с животным ощущается в текстах, которые отражают обычно практику человеческой жизни. В словарных статьях иногда это выражается в характере построения дефиниции: в одних случаях дефиниции включают слова *похожий, напоминающий, свойственный* и др. Например: *беличий* — беличье выражение (свойственный белке); *Тон её [княгини] уже был ворчливый, губка поднялась, придавая*

лицу не радостное, а зверское, беличье выражение (Л. Толстой, «Война и мир»); медвежий — медвежья походка (напоминающий чем-л. медведя): [Донцов] пошел через огород валкой, медвежьей походкой (А. Гончаров, «Наш корреспондент»). А в другом случае дефиниции включают сравнительный оборот как у животного. В таком случае чаще всего передается более близкое внешнее сходство с животным. Например: козлиный — козлиная борода (такой, как у козла); Вынул шелковый платок, помаhal он вокруг себя, вытер лицо и козлиную бороду (А. Н. Толстой); бычий — бычья шея (такой, как у быка, о крепкой и недлинной шее): У него полное лицо, бычья апоплексическая шея (Б. Полевой, «В конце концов»).

В некоторых случаях отзоонимные прилагательные в сочетании с существительным, обозначающим часть тела человека, дают характеристику не этой части тела, а всему человеку. Например:

– баранья голова (о глупом, бестолковом человеке); в китайском языке используют выражение свиная голова для характеристики глупого человека, а в тайском языке — бычья голова, в корейском языке — птичья голова, в японском языке — собачья или обезьянья голова;

– ослиные уши (о глупости, тупости человека): Эти глупые и мелкие люди надевают на себя тот или другой костюм, но никакой головной убор не может закрыть их ослиные уши (Писарев, «Базаров»);

– Волчий рот, лисий хвост — о дерзком и льстивом человеке и др.

Во вторую подгруппу входят прилагательные, которые характеризуют внутреннее качество или свойство человека. Например: бычачьи или воловььи нервы (о сильных, крепких нервах), овечья любовь (о кроткой любви); в китайском, японском, корейском и тайском языках используются выражения, переводимые как утиная любовь. При этом имеется в виду определенный тип утки, ко-

торый называется мандаринка. Как в русском языке, так и в других языках (в китайском, японском, корейском, тайском и др.) употребляются с одним и тем же значением следующие сочетания отзоонимных прилагательных с существительными: словое спокойствие (об олимпийском спокойствии), собачья привязанность (о глубокой привязанности), обезьянье проворство (о быстроте и ловкости движений), львиный талант (о большом таланте). Все эти прилагательные обозначают положительную характеристику. А некоторые прилагательные, характеризующие внутреннее качество человека, дают ему отрицательную оценку. При этом интересно отметить, что практически во всех вышеупомянутых восточных языках для этих целей употребляются одни и те же прилагательные. Например: лисья хитрость (о изобретательной хитрости), ослиное упрямство (о диком упрямстве), заячья натура (о трусливой, робкой натуре), волчье отношение (о зверином, хищническом отношении) и т. д.

Таким образом, мы видим, что отзоонимные прилагательные могут отражать в языке как общечеловеческие, так и национально-культурные особенности.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бабенко Л. Г. Денотативное пространство русского глагола: аспекты и перспективы изучения // Денотативное пространство русского глагола : материалы IX Кузнецовских чтений, 5—7 февр. 1998 г., Екатеринбург / Урал. гос. ун-т им. А. М. Горького; Урал. лингвист. о-во; проблемная группа «Русский глагол». — Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 1998.
2. Земская Е. А. Современный русский язык. Словообразование. — М. : Просвещение, 1973.
3. Маслова В. А. Лингвокультурология : учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. 3-е изд., испр. — М. : Академия, 2007.
4. Назаретян В. М. Фразеологические единицы с компонентом-зоонимом в русском и греческом языках // Русский язык в современном мире: традиции и инновации в преподавании русского языка как иностранного и в переводе : материалы II междунар. науч. конф. — Салоники : Изд. высшая школа перевода МГУ, 2011.
5. Словарь-тезаурус прилагательных русского языка / под общ. ред. Л. Г. Бабенко. — Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2012.
6. Юсупова Н. Г. Обезьяна — обезьяний, обезьянничать (Зоонимы и их производные) // Русская речь. 1980. № 4.

Geng Yuanyuan, G. N. Plotnikova
Yekaterinburg, Russia

ADJECTIVES DERIVED FROM ZOONYMS IN THE CULTURAL AND LINGUISTIC SPACE

ABSTRACT. Zoonymic adjectives are studied in semantic aspect. The difficulty in categorization of adjectives is caused by the specificity of its semantics, which has common features with that of verbs and nouns. The similarity with verbs lies in the hierarchical seme structure of adjectives, while similarity with nouns consists in referent correlation and discursive dependence of adjective semantics. With regard to semantics of adjectives, we suggest using the method of research based on characteristics of denotative space, which is revealed with the help of taxonomic classes of nouns, which the adjective are in syntagmatic relations with. Based on the taxonomic classes of nouns, which adjectives are in syntagmatic relations with, we may single out five semantic groups of adjectives: "Pepole", "Animals", "Plants" ("Livig matter"), "Artefacts", "Naturefacts", "Sociofacts" ("Non-living matter"). Zoonymic adjectives, which express comparison of some object with an animal, and thus acquire the features of qualitative adjectives are studied in the article; these adjectives are of great interest from the point of view of culture study. Semantics of such adjectives in combination with certain nouns, gives qualitative characteristic (both negative and positive) to an object, including people. We provide examples of how zoonymic adjectives are used with qualitative meaning in different languages to characterize external and internal qualities of a person. The boundary group of adjectives are those, which combined with the name of part of body, characterize a person, not only a body part (sheep head = wether-head). Comparison of adjectives coined from the names of the same animals in different languages, make possible to find out universal and national or cultural specific features.

KEYWORDS: zoonym; semantics; syntagmatic relations; discursive conditionality; denotational space.

ABOUT THE AUTHOR: *Geng Yuanyuan (China), Post-graduate Student of the Department of Russian as a Foreign Language, Faculty of Philology, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin in Yekaterinburg, Russia.*

ABOUT THE AUTHOR: *Galina Nikolaevna Plotnikova, Doctor of Philology, Professor of the Department of Russian as a Foreign Language, Faculty of Philology, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin in Ekaterinburg, Russia.*

REFERENCES

1. Babenko L. G. Denotativnoe prostranstvo russkogo glagola: aspekty i perspektivy izucheniya // Denotativnoe prostranstvo russkogo glagola : materialy IX Kuznetsovskikh chteniy, 5—7 fevr. 1998 g., Ekaterinburg / Ural. gos. un-t im. A. M. Gor'kogo ; Ural. lingvist. o-vo ; problemnaya gruppa «Russkiy glagol». — Ekaterinburg : Izd-vo Ural. un-ta, 1998.

2. Zemskaya E. A. Sovremennyy russkiy yazyk. Slovoobrazovanie. — M. : Prosveshchenie, 1973.

3. Maslova V. A. Lingvokul'turologiya : ucheb. posobie dlya stud. vyssh. ucheb. zavedeniy. 3-e izd., ispr. — M. : Akademiya, 2007.

4. Nazaretyan V. M. Frazеologicheskie edynitsy s komponen-tom-zoonimom v russkom i grecheskom yazykakh // Russkiy yazyk v sovremennom mire: traditsii i innovatsii v prepodavanii russkogo yazyka kak inostrannogo i v perevode : materialy II mezhdunar. nauch. konf. — Saloniki : Izd. vysshaya shkola perevoda MGU, 2011.

5. Slovar'-tezaurus prilagatel'nykh russkogo yazyka / pod obshch. red. L. G. Babenko. — Ekaterinburg : Izd-vo Ural. un-ta, 2012.

6. Yusupova N. G. Obez'yana — obez'yaniy, obez'yannichat' (Zoonimy i ikh proizvodnye) // Russkaya rech'. 1980. № 4.

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

А. С. Зотова
Екатеринбург, Россия

**КОНЦЕПТ «БЕЗОПАСНОСТЬ» В РОССИЙСКОЙ И ФРАНЦУЗСКОЙ СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЕ:
ВЕРБАЛЬНО-ВИЗУАЛЬНЫЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЯ**

АННОТАЦИЯ. В данной статье предпринята попытка охарактеризовать концепт «безопасность» на примере материалов российской и французской социальной рекламы.

В период глобальных перемен изучение концепта «безопасность» становится актуальным, поскольку современный мир развивается динамично, резко, зачастую агрессивно и хаотично, вследствие чего порождаются кризисы информационный террор, информационные войны, имеющие глобальный характер. В данных обстоятельствах человек ощущает собственную беспомощность и чувствует себя незащищенным.

Различные виды безопасности (военная, экономическая, социальная, психологическая, информационная, ментальная, религиозная) включают специфический, дифференцированный круг проблем. Вместе с тем до сих пор недостаточно раскрыта сущность термина «безопасность». Социальная реклама является достаточно мощным каналом воздействия на социум, на его настроение и поведенческие установки. Поэтому цель статьи — проследить механизмы воздействия социальной рекламы на реципиента, а также выявить основные тематические блоки, репрезентирующие концепт «безопасность». Обзор исследований показал, что стержневые тематические блоки — это безопасность на дороге, сохранение жизни и здоровья посредством отказа от вредных привычек, безопасность окружающей среды, безопасность семьи, предупреждение преступности.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: концепт; безопасность; социум; социальная реклама; воздействие; вербальный ряд; визуальный ряд.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ: Зотова Анна Сергеевна, аспирант кафедры межкультурной коммуникации, риторики и русского языка как иностранного, Уральский государственный педагогический университет (Екатеринбург); 620017, г. Екатеринбург, пр-т Космонавтов, д. 26, оф. 219; e-mail: zotova_nauka@mail.ru.

Социальная реклама в современный период глобализации все чаще становится объектом лингвистических, социальных, философских, политических и экономических исследований. Пристальное внимание ученых привлекают ее функциональные особенности, стратегии воздействия на реципиента, векторы направленности на адресата и другие направления исследований.

Дискурс социальной рекламы обладает собственной концептосферой, определяющей его ценностные доминанты. Ученые предлагают множество трактовок термина «концепт» с разных научных позиций. А. Вежбицка определяет «концепт» как «объект из мира „Идеальное“, имеющий имя и отражающий определенные культурно обусловленные представления человека о мире „Действительность“» [цит. по: Фрумкина 1992]. В. А. Лукин считает, что концепт — это «инвариант языковых форм выражения (соответствующей концептуальной идеи), который вбирает в себя их основные семантические свойства» [Лукин 1993: 63]. Представитель лингвокультурологического направления концептуальной лингвистики Ю. С. Степанов предложил следующее определение: «Концепт — это как бы сгусток культуры в сознании человека; то, в виде чего культура входит в ментальный мир человека» [Степанов 1997: 42]. И. А. Стернин, выступающий с позиций когнитивной лингвистики, трактует концепт следующим образом: это «дискретное образование, являющееся базовой единицей мыслительного кода человека, обладающее относительно упорядоченной внутренней структурой, представляющее собой результат познавательной (когнитивной) деятельности обще-

ства и несущее комплексную, энциклопедическую информацию об отражаемом предмете или явлении, об интерпретации данной информации общественным сознанием и отношении общественного сознания к данному явлению или предмету» [Стернин 2005: 24]. Таким образом, при рассмотрении с точки зрения лингвокультурологии актуализируется этносемантическая специфика концепта, а с точки зрения когнитивной лингвистики — вопросы природы и внутренней структуры концепта.

По мнению С. И. Киреева, в дискурсе социальной рекламы можно выделить следующие концепты: «здоровье», «семья», «детство», «экология», «закон», «безопасность» [Киреев 2008].

В рамках данной статьи мы хотели бы обратить особое внимание на концепт «безопасность», поскольку в настоящее время он недостаточно изучен, хотя актуальность соответствующего явления увеличивается в свете последних политических событий и изменений в социуме.

Актуализация данного концепта продиктована несколькими процессами. Во-первых, кардинально изменилось состояние социальной реальности, она резко стала более динамичной, диффузной и, как результат, порождающей новые непонятные и пугающие общественные явления. Специфика данных явлений детерминирована и хаотичным движением информационных потоков, побуждающих реципиента действовать активно, решительно и — главное — адекватно сложившимся обстоятельствам. Как следствие, в ряде ситуаций (информационные войны, массовые убийства, мировой

терроризм, социальные эпидемии, глобальные техногенные катастрофы) человек чувствует себя незащищенным.

Во-вторых, заметен рост интереса к критическому анализу различных аспектов социальной реальности. Исследования общественных явлений, зачастую трагических, непоправимых, позволяют констатировать, что люди живут в условиях постоянного риска. Социальная действительность, помимо уже «привычных» рисков, наполнилась новыми опасностями, к которым общество еще не выработало «социальный иммунитет» (ухудшение экологии, экономические кризисы, хаотичность и бесконтрольность информационных технологий, угрозы глобальной войны, ментальные кризисы). Выявление данных процессов позволяет говорить о их предвидении и даже предотвращении.

Различные виды безопасности (военная, экономическая, социальная, психологическая, информационная, ментальная, религиозная) предполагают и дифференцированный круг проблем, интерпретирующих безопасность. Однако, несмотря на возрастающий интерес социума к проблемам безопасности, соответствующий концепт, «безопасность», получил далеко не исчерпывающее научное обоснование. Между тем социальная реклама является мощным источником воздействия на социум, в частности через эмоциональный и аксиологический каналы активно пропагандирует идеи безопасности.

Анализ материала исследования (около 1000 текстов) социальной рекламы баннерного типа позволил сделать ряд выводов, подтверждающих сказанное. В лист таргетирования вошел ряд тематических блоков, реализующих концепт «безопасность» в современной социальной рекламе: безопасность на дороге, сохранение жизни и здоровья посредством отказа от вредных привычек, безопасность окружающей среды, семья, предупреждение преступности.

В российской социальной рекламе безопасности дорожного движения есть целый пласт рекламных текстов, насыщенных визуальными метафорами. «При сравнительном подходе визуальная метафора рассматривается как некий визуальный комплекс в тексте или фрагменте дискурса, инкорпорирующий два зрительных эмоционально окрашенных образа, напрямую соотносимых реципиентом с объектами визуализации» [Большакова 2004; Сарна 2005]. Вслед за О. Н. Горбачевой и В. А. Каменевой мы констатируем, что визуальная метафора применяется в текстах социальной рекламы, призывающих к решению таких социальных проблем, как несоблюдение правил поведения в общественных местах, загрязнение окружающей среды, нарушение автомобилистами правил дорожного движения [Каменева, Горбачева 2015: 145].

Приведем несколько примеров российской социальной рекламы.



Рис. 1



Рис. 2

В рекламе, призывающей соблюдать правила безопасности дорожного движения, используется социоморфная метафора (рис. 1). Так, в визуальной части одного из проанализированных рекламных текстов изображен ребенок, сидящий «на коленях» у роботопа, имитирующего детское автокресло. В результате у реципиентов возникает ощущение несоответствия предмета и его функционального назначения. Визуальный ряд сопровождается текстовым сообщением «Роботоп не защитит. Ребёнок в машине должен быть в автокресле», которое предупреждает о возможном риске и содержит в себе рекомендацию для его устранения. К этой же серии рекламных текстов принадлежит следующая: «Лёва не спасёт...», «Зайка не убержёт...».

Креолизованные (вербально-визуальные) метафоры получили большое распространение и в российской, и во французской социальной рекламе. Другой пример — эксплуатация антропоморфной метафоры (рис. 2). Визуальный ряд — это черно-белое изображение таксиста, что в контексте вербального ряда дает устойчивую ассоциацию с ангелом (на заднем плане изображены небесные лучи). Текстовый ряд содержит в себе слово «не ангел», коррелирующее по цветовому исполнению со словом «выпил?». Эти слова, в свою очередь, вызывают ассоциацию «от греха подальше» — «от греха вызови такси», чтобы сохранить себе жизнь и не допустить трагедии для близких людей. В целом реклама актуализирует риск в определенных обстоятельствах и дает инструкцию по его предотвращению.

Следующий пример — употребление природоморфной метафоры (рис. 3). Визу-

альный ряд — это отходы человеческой деятельности (железная банка, пластиковая бутылка, литиевая батарейка), находящиеся на поверхности земли в лесу. Первичная ассоциация, которая возникает у реципиента — «мусорить — плохо». Она подкрепляется текстовым фрагментом «Лес — не место для мусора!», однако слоган «Они переживут твоих внуков» несет основную смысловую нагрузку, поскольку содержит информацию об угрозе (риске) для будущих поколений. В данном рекламном тексте не содержится готового «рецепта» по устранению угрозы загрязнения окружающей среды, поскольку смысл апелляции для реципиента вполне очевиден — ликвидировать отходы человеческой деятельности.

Обратимся к еще одному примеру антропоморфной метафоры (рис. 4). В центре изображения — ребенок с ремнем в руке, собирающийся «наказать» кота, который разбил вазу. Рекламное сообщение «Они вырастают и становятся похожими НА НАС! Воспитывайте детей, начинайте с себя!» дополняет изображение. Это реклама-прогноз, в которой четко реализован принцип корреляции: ребенок-кот, взрослый ребенок, а каждый элемент двух семиотических рядов несет легко воспринимаемую смысловую нагрузку.

Французская социальная реклама в известной степени схожа с российской, в том числе по своей тематике и проблематике. Важно отметить, что за последний год тематический блок «насилие в семье» стал доминирующим. Безусловно, французы поднимают и проблемы защиты окружающей среды, и соблюдения правил дорожного движения, но явно намечен и вектор насилия над женщинами в семье.



Рис. 3



Рис. 4

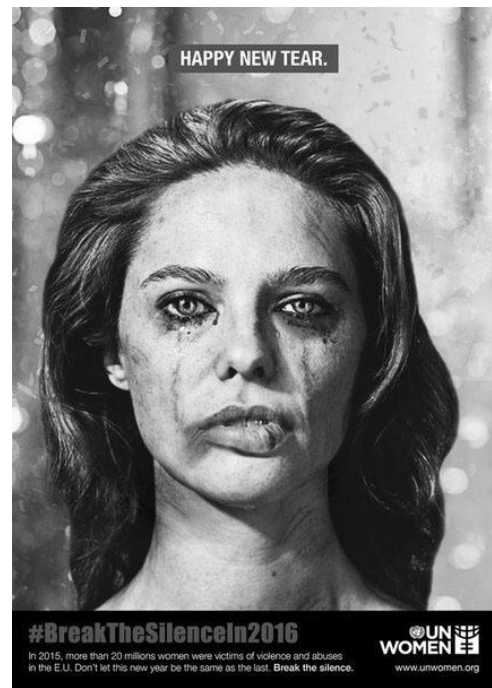


Рис. 5



Рис. 6

Примером является рекламный текст 2016 г. (рис. 5) со слоганом «*Happy new tear*» («С новыми слезами»). В центре внимания — образ женщины, точнее — ее лицо, избитое, с подтеками туши от слез, однако аккуратно уложенными волосами. Особое внимание нужно обратить на то, что слоган написан на английском языке. Таким способом подчеркивается глобальный характер проблемы, с которой сталкиваются не только во Франции.

Приведем другой пример французской социальной рекламы, направленной в поддержку людей, живущих на улицах (рис. 6). Слоган «5 миллиардов пожертвований было собрано для бездомных животных. 0,2 миллиарда — для бездомных людей. Иногда лучше, чтобы к тебе относились как к животному...» репрезентирует не столько видение мира через призму метафоры, сколько через призму иронии.

Данный рекламный текст сигнализирует о критической точке проблемы — уровне жизни людей, оставшихся без дома. Поднята и другая проблема — атрофирование чувств эмпатии, сочувствия к таким людям, которых не замечают в обществе. Подчеркнем, что слоган вновь написан на английском языке, так как поднимается проблема глобального характера.

Исследования российских и французских рекламных текстов социальной рекламы показывают нарастающую актуальность изучения концепта «безопасность». Все приведенные рекламные сообщения актуализируют угрозу возможного риска для реципиента в различных обстоятельствах. Незаменимый плюс социальной рекламы в том, что, помимо постановки проблемы перед широкой общественностью, она также предлагает пути («рецепты») ее решения. Социальная реклама использует как шокирующие, подчеркнута неэстетичные визуальные образы, так и коррелирующий с ними вербальный ряд.

Метафора или ирония в социальной рекламе — это попытка воздействовать на эмоциональную сферу массового адресата, привлечь его внимание к негативным общественным явлениям и их последствиям, создать условия для их предупреждения и преодоления.

A. S. Zotova
Ekaterinburg, Russia

THE CONCEPT “SECURITY” IN THE RUSSIAN AND FRENCH SOCIAL ADVERTISING: VERBAL AND VISUAL REPRESENTATION

ABSTRACT. *This article attempts to describe the concept «security» on the example of the Russian and French social advertising.*

In the period of global changes the study of the concept «security» becomes relevant because modern world is developing rapidly, abruptly, often aggressive and chaotic, this may lead to crises, information terrorism, information warfare having global character. In these circumstances, the person feels their own powerlessness and feels insecure.

Different types of security (military, economic, social, psychological, informational, mental, religious) include specific and differentiated range of problems. However the essence of the term «security» is not described well enough. Social advertising is a powerful means of persuasion in society, it is a tool to influence the mood and behavior of people. Therefore the purpose of the article is to trace the mechanisms of persuasion of social advertising on the recipient, as well as to identify the main thematic blocks, representing the concept of «secu-

ЛИТЕРАТУРА

1. Adme. URL: www.adme.ru.
2. Social-advertising. URL: <http://www.social-advertising.info>.
3. Social Ads. URL: <http://socialads.blogspot.ru>.
4. Большакова Л. С. Метафора в англоязычном поликодовом тексте на материале британских и американских музыкальных видеоклипов : автореф. дис. ... канд. филол. наук. — Самара, 2008.
5. Дакоро М. А. Социальная реклама в России как фактор общественной коммуникации : автореф. дис. ... канд. социол. наук. — Краснодар, 2007.
6. Дзюба Е. В. Концепт «ум» в русской лингвокультуре : моногр. / Урал. гос. пед. ун-т. — Екатеринбург, 2011. — 224 с.
7. Каменева В. А., Горбачева О. Н. Глобальная социальная интернет-реклама. Воздействующий потенциал визуального олицетворения и овещствления в социальной интернет-рекламе // Политическая лингвистика. 2015. № 2 (52). С. 145.
8. Киреев С. И. Дискурс и концептосфера социальной рекламы : автореф. дис. ... канд. филол. наук. — Волгоград, 2008.
9. Кочергина Д. С. Социальная реклама как фактор гуманизации современного общества : автореф. дис. ... канд. филос. наук. — Омск, 2007.
10. Лукин В. А. Слово противоречие, одноименное семантическое поле и концепт противоречия в русском языке // Словарь. Грамматика. Текст : сб. ст. / РАН. ОЛИА. Ин-т рус. яз. им. В. В. Виноградова ; отв. ред. Ю. Н. Караулов, М. В. Ляпон. — М., 1996. С. 140—154.
11. Николайшвили Г. Г. Социальная реклама в политическом процессе в современной России : автореф. дис. ... канд. полит. наук. — М., 2009.
12. Николайшвили Г. Г. Социальная реклама: теория и практика : учеб. пособие для студентов вузов. — М. : Аспект Пресс, 2008.
13. Сарна А. Визуальная метафора в дискурсе идеологии // Институт палитычных даследованняу «Палитычная сфера». 2005. № 4. С. 55—60.
14. Степанов Е. В. Социальная реклама в России: функциональные и жанрово-стилистические особенности : дис. канд. ... филол. наук. — М., 2007.
15. Степанов Ю. С. Слово // Русская словесность. От теории словесности к структуре текста : антология. — М. : Academia, 1997. С. 288—306.
16. Стернин И. А. Типы значений и концепт // Концептуальное пространство языка : сб. науч. тр. / под ред. проф. Е. С. Кубряковой. — Тамбов : Изд-во ТГУ им. Г. Р. Державина, 2005. С. 257—282.
17. Тертычная М. А. Социальная реклама в Интернете: функциональные, предметно-тематические и жанровые особенности : автореф. дис. ... канд. филол. наук. — М., 2012.
18. Фрумкина Р. М. Концепт, категория, прототип // Лингвистическая и экстралингвистическая семантика. — М., 1992.
19. Чудинов А. П. Метафорическая мозаика в современной политической коммуникации : моногр. / Урал. гос. пед. ун-т. — Екатеринбург, 2003. — 248 с.

city». A review of research works showed that the core thematic blocks are road safety, preservation of life and health by giving up bad habits, environment safety, family safety, crime prevention.

KEYWORDS: *concept; security; society; social advertising; persuasion; verbal means; visual imagery.*

ABOUT THE AUTHOR: *Zotova Anna Sergeevna, Post-graduate Student of Intercultural Communication, Rhetoric and Russian as a Foreign Language, Ural State Pedagogical University, Ekaterinburg, Russia.*

REFERENCES

1. Adme. URL: www.adme.ru.
2. Social-advertising. URL: <http://www.social-advertising.info>.
3. Social Ads. URL: <http://socialads.blogspot.ru>.
4. Bol'shakova L. S. Metafora v angloyazychnom polikodovom tekste na materiale britanskikh i amerikanskikh muzykal'nykh videoklipov : avtoref. dis. ... kand. filol. nauk. — Samara, 2008.
5. Dakoro M. A. Sotsial'naya reklama v Rossii kak faktor obshchestvennoy kommunikatsii : avtoref. dis. ... kand. sotsiol. nauk. — Krasnodar, 2007.
6. Dzyuba E. V. Kontsept «um» v russkoy lingvokul'ture : monogr. / Ural. gos. ped. un-t. — Ekaterinburg, 2011. — 224 s.
7. Kameneva V. A., Gorbacheva O. N. Global'naya sotsial'naya internet-reklama. Vozdeystvuyushchiy potentsial vizual'nogo olitsetvoreniiya i oveshchestvleniya v sotsial'noy internet-reklame // Politicheskaya lingvistika. 2015. № 2 (52). S. 145.
8. Kireev S. I. Diskurs i kontseptosfera sotsial'noy reklamy : avtoref. dis. ... kand. filol. nauk. — Volgograd, 2008.
9. Kochergina D. S. Sotsial'naya reklama kak faktor gumanizatsii sovremennogo obshchestva : avtoref. dis. ... kand. filos. nauk. — Omsk, 2007.
10. Lukin V. A. Slovo protivorechie, odnoimennoe semanticheskoe pole i kontsept protivorechiya v russkom yazyke // Slovar'. Grammatika. Tekst : sb. st. / RAN. OLiYa. In-t rus. yaz. im. V. V. Vinogradova ; otv. red. Yu. N. Karaulov, M. V. Lya-pon. — M., 1996. S. 140—154.
11. Nikolayshvili G. G. Sotsial'naya reklama v politicheskom protsesse v sovremennoy Rossii : avtoref. dis. ... kand. polit. nauk. — M., 2009.
12. Nikolayshvili G. G. Sotsial'naya reklama: teoriya i praktika : ucheb. posobie dlya studentov vuzov. — M. : Aspekt Press, 2008.
13. Sarna A. Vizual'naya metafora v diskurse ideologii // Institut palitychnykh dasledovannyau «Palitychnaya sfera». 2005. № 4. S. 55—60.
14. Stepanov E. V. Sotsial'naya reklama v Rossii: funktsional'nye i zhanrovo-stilisticheskie osobennosti : dis. kand. ... filol. nauk. — M., 2007.
15. Stepanov Yu. S. Slovo // Russkaya slovesnost'. Ot teorii slovesnosti k strukture teksta : antologiya. — M. : Academia, 1997. S. 288—306.
16. Stermin I. A. Tipy znacheniy i kontsept // Kontseptual'noe prostranstvo yazyka : sb. nauch. tr. / pod red. prof. E. S. Kubryakovoy. — Tambov : Izd-vo TGU im. G. R. Derzhavina, 2005. S. 257—282.
17. Tertychnaya M. A. Sotsial'naya reklama v Internete: funktsional'nye, predmetno-tematicheskie i zhanrovye osobennosti : avtoref. dis. ... kand. filol. nauk. — M., 2012.
18. Frumkina R. M. Kontsept, kategoriya, prototip // Lingvisticheskaya i ekstralingvisticheskaya semantika. — M., 1992.
19. Chudinov A. P. Metaforicheskaya mozaika v sovremennoy politicheskoy kommunikatsii : monogr. / Ural. gos. ped. un-t. — Ekaterinburg, 2003. — 248 s.

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

А. А. Исакова
Сыктывкар, Россия

**АКТУАЛИЗАЦИЯ КОНЦЕПТУАЛЬНО-ТЕМАТИЧЕСКОЙ ОБЛАСТИ
«ГОСУДАРСТВЕННАЯ НАЦИОНАЛЬНАЯ ПОЛИТИКА»
В КОНЦЕПТОСФЕРЕ «КОМИ НАЦИОНАЛЬНАЯ КУЛЬТУРА»**

АННОТАЦИЯ. В данной статье рассматривается взаимодействие концептосферы «коми национальная культура» и концептуально-тематической области (КТО) «государственная национальная политика», общность их признаков и точки соприкосновения посредством выделения субконцептов и концепт-элементов внутри каждого концепта. Материалом для исследования послужили публикации региональных русскоязычных газетных изданий Республики Коми, посвященных коми национальной тематике (литературе, мифологии, языку и т. д.), поэтому исследование имеет межкультурную направленность. Иными словами, в статье определяется, каким образом в сознании русскоязычного читателя происходят процессы концептуализации и категоризации тех или иных реалий, имеющих отношение к коми национальной культуре и ограниченных областью государственной национальной политики Республики Коми. В результате исследования мы пришли к выводу о том, что концепты, входящие в концептосферу «коми национальная культура», могут предоставлять доступ к концептуально-тематической области «государственная национальная политика», во-первых, напрямую (имея в качестве общего элемента когнитивный классификационный признак 'государственный'/'государство'), во-вторых, посредством вспомогательных концептуально-тематических областей (таких как «туризм», «праздники в Республике Коми», «общество», «книгопечатание», «образование»), в-третьих, благодаря привлечению других концептов концептосферы «коми национальная культура».

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: концептосфера; концепт; субконцепт; концепт-элемент; концептуально-тематическая область; коми национальная культура; государственная национальная политика.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ: Исакова Александра Анатольевна, аспирант Сыктывкарского государственного университета им. Питирима Сорокина; ООО «Сыктывкар-Авторадио»; 167000, г. Сыктывкар, ул. Интернациональная, 119; e-mail: totoshka_91@mail.ru.

Россия — многонациональное государство, поэтому одним из приоритетных аспектов государственной деятельности является национальная политика. А. П. Чудинов подчеркивает: «К числу важнейших направлений политической лингвистики» относится «рассмотрение отдельных политических концептов в рамках соответствующего языка и национальной культуры» [Чудинов 2007: 7].

В газетном дискурсе Республики Коми (РК) — субъекта Российской Федерации — находит отражение проводимая государством национальная политика, которая регулируется федеральными и региональными документами, такими как Указ Президента РФ «О Стратегии государственной национальной политики Российской Федерации на период до 2025 года» [Указ Президента РФ 2012], Распоряжение Правительства РК «Стратегия национальной политики в Республике Коми на период до 2025 года» [Распоряжение Правительства РК 2015]. Таким образом, может быть выделена такая когнитивная структура, как «государственная национальная политика», которую мы относим к концептуально-тематической области (КТО).

Под термином «концептуально-тематическая область» мы понимаем когнитивную структуру, отражающую «различные сферы опыта человека, как элементов его картины мира. Иначе говоря, физическая, тематическая, функциональная и другая общность объектов, устанавливаемая человеком, способствует структурированию и группировке приобретаемых знаний по областям и сферам их получения и применения, а их языко-

вая репрезентация приводит к формированию соответствующих концептуально-тематических областей в языковой картине мира» [Болдырев]. В структуре сознания концептуально-тематические области обеспечивают категоризацию ментальных единиц, а именно процесс, призванный структурировать поступающую информацию с помощью объединения единиц, проявляющих сходство или характеризующихся как идентичные, в более крупные разряды. Второй базовый процесс мышления является собой концептуализацию, которая вследствие познания мира человеком приводит к осмыслению им поступающей информации, образованию определенных единиц мышления, выделению неких минимальных единиц человеческого опыта в их идеальном виде [КСКТ 1997: 93]. Основными единицами мышления для двух указанных процессов являются концепты.

Ряд концептов может группироваться в некое единство на основе сходства определенных признаков, создавая тем самым концептосферу — «совокупность концептов» [Лихачёв], «когнитивный конструкт», охватывающий «все концепты, характеризующие тот или иной фрагмент действительности... в том или ином социуме» [Лебедев 2002: 198].

Концепт как ментальное образование, являющееся результатом познавательной деятельности человека и общества, несет в себе комплексную, в том числе коннотативную, интерпретативную информацию об отражаемом предмете или явлении [Попова, Стернин 2007: 34]. В процессе познания мира человеком концепт может претерпевать

изменения, в том числе — формировать подъединицы, уровни более мелкого порядка, а именно субконцепты (видовые понятия, конкретизирующие смысл [Алефиренко, Огнева]), которые, в свою очередь, также могут состоять из разнообразных компонентов — концепт-элементов: «Единство концепт-элементов образует субконцепт» [Огнева 2013: 89].

Рассмотрим, как происходит процесс актуализации концептуально-тематической области «государственная национальная политика» в концептосфере «коми национальная культура» на примере анализа русскоязычного газетного дискурса, представленного современными публикациями газет Республики Коми и региональных приложений федеральных изданий (2009—2015 гг.).

По определению В. Г. Крысько, национальная культура есть «совокупность материальных и духовных ценностей нации, а также практикуемых данной этнической общностью основных способов взаимодействия с природой и социальным окружением. Национальная культура проявляется в деятельности общества, государства, его социальных институтов, а также в национальных традициях, духовных ценностях, стиле мышления и установках, моральных нормах, стереотипах и образцах межличностного и межгруппового поведения и самовыражения, особенностях языка и образа жизни» [Крысько]. Соответственно, в концептосферу «коми национальная культура» входят компоненты, отражающие духовное и материальное наследие народа, проживающего на территории Республики Коми. В ее составе мы выделили ряд базовых концептов: «коми язык», «коми литература», «коми национальное музыкальное творчество», «коми авторское изобразительное искусство», «коми народное искусство», «коми театр», «коми мифология», «коми национальная кухня», «коми национальные виды спорта».

Актуализация концептуально-тематической области «государственная национальная политика» в любом, в том числе газетном, дискурсе происходит на основании такого когнитивного классификационного признака (ККП), как 'государство/государственный', так как национальная политика относится к сфере государственной деятельности, т. е. является областью, системой взглядов и принципов, предлагаемой властными структурами и контролируемой ими. Именно данный когнитивный признак в ряде случаев может обеспечивать связь с концептосферой «коми национальная культура».

Соотношение указанной концептосферы с концептуально-тематической областью «государственная национальная политика»

представляется интересным для рассмотрения, так как абсолютно все ее концепты предоставляют доступ к этой концептуально-тематической области, в то время как более частой является ситуация, при которой отсылка к некоей концептуально-тематической области осуществляется через единичный концепт или даже его части — субконцепт или концепт-элемент.

Концепт «коми язык» имеет непосредственную связь с концептуально-тематической областью «государственная национальная политика» благодаря одному из своих классификационных когнитивных признаков — 'государственный', так как на территории Республики Коми функционируют два государственных языка: русский и коми [Закон РК 1992]. Связь концепта «коми язык» и концептуально-тематической области «государственная национальная политика» посредством общего когнитивного классификационного признака 'государство' / 'государственный' подтверждается газетным дискурсом: *...переводится на коми язык Основной закон — Конституция Республики Коми. Но поможет ли это второму государственному языку республики и что ждет его в будущем?* [Артеев 2011: 15]. В публикациях, посвященных изучению коми языка в школах, к указанным концептуально-тематическим областям добавляется вспомогательная концептуально-тематическая область «образование», которая обеспечивает связь концепта «коми язык» и концептуально-тематической области «государственная национальная политика» («*В школах второй государственный язык республики стал обязательным предметом*» [Воробьева 2015: 1]). Отметим, что, согласно республиканскому закону «Об образовании» [Закон РК 2006], изучение коми языка является обязательным в школах Республики Коми, кроме того, региональные законодательные акты отмечают, что «использование в системе образования двуязычия» является эффективным путем «сохранения и развития этнокультурного и языкового многообразия российского общества» [Постановление Правительства РК 2013].

Стоит отметить, что наиболее близким к концепту «коми язык» оказывается концепт «коми литература». Он имеет связь с концептуально-тематической областью «государственная национальная политика» через когнитивный классификационный признак 'государство' и вспомогательную концептуально-тематическую область «книгопечатание» (*Издательство „Лымъялысь лъом“ („Сыплет черемуха снегом“) уроженцу Сыктывдинского района помог местный совет, выделивший*

на реализацию этого проекта более 200 тысяч рублей [Перова 2012: 3]). Кроме того, этнокомпонент в виде включения в школьную программу произведений писателей Республики Коми позволяет сделать вывод о том, что концептуально-тематическая область «государственная национальная политика» реализуется в концепте «коми литература» через вспомогательные концептуально-тематические области «образование» и «общество»: *В минувшую пятницу в Сыктывкаре прошел первый республиканский форум учителей коми языка и литературы. Его организаторами выступили Министерство образования РК, республиканский институт повышения квалификации и переподготовки кадров, общественное движение „Коми войтыр“* [Сивкова 2012: 4]. Отметим, что упоминание в газетном дискурсе коми писателей (М. Лебедев, К. Жаков и др.) и их произведений, журналистские публикации о выпуске книг являются также элементом национальной политики, воспитывающим у читателей интерес к национальной литературе.

Связь с концептуально-тематической областью «государственная национальная политика» концепта «коми театр» осуществляется через точки соприкосновения с концептом «коми язык», активизирующим когнитивный признак 'государство', так как театральные постановки, ставшие основой для структурирования данного концепта, идут именно на коми языке. Однако в ряде случаев актуализация когнитивного признака 'государство' происходит напрямую, минуя концепт «коми язык», например, в материале об опере «Куратов»: *Первые лица республики... пришли 2 октября в Театр оперы и балета Коми, чтобы своими глазами увидеть, на что был потрачен миллион рублей, отнюдь немалая по кризисным меркам сумма, выделенная республикой на постановку* [Срегеева 2009: 3]. Когнитивный признак 'государство' активизируется и в том случае, если в публикации речь идет о постановках Национально-музыкального драматического театра Республики Коми, целью которого является «сохранение самобытности национальной культуры и национального языка» [Коми театр 2013: 26]. Стоит акцентировать внимание на том, что между концептами концептосферы «коми национальная культура» существует взаимосвязь. Так, например, концепты «коми язык», «коми литература» и «коми театр» имеют единую языковую общность и являются логическим продолжением друг друга: национальные театральные постановки часто берут сюжеты из произведений коми литературы, кото-

рая, в свою очередь, написана на коми языке. Или, например, обратившись к публикации о вышеупомянутой опере «Куратов», мы узнаём, что *«работа над оперой, посвященной 170-летию классика коми литературы, началась более года назад», «опера будет звучать на двух языках. Первое действие — на коми, второе — на русском»* [Щербинина 2009: 5]. Таким образом, концепт-элемент «опера „Куратов“», принадлежащий концепту «коми театр», предоставляет доступ к концепту «коми литература», активизируя знания о коми поэте И. А. Куратове, а также к концепту «коми язык», так как опера поставлена на коми языке и сам поэт также писал стихи на коми.

Перейдем к рассмотрению концепта «коми национальные виды спорта». Согласно региональной программе «Республика Коми — территория межнационального мира и согласия (2014—2020 годы)» [Постановление Правительства РК 2013], развитие национальных видов спорта входит в задачи по обеспечению этнокультурного и языкового развития коренных этносов и других народов, проживающих в Республике Коми (*Перед Новым годом депутаты Госсовета Коми приняли поправки в республиканское законодательство, позволяющие определять порядок проведения соревнований по национальным видам спорта* [Аргументы и факты 2015: 1]) — это подтверждает наш постулат о том, что прямую связь концепта «коми национальные виды спорта» и концептуально-тематической области «государственная национальная политика» обеспечивает когнитивный признак 'государство'. Так же, как и в случае с концептами «коми язык» и «коми литература», прослеживается связь с вспомогательной концептуально-тематической областью «общество», например, через упоминание межрегионального движения «Коми войтыр», которое имеет право законодательной инициативы в Госсовете Республики Коми [Распоряжение Правительства РФ 2015] (*В середине марта под эгидой общественного движения „Коми войтыр“ второй раз пройдут соревнования по традиционным видам спорта* [Сивкова 2009: 3]). Однако концепт «коми национальные виды спорта» актуализирует еще одну, новую вспомогательную концептуально-тематическую область, а именно «туризм». Так, например, такой национальный вид спорта, как лыжные гонки (субконцепты «классические лыжные гонки», «гонки на охотничьих лыжах») активно используется для привлечения в республику путешественников (*Коми — родина лыж. Организаторы фестиваля „Ыбца“ предложили но-*

вый бренд республики [Артеев 2015: 17]). В указанном примере также представлено наименование республиканского фестиваля (концепт-элемент «Ыбица»), который призван обращать внимание на культуру финно-угорских народов, следовательно, концепт «коми национальные виды спорта» активизирует также вспомогательную концептуально-тематическую область «праздники в Республике Коми»: многие из праздников официально утверждаются на республиканском уровне и являются опорными пунктами в развитии событийного туризма [Постановление Правительства РК 2014].

Еще один концепт, «коми мифология», не имеет прямого отношения к концептуально-тематической области «государственная национальная политика», однако ментальную связь помогает установить концептуально-тематическая область «туризм». Например, в нижеследующем примере мифологизм *Мича ичмонь* (пер. с коми «красивая молодая невестка» [Безносилова, Забоева, Коснырева, Айбабина 2013: 311, 335]), призрак молодой девушки-язычницы, которая предпочла смерть принятию христианства, предлагается сделать туристическим символом района: *Иерей Игорь Светличный вступил в полемику с создателями туристических брендов... Он, в частности, выразил несогласие с тем, что в качестве символа Удоры предлагается призрак „Мича ичмонь“* [Кудинова 2010: 2]. В региональном газетном дискурсе можно встретить примеры, при которых сразу несколько концептов актуализируют одну вспомогательную концептуально-тематическую область, которая, в свою очередь, связана с концептуально-тематической областью «государственная национальная политика». Так происходит, например, при актуализации коми мифа о легендарном охотнике Йиркапе, который обладал быстроходными лыжами и утонул в озере Синдор, отяжелев от напитка колдуньи [Энциклопедия уральских мифологий]: *А соединить лыжу, легенду об Йиркапе и фестиваль „Ыбица“ в единый графический символ удалось художнику-этнофутуристу Юрию Лисовскому* [Артеев 2015: 17]. В указанном примере через вербализацию концепт-элемента «лыжа» выводится концепт «коми национальные виды спорта», через вербализацию концепт-элемента «Йиркап» (а следовательно, активизацию в сознании легенды о мифологическом лыжнике) выводится концепт «коми мифология», а с помощью упоминания известного художника, главной темой творчества которого является мифология народа коми, актуализируется концепт «коми авторскоеобрази-

тельное искусство». В совокупности эти три концепта актуализируют вспомогательную концептуально-тематическую область «туризм», а она, в свою очередь, предоставляет доступ к концептуально-тематической области «государственная национальная политика».

Концепт «коми национальное музыкальное творчество» соотносится с концептуально-тематической областью «государственная национальная политика» напрямую через когнитивный признак 'государство'. Так, например, в оргкомитет фестиваля коми песни «Василей» входят представители органов исполнительной власти (*Минкультуры Коми утвердило список вокальных произведений, которые будут исполняться на XVII фестивале-конкурсе народной песни „Василей“* [Шучалина 2009: 3]), так как поддержка фестивалей и конкурсов народной песни является одним из пунктов, входящих в перечень мероприятий по обеспечению межнационального согласия [Постановление Правительства РК 2013].

Концепт «коми народное искусство» также связан с концептуально-тематической областью «государственная национальная политика» через когнитивный признак 'государство', например, через концепт-элемент «Мастер года» (*...лучшему мастеру будет вручена премия Правительства Республики Коми имени С. И. Оверина и присуждено звание „Мастер года-2012“* [Щербинина 2013: 5]), а также через концептуально-тематические области «туризм» и «праздники в Республике Коми (*...пока изготовлением сувениров занимаются три мастера, но уже к летней „Ыбице“ их будет больше* [Артеев 2015: 17]). Отметим, что поддержка (методическая, финансовая) народного искусства входит в компетенцию органов власти Республики Коми, о чем гласит республиканский закон, регламентирующий вопросы народных художественных промыслов [Закон РК 2009].

В случае с концептом «коми национальная кухня» для доступа к концептуально-тематической области «государственная национальная политика» необходимы такие вспомогательные концептуально-тематические области, как «туризм», «праздники в Республике Коми» (*В номинации „Лучший проект в области гастрономического туризма“ победил проект „Народное гулянье „Чериньянь гаж“ (праздник рыбного пирога в Печоре)* [Артеев 2014: 5]), а также «книгопечатание» (*Тоненькая книжечка тиражом всего в тысячу экземпляров вышла в издательстве „Анбур“. Это своего рода госказ...* [Молодёжь Севера 2009: 11]).

Итак, мы выяснили, что концепты, входящие в структуру концептосферы «коми национальная культура» с помощью разных структурных элементов, предоставляют доступ к концептуально-тематической области «государственная национальная политика». Однако часто связь между этими когнитивными конструктами происходит не напрямую через соприкосновение с когнитивным признаком 'государство', а с помощью привлечения других, вспомогательных концептуально-тематических областей — «туризм», «праздники в Республике Коми», «общество», «книгопечатание», «образование», а иногда — благодаря привлечению других концептов той же самой концептосферы. Базовые концепты концептосферы «коми национальная культура» позволяют определить ключевые направления реализации национальной политики в Республике Коми, а именно: национальная политика призвана развивать язык, литературу, театр, народное и авторское искусство (изобразительное, музыкальное); сохранять мифологическое наследие, национальные виды спорта, коми кухню.

ЛИТЕРАТУРА

- Алефиренко Н. Ф., Огнева Е. А. Когнитивное моделирование концептосферы художественного текста. URL: http://dspace.bs.u.edu.ru/bitstream/123456789/6365/1/Ognev,%20Alefirenko_Kognitiv.pdf.
- Артеев А. Евгений Цыпанов: «В коми языке нет воровского жаргона» // Республика. 2011. 13 мая. С. 15.
- Артеев А. Коми — родина лыж // Республика. 2015. 26 марта. С. 17.
- Артеев А. Туристические визитки Коми стали победителями регионального конкурса национальной премии «Russian Event Awards» // Республика. 2014. 12 авг. С. 5.
- Безносикова Л. М., Забоева Н. К., Коснырева Р. И., Айбабина Е. А. Русско-коми словарь = Коми-роч кывчукор. — Сыктывкар: Титул, 2013. 440 с.
- Болдырев Н. Н. Концептуально-тематические области языковой картины мира и их интерпретирующая функция. URL: <http://boldyrev.ralk.info/dir/material/250.pdf>.
- Воробьёва Е. Без грамматики // Аргументы и факты Коми. 2015. 11 февр. С. 1.
- Закон Республики Коми от 6 окт. 2006 г. №92-ПЗ (в ред. от 25 декабря 2013) «Об образовании». URL: http://shkola-k.ucoz.ru/norm_dokument/rk/ob_obrazovanii_rk.pdf.
- Закон Республики Коми от 28 мая 1992 г. (в ред. от 6 июля 2009 г.) «О государственных языках Республики Коми». URL: <http://minnats.rkomi.ru>.
- Закон Республики Коми от 18 нояб. 2009 № 113-ПЗ «О некоторых вопросах в области народных художественных промыслов на территории республики Коми». URL: http://mincult.rkomi.ru/content/5846/zakon...18_11_2009.tif.
- Коми театр: время и люди / сост. М. А. Удоратина. — Сыктывкар: Издат. дом Коми, 2013. 144 с.
- Краткий словарь когнитивных терминов = КСКТ / под ред. Е. С. Кубряковой. — М.: Филол. фак. МГУ им. М. В. Ломоносова, 1997. 245 с.
- Крысько В. Г. Этнопсихологический словарь. URL: <http://vocabulary.ru/dictionary/1067/word/nacionalnaja-kultura>.
- Кудинова А. Мистика и туризм несовместимы? // Республика. 2010. 22 мая. С. 2.
- Лихачёв Д. С. Концептосфера русского языка. URL: <http://www.la-fa.ru/master199.html>.
- Лебедько М. Г. Когнитивные аспекты взаимодействия языка и культуры: сопоставление американской и русской темпоральных концептосфер: дис. ... д-ра филол. наук. — Владивосток, 2002. 363 с.
- Огнева Е. А. Когнитивное моделирование концептосферы художественного текста. — М.: Эдитус, 2013. 282 с.
- Перова Л. За переводы на коми язык Александр Некрасов награжден премией имени Есенина // Республика. 2012. 3 февр. С. 3.
- Побежим на лампах // Аргументы и факты Коми. 2015. 6 янв. С. 1.
- Попова З. Д., Стернин И. А. Когнитивная лингвистика: моногр. — М.: АСТ: Восток — Запад, 2007. 314 с.
- Постановление Правительства Республики Коми от 19 дек. 2013 № 514 «Об утверждении региональной программы Республики Коми по укреплению единства российской нации и этнокультурному развитию народов России „Республика Коми — территория межнационального мира и согласия (2014—2020 годы)“». URL: <http://minnats.rkomi.ru/left/doc/normrk/>.
- Постановление Правительства Республики Коми от 15 мая 2014 года № 201 «Об утверждении региональной программы „Развитие туризма в Республике Коми (2014—2016 годы)“» (с изменениями на 2 окт. 2015). URL: <http://docs.cntd.ru/document/412305066>.
- Распоряжение Правительства Республики Коми № 133-р от 15 апр. 2015 г. «Об утверждении Стратегии национальной политики в Республике Коми на период до 2025 года». URL: <http://docs.cntd.ru/document/428523894>.
- Сивкова А. Первый форум учителей коми языка указал на слабые звенья при реализации в республике концепции национального образования // Республика. 2012. 26 дек. С. 1, 4.
- Сивкова А. Состояние соцкультбыта и состязания на лыжах-лямпях // Республика. 2009. 25 февр. С. 3.
- Сергеева Е. Коми оперу спели с русским акцентом // Комсомольская правда в Коми. 2009. 8 окт. С. 3.
- Смирнов И. Знатоки с коми акцентом // Красное знамя. 2009. 3 февр. С. 2.
- Указ Президента Российской Федерации № 1666 от 19 дек. 2012 г. «О Стратегии государственной национальной политики Российской Федерации на период до 2025 года». URL: http://pravo.gov.ru/proxy/ips/?docbody=&link_id=0&nid=102161949.
- Чери, сур да нянь — будешь сыт и пьян // Молодёжь Севера. 2009. 5 февр. С. 11.
- Чудинов А. П. Политическая лингвистика: учеб. пособие. — М.: Флинта: Наука, 2007. 256 с.
- Шучалина Д. Чёртова дюжина. Отбор на «Василей» не прошёл один из Василеев // Красное знамя Севера. 2009. 17 дек. С. 3.
- Щербинина М. Куратовские пеня // Республика. 2009. 23 сент. С. 1, 5.
- Щербинина М. Мастера года назовут в апреле // Республика. 2013. 5 марта. С. 5.
- Энциклопедия уральских мифологий. Т. 1. Мифология коми. URL: <http://www.komi.com/Folk/myth/191.htm>.

A. A. Isakova
Syktyvkar, Russia

THE CONCEPTUAL-THEMATIC FIELD “GOVERNMENTAL NATIONAL POLITICS” IN THE “KOMI NATIONAL CULTURE” CONCEPTOSPHERE

ABSTRACT. *The paper considers the interaction between “komi national culture” conceptosphere and “governmental national politics” conceptual-thematic field, the similarity of their features and the elements of their contiguity are described with the help of identifying subconcepts and concept-elements inside every concept. The Russian-language newspapers of the Komi Republic, discussing komi national topics (literature, mythology, language etc.) became the material for the research, that’s why the research has cross-cultural character. In*

other words, the paper defines, how the processes of conceptualization and categorization of komi national units, restricted by the field of governmental national politics of the Komi Republic, occur in the mind of Russian-speaking reader. Finally, we made a conclusion, that the concepts, belonging to the "komi national culture" conceptsphere, may provide access to the "governmental national politics" conceptual-thematic field in several ways, firstly, directly (by the unity of their cognitive classification feature 'governmental'/'government'), secondly, by auxiliary conceptual-thematic fields (such as "tourism", "events in the Komi Republic", "society", "typography", "education"), thirdly, with the help of the other concepts, which belong to the "komi national culture" conceptsphere.

KEYWORDS: conceptsphere; concept; subconcept; concept-element; conceptual-thematic field; komi national culture; government national politics.

ABOUT THE AUTHOR: Isakova Alexandra, Syktyvkar State University named after Pitirim Sorokin, Ppost-graduate Student; Syktyvkar-Autoradio Ltd, Syktyvkar, Russia.

REFERENCES

1. Alefirenko N. F., Ogneva E. A. Kognitivnoe modelirovanie kontseptsosfery khudozhestvennogo teksta. URL: http://dspace.bs.u.edu.ru/bitstream/123456789/6365/1/Ognev,%20Alefirenko_Kognitiv.pdf.
2. Arteev A. Evgeniy Tsypanov: «V komi yazyke net vorovskogo zhargona» // Respublika. 2011. 13 maya. S. 15.
3. Arteev A. Komi — rodina lyzh // Respublika. 2015. 26 marta. S. 17.
4. Arteev A. Turisticheskie vizitki Komi stali pobeditelnyami regional'nogo konkursa natsional'noy premii «Russian Event Awards» // Respublika. 2014. 12 avg. S. 5.
5. Beznosikova L. M., Zaboeva N. K., Kosnyreva R. I., Aybabina E. A. Russko-komi slovar' = Komi-roch kyvchukör. — Syktyvkar : Titul, 2013. 440 s.
6. Boldyrev N. N. Kontseptual'no-tematicheskie oblasti yazykovoy kartiny mira i ikh interpretiruyushchaya funktsiya. URL: <http://boldyrev.ralk.info/dir/material/250.pdf>.
7. Vorob'eva E. Bez grammatiki // Argumenty i fakty Komi. 2015. 11 fevr. S. 1.
8. Zakon Respubliki Komi ot 6 okt. 2006 g. №92-RZ (v red. ot 25 dekabrya 2013) «Ob ob-razovanii». URL: http://shkola-k.ucoz.ru/norm_dokument/rk/ob_obrazovanii_rk.pdf.
9. Zakon Respubliki Komi ot 28 maya 1992 g. (v red. ot 6 iyulya 2009 g.) «O gosudarstvennykh yazykakh Respubliki Komi». URL: http://mincult.rkomi.ru/content/5846/zakon...18_11_2009.rtf.
10. Zakon Respubliki Komi ot 18 noyab. 2009 № 113-RZ «O nekotorykh voprosakh v oblas-ti narodnykh khudozhestvennykh promyslov na territorii respubliky Komi». URL: http://mincult.rkomi.ru/content/5846/zakon...18_11_2009.rtf.
11. Komi teatr: vremya i lyudi / sost. M. A. Udoratina. — Syktyvkar : Izdat. dom Ko-mi, 2013. 144 s.
12. Kratkiy slovar' kognitivnykh terminov = KSKT / pod red. E. S. Kurbryakovoy. — M. : Filol. fak. MGU im. M. V. Lomonosova, 1997. 245 s.
13. Krys'ko V. G. Etnopsikhologicheskii slovar'. URL: <http://vocabulary.ru/dictionary/1067/word/nacionalnaja-kultura>.
14. Kudinova A. Mistika i turizm nesovmestimy? // Respublika. 2010. 22 maya. S. 2.
15. Likhachev D. S. Kontseptsosfera russkogo yazyka. URL: <http://www.la-fa.ru/master199.html>.
16. Lebed'ko M. G. Kognitivnye aspekty vzaimodeystviya yazyka i kul'tury: sopostavlenie amerikanskoy i russkoy temporal'nykh kontseptsosfer : dis. ... d-ra filol. nauk. — Vladivostok, 2002. 363 s.
17. Ogneva E. A. Kognitivnoe modelirovanie kontseptsosfery khudozhestvennogo teksta. — M. : Editus, 2013. 282 s.
18. Perova L. Za perevody na komi yazyk Aleksandr Nekrasov nagrazhden premiey ime-ni Esenina // Respublika. 2012. 3 fevr. S. 3.
19. Pobezhim na lyampakh // Argumenty i fakty Komi. 2015. 6 yanv. S. 1.
20. Popova Z. D., Sternin I. A. Kognitivnaya lingvistika : monogr. — M. : AST : Vostok — Zapad, 2007. 314 s.
21. Postanovlenie Pravitel'stva Respubliki Komi ot 19 dek. 2013 № 514 «Ob utverzhdenii regional'noy programmy Respubliki Komi po ukrepleniyu edinstva rossiyskoy natsii i etnokul'turnomu razvitiyu narodov Rossii „Respublika Komi — territoriya mezhnatsional'nogo mira i soglasiya (2014—2020 gody)“». URL: <http://minnats.rkomi.ru/left/doc/normrk/>.
22. Postanovlenie Pravitel'stva Respubliki Komi ot 15 maya 2014 goda № 201 «Ob ut-verzhdenii regional'noy programmy „Razvitie turizma v Respublike Komi (2014—2016 gody)“» (s izmeneniyami na 2 okt. 2015)». URL: <http://docs.cntd.ru/document/412305066>.
23. Rasporyazhenie Pravitel'stva Respubliki Komi № 133-r ot 15 apr. 2015 g. «Ob ut-verzhdenii Strategii natsional'noy politiki v Respublike Komi na period do 2025 goda». URL: <http://docs.cntd.ru/document/428523894>.
24. Sivkova A. Pervyy forum uchiteley komi yazyka ukazal na slabye zven'ya pri reali-zatsii v respublikе kontseptsii natsional'nogo obrazovaniya // Respublika. 2012. 26 dek. S. 1, 4.
25. Sivkova A. Sostoyanie sotskul'tbyta i sostyazaniya na lyzhakh-lyampakh // Respublika. 2009. 25 fevr. S. 3.
26. Sergeeva E. Komi operu speli s russkim aktsentom // Komsomol'skaya pravda v Komi. 2009. 8 okt. S. 3.
27. Smirnov I. Znatoki s komi aktsentom // Krasnoe znamy. 2009. 3 fevr. S. 2.
28. Ukaz Prezidenta Rossiyskoy Federatsii № 1666 ot 19 dek. 2012 g. «O Strategii gosudarstvennoy natsional'noy politiki Rossiyskoy Federatsii na period do 2025 goda». URL: http://pravo.gov.ru/proxy/ips/?docbody=&link_id=0&nd=102161949.
29. Cheri, sur da nyan' — budesh' syt i p'yan // Molodezh' Severa. 2009. 5 fevr. S. 11.
30. Chudinov A. P. Politicheskaya lingvistika : ucheb. posobie. — M. : Flinta : Nauka, 2007. 256 s.
31. Shuchalina D. Chertova dyuzhina. Otbor na «Vasiley» ne proshel odin iz Vasileev // Krasnoe znamy Severa. 2009. 17 dek. S. 3.
32. Shcherbinina M. Kuratovskie peniya // Respublika. 2009. 23 sent. S. 1, 5.
33. Shcherbinina M. Mastera goda nazovut v aprele // Respublika. 2013. 5 marta. S. 5.
34. Entsiklopediya ural'skikh mifologiy. T. 1. Mifologiya komi. URL: <http://www.komi.com/Folk/myth/191.htm>.

Статью рекомендует к публикации канд. филол. наук, доц. Н. В. Немирова.

А. А. Кретов, Ю. А. Стародубцева
Воронеж, Россия

РУССКИЕ АКСИОЛОГЕМЫ ПО ДАННЫМ МАСА-2

АННОТАЦИЯ. Статья посвящена исследованию системы ценностей, присущих русскому народу, на основе объективных данных словаря русского языка. В начале статьи обсуждается определение термина «аксиологема» и объясняется подход к выявлению аксиологем русской ментальности, который основывается на анализе смыслов, образующих наиболее многочисленные синонимические ряды в языке, и дополняется методом ступенчатой идентификации, предложенным Э. В. Кузнецовой. В статье представлено распределение русской лексики по числу синонимов на основе данных МАСа-2. Синонимические ряды лексики русского языка получены с помощью алгоритма позиционного выявления синонимии, суть которого состоит в анализе всех словарных дефиниций словаря-источника и выявлении синонимических рядов на основании сходства дефиниций разнокорневых слов. Авторами подробно рассмотрено 42 наиболее многочисленных синонимических ряда, которые состоят из 6 и более синонимов. Предпринята попытка анализа синонимических рядов с целью извлечения и описания ценностей русского национального сознания, нашедших выражение в языке. Самые богатые синонимические ряды указывают на смыслы, вызывающие максимальные эмоции у носителей языка. В статье они рассматриваются с двух точек зрения — собственно лингвистической и лингвокультурологической. И так, на основе анализа значений, образующих наиболее многочисленные синонимические ряды, авторами описаны важнейшие русские аксиологемы — ценности русского национального сознания, нашедшие выражение в языке.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: аксиологема; гиперсема; синонимический ряд; лингвокультурологический анализ; русский язык.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ: Кретов Алексей Александрович, доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой теоретической и прикладной лингвистики, факультет романо-германской филологии, Воронежский государственный университет; 394006, г. Воронеж, Университетская площадь, 1; e-mail: tipl@rghp.vsu.ru.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ: Стародубцева Юлия Анатольевна, преподаватель кафедры теоретической и прикладной лингвистики, факультет романо-германской филологии, Воронежский государственный университет; 394006, г. Воронеж, Университетская площадь, 1; e-mail: SuvorovaJ84@mail.ru.

Термином *аксиологема* мы обозначаем те концепты (смыслы), которые воспринимаются носителями языка (точнее — лингвокультуры) как абсолютные ценности и игнорирование которых обществом, обслуживаемым данным языком (в нашем случае — русским), осуждается.

Наш подход к выделению аксиологем русской ментальности предполагает верификацию их списка, основанную прежде всего на «взвешивании» концептов, представленных в языке, и дополненную методом ступенчатой идентификации, предложенным Э. В. Кузнецовой [Кузнецова 1973].

В данном конкретном случае концептом является общая (интегральная) часть (сема) означаемых синонимического ряда, которую уместно обозначать термином *гиперсема*.

Основание для определения «веса» *гиперсемем* — длина образуемого ими синонимического ряда и количество синонимических рядов той или иной длины, включая ряды, состоящие из одного слова, т. е. имеющие ноль синонимов.

Для извлечения синонимических рядов из толкового словаря мы пользуемся алгоритмом позиционного выявления синонимии [Кретов, Титов 2006], суть которого состоит в анализе всех словарных дефиниций словаря-источника (в нашем случае — МАС-2) и выделении синонимических рядов на основании сходства дефиниций разнокорневых слов: при жестком понимании синонимии — *абсолютного*, при смягченном — *частичного*.

Результаты анализа синонимических рядов лексики русского языка по данным МАСа-2 отображены на табл. 1.

Таблица 1. Распределение русской лексики по числу синонимов по данным МАСа-2

Слов	Рядов	Накопл.	П-Вес	Примеры значений
19	1	1	0,99998	Напиться
14	1	2	0,99997	Убить
13	1	3	0,99995	Обмануть
12	1	4	0,99994	Умереть
9	1	5	0,99992	Пройти
8	4	9	0,99986	Неприличный, бить, ударить
7	9	18	0,99971	Возникнуть, еда, плохой, препятствие
6	24	42	0,99933	Беда, глаза, грустный, исчезнуть
5	58	100	0,99840	Вздор, высказать, гибель, дать
4	328	428	0,99313	Бой, большой, время, имя, копать
3	1228	1656	0,97342	Битва, бояться, верный, вещи
2	3535	5191	0,91669	Нос, обычный, обман, огонь, опыт
1	57117	62308	0,00000	Курган, лагерь, ледовый, лететь

Таблица 2

Доминанта	Интерпретация	Синонимов
УБИТЬ	фаза фин жизнь каузировать	14
УМЕРЕТЬ	фаза фин жизнь	12
ПРОЙТИ	фаза фин бытия	9
ИСЧЕЗНУТЬ	фаза фин бытия	9
ПРОИЗОЙТИ	фаза исх бытия	7
ВОЗНИКНУТЬ	фаза исх бытия	7
КОНЕЦ	фаза фин	7
ГИБЕЛЬ	фаза фин бытия	7
ИСТРАТИТЬ	фаза фин бытия каузировать	7
ВОЙТИ	фаза исх бытия + движение	6
РАЗБИТЬ	фаза фин бытия каузировать	6

Мы рассмотрим первые 42 наиболее многочисленных синонимических ряда, состоящих из 6 и более синонимов.

Исчислив наиболее многочисленные ряды, мы можем предпринять попытку их анализа с целью извлечения и описания *аксиологем* (т. е. ценностей) русского национального сознания, нашедших выражение в языке.

Для этого воспользуемся идеей, высказанной в статье Е. В. Долбиловой и А. А. Кретьева [Долбилова, Кретьев 2010]: «...размерность синонимического ряда указывает на относительную важность того или иного значения для носителей того или иного языка» — и получившей системологическое обоснование в работе А. А. Кретьева, И. А. Меркуловой, В. Т. Титова [Кретьев, Меркулова, Титов 2011]: «Чем важнее функция в системе, тем надежнее она дублируется, чем важнее то или иное значение для носителей языка, тем больше синонимов оно имеет». При этом, как показал анализ глагольных синонимических рядов в РЯСС 1975, самые многочисленные синонимические ряды возникают вокруг нейтральной доминанты и состоят преимущественно из стилистически и эмоционально маркированной лексики [Кретьев 1990]. Следовательно, самые размерные синонимические ряды указывают на концепты, вызывающие максимальные эмоции у носителей языка.

В первом приближении эти концепты можно рассмотреть с двух точек зрения: собственно лингвистической и лингвокультурологической.

Начнем с первой. Как отмечал Г. П. Мельников, «чувство событийности пронизывает весь строй русского языка и именно этим можно легко объяснить очень многие его, казалось бы, странные особенности» [Мельников 2012: 20].

Событийность предполагает процесс, имеющий фазы: начало и конец. Именно эти компоненты значения (чаще — в соче-

тении с другими) представлены в синонимических рядах с доминантами, указанными в таблице 2.

Перейдем теперь к лингвокультурологическому рассмотрению синонимических рядов.

Событийная активность как доминанта языка проявляется и в разнородных, на первый взгляд, синонимических рядах со следующими доминантами: *19 напиться, 6 наозорничать, 6 неподвижный, 6 бойкий, 6 настойчивый, 8 бить, 8 ударить, 7 препятствие, 6 тяжелый* (число указывает на размерность синонимического ряда, а тем самым — на вес семемы, образующей синонимический ряд).

Начнем с первого и самого «весомого» синонимического ряда, образованного семемой 'стать пьяным, употребляя хмельное'. К алкоголю на Руси издавна отношение особое. Так, одной из причин отказа князя Владимира от ислама как государственной религии был запрет на употребление вина. Предание вкладывает в уста князя Владимира следующую мотивировку: «Руси есть веселие пити, не можем без того быти» [Энциклопедический словарь крылатых слов и выражений 2003]; *вариант: «Руси есть веселие пити, не может без него быти.* См. РУСЬ РОДИНА...» [Даль 2003]. К этой можно добавить и другую поговорку: *пьян да умён — два угодыя в нём.* Словарь русских *алкогонимов* — «слов, фразеологизмов и устойчивых сочетаний, входящих в лексико-семантическую группу „Пьянство“» [Кожевников 2007: 6] — насчитывает около 2,5 тыс. словарных статей.

Но присмотримся к синонимическому ряду: *напиться, набратся, нагрузиться, надраться², надрызгаться, нажраться, наюзюкаться, накачаться, наклюкаться, налакаться, нализаться, налимониться, налопаться, нарезать, насосаться, наспиртоваться, натрескаться, натянуть-*

ся, *нахлестаться*. В этих словах сквозит осуждение. Невозможно увидеть апологию пьянства в словах *надраться², надрызгаться, нажраться, назююкаться, накачаться, наклюкаться, налакаться, налижаться*.

Каким бы ни было отношение русских к питию, отношение их к тем, кто напивается (т. е. неумерен в винопитии), явно отрицательное и осуждающее: *пей, да дело разумеи!*

Таким образом, не пьянство, а ТРЕЗВОСТЬ предстает аксиологемой русской ментальности.

Следующая по весу семема 'Озорничая, набедокурить' образует синонимический ряд с доминантой *наозорничать: набедокурить, наколобродить, напроказничать, накуролесить, нашкодить*. Аксиологема — ПРИСТОЙНОСТЬ.

Этот синонимический ряд маркирует то, что не следует делать, т. е. аномалию человеческого поведения. Кстати, и в Уголовном кодексе говорится только о том, чего не следует делать. Как известно, не только язык, но и вся человеческая культура основана на маркировании аномалий. В данном случае речь идет об аномальной активности субъекта.

В синонимическом ряду с доминантой *неподвижный: застывший, безжизненный, каменный, омертвелый, стеклянный* — речь идет об активности со знаком минус, т. е. об отсутствии какой бы то ни было активности, что также осуждается: отсутствие активности уподобляется отсутствию жизни (*безжизненный*) или смерти (*омертвелый*). Аксиологема — ПОДВИЖНОСТЬ.

А вот синонимический ряд с доминантой *бойкий: бесшабашный, лихой, разудалый, задорный, хлесткий* — указывает на положительно маркированную семему и аксиологему — УДАЛЬ, связанную с полнотой, если не избытком жизненных сил.

Положительно маркирована и семема, образующая синонимический ряд с доминантой *настойчивый: упорный, настоятельный, неумолимый, пристальный, неотступный*. Это активность субъекта, направленная на преодоление препятствий. Аксиологема — УПОРСТВО.

Следующие два синонимических ряда представляют фактически одну и ту же аксиологему, связанную с положительной активностью субъекта и называющую главное трудовое или спортивное действие 'наносить удары': *бить, колотить, дуть, колошматить, мутузить, охаживать, совать, утюжить; ударить, дать, заехать, ляпнуть, мазнуть, съездить, тяпнуть, хлястнуть*. Аксиологема — СПОСОБНОСТЬ ПОСТОЯТЬ ЗА СЕБЯ ИЛИ ДРУГОГО.

Синонимический ряд с доминантой *препятствие: помеха, затруднение, заговоздка, запятая, зацепка, рогатка* — также связан с трудовой активностью и указывает на причину УПОРСТВА — преодоление препятствия.

Синонимический ряд с доминантой *тяжелый: трудный, дьявольский, чертовский, лихой 1, тугой* — также связан с трудовой активностью: тяжело может быть только тому, кто что-то делает, тяжелым может быть только то, что человек пытается переместить: камень, бревно и т. д. Умение преодолевать тяжелое предполагает НАЛИЧИЕ ЖИЗНЕННЫХ СИЛ и УПОРСТВО. Преодоление тяжелого, в отличие от легкого, предполагает УВАЖЕНИЕ к преодолевавшему и преодолевшему.

Следующей аксиологемой, имеющей большой вес в русской лингвокультуре, является ЧЕСТНОСТЬ 'неспособность врать, открытость, прямота (о человеке); искренность, правдивость (о человеке, его характере, мыслях, поступках)' и ИСКРЕННОСТЬ 'Выражение подлинных мыслей и чувств; правдивость, откровенность, чистосердечность'. Иными словами, ПРАВДИВОСТЬ, ОТКРЫТОСТЬ, ПРЯМОТА и ПРОСТОТА. Одним словом — ПОДЛИННОСТЬ (истинность и неподдельность).

Проанализируем толкующие слова — *метаслова*.

ОТКРЫТЫЙ — искренний; откровенный, прямой.

ПРЯМОТА — искренность, откровенность.

ПРОСТОТА — отсутствие вычурности, прикрас. Естественность в поведении, обращении. Неприхотливость.

ЕСТЕСТВЕННОСТЬ — природность, прирожденность; натуральность; непринужденность, простота, обычность.

Как видим, все эти близкие понятия сводятся в конечном итоге к двум — ПРАВДИВОСТЬ и ОТКРЫТОСТЬ: правдивому нечего скрывать.

Глагол *обмануть* возглавляет два синонимических ряда — в 13 слов: *обмануть, надуть, обвести, обдуть, обмишулить, обойти, обтяпать, обштопать, обьегорить, обехать, оплести, обжулить, облапошить* — и в 6 слов: *обмануть, перехитрить, одурачить, провести, окопачить, обморочить*. Различие между этими рядами в значениях: «Поступить недобросовестно, **нечестно** по отношению к кому-л., прибегнуть к **жульничеству**» и «Намеренно ввести кого-л. в заблуждение, сказав **неправду** или прибегнув к какой-л. уловке, хитрости, **притворству** и т. п.».

Рассмотрим толкование слова *жульничество*:

ЖУЛЬНИЧЕСТВО — плутовство, мошенничество.

ПЛУТОВСТВО — **нечестный**, мошеннический поступок, обман.

МОШЕННИЧЕСТВО — поведение, образ действий МОШЕННИКА — **нечестного** человека.

Как видим, осуждение *обмана* сопровождается утверждением *честности*, т. е. ПРАВДИВОСТИ и ОТКРЫТОСТИ в качестве аксиологем, отсутствие которых осуждается русской ментальностью.

Обратим внимание, что *правдивость* толкуется через прилагательное *правдивый* — «1. Любящий **правду, истину**, склонный говорить **правду, истину**. 2. Выражающий склонность к **правде**. 3. Содержащий в себе правду, основанный на **правде**».

В свою очередь, *правда* толкуется через *истину* и наоборот: «ПРАВДА ж. 1. То, что соответствует действительности; **истина**»; «ИСТИНА ж. 1. То, что соответствует действительности, действительное положение вещей; **правда**». Таким образом ПРАВДИВОСТЬ представляет собой одну из ипостасей аксиологемы ПРАВДА-ИСТИНА.

Глагол *украсть* также возглавляет 2 синонимических ряда — 7-членный: *украсть, подцепить, свистнуть, сволочь, своровать, слимонить, стырить* — и 6-членный: *украсть, стащить, спереть, спроворить, стибрить, уворовать*. В МАСе-2 глагол *украсть* трактуется двояко: как «сов. к *красть* (в 1 знач.) и *воровать* (в 1 знач.)».

КРАСТЬ — «несов. 1. (сов. украсть) перех. Присваивать чужое; воровать, похищать. 2. Заниматься кражами».

ВОРОВАТЬ — «несов. 1. (сов. украсть и разг. своровать) перех. Похищать принадлежащее другим; красть. 2. Заниматься воровством».

По-видимому, два синонимических ряда должны различаться значениями 'Присвоить чужое, своровать, похитить' и 'Похитить принадлежащее другим, украсть'.

Поскольку глаголы *красть, воровать, похищать* толкуются друг через друга, усмотреть разницу в значениях синонимических рядов крайне сложно.

Обратим внимание на вторые значения глаголов *красть* и *воровать*: «Заниматься кражами» и «Заниматься воровством».

КРАЖА ж. «Тайное хищение чьей-л. собственности; воровство».

ВОРОВСТВО ср. «Хищение чьей-л. собственности (частной, государственной); кража».

ХИЩЕНИЕ ср. «Преступное присвоение чужого, преимущественно общественного имущества; воровство».

ПРИСВОЕНИЕ ср. Действие по знач. глаг. *присвоить*.

ПРИСВОИТЬ «сов., перех. 1. Самовольно сделать своим, своей собственностью».

Как видим, значения слов *кража* — *воровство* — *хищение* толкуются друг через друга, а *хищение* (соответственно — *кража* и *воровство*) толкуется через *присвоение*. Таким образом, все эти слова синонимичны в значении 'Тайное преступное безвозмездное присвоение чужого'.

Как видим, противопоставлением *кражи воровству* различие значений, формирующих два синонимических ряда с доминантой *украсть*, не объяснить.

Видимо, первые и вторые значения глаголов *красть* и *воровать* различаются аспектуальными значениями: первые значения обозначают действие в процессе совершения, а вторые — регулярно повторяемое действие. Но в совершенном виде и эта оппозиция нейтрализуется, поскольку вряд ли можно истолковать *украсть* и *своровать* как 'заняться кражей/воровством', скорее — 'совершить кражу/воровство'.

Например, у глагола ПЕТЬ МАС-2 различает следующие значения: «ПЕТЬ 1. (несов. *спеть*) перех. и без доп. **Издавать** голосом музыкальные звуки, **исполнять** голосом музыкальное произведение. Петь песню. 2. без доп. **Уметь издавать** голосом такие звуки. Стешка славно пела. Л. Толстой, Два гусара. 3. без доп. **Профессионально заниматься** пением. Петь в опере. Петь на эстраде».

Первое действие можно определить как *актуальное*, второе — *модальное*, а третье — *хабитуальное* (от лат. *habitus* 'свойства, особенности; расположение, настроение, характер').

Соответственно у глаголов *красть* и *воровать* также можно выделить *актуальное* значение 'совершать кражу чего-либо', *модальное* (без доп.) 'уметь и хотеть воровать' и *хабитуальное* (без доп.) 'профессионально заниматься воровством'.

Мы видим, что, кроме глагола *украсть*, все остальные глаголы в синонимических рядах не повторяются. Например, в первом синонимическом ряде представлен глагол *своровать*, а во втором — *уворовать*. Быть может, они раскроют различие синонимических рядов?

СВОРОВАТЬ «сов., перех. (несов. воровать). Разг. **Украсть**».

УВОРОВАТЬ «сов., перех. (несов. уворовывать). Разг. **Украсть, утащить**».

УТАЩИТЬ «б. Разг. Взять чужое без спросу, тайком; **украсть, стащить**».

Предположение не подтвердилось: *своровать* и *уворовать* толкуются через *украсть*

и *утащить*, а *утащить* — через *украсть* и *стащить*. Тем самым указывается на синонимичность приставок у- и с- при глаголах присвоения.

Таким образом, и тут мы не находим оснований для различения двух синонимических рядов. Объединение же рядов приводит к созданию синонимического ряда с размерностью 13 (однокоренные глаголы синонимами не являются): *украсть, похитить, присвоить, своровать/уворовать, подцепить, свистнуть, сволочь, слимонить, спереть, спроворить, стащить, стибрить, стырить*.

Для определения аксиологемы, отражаемой этим синонимическим рядом, вспомним, что его организует семема 'тайное преступное безвозмездное присвоение чужого'. Центральное в этом определении слово *преступный* толкуется через существительное *преступление*.

«ПРЕСТУПЛЕНИЕ -я, ср. ср. 2. **Неправильное, вредное** поведение. 3. **Дурной**, предосудительный поступок».

«ДУРНОЙ 1. **Плохой**, скверный по качеству, вызывающий самую **отрицательную оценку** (о предметах, явлениях)».

«НЕПРАВИЛЬНЫЙ 1. Не отвечающий каким-л. правилам, **нормам**. 3. Не соответствующий **истине**, действительности; неверный».

А коль скоро *норма* указывает на аксиологему ПОРЯДОК, то *кража* инверсно (от противного) указывает на две аксиологемы: ПОРЯДОК, который нарушается, и ПРАВДУ-ИСТИНУ, которой не соответствует этот поступок. На инверсный способ выражения этих аксиологем указывает отрицательная оценка *кражи* русской лингвокультурой.

Как отмечено выше, к аксиологемам русской ментальности относится ПРОСТОТА. Это подтверждается также наличием 6-членного синонимического ряда с доминантой *простой*: *простой, незамысловатый, бесхитростный, немудреный, незатейливый, неприхотливый*.

На первый взгляд, может показаться, что ПРОСТОТА русской лингвокультурой осуждается. Можно вспомнить пословицу *Простота хуже воровства, На всякого мудреца довольно простоты*. Действительно, у слова *простой* есть значение 'Разг. Недалекий, наивный. [Лебедкина:] *Вы либо сами очень просты, либо меня за дурочку считаете, мой друг*. А. Островский, Поздняя любовь. *Николай заметил интерес старика к своему автомату. Партизан понял, что старик не так уж прост, как хочет казаться*. Б. Полевой, Золото'.

Однако, как отмечено выше, у слова *простой* есть также значение 'Безыскус-

ственный, не замысловатый, не вычурный', которому антонимичны *искусственный, замысловатый* и *вычурный* — однозначно оцениваемые русской ментальностью как отрицательные (ср. ВЫЧУРНЫЙ 'Излишне затейливый, чрезмерно украшенный'; ЗАМЫСЛОВАТЫЙ 'Причудливый, затейливый'; ПРИЧУДЛИВЫЙ 'Замысловатый, затейливый, прихотливый').

Таким образом, мы сталкиваемся с диалектикой жизни: ПРОСТОТА — ценность, но поскольку недостатки — это продолжения достоинств, то *чрезмерная* простота превращается в недостаток — глупость. А этот недостаток, как и всякий другой, обществом осуждается, потому что одной из аксиологем русской лингвокультуры является УМ.

В том, что ПРОСТОТА — аксиологема, легко убедиться, обратившись к составу синонимического ряда, построенного на отрицании осуждаемого: *незамысловатый — замысловатый, бесхитростный — хитр(остн)ый, немудреный — мудреный, незатейливый — затейливый, неприхотливый — прихотливый*.

К этому же ряду аксиологем примыкает и 6-членный синонимический ряд с доминантой *кокетничать*: *жеманиться, жантильничать, манежиться, манерничать, модничать*.

Анализ дефиниций нижеследующих слов позволяет сделать вывод относительно маркируемых ими аксиологем.

ЖЕМАНИЧАТЬ. Вести себя **неестественно**; манерничать, кокетничать.

ЖЕМАНИТЬСЯ. Разг. Вести себя жеманно; манерничать.

МАНЕРНИЧАТЬ. несов. Разг. Вести себя манерно, **неестественно**; жеманиться.

МАНЕРНЫЙ. Лишенный простоты, естественности; жеманный.

ЖЕМАННЫЙ. Лишенный простоты и естественности; манерный.

Как видим, этим синонимическим рядом осуждается отсутствие таких аксиологем, как ПРОСТОТА и ЕСТЕСТВЕННОСТЬ. Фактически это одно и то же: *естественность* толкуется через «ЕСТЕСТВЕННЫЙ 6. Непринужденный, **простой**, обычный для кого-л.», а *естественный* — через *простой* (ср. также НЕПРИНУЖДЁННЫЙ 'Такой, в котором нет напряжения, неловкости и т. п.; **естественный**').

К этому ряду аксиологем, в особенности ПРАВДИВОСТИ и ЕСТЕСТВЕННОСТИ, примыкает еще одна аксиологема — ИСТИНА, представленная тремя 6-членными синонимическими рядами: *настоящий, подлинный, взаправдашний, серьезный, совершенный1, чистокровный; несомненный, безусловный, бесспорный, определенный, очевидный, верный; подлинный, настоящий,*

действительный, заправдашный, истинный, неподдельный (выделены доминанты). Общий компонент этих рядов можно определить как 'соответствующий действительности'.

Особенно показательны два значения слова *настоящий* — «4. Подлинный, **истинный**» и «6. Искренний, непритворный». Не менее выразительны и значения прилагательного *подлинный*: «1. Являющийся оригиналом, не скопированный», 2. Настоящий, неподдельный. 3. только полн. ф. **Истинный**, не показной».

Хотелось бы отметить следующее значение слова ВЕРНЫЙ: «6. Соответствующий **истине, действительности**; правильный, точный». Различие семем, объединяющих эти синонимические ряды, в данном случае не представляется принципиальным: важно, что они указывают на ИСТИНУ как на одну из аксиологем русской ментальности.

Если рассмотренные ряды указывают на аксиологему прямо, то два 9-ленных ряда — *вздор, чепуха, гиль, дребедень, ересь, нелепость, чушь, дрянь, дурь* и *выдумка, вымысел, небылица, басня, ложь, прихоть, затея, сказка, сочинительство*, — указывают на аксиологему ИСТИНА инверсно — через осуждение неистинности. Особенно показательны в этом отношении слово *ложь* — антоним *правды* и *истины*: «**ложь** Syn: неправда, обман, измышления (кн., неод.), дезинформация (кн.), вымысел; жульничество, уловка, хитрость **Ant: правда, истина**» [LingvoThesaurus (Ru-Ru)].

К универсальным (приложимым почти ко всему) аксиологемам русской (и общечеловеческой) ментальности относятся оценочные понятия ХОРОШИЙ и ПЛОХОЙ. Они представлены синонимическими рядами 7 *плохой, скверный, nepотребный, омерзительный, ужасный, аховый, дрянной* и 6 *хороший, замечательный, мировой1, превосходящий, исключительный, отличный*.

Первый ряд — инверсный. Аксиологема выражается осуждением и отрицанием хорошего. Не удивительно, что осуждение аномалии — плохого даже несколько интенсивнее (7 синонимов), чем утверждение идеала — хорошего (6 синонимов).

Проанализируем, что же такое «хорошо» по показаниям МАСа-2.

Прилагательное *хороший* толкуется через *положительный*: «ХОРОШИЙ 1. Обладающий **положительными** качествами, свойствами, вполне отвечающий своему назначению; противоп. *плохой*».

Слово *положительный* толкуется через *одобрение*: «ПОЛОЖИТЕЛЬНЫЙ 2. Выражающий **одобрение**; благоприятный. 3. Обладающий нужными свойствами, качества-

ми, заслуживающий **одобрения**, оправдывающий ожидания».

Одобрение, в свою очередь, толкуется через *правильный*: «ОДОБРЕНИЕ ср. Признание хорошим, **правильным**; положительный отзыв, похвала».

Слово *правильный*, толкуемое через существительное *правило*, содержит в себе также указание на аксиологеми ПРАВДА и ПОРЯДОК: «ПРАВИЛЬНЫЙ 1. Основанный на **правилах** (см. правило в 1 знач.), происходящий по **правилам**, соответствующий **правилам**. 3. Соответствующий правилам (см. правило во 2 знач.), установленному **порядку**, требованиям 4. Верный, **истинный**, соответствующий действительности. 6. **Настоящий**, такой, какой нужен.

Наиболее удачной из дефиниций слова *правило* представляется следующая: «ПРАВИЛО. **Норма** поведения, принятый кем-л. образ мыслей, действий; обыкновение, привычка».

Слово же *норма* позволяет выявить аксиологему ПОРЯДОК: «НОРМА Обычный, общепринятый, обязательный **порядок**, состояние чего-л.».

Интересно, что прилагательное *плохой* приводит нас к другой аксиологеме:

«ПЛОХОЙ Обладающий **отрицательными** качествами или свойствами; не отвечающий полностью своему назначению; противоп. хороший».

«ОТРИЦАТЕЛЬНЫЙ Выражающий **отрицание**, отвергающий какое-л. предположение, предложение и т. п.».

«ОТРИЦАНИЕ Действие по знач. глаг. **отрицать**».

«ОТРИЦАТЬ **Опровергать** что-л., не соглашаться с чем-л.».

«ОПРОВЕРГАТЬ -аю, -аешь. Несов. к **опровергнуть**».

«ОПРОВЕРГНУТЬ сов., перех. (несов. опровергать). Доказать **ложность**, неверность (чьих-л. утверждений, каких-л. слухов и т. п.)».

«ЛОЖНОСТЬ Свойство по прил. **ложный** (в 1 и 2 знач.)».

«ЛОЖНЫЙ Содержащий **ложь**, обман».

«ЛОЖЬ **Неправда**, намеренное искажение **истины**; обман».

Таким образом, если *хороший* приводит к аксиологеме ПОРЯДОК, то *плохой* — к аксиологеме ПРАВДА-ИСТИНА.

Таким образом, *хорошо* то, что упорядочено, что соответствует *порядку*, а *плохо* то, что не соответствует действительности (*истине*). От этого один шаг до вывода, что действительность упорядочена, что ИСТИНА и ПОРЯДОК неразрывны.

Отрицательную оценку содержит 6-членный синонимический ряд с доминантой **бра-**

нить, ругать, поносить, честить, лаять, чихвостить.

«БРАНИТЬ несов., перех. (сов. выбранить) Обидными, резкими словами **порицать**, укорять; ругать».

«ПОРИЦАТЬ несов., перех. Высказывать кому-л. порицание, **осуждать** за что-л».

«ОСУЖДАТЬ Несов. к **осудить**».

«ОСУДИТЬ Признать предосудительным что-л.; выразить **неодобрение** кому-, чему-л».

«ОДОБРЕНИЕ Признание **хорошим, правильным; положительный** отзыв, похвала».

Соответственно, *неодобрение* — «признание **нехорошим** и **неправильным, отрицательная** оценка чего-либо, порицание».

Как видим, и тут мы имеем дело с аксиологемами ИСТИНЫ и ПОРЯДКА.

Рассмотренные выше в собственно лингвистическом аспекте синонимические ряды, связанные с событийностью, могут теперь быть рассмотрены в лингвокультурологическом аспекте.

Так, синонимические ряды с доминантами *убить* (лишить жизни), *умереть* (окончить жизнь), *гибель* (синоним — *смерть* 'отсутствие жизни'), *конец* (синоним — *гибель*) имеют своим «общим знаменателем» аксиологему ЖИЗНЬ: 14 *убить, зашибить, прикокнуть, прихлопнуть, пришить, решить¹, угрохать, укокошить, уколотить, уложить, шлёпнуть, прикончить, порешить, тюкнуть*; 12 *умереть, издохнуть, кончиться, лечь, окочуриться, опочить, отойти, околеть, решиться, скovyрнуться, скончаться, уйти*; 7 *гибель, конец, смерть, капут, хана, крышка, труба*; 7 *конец, гибель, какюк², точка¹, шабаш, смерть, амба*.

Аксиологема ЖИЗНЬ представлена и в синонимических рядах с доминантами *еда*: 7 *еда, пища, жратва, снeдь, съестной, харчи, шамовка, пища*: 6 *пища, еда, кормежка, кушанье, питание, трапеза. Еда и пища* являются неперенными условиями ЖИЗНИ: без них умирают.

С другой стороны, к синонимическим рядам с общей семой событийности (доминанты *возникнуть, произойти, войти, исчезнуть, пройти, истратить, разбить, убить, умереть, конец, гибель*) примыкают два синонимических ряда, также обозначающие событие, но осложненные семой оценки: 6 *беда, несчастье, неприятность, зло¹, напасть³, поруха*; 6 *несчастье, беда, горе, невзгода, злополучие, бездолье. Беда и несчастье* обозначают ПЛОХОЕ событие.

«БЕДА 1. **Несчастье**, бедствие, **горе**, невзгода. 2. в знач. сказ. **Плохо, нехорошо, горе**».

«НЕСЧАСТЬЕ **Тяжелое** событие, тяжелое положение; **горе, беда**, бедствие».

«ТЯЖЕЛЫЙ 15. Полный трудностей, лишений, забот, **горя**».

«ГОРЕ 2. Событие, обстоятельство, вызывающее душевные страдания, скорбь; **беда, несчастье**. 3. в знач. сказ. Разг. **Плохо, нехорошо; беда**».

В рассмотренный выше синонимический ряд с доминантой *украсть*, кроме аксиологем ПОРЯДОК и ПРАВДА-ИСТИНА, входит также аксиологема СОБСТВЕННОСТЬ.

На ее ценностный статус указывают синонимические ряды с доминантами *имущество* и *польза*: 6 *имущество, собственность, состояние, достояние, имение; 6 польза, барыш, прибыль, прок, расчет*.

«ИМУЩЕСТВО -а, ср. ср. 1. Совокупность принадлежащих кому-л. или находящихся в чьем-л. владении вещей, материальных **ценностей**. 2. Разг. Вещи, пожитки. В мешках было все немудрое имущество их [солдат]: белье, сапоги, бритвы, кусок мыла, табак. Сергеев-Ценский, Севастопольская страда».

Как видим, система ценностей включает и материальные ценности. Что же такое материальные ценности для русского менталитета? Это *вещи и пожитки*.

«ВЕЩЬ -и, род. мн. -ей, ж. ж. 1. Всякий отдельный предмет (преимущественно **бытового обихода, трудовой деятельности** и т. п.). 2. обычно мн. ч. О платье, одежде, **мелочах личного обихода**. 4. мн. ч. (вещи, -ей). **Пожитки**, собранные и упакованные для перевозки. 5. **Произведение** литературы, искусства, науки. 9. в знач. сказ. (обычно с указат. мест. „это“). *Прост.* Нечто значительное, **ценное, важное**».

Совмещение в семантеме слова *вещь* того, чем человек пользуется (значения 1, 2, 4), и того, что человек создает (значение 9), заставляет вспомнить наблюдение А. А. Кретьова: «...пределы русского человека задаются его человеческими потребностями (набором артефактов, которые он в процессе пользования постоянно распределяет) и его творческими, т. е. собственно человеческими способностями (набором артефактов, в которых опредмечен его духовный мир). Вряд ли правильно противопоставлять одно другому: они соотносятся как вдох и выдох с той лишь разницей, что, расширяя эти наборы, человек расширяет пределы своего „Я“» [Кретьов 2001].

«ПОЖИТКИ Разг. мн. **Мелкое** имущество, **домашние** вещи, скарб». Весьма красноречив пример из «Евгения Онегина», приведенный в МАСе-2 в урезанном виде. Мы же приведем его целиком:

«Обоз обычный, три кибитки
Везут домашние **пожитки**,
Кастрюльки, стулья, сундуки,
Варенье в банках, тюфяки,
Перины, клетки с петухами,
Горшки, тазы et cetera,
Ну, много всякого **добра**».

Из перечня А. С. Пушкина видно, что *пожитки* — «это **вещи**, необходимые для **жизни**, **вещи** без которых не **ПОЖИТЬ**». А поскольку ЖИЗНЬ является аксиологемой, неудивительно, что и *пожитки* определяются Пушкиным словом *добро*.

«ДОБРО 1 ср. 1. Все положительное, хорошее; противоп. *зло*. 4. собир. *Разг.* Имущество, вещи, пожитки. *Все было готово к нашему отъезду; я не хотел более медлить. Добро наше все было уложено в старую комендантскую повозку.* Пушкин, Капитанская дочка».

Далеко не случайно в русском языке словом *добро* называется не только «всё положительное, хорошее», но и «личные вещи, мелкое имущество, позволяющие человеку **жить** по-человечески — в соответствии с **нормой** и общепринятыми **правилами**».

Таким образом, СОБСТВЕННОСТЬ в русском менталитете — это *пожитки* и *добро*, в которых на поверхности языка сквозят две аксиологемы: ЖИЗНЬ и ДОБРО, а в семантической глубине представлена также аксиологема ПРАВИЛО.

Синонимический ряд 6 *польза, барыш, прибыль, прок, расчет*.

«ПОЛЬЗА ж. 1. **Хороший** результат, благоприятные последствия для кого-, чего-л. 2. *Разг. устар.* Нажива, **барыш**».

«БАРЫШ м. 1. *устар.* **Прибыль**, получаемая при различных торговых сделках или перепродаже. 2. *Разг.* **Польза**, выгода. [От тюрк. *барыш* — мир, соглашение.]»

«ПРИБЫЛЬ ж. 1. Сумма, составляющая разницу, на которую доход превышает затраты; денежный **доход**. 4. перен. *Разг.* **Польза**, выгода. 5. Увеличение, прибавление чего-л.»

«ПРОК -а (-у), м. *Разг.* **Польза**, выгода».

«РАСЧЁТ 9. *Разг.* **Польза**, выгода. *Вообще мужика берегли, потому что видели в нем тягло, которое производило полезную работу. Изнурять эту рабочую силу не представлялось **расчета**.* Салтыков-Щедрин, Пошехонская старина. 10. Бережливость, расчетливость в расходовании средств».

«ВЫГОДА ж. 1. **Прибыль, доход**, извлекаемые из чего-л. 2. **Польза**. 3. **Преимущество** одного по сравнению с другим».

«ДОХОД м. Деньги или материальные **ценности**, получаемые ... от какого-л. предприятия или от какого-л. рода деятельности.

Дом обещал давать тысячу рублей серебром дохода. Салтыков-Щедрин, Господа Головлевы. [Колхозники] стали получать такие доходы, при которых можно было жить безбедно. Бубеннов, Белая береза».

Таким образом, *польза* — это 'деятельность, т. е. активность человека, дающая **хороший** результат'. А хорошим признается результат, приводящий к **увеличению** собственности, а тем самым — к увеличению возможностей человека. В данном синонимическом ряду, кроме аксиологемы СОБСТВЕННОСТЬ, представлена положительная оценка человеческой деятельности — ХОРОШО. Еще один важный результат, полученный при анализе синонимического ряда с доминантой *польза*, состоит в положительной оценке роста, т. е. УВЕЛИЧЕНИЯ по какому-либо нейтральному параметру.

Кроме синонимического ряда с доминантой *украсть*, на аксиологему ПОРЯДОК указывают следующие синонимические ряды: 8 *неприличный, непристойный, непотребный, неудобопроизносимый, нецензурный, отборный, бесстыдный, срамной; 7 сума-тоха, суетолака, суета, сумбур, сумятица, беспорядок, светопреставление; 6 основной, главный, центральный, стержневой, первичный, фундаментальный*.

«НЕПРИЛИЧНЫЙ 1. Не соответствующий, противоречащий **правилам** приличия».

«ПРАВИЛО 3. Собрание, свод каких-л. положений, установок, определяющих **порядок** чего-л.»

К ПОРЯДКУ (через то же слово *правило*) приводит и прилагательное *приличный*:

«ПРИЛИЧНЫЙ 1. Соответствующий **приличиям**; пристойный».

«ПРИЛИЧИЕ -я, ср. ср. 1. Соблюдение **правил** поведения, вежливость, пристойность в поведении, в словах. 2. мн. ч. **Правила** поведения, принятые в какой-л. общественной среде».

Для понимания русского менталитета важно, что активность субъекта лишь тогда одобряется обществом, когда она соответствует правилам, принятым в нем.

Нарушение этих правил мгновенно фиксируется и осуждается. Ср. у А. Т. Твардовского восприятие поведения немецкого оккупанта:

А. Т. Твардовский. «Василий Тёркин»
(глава «Поединок»)

Ты куда спешил — к хозяйке?

Матка, млеко? Матка, яйца?

Оказать решил нам честь?

Подай! А кто ты есть,

Кто ты есть, что к нашей бабке

Заявился на порог,

Не спросясь, **не** скинув шапки

И не вытерши сапог?

Со старухой сладить в силе?

Подай! Нет, кто ты есть,
Что должны тебе в России
Подавать мы пить и есть?

Не калека ли убогий,
Или **добрый человек** —
Заблудился

По дороге,
Попросился
На ночлег?

Добрым людям люди рады.
Нет, ты **сам себе** силен.

Ты наводишь
Свой порядок.

Ты приходишь —
Твой закон.

Кто ж ты есть?
Мне толку нету,
Чей ты сын и чей отец.
Человек по всем приметам, —
Человек ты? Нет. **Подлец!**

Синонимический ряд с доминантой **суматоха**: *суполока, суета, сумбур, сумятица, беспорядок, светопрествление* — построен как раз инверсно: на фиксации и осуждении отсутствия ПОРЯДКА.

«СУМАТОХА 1. **Беспорядочная** торопливая бегодня, суетливые хлопоты; **суета**».

«БЕСПОРЯДОЧНЫЙ 1. Лишенный **порядка**, находящийся в беспорядке».

В синониме *беспорядок* ПОРЯДОК входит в состав означающего, что (в сочетании со стилистической нейтральностью и неспециализированностью значения) позволяет считать его истинной доминантой данного синонимического ряда.

Как видим, в данном синонимическом ряде активность субъекта, не соответствующая порядку и не содержащая его в себе, осуждается и маркируется отрицательно. Это инструкция общества носителю языка, как не следует действовать.

Синонимический ряд с доминантой **основной**: *главный, центральный, стержневой, первичный, фундаментальный* — ориентирован на аксиологему ПОРЯДОК иначе.

«ОСНОВНОЙ 1. Наиболее важный, существенный; **главный**».

«ГЛАВНЫЙ 1. Самый **важный**, существенный среди других; **основной**. 4. Находящийся, расположенный в **центре**, в **середине** чего-л.; самый важный, самый **большой**. 5. **Старший** по положению, **возглавляющий** кого-, что-л.».

Семантема прилагательного *главный* дает много полезной информации (она выделена полужирным шрифтом).

Начнем с того, что прилагательное *важный* происходит от слова *вага* 'вес, тяжесть'

[Фасмер 2004, т. 1: 263] (ср. диалектное *важить* 'весить', 'значить' [СРНГ, 4: 14]).

Таким образом, в основе семантической организации этого слова лежит идея *упорядочивания* по шкале веса, который, транспонируясь в социальную плоскость, превращается в социальный вес — 'значение':

«ВАЖНЫЙ 1. Имеющий особенно **большое значение**».

Определение главного как **центрального** и **срединного** имеет в своей основе концентрическую модель мироустройства, при которой весомость (важность) убывает по мере удаления от центра. Как видим, и здесь всё упорядочивается расположением на шкале, направленной от центра (середины) к периферии.

Определение *главного* как **старшего** говорит о транспонировании упорядочивающей шкалы в сферу времени: кто старше, тот важнее. Тут выразился архаичный патриархальный взгляд на мироустройство, представленный в Ветхом Завете: «*Почитай отца твоего и мать твою, чтобы продлились дни твои на земле, которую Господь, Бог твой, дает тебе*» (Библия, Исход 20:12, Пятая заповедь).

И, наконец, тавтологичное определение *главного* как 'возглавляющего' отсылает нас к шкале, расположенной вертикально. Этой шкалой является человеческое тело, высшей частью которого является **голова**. Понятно, что на этой шкале **значение (вес)** убывает сверху вниз.

Подтверждение этому находим и в семантеме слова *важный*: «2. Разг. **Высокий** по должности, по положению. 3. Исполненный достоинства; величавый, **гордый**. 4. Прост. **Хороший** по качеству; отличный».

И здесь наблюдаем вертикальную шкалу, на которой **важное** расположено **высоко**, но уже на пространственной шкале, транспонированной в социальную сферу (значение 2). Что касается значения 3, то, в соответствии с этимологией А. А. Кретьова, *гордый* — первоначально 'высокий' [Кретьов 2009: 160] (ср. у А. С. Пушкина:

*Читал я где-то,
Что царь однажды воинам своим
Велел снести земли по горсти в кучу,
И гордый холм возвысился — и царь
Мог с вышины с весельем озирать
И дол, покрытый белыми шатрами,
И море, где бежали корабли. —*

А. С. Пушкин, «Скупой рыцарь»).

В значении 4 слова *важный* показательная оценка **важного** на реальной пространственной или воображаемой шкале как ХОРОШЕГО.

«ЦЕНТР -а, м. м. 1. Мат., физ. Точка пересечения каких-л. осей, линий в фигуре,

точка **сосредоточения** каких-л. отношений в теле. 2. Место, одинаково удаленное от краев, концов чего-л.; середина. 3. Часть города, обычно расположенная в **середине** его, где находятся административные здания, основные торговые, банковские учреждения и т. п. 4. чего или какой. Место, где **сосредоточена** какая-л. деятельность, управление чем-л. 5. перен. То, что (или тот, кто) является самым главным, важным, вокруг которого группируется, располагается все остальное. 7. **Высший** орган (органы) **управления** какой-л. деятельностью. 8. В составе названий некоторых учреждений или отделов, **ведущих** чем-л. 9. Физиол. Группа нервных клеток, **регулирующих** ту или иную функцию организма. [Лат. centrum].

«ВЕДАТЬ 4. чем. Заведовать, **управлять**, распоряжаться чем-л.»

«УПРАВЛЯТЬ несов., кем-чем. 1. Стоять во главе государства, осуществляя верховную власть; **править**1. 2. Руководить, **направлять** деятельность, работу кого-, чего-л., распоряжаться хозяйственными, финансовыми и т. п. делами чего-л. 5. Пользуясь какими-л. средствами, приборами и т. п., **направлять, регулировать** ход, движение, работу чего-л. 6. Оказывать воздействие на состояние, развитие чего-л., руководить ходом какого-л. процесса».

«ПРАВИТЬ1 несов. 1. кем-чем и без доп. Обладая властью, управлять, **руководить**. 2. **Направлять** чью-л. деятельность, руководить, распоряжаться чем-л. 3. кем-чем и без доп. **Направлять** ход движения кого-, чего-л. 4. чем. **Направляя** ход, движение чего-л., управлять».

«РУКОВОДИТЬ несов. 1. кем-чем. **Направлять** чью-л. деятельность, быть во главе чего-л.»

«НАПРАВЛЯТЬ несов., перех. 1. Несов. к направить. 2. (сов. направить). Руководить кем-, чем-л., указывать **правильное направление** в работе, деятельности и т. п.»

«ПРАВИЛЬНЫЙ. 1. Основанный на **правилах** (см. правило в 1 знач.), происходящий по **правилам**, соответствующий **правилам**. 2. Подходящий под правило, не содержащий отклонений от **правила**. 3. Соответствующий **правилам** (см. правило во 2 знач.), установленному порядку, требованиям. 4. Верный, **истинный**, соответствующий действительности. 5. Точный, **безошибочный**. 6. **Настоящий**, такой, какой нужен. 7. Соответствующий **действительным потребностям**, приводящий к **нужным** результатам. 8. Разг. **Хороший, справедливый**».

НАПРАВЛЕНИЕ 2. **Линия движения** чего-л.; сторона, в которую устремлено действие, движение. 3. перен.; чего или какое.

Путь развития какого-л. действия, явления и т. п. 4. Определенная **направленность**, устремленность к чему-л.

Таким образом, **основной, главный, центральный** — такой, который задает ИСТИННУЮ (т. е. соответствующую действительности) линию движения, ПРАВИЛЬНЫЙ (т. е. соответствующий ПРАВИЛАМ самой действительности и потому приносящий нужные результаты) путь развития, ХОРОШУЮ и СПРАВЕДЛИВУЮ направленность чего-либо.

И здесь ПРАВИЛЬНОСТЬ, ИСТИННОСТЬ и ПОЛОЖИТЕЛЬНАЯ ОЦЕНКА (ХОРОШИЙ) оказываются неразрывны.

«ПРАВЫЙ2. 1. Ни в чем не виновный, не имеющий за собой вины, проступка. 2. в знач. сущ. *правый*. 3. обычно кратк. ф. Правильно говорящий, думающий или поступающий, не совершивший ошибки. 4. „Закрывающий в себе правду (в 3 знач.); справедливый“».

С точки зрения аксиологом русской ментальности (АРМ) уникально приведенное выше слово *правый*, представляющее положительные члены важнейших аксиологических оппозиций: ПРАВЫЙ — ВИНОВНЫЙ, ПРАВЕДНИК — ПРЕСТУПНИК, ПРАВИЛЬНЫЙ — ОШИБОЧНЫЙ, ПРАВДА-ИСТИНА — КРИВДА-ЛОЖЬ, СПРАВЕДЛИВЫЙ — НЕСПРАВЕДЛИВЫЙ.

Говоря об АРМ, нельзя умолчать еще об одной оппозиции, только частично отмеченной выше: ПРЯМОЙ — КРИВОЙ.

«ПРЯМОЙ. 1. Ровно вытянутый в каком-л. направлении, **без изгибов**. 2. Идущий **напрямик**. 3. **Гладкий**, не выющийся (о волосах). 4. Расположенный **в центре**, не сбоку. 5. Не сутулый, **не согнутый**. 6. только полн. ф. Обеспечивающий **непосредственную** связь кого-, чего-л. с кем-, чем-л. 7. только полн. ф. **Непосредственный**, без промежуточных ступеней. 8. **Непосредственный**, ближайший. 9. **Откровенный, правдивый**. 10. Выражающий **откровенность, правдивость**. 11. Явный, **открытый**. 12. только полн. ф. **Подлинный, настоящий, действительный**. 13. только полн. ф. Несомненный, безусловный, очевидный. 14. только полн. ф. Буквальный, **не переносный**. 15. в знач. сущ. прямая, -ой, ж. Мат. То же, что **прямая линия**. 16. только полн. ф. Мат. **Такой, при котором** увеличение (или уменьшение) одного **вызывает** увеличение (или уменьшение) другого».

«КРИВОЙ. 1. **Не прямолинейный**, изогнутый. 2. Покосившийся, **перекошенный**. 3. в знач. сущ. кривая, -ой, ж. Мат. **Непрямая** линия. 4. „в знач. сущ. *кривая*, -ой, ж.; чего. Спец.“. Графическое изображение в виде такой линии, указывающее на соот-

ношение количественных показателей како-го-л. процесса. 5. **Поврежденный** или вытекший (о глазе). 6. Разг. **Одноглазый**, слепой на один глаз. 7. {То же} в знач. сущ. О человеке. *кривой*, -ого, м.; *кривая*, -ой, ж. 8. Устар. **Несправедливый, неправильный, ложный**».

ПРЯМОЕ ассоциируется русской лингвокультурой с нормой, КРИВОЕ — с аномалией. Норма оценивается положительно, аномалия — отрицательно.

По-видимому, есть все основания оценивать в русской лингвокультуре оппозицию ПРЯМОЕ/КРИВОЕ как ценностнообразующую, центральную, первичную.

С этой точки зрения вполне естественно, что во время Великой Отечественной войны русские люди считали Гитлера одноглазым: развязавший и ведущий *неправую* войну и сам мог быть только *кривым*.

Остальные аксиологемы представлены одним синонимическим рядом:

РАДОСТЬ (инверсн.): 7 **грустный, печальный, кручинный, минорный, невеселый, панихидный, нерадостный**;

ДОБРО: 6 **жестокий, безжалостный, беспощадный, свирепый, лютый, драконовский**;

УМ: 6 **понять, уяснить, определить, разобраться, осмыслить, постичь**;

ЧИСТОТА (инверсн.): 6 **испачкаться, загрязниться, завозиться², изгадиться, измазаться, испакоститься**.

То, что аксиологема РАДОСТЬ в синонимическом ряду с доминантой *грустный* выражается инверсно, видно из синонима *нерадостный*, содержащего отрицание: «РАДОСТНЫЙ. Испытывающий чувство **радости**».

Это же подтверждается и анализом прилагательного *грустный*, толкуемого через существительное *грусть*, в свою очередь толкуемого через *печаль* с антонимом *радость*:

«ГРУСТНЫЙ 1. Испытывающий чувство **грусти**; печальный, унылый. 2. Выражающий **грусть**, вызванный **грустью**. 3. Исполненный **грусти**. 4. Вызывающий, навевающий **грусть**».

«ГРУСТЬ -и, ж. ж. Чувство **печали**, легкого уныния».

«**Печаль**. Syn: скорбь, **грусть**, горесть, горе, боль, сокрушение, тоска, кручина, **уныние**, огорчение. Ant: **РАДОСТЬ**, счастье» [LingvoThesaurus 2011].

Состояние ГРУСТИ-ПЕЧАЛИ совершенно необходимо для осмысления и выделения РАДОСТИ. Не будь этой оппозиции, РАДОСТЬ было бы невозможно осознать. Кроме того, человек так устроен, что его жизненные и эмоциональные циклы протекают по синусои-

де: от спадов к подъемам и вновь к спадам, т. е. от радости к печали и наоборот.

В синонимическом ряду *жестокий, безжалостный, беспощадный, свирепый, лютый, драконовский* два слова прямо указывают на противоположности: *жалость* и *пощаду*.

«ЖАЛОСТЬ. Чувство **соболезнования, сострадания** к кому-, чему-л.».

«ПОЩАДА. Проявление **сострадания, жалости, милосердия** к кому-, чему-л. со стороны того, кто имеет возможность или власть покарать, наказать, уничтожить и т. п.».

«СОСТРАДАНИЕ. **Сочувствие, жалость**, вызываемые страданием, несчастьем другого человека».

«МИЛОСЕРДИЕ. Готовность оказать помощь, проявить снисхождение из **сострадания, человеколюбия**, а также сама помощь, снисхождение, вызванные такими чувствами».

«ЧЕЛОВЕКОЛЮБИЕ. **Любовь** к человечеству, к людям, готовность помочь им; **гуманность**».

«ЛЮБОВЬ. 1. Чувство глубокой привязанности к кому-, чему-л. 2. Чувство **расположения, симпатии** к кому-л.».

«РАСПОЛОЖЕНИЕ. 4. **Хорошее**, благоприятное отношение к кому-л.; **симпатия**».

«СИМПАТИЯ. 1. Влечение, **расположение** к кому-, чему-л. 2. обычно мн. ч. **Теплые чувства, привязанность**».

«ПРИВЯЗАННОСТЬ -и, ж. ж. 1. Чувство **близости** к кому-, чему-л., основанное на глубокой **симпатии, преданности**».

«БЛАГОПРИЯТНЫЙ. 1. Способствующий, помогающий чему-л., удобный для чего-л. 2. **Хороший, одобрителный**».

«ОДОБИТЕЛЬНЫЙ. Содержащий в себе **одобрение**; выражающий **одобрение**».

«ОДОБРЕНИЕ. Признание **хорошим, правильным; положительный** отзыв, **похвала**».

«ХОРОШИЙ. 1. Обладающий **положительными** качествами, свойствами, вполне отвечающий своему назначению; противоп. **плохой**. 2. О произведениях искусства. 3. Такой, в котором проявляются только **положительные** стороны, доставляющий удовлетворение, удовольствие. 4. **Полезный**, нужный, способствующий чему-л. 5. Обладающий каким-л. или большим **преимуществом** среди других таких же. 6. **Прекрасный**. 7. Достигший умения, мастерства в своем деле, специальности. 8. Обладающий **положительными моральными** качествами (о человеке). 9. Примерно, образцово выполняющий свои обязанности, обязательства по отношению к кому-, чему-л. 10. О ребенке, подростке. 11. Выражающий душевное благородство, **ДОБРОТУ**, сердечность. 12. в знач. сущ. То, что является **положи-**

тельным, существенным, достойным, заслуживающим признания и т. д. 14. только полн. ф. Связанный взаимным **расположением**, короткими отношениями с кем-л., **близкий**. 15. только кратк. ф. Разг. Находящийся в **добрых** отношениях с кем-л. 16. только полн. ф. Вполне **достойный, добропорядочный**. 17. Устар. **Благородный**, родовитый. 18. Свойственный **благовоспитанным** людям, соответствующий принятым **нормам** поведения. 19. Разг. Достаточно **большой**, значительный по количеству, величине. 20. Разг. ирон. **Сильный**, значительный по интенсивности, по степени проявления; изрядный. 21. только кратк. ф. Очень **красивый**».

«ДОБРОТА. Свойство по прил. **добрый** (в 1 знач.); отзывчивость, душевное расположение к людям, стремление делать **ДОБРО** другим».

К аксиологеме ДОБРА можно прийти и от антонима к слову *жестокий* — *гуманный*.

«ГУМАННЫЙ. Человеколюбивый, относящийся отзывчиво, чутко к людям, проникнутый вниманием, уважением к ним и заботой об их **благ**е».

«БЛАГО1. 1. Благополучие, счастье, **ДОБРО**».

УМ: 6 *понять, уяснить, определить, разобраться, осмыслить, постичь*.

Этот синонимический ряд интересен набором внутренних форм ситуации понимания. *Понять* — то же самое, что *поймать*: 'начать иметь в своем распоряжении, взяв' (обращение с идеями-смыслами моделируется по образу и подобию обращения с предметами-вещами). *Уяснить* — сделать ясным, т. е. доступным зрению, оче-видным. *Разобраться* — постичь устройство чего-либо сложного, разобрав его на составные части и уяснив их соединение. *Осмыслить* — овладеть смыслом чего-либо, т. е. распределить нечто, постигнув его назначение — смысл. И наконец, *постичь* — достигнуть, догнать, прийти до чего-либо в процессе познания.

«ПОНЯТЬ. 1. (несов. понимать). **Уяснить** себе, уразуметь **смысл**, сущность, содержание чего-л., **постичь** что-л.».

«ПОСТИЧЬ и ПОСТИГНУТЬ. 1. (несов. постигать). **Понять, уяснить смысл**, значение чего-л. 2. Изучить что-л.».

«СМЫСЛ. 1. Устар. **Разум**, рассудок. 2. с определением. Способность **понимать** что-л., **разбираться** в чем-л. 3. Внутреннее логическое содержание, значение чего-л., постигаемое **разумом**. 4. **Разумное** основание, назначение, цель. 5. Достаточное основание, **разумная** причина; резон».

«РАЗУМ -а, м. м. 1. Познавательная деятельность человека, способность логически

и творчески **мыслить**. 2. **Ум**, интеллект; рассудок. 3. Устар. **Смысл**, значение чего-л.» Ср. также фактическое отождествление в фольклоре *ума* и *разума*: *Ум за разум зашел (заходит) у кого; уму-разуму учить*.

«РАССУДОК 1. Способность логически мыслить, рассуждать, осмыслять действительность; **ум**, сознание. 2. **Нормальное** состояние человеческого сознания. 3. **Здравый смысл**, определяющий поведение человека; **разум**».

В заключение анализа этого синонимического ряда приведем словарную статью УМ из МАСа-2:

«УМ -а, м. м. 1. Познавательная и мыслительная способность человека, способность логически **мыслить**. 2. Такая способность, развитая в высокой степени, высокое развитие интеллекта. 3. Здравый **смысл**, способность **оценивать** обстановку, взвешивать обстоятельства и руководствоваться этим в своем **поведении**. 4. **Сознание, рассудок**. 5. Общественное **сознание**, общественная **мысль**, умственные интересы общества, а также **общество**, люди или отдельные личности как носители определенных представлений, умственных запросов. 6. **Человек** с точки зрения его умственных, интеллектуальных способностей».

Итак, *ум* — способность **мыслить**. Что же такое *мыслить*?

«МЫСЛИТЬ. 1. Рассуждать, сопоставляя явления объективной **действительности** и делая выводы. 2. о ком-чем и без доп. Устар. **Думать**, размышлять о ком-, чем-л. 3. Устар. **Думать**, полагать, **считать**. 4. перех. Представлять в **мыслях**, мысленно **воображать**. 5. с неопр. Разг. Рассчитывать, **предполагать**».

Таким образом, по данным МАСа-2, УМ — это способность человека познавать действительность, т. е. анализировать доступные наблюдению явления и делать верные выводы об их сущности-значении-смысле (*постигать*). Эта деятельность позволяет человеку в воображении *достраивать* действительность до целого (*воображать*) и прогнозировать ход наблюдаемых в ней процессов (*предполагать*).

Как видим, УМ как аксиологема теснейшим образом связан с ПРАВДОЙ-ИСТИНОЙ (т. е. с соответствием представлений о действительности самой действительности) и ПОРЯДКОМ (упорядоченностью, организованностью, устройством действительности, открывающихся уму).

УМ — неперемное условие овладения ПРАВДОЙ-ИСТИНОЙ и ПОРЯДКОМ.

Синонимический ряд с доминантой *испачкаться*: *загрязниться, завозиться², изгадиться, измазаться, испакоститься* —

указывает на аксиологему ЧИСТОТА инверсно. Это видно из устройства синонима *загрязниться*.

«ЗАГРЯЗНИТЬСЯ. Стать **грязным**; запачкаться».

«ГРЯЗНЫЙ. 1. Покрытый грязью, с грязью (в 1 знач.). 2. Запачканный, нечистый. 3. Связанный с тем, что загрязняет, пачкает. 4. перен. Вызывающий моральное отвращение; гнусный. 5. Серовато-мутный (о цвете). 6. Предназначенный для мусора, отбросов».

«ГРЯЗЬ. 1. Размякшая от воды земля, почва; слякоть. 4. Нечистота, пыль, сор. 5. перен. Что-л. низменное, безнравственное, бесчестное и т. п.».

Первое значение слова *грязь* при всей его энциклопедической безупречности лингвистически неудачно, потому что не учитывает внутренней формы слова, его этимологии: «Современная форма слова восходит к общеславянскому **gręzъ* 'вязкое дно', 'топкое место', 'болото' (*грязь, грязя* 'грязь', 'ил', 'тина'). Слово *грязь* связано по происхождению с *груз, погрузить, (по)грязнуть*» [Популярный словарь русского языка 2003].

«ЗЕМЛЯ. 1. Третья от Солнца, обитаемая нами **планета** (с прописной буквы). 2. **Место жизни** и деятельности **людей**. 3. **Суша**, земная твердь (в отличие от водного или воздушного пространства). 4. Верхний, поверхностный слой коры нашей планеты, а также ее более глубокие слои; **почва, грунт**. 5. Поверхность, **плоскость**, на которой мы стоим, по которой движемся. 6. Рыхлое темно-бурое вещество, входящее в состав коры нашей планеты. 7. Территория, находящаяся в чьем-л. **владении**, пользовании; обрабатываемая, используемая в сельскохозяйственных целях почва. 8. **Высок. Страна**, государство. 9. *Устар.* Поле, **фон** (ткани, обоев), по которому сделан рисунок».

Земля-мать, земля-кормилица не может иметь и не имеет отрицательных коннотаций, представленных в слове *грязь*. Тем более *земля* не может давать отрицательных коннотаций: «4. **Нечистота**, пыль, сор. 5. перен. Что-л. **низменное, безнравственное, бесчестное** и т. п.».

Показательно, что в стихотворении А. А. Ахматовой слова *земля* нет вообще, и читатель должен сам догадаться, о чем говорится в стихотворении.

*Да, для нас это грязь на калошах,
Да, для нас это хруст на зубах.
И мы мелем, и месим, и крошим
Тот ни в чем не замешанный прах.
Но ложимся в нее и становимся ею,
Оттого и зовем так свободно — своею.*

А. А. Ахматова. «В заветных ладанках не носим на груди...»

Лингвистически корректная дефиниция *грязи* намечена в словарной статье *грязный*: «Связанный с тем, что *загрязняет, пачкает*», т. е. связанный с грязью. Следовательно, *грязь* — то, что *пачкает*.

Примерная дефиниция первого значения слова *грязь* могла бы выглядеть так: «Вязкая нечистая субстанция, затрудняющая ходьбу, пристающая к телу и одежде». Ср. глаголы *пачкать, грязнить, марать*, определяемые через *грязь* и друг через друга.

«ПАЧКАТЬ. 1. (несов. запачкать и испачкать). Делать **грязным; грязнить, мазать**. 2. (несов. напачкать) без доп. **Гадить**. 3. (несов. запачкать) перен. **Позорить, порочить**. 4. *Разг. презр.* Делать что-л. неумело, небрежно, **грязно** (преимущественно рисовать, писать); **марать**».

«ГРЯЗНИТЬ. 1. (сов. загрязнить). Делать **грязным; пачкать**. 2. перен. **Порочить, бесчестить, позорить**».

«МАРАТЬ. 1. *Разг.* (сов. замарать). **Пачкать, грязнить**. 2. *перен.* Чернить, **порочить**. 3. (сов. намарать). Неряшливо, наспех или **плохо** писать, рисовать. 4. (сов. нет). **Портить**, заполнять небрежным или **плохим** писанием, рисованием».

В принципе, для обнаружения в данном синонимическом ряду аксиологемы ЧИСТОТА достаточно было бы второго значения прилагательного ГРЯЗНЫЙ «2. Запачканный, **нечистый**» и четвертого значения слова ГРЯЗЬ «4. **Нечистота**, пыль, сор», инверсно указывающих на аксиологему ЧИСТЫЙ-ЧИСТОТА, имеющую положительные коннотации.

Как можно видеть из дефиниций, приведенных выше, НЕ-ЧИСТОТА русской лингвокультурой отвергается и осуждается.

В заключение рассмотрим словарные статьи прилагательного *чистый* и существительного *чистота*.

«ЧИСТЫЙ. 1. **Незагрязненный**, незапачканный. 2. Содержащийся в опрятности; **опрятный**. 3. только полн. ф. *Устар.* Обставленный и убранный с особенной тщательностью; **парадный**. 4. **Главный, передний** (о лестнице, входе). 5. только полн. ф. Связанный с тем, что **не особенно пачкает, грязнит**. 6. только полн. ф. *Устар.* Принадлежащий к **привилегированным** слоям общества. 7. Предназначенный для **привилегированных** слоев общества. 8. Сделанный, выполненный тщательно, аккуратно и **искусно**. 9. Переписанный в окончательном виде, без помарок; белой. 10. Со **свободной**, открытой, ничем не занятой поверхностью. 11. **Не заполненный** ничем, не использованный для письма, рисунка и т. п. 12. Без веснушек, прыщей и т. п. (о коже). 13. Безоблачный, **не затуманенный**. 14. **Без**

примеси чего-л. постороннего или с незначительной примесью. 15. **Не замутненный** грязью, песком и т. п. (о воде); **прозрачный**. 16. Свежий, не душный, **не пыльный** и т. п. (о воздухе). 17. Без сорняков (о злаках). 18. **Не разбавленный**, не разведенный. 19. **Не смешанной** породы, чистокровный (о животных). 20. Одной древесной породы (о лесе). 21. Глубокий, яркий (о цвете, тоне, оттенке). 22. Звонкий, отчетливый, без хрипа (о голосе, звуке). 23. Правильный, соответствующий определенным **правилам, нормам** (о языке, слоге и т. п.). 24. перен. Нравственно безупречный, **правдивый** и **честный**, без грязных, корыстных помыслов и действий. 25. Исполненный высокой нравственности, **возвышенный**. 26. **Невинный**, непорочный, девственный. 27. Выражающий высокую **нравственность**, непорочность. 28. перен. Не заключающий в себе **лжи** и обмана. 29. Такой, которого ни в чем **нельзя упрекнуть, обвинить**. 30. только полн. ф. Получающийся, остающийся после вычета чего-л. 31. Устар. Свободный от долгов, задолженности и т. п. 32. только полн. ф. Самый **настоящий, совершенный, подлинный**.

«ЧИСТОТА. Свойство и состояние по прил. *чистый* (в 1, 5, 6, 7, 8, 9, 10 и 11 знач.)».

Нетрудно заметить, что в семантеме прилагательного *чистый* обнаруживается высокая концентрация аксиологем русской ментальности. Это, на наш взгляд, свидетельствует не только об объективности существования аксиологем, но и о том, что они составляют систему — взаимосвязанную и взаимообусловленную целостность.

Поскольку мы проанализировали менее полусотни синонимических рядов, мы не претендуем, да и не можем претендовать на выявление всех аксиологем русской ментальности, однако надеемся, что выделенные и прямо описанные выше аксиологемы являются истинными и правильными.

A. A. Kretov, Y. A. Starodubtseva
Voronezh, Russia

THE RUSSIAN AXIOLOGEMES ACCORDING TO THE ABRIDGED ACADEMY DICTIONARY OF RUSSIAN (2ND EDITION)

ABSTRACT. *The article deals with the research of the system of values which characterize the Russian people according to the objective data of the Russian language dictionary. In the beginning of the article the definition of the term "axiologeme" is discussed and the Russian mentality axiologemes revelation method is explained. This method is based on the analysis of the meanings represented in the language. Then it is supplemented with the method of the stepped identification suggested by E. V. Kuznetsova. The article presents the distribution of Russian vocabulary according to the number of synonyms given in the 2nd edition of the abridged dictionary of Russian. The synonymic sets of the Russian vocabulary are obtained due to the algorithm of the synonymy positional identification. The principle of the algorithm is to analyze all dictionary definitions of the source dictionary and to identify the synonymic sets on the basis of the definition similarity of the words with different roots. The authors have thoroughly examined 42 most numerous synonymic sets, which include 6 synonyms and more. They have made an attempt of the synonymic sets analysis to single out and describe the values of the Russian national consciousness expressed in the language. The rich synonymic sets point out the meanings causing the native speaker's strongest emotions. In the article they are considered from two points of view — linguistic and linguoculturological. Thus, the authors have described the main values of the Russian national consciousness expressed in the language on the basis of the analysis of values forming the most numerous synonymic sets.*

KEYWORDS: *axiologeme; hypersememe; synonymic set; linguacultural analysis; Russian language.*

ЛИТЕРАТУРА

1. Даль В. И. Пословицы русского народа.— М.: Эксмо: ННН, 2003. — 612 с.
2. Долбилова Е. В., Кретов А. А. Парадигматическая стратификация каталанской лексики и аксиологемы каталанской ментальности // Лінгвістичні студії : зб. наук. праць / Донецький нац. ун-т; наук. ред. А. П. Загнітко. — Донецьк: ДонНУ, 2010. Вип. 21. С. 267—272.
3. Кожевников А. Ю. Между первой и второй... Словарь алгономимов. — М.: ОЛМА Медиа групп, 2007. — 320 с.
4. Кретов А. А. Глагольные синонимические ряды по лексикографическим данным // Глагол в системе языка и речевой деятельности: материалы науч. лингв. конф. — Свердловск: Урал. ун-т, 1990. С. 62—64.
5. Кретов А. А. Пределы русского человека в языковой картине мира // Язык, коммуникация и социальная среда: межвуз. сб. науч. тр. — Воронеж, 2001. Вып. 1. С. 40—43.
6. Кретов А. А., Титов В. Т. Алгоритм позиционного выявления синонимии // Вестн. ВГУ. Сер.: Системный анализ и информационные технологии. 2006. № 1. С. 62—65.
7. Кретов А. А. Славянские этимологии: моногр. — Воронеж: Изд-во ВГУ, 2009. 364 с.
8. Кретов А. А., Меркулова И. А., Титов В. Т. Проблемы количественной лексикологии славянских языков // Вопросы языкознания. 2011. № 1. С. 52—65.
9. Кузнецова Э. В. Ступенчатая идентификация как средство описания семантических связей слов // Вопросы металингвистики. — Л.: Изд-во ЛГУ, 1973. С. 84—95.
10. МАС-2 = Словарь русского языка: в 4 т. / РАН, Ин-т лингвистич. исследований; под ред. А. П. Евгеньевой. 4-е изд., стер. — М.: Рус. яз.: Полиграфресурсы, 1999.
11. Мельников Г. П. В чем состоит своеобразие русского языка и какими факторами оно обусловлено // Политическая лингвистика. 2012. Вып. 2 (40). С. 13—20.
12. Популярный словарь русского языка. Толково-энциклопедический = Popular (Ru-Ru): (к версии АБВУУ Lingvo x5) / © «Русский язык-Медиа», 2003; А. П. Гуськова, Б. В. Сотин. Электрон. текстов. данные. (5 тыс. статей).
13. РЯСС 1975 = Словарь синонимов русского языка. — Л.: Наука, 1975. 648 с.
14. СРНГ = Словарь русских народных говоров. Вып. 1—48. — Л.: Наука, 1965—2015.
15. Титов В. Т. Частная количественная лексикология романских языков: моногр. — Воронеж: Изд-во Воронеж. гос. ун-та, 2004. 552 с.
16. Фасмер М. Этимологический словарь русского языка: в 4 т. / пер. с нем. и доп. О. Н. Трубачева. 4-е изд., стер. — М.: Астрель: АСТ, 2004.
17. Энциклопедический словарь крылатых слов и выражений. — М.: Локид-Пресс: Вадим Серов, 2003.
18. LingvoThesaurus (Ru-Ru): (к версии АБВУУ Lingvo x5). Тезаурис русской деловой лексики / © АБВУУ, 2011. Электрон. текстов. данные (16 тыс. статей).

ABOUT THE AUTHOR: *Kretov Aleksey Aleksandrovich, Doctor of Philology, Professor, Head of the Department of Theoretical and Applied Linguistics, Faculty of Romance-Germanic Philology, Voronezh State University, Voronezh, Russia.*

ABOUT THE AUTHOR: *Starodubtseva Yulia Anatolyevna, Lecturer of the Theoretical and Applied Linguistics Department, Faculty of Romance-germanic Philology, Voronezh State University, Voronezh, Russia.*

REFERENCES

1. Dal' V. I. Poslovitsy russkogo naroda. — M. : Eksmo : NNN, 2003. — 612 s.
2. Dolbilova E. V., Kretov A. A. Paradigmaticheskaya stratifikatsiya katalanskoj leksiki i aksiologemij katalanskoj mental'nosti // *Lingvisticheski studii : zb. nauk. prats' / Donets'kiy nats. un-t ; nauk. red. A. P. Zagnitko. — Donets'k : DonNU, 2010. Vip. 21. S. 267—272.*
3. Kozhevnikov A. Yu. Mezhdru pervoy i vtoroy... Slovar' alkogonimov. — M. : OLMA Media grupp, 2007. — 320 s.
4. Kretov A. A. Glagol'nye sinonimicheskie ryady po leksikograficheskim dannym // *Glagol v sisteme yazyka i rechevoj deyatelnosti : materialy nauch. lingv. konf. — Sverdlovsk : Ural. un-t, 1990. S. 62—64.*
5. Kretov A. A. Predely russkogo cheloveka v yazykovoy kartine mira // *Yazyk, kommunikatsiya i sotsial'naya sreda : mezhvuz. sb. nauch. tr. — Voronezh, 2001. Vyp. 1. S. 40—43.*
6. Kretov A. A., Titov V. T. Algoritm pozitsionnogo vyyavleniya sinonimii // *Vestn. VGU. Ser.: Sistemnyy analiz i informatsionnye tekhnologii. 2006. № 1. S. 62—65.*
7. Kretov A. A. Slavyanskie etimologii : monogr. — Voronezh : Izd-vo VGU, 2009. 364 s.
8. Kretov A. A., Merkulova I. A., Titov V. T. Problemy kvantitativnoj leksikologii slavyanskikh yazykov // *Voprosy yazykoznaniya. 2011. № 1. S. 52—65.*
9. Kuznetsova E. V. Stupenchataya identifikatsiya kak sredstvo opisaniya semanticheskikh svyazey slov // *Voprosy metalingvistiki. — L. : Izd-vo LGU, 1973. S. 84—95.*
10. MAS-2 = Slovar' russkogo yazyka : v 4 t. / RAN, In-lingvistich. issledovaniy ; pod red. A. P. Evgen'evoy. 4-e izd., ster. — M. : Rus. yaz. : Poligrafresursy, 1999.
11. Mel'nikov G. P. V chem sostoit svoeobrazie russkogo yazyka i kakimi faktorami ono obuslovljeno // *Politicheskaya lingvistika. 2012. Vyp. 2 (40). S. 13—20.*
12. Populyarnyy slovar' russkogo yazyka. Tolkovno-entsiklopedicheskiy = Popular (Ru-Ru) : (k versii ABBYY Lingvo x5) / © «Russkiy yazyk-Media», 2003; Gus'kova A. P., Sotin B. V. Elektron. tekstov. dannye. (5 tys. statey).
13. RYaSS 1975 = Slovar' sinonimov russkogo yazyka. — L. : Nauka, 1975. 648 s.
14. SRNG = Slovar' russkikh narodnykh govorov. Vyp. 1—48. — L. : Nauka, 1965—2015.
15. Titov V. T. Chastnaya kvantitativnaya leksikologiya romanskikh yazykov : monogr. — Voronezh : Izd-vo Voronezh. gos. un-ta, 2004. 552 s.
16. Fasmer M. Etimologicheskij slovar' russkogo yazyka : v 4 t. / per. s nem. i dop. O. N. Trubacheva. 4-e izd., ster. — M. : Astrel' : AST, 2004.
17. Entsiklopedicheskiy slovar' krylatykh slov i vyrazheniy. — M. : Lokid-Press : Vadim Serov, 2003.
18. LingvoThesaurus (Ru-Ru) : (k versii ABBYY Lingvo x5). Tezaurus russkoy delovoy leksiki / © ABBYY, 2011. Elektron. tekstov. dannye (16 tys. statey).

Статью рекомендует к публикации д-р филол. наук, проф. Е. А. Нахимова.

В. Б. Петров
Екатеринбург, Россия
Е. Д. Петрова
Магнитогорск, Россия

ЦВЕТОВЫЕ ЭПИТЕТЫ В КОНТЕКСТЕ МИРОВОЗЗРЕНИЯ МИХАИЛА БУЛГАКОВА

АННОТАЦИЯ. Исследование мировоззренческой позиции является основным фактором в понимании и трактовке творчества любого писателя. В статье рассматривается эволюция взглядов Михаила Булгакова на революционные события в связи с использованием цветowych эпитетов. Цвет в произведениях Булгакова не только выражает подсознательное эмоциональное восприятие художником происходящего, но и позволяет создать у читателей особое психоэмоциональное состояние. При этом художник, как правило, не ограничивается простыми «предметными» цветовыми эпитетами; семантика цвета большинства его произведений имеет политическую окрашенность. Авторы статьи обращают внимание на сочетание идеологического фактора и психологического воздействия цвета в ранних булгаковских рассказах о Гражданской войне и в романе «Белая гвардия». Уже в них Булгаков отвергает социальные стереотипы и стремится «стать бесстрастно над красными и белыми», а цветовая палитра позволяет в значительной степени высветить особенности миропонимания писателя. В 20—30-х гг. Булгаков рассматривает проблему влияния революции на судьбу России. Этой теме он посвящает повести «Собачье сердце», «Роковые яйца» и пьесу «Багровый остров». И вновь цветовые решения дают возможность понять логику сторонника ВЕЛИКОЙ ЭВОЛЮЦИИ. Сатирическая комедия «Багровый остров» является своего рода апофеозом булгаковской политической цветописы. Многоглойное конфликтное поле пьесы представлено текстуальным (четыре акта вставной «пьесы Дымогацкого»), контекстуальным («Пролог» и «Эпилог») и подтекстовым (народия на «квазимировую революцию») уровнями. Цветовые эпитеты в творческом наследии Булгакова в полной мере отражают эволюцию мировоззрения: трагизм классового противостояния постепенно окрашивается в драматические, иронические и, наконец, фарсовые тона.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: Булгаков; цветовые эпитеты; красные и белые; революция и эволюция.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ: Петров Василий Борисович, доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры социально-культурных технологий, Уральский государственный лесотехнический университет; 620100, г. Екатеринбург, Сибирский тракт, 37; e-mail: 45master91@mail.ru.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ: Петрова Елена Дмитриевна, кандидат биологических наук, доцент, доцент кафедры психологии, Магнитогорский государственный технический университет; 455000, Россия, г. Магнитогорск, пр-т Ленина, 114, к. 242; e-mail: 45master91@mail.ru.

Исследование творчества любого писателя предполагает не только изучение своеобразия его поэтики, но и осмысление его ценностных ориентиров. При этом мировоззренческая составляющая является основополагающей в понимании и трактовке его творчества. Именно поэтому особенности миропонимания Михаила Булгакова, его отношение к революционным событиям всегда привлекали внимание литературоведов. Одним из способов выражения политических пристрастий писателя по праву считается цветовая палитра его произведений — цвет способен выразить подсознательное эмоциональное восприятие художником происходящего.

Цветовое восприятие мира позволяет Булгакову создать у читателей особое психоэмоциональное состояние, поскольку каждый цвет имеет не только психофизические характеристики и символическое значение, но и «чувственное», «нравственное влияние» [Гёте 2012]. При этом писатель «редко удовлетворяется простыми „предметными“ цветовыми эпитетами (зелёный, голубой, белый), <...> основной принцип конструирования палитры большинства произведений писателя — это принцип контраста в его формальных и идеологических функциях» [Юшкина 2008].

Уже в ранних рассказах Михаила Булгакова с пронзительной остротой отразилось

историческое столкновение двух миров и крушение привычных ценностных ориентиров («Бог умер» [см.: Можейко 2002]), когда в газетных листках «в сущности, об одном: о крови, которая льется и на юге, и на западе, и на востоке...» [Булгаков 1917]. Как писал К. Симонов в стихотворении «Красное и белое», «Мир неделим на черных, смуглых, желтых, / А лишь на красных — нас, / И белых — их» [Симонов 1948]. Между тем Булгаков в своих оценках, отвергая социальные стереотипы, стремился «стать бесстрастно над красными и белыми» [Булгаков 1930].

В рассказе «В ночь на третье число» читаем: «И сгинула черная лента, пересекая город, в мраке, <...> чудом склеившаяся Венера над Слободкой опять играла, чуть красноватая, и лежала белая перевязь» [Булгаков 1922] (здесь и в дальнейшем курсив мой. — П. В.). Последствия трагической «усобицы» (М. Волошин) Булгаков сравнивает с болезнью (не случайно рассказ «Красная корона» имеет подзаголовок «Historia morbi» — «История болезни»). Чувство вины главного героя окрашивает его восприятия в кроваво-красные тона — призрак погибшего брата является перед ним «в красной лохматой короне», а вместо глаз — два «красных пятна с потеками» [Булгаков 1922]. По сути та же болезнь мучает генерала Хлудова («Бег»).

В романе «Белая гвардия» наиболее употребительными являются ахроматические цвета, их варианты и оттенки (51,7 % от общего числа): **черный** — 57 %, темный — 18 %, серый — 11 % и **белый** — 5,8 %, светлый — 5,2 %, серебряный, серебристый — 3 %. Белый цвет был вынесен автором даже в заглавие романа, хотя предполагались и иные варианты («Белый крест», «Белый снег», «Черный снег» и др.). По воспоминаниям современников, в процессе инсценирования романа «Белая гвардия» Репертуарно-художественная коллегия театра предложила назвать пьесу «Перед концом» [см.: Виноградская М., т. 3: 538—539]. Причем Булгаков готов был отказаться от слова «гвардия», только бы сохранить эпитет «белый». В библейской традиции *белый* цвет, как правило, означает святость, чистоту, целомудрие, мудрость и веру. Представляется справедливым утверждение Б. Мягкова, который считает, что само слово «белый» в сознании Булгакова в сочетании с «гвардией» восходит к одеяниям учеников Христа, святых апостолов, тех, кто в преддверии Страшного суда находится у престола Господня [см.: Мягков] и, следовательно, имеет некий сакральный смысл, символизирующий позицию писателя (над схваткой).

Объективно с *белым* цветом автор связывает свои представления о вечных ценностях: о доме и семье, о чести и Родине. Когда все это оказывается под угрозой, *черный* цвет — цвет зла, хаоса и скорби — поглощает все остальные краски («*Черный* снег», «*черная* пасть подвального хода», «*черная* рубашка от запекшейся крови», «люди в *черных* пальто», «бесконечные *черные* туннели» и т. д.). Для автора *черный* цвет — символ нарушения гармонии, а контрастное сочетание черного и белого, черного и красного, красного и голубого не только подчеркивает драматические перипетии в жизни отдельных персонажей, но и передает трагизм противоречивого времени. *Темной* ночью видят герои *белый* крест Святого Владимира — и это знак свыше, предупреждающий о грядущем Страшном суде. «И судимы были мертвые по написанному в книгах сообразно с делами своими» [Булгаков т. 1: 439], — гласит эпитафия к роману, взятый из Откровения святого апостола Иоанна Богослова.

Из колористической гаммы в «Белой гвардии» преобладают насыщенные контрастные цвета (красный, синий, желтый, зеленый и голубой). При этом общая картина выглядит следующим образом: красный — 20,1 % от общего числа, кровавый — 5,1 %, багровый — 4 %, коричневый — 2,7 %, розовый —

6,2 %, оранжевый — 0,6 %, желтый — 15 %, зеленый — 14 %, голубой — 10 %, синий — 15,1 %, фиолетовый — 1,2 %.

По справедливому замечанию Т. Б. Сейфи, доминирующим цветом революционной эпохи становится красный цвет. В поэзии символистов он «воплощает ту дуальность телесного и духовного (Зверя и Бога), непримиримость которой резко обозначилась на рубеже веков и нашла свое разрешение в противостоянии духовной жизни, идеалистических устремлений наступающему царству материи и плоти» [Сейфи 1999]. Не случайно в романе Булгакова освобождение из тюрьмы (из камеры № 666) Петлюры уподобляется явлению Зверя. День пришествия «зверя», когда погибнут пророки и трупы их три дня не будут преданы земле [см.: Библия, Откр.: XI: 3—9], описывается в Откровении святого апостола Иоанна Богослова. Подобное описание встречаем и в булгаковском романе, где улицы Города после петлюровского нашествия усеяны трупами убитых офицеров и юнкеров.

Красный цвет, «цвет бунтов и революций, где ставка делается на активность и агрессию, а не на рефлексивность и рассудительность» [Бабайцев 2007: 56], создает в «Белой гвардии» атмосферу нарастающей тревоги, ожидания трагических событий. Столкновение классовых и общечеловеческих ценностей в романе просматривается в цветовой гамме зарисовок. Поскольку «цвет оказывает известное действие на чувство зрения, к которому он преимущественно приурочен, а через него и на душу» [Гёте 2012], автор обращает внимание читателя **на детали** («*красный* капор Елены» [Булгаков т. 1: 475—476], ее «*красные* глаза» [Там же: 455], на «*красный* бархат в гостиной» [Там же: 441] и т. д.) и **символические образы** («*красный*, дрожащий Марс» [Там же: 439], «звезды красные, облака *красные*» [Там же: 495]), предваряющие кровавые события: «корявый мужичонков гнев <...> бежал по метели и холоду, в дырявых лаптишках, с сеном в непокрытой свалывшейся голове и выл. В руках он нес великую дубину, без которой не обходится никакое начинание на Руси. Запорхали *красные* петушки» [Там же: 497].

В последнем эпизоде романа на фоне бронепоезда «Пролетарий» возникает фигура с винтовкой в руках. И «удобнее всего» ему было смотреть на «красноватую живую звезду Марс», поскольку она была «пятиконечная», и от этого «душа человека мгновенно наполнялась счастьем» [Булгаков т. 1: 683]. «Для „человека Марса“ Земля — ристалище, поле вечного противоборства, бес-

конечной борьбы...» [Бауэр, Дюмотц, Головин 1995: 260]. Предзнаменование этой борьбы — в финале, когда «играла Венера *красноватая*, а от голубой луны фонаря временами поблескивала на груди человека ответная звезда. Она была маленькая и тоже пятиконечная» [Булгаков т. 1: 683].

Отвергая логику классово-борьбы, Булгаков намеренно игнорирует цветовое решение социального конфликта. Сон Алексея Турбина подчеркивает равенство всех «в поле брани невинно убиенных», будь они *белыми* или *красными*, ибо «поступки у <...> всех одинаковые: сейчас друг друга за глотку...» [Там же: 496].

Одним из лейтмотивов в «Белой гвардии» (а затем и в «Днях Турбиных») становятся «кремовые шторы», олицетворяющие домашний очаг. Реальность происходящего — кровь, холод и смерть — отражается в злобешем контрасте мирного заснеженного белого Города, который предстает перед читателями то «в угольной тьме», то «в тяжелой серо-голубой завесе», то «сияющим, как жемчужина в бирюзе», и *красно-черных, багровых* тонов.

С точки зрения И. Гёте, насыщенный чистый желтый цвет «обладает всегда светлой природой». Это символ солнца и спелого урожая. Но «если в своем чистом и светлом состоянии этот цвет приятен, <...> то зато он <...> производит весьма неприятное действие, загрязняясь или до известной степени переходя на отрицательную сторону» [Гёте 2012]. Так, в поэзии символистов (А. Блок) *желтый* цвет сочетания с черным является одним из цветов «страшного мира». В «Белой гвардии» предощущение распада и ужас смерти окрашено в *желтый* цвет («*желтые* гробы», «*желтые* ключицы и волосы Ванды», «люди с гнилыми *желтыми* зубами», «*желтый* венчик с иконками» из сна Елены и т. д.).

Серый цвет у Булгакова неизменно таит в себе неизвестность и угрозу. В «Белой гвардии» постоянно незримо присутствует «некто в сером». Это не только гетман и Петлюра. «*Серые* шеренги» немцев, *серые* шинели петлюровского воинства, «*серые* разрозненные полки» большевиков. *Серых* боятся все: «А вдруг? а вдруг? а вдруг? лопнет этот железный кордон... И хлынут серые. Ох, страшно...» [Булгаков т. 1: 481]. *Серый* мрак покрывает землю, и от этого героям еще страшнее и непонятнее. Даже «день» в «Белой гвардии», как правило, «мутный», «*серый*». Над Городом висит *серый* туман, а когда он рассеивается, обнажается политая кровью и усеянная трупами земля.

Цветовые решения в булгаковской трилогии о судьбах интеллигенции в годы Гражданской войны («Белая гвардия», «Дни Турбиных», «Бег») позволяют прийти к выводу, что политическая позиция автора не сводится лишь к патетическому утверждению обреченности белого дела («Народ не с нами. Он против нас. Значит, конечно! Гроб! Крышка!» [Булгаков т. 1: 141]), а политический выбор его героев — к стремлению сойти с арены классово-борьбы («Беспартийный штабс-капитан Мышлаевский сходит со сцены» [Смелянский 1989: 687]; «*Ч а р н о т а*. <...> Я на большевиков не сержусь. Победили и пусть радуются» [Булгаков т. 3: 409]; «Не таракан, в недрах плавать не стану... Хлудов пройдет под фонариками» [Там же: 407]).

Едва ли можно согласиться и с мнением отдельных критиков и литературоведов о четкой и однозначной политической позиции Михаила Булгакова, выраженной в пьесе: «Мышлаевский становится на путь служения Красной Армии, <...> милый студент Лариосик, и будущий певец Шервинский, и Николка <...> с надеждой прислушиваются к звукам „Интернационала“ <...>. Теперь, на деле ощутив пустоту белого движения, они чувствуют моральную ответственность перед народом» [Марков 1971: 351]; «Такие люди, как капитан Мышлаевский, будут хорошо служить и в Красной Армии; Шервинскому, певцу, хочется петь... А Николка, наверное, будет учиться. Всем найдется дело» [Смирнова 1964: 301]. Следует согласиться с точкой зрения Ю. Неводова, который полагает, что «сам писатель значительно строже судил своих героев» [Невоводов 1975: 227]. И политические пристрастия писателя можно оценивать только с учетом их эволюции на протяжении всего творческого пути.

В 20—30-е гг. Булгаков рассматривает проблему влияния революции на судьбу России. В этом ключе он пишет повести «Собачье сердце», «Роковые яйца» и пьесу «Багровый остров». И вновь цветовые решения помогают понять особенности миропонимания художника.

Так, выражая точку зрения автора — приверженца «Великой Эволюции» — профессор Преображенский («Собачье сердце») произносит: «Террором ничего поделаться нельзя <...>. Они напрасно думают, что террор им поможет. Нет-с, нет-с, не поможет, какой бы он ни был: *белый*, *красный* или даже *коричневый!*» [Булгаков т. 1: 357]. «Молнии коверкали его лицо», когда он читал газетную заметку Швондера: «Семь комнат каждый умеет занимать до тех пор, пока блистающий меч правосудия не сверкнул

над ним *красными* лучами!» [Там же: 394]. О том, чем оборачивается «*красный* луч» в руках «*красного* командира», рассказывает повесть «Роковые яйца».

В основе «мифологического» сюжета повести «Роковые яйца» — трагические последствия фантастического эксперимента, однако фантастика здесь явно не самоцель. Совершенно случайно, как это часто бывает в науке, профессор Персиков совершает удивительное открытие — «красный луч», повышающий «жизнедеятельность протоплазмы». И тут же автор начинает с читателем весьма тонкую многослойную игру, в которой каждая деталь (в том числе и цвет) имеет как прямое, так и переносное значение.

Эта двойственная (с политическим подтекстом) семантика намечается еще в процессе самого эксперимента: «...в том месте, где пролегал *красный заостренный меч* (весьма напоминает меч из финала «Белой гвардии». — П. В.), происходили странные явления. В *красной* полосочке кипела жизнь. *Серенькие* амебы, выпускающая ложноножки, тянулись изо всех сил в *красную* полосу и в ней (волшебным образом. — П. В.) оживали. <...> Они лезли стаяй и боролись друг с другом за место в луче. <...> Вновь рожденные яростно набрасывались друг на друга и рвали в клочья и глотали. <...> Побеждали лучшие и сильные. И эти лучшие были ужасны» [Булгаков т. 1: 283, 284].

Красное и серое (вопреки семантике этих цветов) не только не противостоят друг другу, а активно взаимодействуют. Под влиянием «*красного* луча», открытого в «*сером* неприглядном» корпусе на Тверской, вырастает до чудовищных размеров, «*серея* на блюде, влажная лягушка величиною с кошку» [Там же: 309], а змея оборачивается «*сероватым* и оливковым бревном» [Там же: 326].

То, что «луч жизни» красного цвета, имеет для персонажей, окружающих Персикова (в *серых* пиджаках и с *серыми* шляпами), первостепенное значение. Не случайным представляется и подбор цветоопределений: «сотрудник московских журналов — „*Красный* огонек“, „*Красный* перец“, „*Красный* журнал“, „*Красный* прожектор“ и газеты „*Красная* вечерняя газета“, «сотрудник сатирического журнала „*Красный* ворон“, издания ГПУ», местная газета «*Красный* боец», показательный совхоз «*Красный* луч», «номера на Тверской „*Красный* Париж“». Благодаря авторской фантазии даже изначально белые яйца «голых гадов» («замелькали белые головки яиц» [Там же: 317]) становятся ярко-красными («испещренные пятнами яр-

ко-красные яйца» [Там же: 322]). Если в «Собачем сердце» эпитет «красный» в подавляющем большинстве случаев лишен политической окраски, то в повести «Роковые яйца» политическая символика становится определяющей. С *красным* цветом в повести мы встречаемся 35 раз; почти столько же, сколько с семантически контрастным ему *белым* — 36. Для сравнения: с *зеленым* — 28 раз, с *желтым* — 20, с *черным* — 16, с *серым* — 15.

Булгаков обращает внимание на то, что обнаруженный фантастический «эффект» порожден *неестественным* образом — «в спектре солнца его нет... добыть его можно только от *электрического света*» [Там же: 284] при опущенных шторах. Экспозиция действия (описание лаборатории Персикова) уже содержит конфликтную символику, где значимые для автора образы («зеленая лампа в кабинете», «шкапы» с «тысячами книг») сталкиваются с «чучелами», «препаратами», «гадами», зеркалами и рефлекторами.

О противоестественности открытия Персикова свидетельствует и то обстоятельство, что сделано оно было на «*стеклянном* столе» под «*стеклянным* потолком» благодаря многочисленным случайным отражениям. При этом угадываются и трагические последствия происходящего: «...Персиков в изнеможении курил и сквозь полосы дыма смотрел *мертвыми* от усталости, но довольными глазами в приоткрытую дверь камеры, где, чуть подогревая и без того душный и *нечистый* воздух в кабинете, тихо лежал *красный* сноп луча» [Там же: 310]. Стекло у Булгакова как бы искажает реальность, и в одном семантическом ряду оказываются *красный* луч, *нечистый* воздух и *мертвые* глаза. С красным цветом соседствуют зло, смерть, разложение: «...*красные* волны ходили по экрану, *неживой* дым распухал и мотался клочьями, полз струей, выскакивала *огненная* надпись: „Сожжение куриных *трулов* на Ходынке“» [Там же: 304—305].

Так по иронии судьбы вместо творения новой жизни едва не наступает апокалипсис, а в карнавал человеческих страстей вплетается почти библейское пророчество конца мира. Потому-то автор и наделяет Александра Семеновича «эсхатологической фамилией», а деревню возле совхоза «Красный луч» именует Концовкой.

Сатирическая комедия «Багровый остров» является своего рода апофеозом булгаковской политической цветописи. Многослойное конфликтное поле пьесы представлено тремя уровнями: 1) текстуальный уровень (четыре акта вставной «пьесы Дымо-

гацкого» — булгаковская пародия на псевдоидеологические поделки; конфликт бездарной постановки и здравого смысла читателей и зрителей); 2) контекстуальный уровень (контекст постановки «пьесы Дымогацкого» — «Пролог» и «Эпилог»; конфликт новоявленного Жюль Верна и «повелителя репертуара» Саввы Лукича); 3) подтекстовый уровень (пародия на «квазимировую революцию» — конфликт автора с революционной действительностью).

Учитывая создаваемую критикой репутацию, Булгаков всячески пытался завуалировать классовый конфликт. В письме Правительству СССР он писал по поводу нападок критики на пьесу: «...в пьесе <...> встает зловещая тень, и это тень Главного Репертуарного Комитета. <...> Пасквиля на революцию в пьесе нет <...> пасквиль на революцию, вследствие чрезвычайной грандиозности ее, написать невозможно» [Булгаков 1930]. Действительно, в самой пьесе Булгаков создает не пасквиль, а монументальную пародию на борьбу классов. Классовый конфликт передается здесь намеренно упрощенно — через семантику цвета: «*белые арапы*» — угнетатели, «*красные туземцы*» — угнетенные. Примитивизм в развитии сюжета подобных пьес подчеркивается репликой Геннадия Панфиловича, исполненной скрытой авторской иронии. Даже не читая текста, директор уверенно заявляет: «Она (пьеса — П. В.) заканчивается победой *красных туземцев* и никак иначе заканчиваться не может» [Булгаков т. 3: 281]. При появлении на «генеральной репетиции» представителя Главреперткома Саввы Лукича «сцена немедленно заливается *неестественным красным* цветом» [Там же: 323]. Во всех этих случаях *красный*, *багровый* цвет маскирует «под идеологическое» бездарное, убогое произведение Дымогацкого.

В то же время возникает своеобразная логическая параллель между Дымогацким, постановщиком пьесы Геннадием Панфиловичем и «проходимцем при дворе Сизи-Бузи 2-го» Кири-Куки, который тоже удивительно ловко перекрашивается в «*багровые*» революционные тона. Это он переименовывает «Туземный остров» в «*Багровый*», это он, объявляя себя «другом туземного народа», снимает белый «головной убор» и «надевает *багряные* туземные перья» [Там же: 299]. Откровенно буффонадные интонации слышатся в тот момент, когда Кири-Куки, захватив власть на острове, приказывает переодеть арапову гвардию в «наш туземный цвет»:

«ЛИККИ. Слуш... (хлопает в ладоши — с арапов мгновенно сваливаются *белые* перья и на голове вырастают *багровые*. Фона-

ри их вместо *белого* цвета загораются *розовым*)» [Там же: 300].

«Международная революция» в финале пьесы венчает гротескную картину: «В бухту входит корабль, освещенный *красным*. На палубе стоят шеренги матросов, в руках у них *багровые* флаги с надписями: „Да здравствует *Багровый* остров!“» [Там же: 338] Идеологический подтекст происходящего открыто проговаривается со сцены: «ХОР (с оркестром поет): / Вот вывод наш логический: / Неважно — эдак или так... / Финалом (сопрано): *победным!!!* / (басы): *идеологическим!!!* / Мы венчаем наш спектакль!!!» [Там же: 339].

Карл Маркс писал: «Гегель где-то отмечает, что все великие всемирно-исторические события и личности появляются, так сказать, дважды. Он забыл прибавить: первый раз в виде трагедии, второй раз в виде фарса» [Маркс 1851—1852]. Это высказывание в полной мере отражает эволюцию мировоззрения Михаила Булгакова, в творческом наследии которого трагизм классового противостояния постепенно окрашивается в драматические, иронические и, наконец, фарсовые тона. А художественная цветопись характеризует не только особенности поэтики писателя, но и изменения в его мировосприятии.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бабайцев А. В. Политический символизм цвета // Изв. Волгоград. гос. пед. ун-та. 2007. Вып. 3. С. 56—62.
2. Бауэр В., Дюмотц И., Головин С. Энциклопедия символов / пер. с нем. Г. И. Гаева. — М.: КРОН-ПРЕСС, 1995. 502 с.
3. Библия. Откровение святого Апостола Иоанна Богослова. URL: <http://www.lib.eparhiasaratov.ru> (дата обращения: 21.04.2016).
4. Булгаков М. А. — Булгаковой-Земской Н. А. 31 декабря. 1917 // РГБ. ОР. Ф. 562. Карт. 19. Ед. хр. 22.
5. Булгаков М. А. В ночь на 3-е число. 1922. URL: <http://www.ru.wikisource.org/wiki> (дата обращения: 21.04.2016).
6. Булгаков М. А. — Правительству СССР. 28 марта. 1930 // РГБ. ОР. Ф. 562. Карт. 19. Ед. хр. 30.
7. Булгаков М. А. Избр. соч. В 3 т. Т. 1. М.; СПб.: Литература: Кристалл, 1997. 688 с.
8. Булгаков М. А. Избр. соч. В 3 т. Т. 3. М.; СПб.: Литература: Кристалл, 1997. 736 с.
9. Виноградская М. Жизнь и творчество К. С. Станиславского. Летопись. В 4 т. Т. 3. — М.: ВТО, 1973. 611 с.
10. Гёте И. В. *Учение о цвете. Теория познания*. 3-е изд. 2012. 200 с. URL: <http://www.e-reading.club/chapter.php/1042134/8> (дата обращения: 21.04.2016).
11. Марков П. История моего театрального современника // Театр. 1971. № 5. С. 77—91.
12. Маркс К. Восемнадцатое брюмера Луи Бонапарта. 1851—1852. URL: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/History/Article/marx_18.php (дата обращения: 21.04.2016).
13. Можейко М. А. Смерть бога // История философии: энцикл. Минск: Интерпрессервис: Книжный Дом, 2002. 1376 с.
14. Мягков Б. По следам профессора Воланда: Москва М. Булгакова // Турист. 1983. № 8, 9, 10.
15. Неволов Ю. Б. Творчество М. Булгакова 20-х годов в оценке современной критики // Проблемы развития советской литературы: межвуз. науч. сб. — Саратов, 1975. Вып. 2 (16). С. 217—229.

16. Сейфи Т. Б. Формосодержательная функция цвета в творчестве русских символистов: на материале поэзии А. Белого и А. Блока : автореф. дис. ... канд. культурологии. — Владивосток, 1999. URL: <http://www.disscat.com/content/formosoderzhatelnaya-funktsiya-tsveta-v-tvorchestve-russkikh-simvolistov-na-materiale-poezii#ixzz46cmNfwB0> (дата обращения: 21.04.2016).

17. Симонов К. Красное и белое. 1948. URL: <http://ouc.ru/simovov/krasnoye-i-beloye.html>.

18. Смелянский А. М. Михаил Булгаков в Художественном театре. 2-е изд., перераб. и доп. — М., 1989. 433 с. URL:

<http://fanread.ru/book/8053083/?page=16> (дата обращения: 21.04.2016).

19. Смирнова В. В. Михаил Булгаков — драматург // Современный портрет / В. В. Смирнова. — М. : Сов. писатель, 1964. С. 282—332.

20. Юшкина Е. А. Поэтика цвета и света в прозе М. А. Булгакова : автореф. дис. ... канд. филол. наук. — Волгоград, 2008. URL: <http://www.disscat.com/content/poetika-tsveta-i-sveta-v-proze-ma-bulgakova#ixzz46RKL5Tbu> (дата обращения: 21.04.2016).

V. B. Petrov

Ekaterinburg, Russia

E. D. Petrova

Magnitogorsk, Russia

COLOR EPITHETS IN THE CONTEXT OF THE WORLDVIEW OF MIKHAIL BULGAKOV

ABSTRACT. *The study of the worldview is a major factor in understanding and interpretation of the work of any writer. The article discusses the evolution of the views of Mikhail Bulgakov on the revolution in connection with colour adjectives. Color in the works of Bulgakov not only expresses the author's subconscious emotional perception of what is happening, but also allows to convey a specific emotional state. The writer, as a rule, doesn't limit himself by "substantive" color epithets; the semantics of color in most of his works has political connotation. The authors of the article pay attention to the combination of ideological factors and the psychological impact of color in early Bulgakov's stories about the civil war and in the novel «The White guard». In these works Bulgakov rejects social stereotypes and strives to «become passionless over the red and the white» and the color palette allows to highlight the features of the writer's worldview. In the 20-30-ies Bulgakov considers the problem of the influence of the revolution on the destiny of Russia. His novels «Heart of a Dog», «Fatal eggs» and the play «The Crimson island» are devoted to this problem.. And again the color gives an opportunity to understand the logic of the GREAT proponent of EVOLUTION. Satirical Comedy «The Crimson island» is a kind of apotheosis of Bulgakov's political color painting. Multi-layered conflict field of the play presents the textual (four acts of the inserted «play of Dymogatsky»), contextual («Prologue» and «Epilogue») and subtextual (a parody of «world quasi-revolution»). Color adjectives in the works of Bulgakov fully reflect the evolution of the worldview: the tragedy of class confrontation is gradually painted in a dramatic, ironic and, finally, farcical tone.*

KEYWORDS: Bulgakov; color epithets; the red and the white; revolution and evolution.

ABOUT THE AUTHOR: Petrov Vasily Borisovich, Doctor of Philology, Professor, Professor of the Department of Socio-cultural Technologies Ural State Forestry Engineering University, Ekaterinburg, Russia.

ABOUT THE AUTHOR: Petrova Elena Dmitrievna, Candidate of Biology, Associate Professor, Department of Psychology Magnitogorsk State Technical University, Magnitogorsk, Russia.

REFERENCES

1. Babaytsev A. V. Politicheskiy simbolizm tsveta // Izv. Volgograd. gos. ped. un-ta. 2007. Vyp. 3. S. 56—62.

2. Bauer V., Dyumotts I., Golovin S. Entsiklopediya simvolov / per. s nem. G. I. Gaeva. — М. : KRON-PRESS, 1995. 502 s.

3. Bibliya. Otkrovenie svyatogo Apostola Ioanna Bogoslova. URL: <http://www.lib.eparhiasaratov.ru> (дата обрashcheniya: 21.04.2016).

4. Bulgakov M. A. — Bulgakovoy-Zemskoy N. A. 31 dekabrya. 1917 // RGB. OR. F. 562. Kart. 19. Ed. khr. 22.

5. Bulgakov M. A. V noch' na 3-e chislo. 1922. URL: <http://www.ru.wikisource.org/wiki> (дата обрashcheniya: 21.04.2016).

6. Bulgakov M. A. — Pravitel'stvu SSSR. 28 marta. 1930 // RGB. OR. F. 562. Kart. 19. Ed. khr. 30.

7. Bulgakov M. A. Izbr. soch. V 3 t. T. 1. M. ; SPb. : Literatura : Kristall, 1997. 688 s.

8. Bulgakov M. A. Izbr. soch. V 3 t. T. 3. M. ; SPb. : Literatura : Kristall, 1997. 736 s.

9. Vinogradskaya M. Zhizn' i tvorchestvo K. S. Stanislavskogo. Letopis'. V 4 t. T. 3. — М. : VTO, 1973. 611 s.

10. Gete I. V. Uchenie o tsvete. Teoriya poznaniya. 3-e izd. 2012. 200 s. URL: <http://www.e-reading.club/chapter.php/1042134/8> (дата обрashcheniya: 21.04.2016).

11. Markov P. Istoriya moego teatral'nogo sovremennika // Teatr. 1971. № 5. S. 77—91.

12. Marks K. Vosemnadtsatoe bryumeru Lui Bonaparta. 1851—1852. URL: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/History/Article/marx_18.php (дата обрashcheniya: 21.04.2016).

13. Mozheyko M. A. Smert' boga // Istoriya filosofii : entsikl. Minsk : Interpresservis : Knizhnyy Dom, 2002. 1376 s.

14. Myagkov B. Po sledam professora Volanda: Moskva M. Bulgakova // Turist. 1983. № 8, 9, 10.

15. Nevodov Yu. B. Tvorchestvo M. Bulgakova 20-kh godov v otsenke sovremennoy kritiki // Problemy razvitiya sovetskoy literatury : mezhvuz. nauch. sb. — Saratov, 1975. Vyp. 2 (16). S. 217—229.

16. Seyfi T. B. Formosoderzhatel'naya funktsiya tsveta v tvorchestve russkikh simbolistov: na materiale poezii A. Belogo i A. Bloka : avtoref. dis. ... kand. kul'turologii. — Vladivostok, 1999. URL: <http://www.disscat.com/content/formosoderzhatelnaya-funktsiya-tsveta-v-tvorchestve-russkikh-simvolistov-na-materiale-poezii#ixzz46cmNfwB0> (дата обрashcheniya: 21.04.2016).

17. Simonov K. Krasnoe i beloe. 1948. URL: <http://ouc.ru/simovov/krasnoye-i-beloye.html>.

18. Smelyanskiy A. M. Mikhail Bulgakov v Khudozhestvennom teatre. 2-e izd., pererab. i dop. — М., 1989. 433 s. URL: <http://fanread.ru/book/8053083/?page=16> (дата обрashcheniya: 21.04.2016).

19. Sмирнова В. В. Михаил Булгаков — драматург // Современный портрет / В. В. Смирнова. — М. : Сов. писатель, 1964. С. 282—332.

20. Yushkina E. A. Poetika tsveta i sveta v proze M. A. Bulgakova : avtoref. dis. ... kand. filol. nauk. — Volgograd, 2008. URL: <http://www.disscat.com/content/poetika-tsveta-i-sveta-v-proze-ma-bulgakova#ixzz46RKL5Tbu> (дата обрashcheniya: 21.04.2016).

Статью рекомендует к публикации д-р филол. наук, доц. Т. Е. Абрамзон.

РАЗДЕЛ 4. ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ

УДК 81'42:81'38
ББК Ш105.51+Ш105.55

ГСНТИ 16.21.27; 16.21.33

Код ВАК 10.02.19

М. Стышинский
Познань, Польша

ДЖИХАДИСТСКАЯ ПРОПАГАНДА В ИНТЕРНЕТЕ И СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА

АННОТАЦИЯ. Настоящая статья посвящена исследованию коммуникативных стратегий, используемых в пропаганде двух основных джихадистских организаций — «Аль-Каиды» и «Исламского государства Ирака и Леванта» (в альтернативном переводе «Исламского государства Ирака и Сирии»). Как показывает практика, агитация, осуществляемая данными террористическими организациями, позволила значительно расширить их идеологическое влияние в мире. С одной стороны, пропаганда «Аль-Каиды» и ИГИЛ играет значимую роль в вербовке боевиков со всего мира для участия в боевых действиях в Ираке и Сирии, с другой — поощряет сторонников пропагандируемой идеологии осуществлять террористические акты на Западе.

Анализ пропаганды «Аль-Каиды» показывает, что дискурс данной организации опирается на ограниченный набор средств убеждения — литургическую проповедь и традиционную арабскую риторику. Пропаганда ИГИЛ характеризуется использованием новых техник пропаганды: традиционные литургические выступления на арабском языке, адресованные посетителям мечетей, сочетаются с современными формами коммуникации, такими как радио, телевидение, социальные медиа, в том числе передовое программное обеспечение, высококачественные изображения, графика и видео. Более того, исследование джихадистской пропаганды обнаруживает идеологическую конкуренцию между «Аль-Каидой» и ИГИЛ, пытающихся воздействовать на эмоциональную сферу адресата и привлечь сторонников.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: ИГИЛ; ислам; джихадизм; риторика; коммуникация.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ: Марчин Стышинский, доктор, доцент, факультет арабских и исламских исследований, Университет им. Адама Мицкевича (Познань, Польша); 61-714, Polska, Poznań, al. Niepodległości, 24; e-mail: martin_styszynski@go2.pl.

Introduction

Growing threats and worldwide influences of jihadist organizations such as the Islamic State of Iraq and Syria (ISIS) or al-Qaeda rely on ideological, military, financial and operational capacities. However, radical Islamist groups could not succeed without appropriate propaganda and communication strategies that enabled to recruit and inspire insurgents, including foreign volunteers.

Al-Qaeda was the first organization, which exploited effectively media agitations, which concentrated on audiovisual manifestos broadcasted by Arab satellite channels and Internet websites. The manifestos had limited technical facilities and they relied on traditional communication forms in the Arab world.

In recent times, agitation campaigns have been initiated by ISIS, which focuses on new technologies and social media. In fact, the death of Osama bin Laden in 2011 and other Al-Qaida's leaders like Anwar Awlaki or Abu Yahia al-Libi, as well as eruption of the Arab Spring have affected al-Qaeda's ideological and operational capacities. Moreover, failures of the transition process in post-revolutionary countries and overthrow of Islamist representatives by secular and military forces deepened the crisis among al-Qaeda's militants who expected other results and they hoped to share power or to implement their ideological programs.

Abu Bakr al-Baghdadi, the leader of ISIS responded to insurgents' hopes and offered new concept of jihad and implementation of sharia regulations as well as establishment of the historic caliphate. Successful military com-

bats, support of Sunni communities, control of large parts of Syria and Iraq as well as terror campaign and brutal executions reinforced the position of the organization and defined new forms of jihad compared to dignity, bravery, honor and adventure. So far, more than 30 different groups, including insurgents from Asia and Africa have taken an oath to al-Baghdadi [Feakin, Wilkinson 2015: 7-8].

Moreover, al-Qaeda and ISIS compete each other for successful position among worldwide jihadists. The last terrorist attacks in Paris demonstrate this phenomenon. The attack against French Charlie Hebdo magazine in January 2015 was carried out by the Kouachi brothers who were inspired by Al Qaeda in the Arabian Peninsula (AQAP). Besides, Amedy Coulibaly, who headed the attack against the kosher supermarket in Paris claimed that he was encouraged by ISIS [Callimachi, Yardley 2015].

Propaganda techniques played a crucial role in motivation and agitation process that encouraged young persons to carry out brutal acts against civilians in France. Similar situation reflect other recruits who are inspired by appropriate forms or messages presented in the Internet and social media. In this regard, the jihadist propaganda deserves further studied.

Traditional concept of jihadist propaganda

First forms of jihadist propaganda were rather limited and they concerned al-Qaeda organization, which focused on verbal and written manifestos. Audiovisual or stylistic features were limited and less important because al-

Qaeda's leaders such as Osama bin Laden, Ayman al-Zawahiri or Musab al-Zarqawi usually delivered their manifestos in difficult logistic conditions in war zones of Afghanistan, Pakistan and Iraq. Propaganda materials delivered by official Islamist websites or TV channels like al-Jazeera contained poor scenery, staid graphics and uniform pictures highlighting figures of the speaker. Moreover, after each terrorist attack insurgents and followers have waited an official statement of al-Qaeda's command and they have respected all ideas, slogans and objectives of the message.

However, propaganda techniques applied in official manifestos exploited the concept of liturgical sermons called *khutba* and Arabic rhetoric called *balagha*. *Khutba* is one of the oldest narrative and oratory forms in the Arab and Muslim world. It is presented in mosques during Friday's prayer or on special occasions of feasts and holidays. Basic narration and stylistic features reflect two parts of the speech. The first one regards short prayers, religious invocations and citations of Quranic verses. It is always followed by the expression: *wa ba'd* (and then; afterwards), which indicates separation between passages in the speech. The second part is delivered after a short break and it is the main fragment of the sermon. It usually concerns religious and moral values or social questions such as unemployment, drug abuse, organized crime or family crisis and positive values of Islam. Discussions are based on the Quran and hadiths (stories, statements and report attributed to the Prophet Mohammad) or various allegories and examples from history and everyday life. The speech is concluded by other religious citations [Jones 2012: 195—232].

Moreover, the central fragment of the sermon also reflect implementation of rhetorical devices regarding different forms of narration and compositions, appropriate words and arguments as well as rhetorical figures like comparisons, metaphors, repetitions or antithesis [Gaffney 2012: 271-293].

Khutba also includes some non-verbal devices and speaker's attributes such as theological skills, respect among believers, presentation of the sermon in liturgical podium above the auditorium as well as sacral clothes during the speech or balanced voice and gestures [Jones 2012: 195—232].

It should be pointed out that religious discourse was often politicized by Islamist groups, which used the structure of *khutba* or *balagha* to present political messages in the second part of the speech. Examples presented in the following paper are based on jihadist propaganda materials available in private archives of the author. They were collected from various ji-

hadist websites, social media as well as al-Jazeera Internet sections that published al-Qaeda manifestos in 2001-2011. Al-Jazeera finally cancelled navigation to the section.

For instance, al-Qaeda's leaders Osama bin Laden or Ayman al-Zawahiri often started their speeches with religious invocations such as: "In the name of God the Most Gracious, the Most Merciful", "Prayer and peace be upon the Prophet", "Peace be upon those who follow the right way," or: "I seek protection in Allah from the accursed Satan." After the expression: *wa ba'd* they concentrated on the second part, which was a combination of political, ideological and religious slogans and demands.

Al-Qaeda's publications and media presentations were focusing on two opposite images. The first was based on criticism, accusations and damnations of different political enemies like Western governments and military forces as well as local authorities and officials. The second idea reflected glorification of terrorist activities and encouragement of supporters and militants.

However, those images were based on different rhetorical devices, which had a strong influence on emotions and opinions of the audience. Al-Qaeda's leaders often used particular names and definitions attributed to Western enemies, interior authorities and military forces. For example, many words focused on historical and religious symbols. The publications often contained the words like *salibiyyun* (crusaders), *sihyuniyyun* (Zionists) and *taghut* (a devil, a Satan). The enemies and opponents were also called *kuffar* (sinners), *murtaddun* (apostates) or *a'da Allah ta'ala* (The enemies of Allah). Al-Qaeda's leaders tried to keep alive national and social disproportions as well as religious dissensions between societies in the world. They adopted words containing negative connotations related to a sin, a devil, immorality and hostility as well as critical impressions resulting from crusaders war and Zionism. Moreover, political messages were intensified by certain Quranic verses and *hadith*, which explained objectives of jihadism and justified terrorist activities.

Manifestos also concerned traumatic descriptions regarding Muslim communities in particular countries. Many manifestos referred to Western military operations and devastations among civilians in Palestine, Afghanistan, Iraq, Somalia or Chechnya. The arguments affected feelings and reactions of Muslim societies who condoled with victims of military missions in the Arab-Muslim world.

The negative opinions about Western countries were also emphasized by distinctive and controversial news frustrating or shocking the

public opinion. Jihadist groups benefited from events, which demonstrated humiliation or insults to traditions, beliefs and costumes of Muslim communities around the world. Statements have also mentioned tortures of prisoners in Guantanamo and Abou Ghraib, as well as caricatures of the Prophet Mohammad or a ban of Islamic veil in Europe.

The appeal to different arguments were usually followed by final conclusions showing a new kind of crusades against Islam, which encouraged additionally to military and terrorist response.

Besides, appropriate arguments glorified militants responsible for the spectacular terrorist plots like the 9/11 attacks or Madrid bombings in 2004 and London attacks in 2005. Al-Qaeda's militants were exalted by metaphoric expressions concerning destruction of the pagan idol, which replaced the literary sense of the 9/11 attacks. The terrorist acts were justified and respected because they generated religious connotations related to struggle against the evil and paganism. Moreover, al-Qaeda referred to glorious events in the Arab-Islamic history and descriptions of distinguished Muslim personalities or heroes like successors of the Prophet Mohammad, famous caliphs or brave military leaders.

Traditional liturgical discourse has affected ISIS's leader Abu Bakr al-Baghdadi who applied the concept of the sermon in his official speeches. The sermon delivered in Ramadan 2014, in which he announced the establishment of the caliphate is a good example in that context [Strange 2014]. Contrary to previous jihadist leaders, al-Baghdadi respected all conventions and etiquettes regarding non-verbal and narration features of *khutba* [Jones 2012: 195—232]. His sermon was presented in classic Arabic in the main mosque in Mosul above the auditorium in liturgical podium. Al-Baghdadi was wearing sacral clothes and he was standing up at the first step of speech and then he was sitting down during other parts of the discourse. He also avoided loud voices, chaotic gestures or reactions and he used index fingers to precise or underlines some questions.

Apart from personal skills, al-Baghdadi followed strict narration and stylistic devices of *khutba* and *balagha*. He started his speech with religious invocations and citations and after a short break he refers to main subjects concerning spiritual values of the holy month, which absolves from all sins and rehabilitates human souls. Ramadan was confronted with specific concept of jihad described by al-Baghdadi as scarified efforts facilitating defeat of enemies and implementation of Islam values and the historic caliphate.

Furthermore, Al-Baghdadi's opinions were followed by appropriate argumentations based on sources such as the Quran, hadiths or citations of noble personalities from the history of Muslim empires. For examples, he refers to the speech of the Caliph Abu Bakr who became the first Muslim Caliph from 632 to 634 following the Prophet Muhammad's death. Al-Baghdadi appeals to the famous speech of Abu Bakr after seizure of power: "I have been given the authority over you, and I am not the best of you. If I do well, help me; and if I do wrong, set me right. Sincere regard for truth is loyalty and disregard for truth is treachery. The weak amongst you shall be strong with me until I have secured his rights, if God will; and the strong amongst you shall be weak with me until I have wrested from him the rights of others, if God will. Obey me so long as I obey God and His Messenger. But if I disobey God and His Messenger, ye owe me no obedience. Arise for your prayer, God have mercy upon you" [Munir 2005: 39—40].

Al-Baghdadi stated his obedience to Allah's orders like the first caliph Abu Bakr did. He also avoided straight political messages but the appeal to the symbolic speech of Abu Bakr enabled to authorize the new Caliphate, distinguish the power of the new Muslim leader and stimulate allegiance of other jihadist groups. However, the narration of the speech and liturgical style also explained and justified ISIS's policy regarding violent implementation of sharia laws, executions of hostages and rival religious factions.

Al-Qaeda's media and Internet facilities

Al-Qaeda propaganda techniques have flourished along with development of new technologies and Internet facilities. The organization expanded its activities in particular websites such as *Ansar al-mujahidun* (Supporters of mujahideen), *Shabakat al-jihad al-alamiyi* (Network of Global Jihad), *Shabakat ash-shumukh al-islamiyya* (Islamic Glory Network). The websites often changed their names and technical parameters because of Internet blockade and suspension.

The Internet services included various materials produced by media centers like as *as-Sahab* (Cloud) that focused on global issues as well as local services like *Furqan* (Victory) and *al-Fajr* (Dawn) from Iraq or *Kataib* (Battalion) from Somalia, *al-Andalus* (Andalusia) from Maghreb and *al-Malahim* (Epics) from the Gulf. Al-Qaeda's online offensive was determined by growing number of audiovisual materials. For instance, in 2007 *as-Sahab* network released 97 different media productions comparing to 2002 when the organization issued only 6 videos [Whitlock 2008]. The concept of media cam-

paigain relied on decentralized networks, which posted online materials that usually concerned video reports from battlefields in the Middle East, Asia or north Africa. Statements of regional insurgents were identified by the same composition of texts, which pointed out detailed descriptions of terrorist attacks. All materials stressed dates and way of terrorist attacks as well as information about damages and casualties among security forces and civilian (Manifestos of regional jihadist groups were often published by particular websites such as al-Boraq). Besides, local statements became a derivation of the manifestos delivered by al-Qaeda's leaders. For instance, regional insurgents used the same meanings describing different enemies called apostates, pagans or crusaders and they applied similar arguments justifying and glorifying terrorist attacks.

Moreover, regional statements were reinforced by some video materials. Distinctive features of the productions reflected dynamic scenes and combination of different motifs. Many videos started with presentations of al-Qaeda's leaders, who delivered their speeches in front of pictures pointing out spectacular terrorist attacks like September 11 attacks, Madrid bombings in 2004 or London attacks in 2005. The manifestos were interfered with official press releases and videos showing military activities of Al-Qaeda. However, the scenes were supported by religious chants glorifying fighters and condemning enemies, as well as pictures demonstrating tragic situation of Muslim communities around the world.

Pictures of al-Qaeda's leaders were confronted with videos of local branches that demonstrated in details attacks against local authorities, US army patrols, convoys and official headquarters. The scenes usually showed trapped cars, which exploded in front of military vehicles or governmental buildings. Besides, some reports described every step of the attack. First scenes were called *Idad al-ghazwa* (Preparation of the attack) and they presented preparations of explosives and the trapped car. The scenes were followed by sequences showing greetings and wishes between fighters and their commandants. Afterwards, the videos focused on travel through the target called *Rihla* (Journey). Last scenes highlighted strong detonation of explosives placed in cars or trucks. Sometimes, the final scenes were repeated and slowed down to point out the moment of the destruction. All films included appropriate battle songs encouraging the audience to support al-Qaeda's activities. The chants contained burdens like: "The fate to the target has started" or: "Dear Mather! Pass the racket Katyusha and put on the back a uniform of cartridge". The

phrases conserved their rhymes and they expressed poetic, pathetic or sentimental character of the battle compared to heroism, dignity and adventures.

Furthermore, encouragements and glorifications of terrorist attacks were also based on pictures illustrating pride, glory and happiness of death fighters. Many videos scenes included pictures of smiling and happy faces of combatants after the attack, as well as inscriptions: "After the sacrifice, an aroma of musk has risen from his body". The authors of films adopted magic and spiritual elements to terrorist acts that affected sentiments and emotions of insurgents, who considered terror actions as heroic deeds.

New forms of jihadist propaganda

Counter-terrorism campaigns have decreased the role of al-Qaeda's official websites that were censored, blocked and suspended. Webmasters had limited access to Internet services and militants were forced to use suitable passwords and logins.

ISIS took a lesson from the situation and implemented some innovative forms of propaganda that includes new technologies such as TV channels, radio stations or social media and sophisticated online magazines issued in PDF versions. It should be pointed out that all sources are available in different free Web hosting or uploading sites. They are released in multilingual versions in order to attract wide audience, especially young militants from Western countries [Daninos 2015: 10-14].

Dabiq magazine became an important communication platform for radical Islamists around the world. The name refers to the historic Battle of Marj Dabiq near Aleppo in Syria. In 1516 the Ottoman army conquered most of the Middle East, which encompassed the entire region of Syria and built the new Empire [Gray 1975: 14-15]. Instead of long theological and political discussions, the magazine contains short messages based on suggestive graphics and provocative pictures similar to tabloid press or comics. Cover and first pages from the magazine usually present main headlines, including slogans regarding policy and strategy of the new caliphate. Statements, manifestos and short reports are always followed by photos illustrating ISIS successful offensives and campaigns in Syria and Iraq, images of wounded soldiers among fires and explosions as well as victorious parades of militants in controlled cities or harvest campaign and distribution of food and water. Other pictures show brutal executions of Shia prisoners, representatives of Christian and Yazidi communities or some colorful and sophisticated graphics showing spectacular terrorist

attacks around the world. The pictures are followed by symbolic sentences such as: "Khalifa declared", "A new era has arrived" or: "It's either the Islamic state of the flood".

The *Dabiq* respects traditional concept of propaganda popularized by previous jihadist leaders such as Osama bin Laden, Abu Musab al-Zarqawi. For example, different opponents are usually called *salibiyyun* (crusaders), *taghut* (a devil, a Satan) or *kuffar* (sinners) and *murtaddun* (apostates). The meanings are already known for radical Islamists, who compare Western and local authorities to the Devil, sins, immorality, crusaders wars or Zionism. Furthermore, the *Dabiq* presents transliterations of the Arabic words without English equivalents in order to conserve stylistic traditions of jihadist propaganda and to identify symbolic meanings that unite and strengthen ISIS insurgents and followers. It should be also pointed out, that ISIS hijacked the stylistic and linguistic concept of the *Inspire* magazine issued by Anwar al-Awlaqi who has been killed in 2011 by drone attack on his convoy in Jawf province, Yemen [Koplowitz 2013]. Sophisticated and modern style of the *Inspire* magazine contained short messages in English based on suggestive graphics and significant pictures similar to tabloid press or comics and graffiti. The slogans exposed in the journals usually refer to martyrdom and bravery of militants as well as destructive activities of Western countries.

Apart from online journals and magazines ISIS broadcasts the radio station called *al-Bayan* (Statement) and TV station al-Hayat Media Center as well as the Internet service *A'maq Ikhbariyya* (Depth of Information). The audiovisual tools enable to implement sophisticated programs and headlines, including high quality pictures, graphics and videos regarding statements on terrorist attacks, short multilingual reports from battlefields in Syria and Iraq, brutal executions of hostages as well as manifestos glorifying attacks against enemies and implementation of ISIS laws and regulation in controlled territories [Ajroudi 2015]. For example, some media sources present modifications of heroes and graphics appearing in popular video games or Hollywood films. They are attributed to local fighters who are compared in that way to brave and famous heroes fighting with brutal enemies.

Statements released by ISIS media stations are often similar to the war reports published by al-Qaeda in the past. They usually contain dates and type of attacks as well as number of casualties among security forces and civilians. However, descriptions and updates are always followed by appropriate graphics, pictures, color scheme and logos that identify the organization.

ISIS also exploits social media such as Twitter. Militants usually avoid Facebook or Instagram profiles because in their opinions they have poor security and encrypting tools. Besides, new encrypting programs and application become more and more popular among jihadists who try to protect their identity and conversations [Zetter 2015]. However, ISIS is still very active in Twitter that facilitates fast communication and publication of short messages, graphics and videos. ISIS's profiles contain appropriate avatars that identify users, their political views and character of displayed materials. Every tweet generates other posts and profiles reflecting common ideas of jihadism, glorification of fighters and condemnation of local and Western authorities or threats of future attacks. Twitter profiles also regard unofficial services of Hayat Media Center or *A'maq Ikhbariyya* as well as less known accounts services like *Somood* from Afghanistan or *Qabas* and *Rimah*, which focus on ISIS policy in the world or Syrian and Iraqi territories.

Furthermore, ISIS militants can freely express their opinions, manifestos, graphics and videos. The new phenomenon was obvious during the terrorist attack against the Charlie Hebdo magazine in Paris in January 2015. ISIS's followers published a tragic photo of a dead policemen lying on the ground. It should be noted that first videos from the attack showed a terrorist shooting a police officer who tried to help people executed in the editorial board of the Charlie Hebdo. Twitter accounts used by ISIS released the picture of the killed policeman with short inscriptions: "If we do not revenge the Prophet, we do not will know prosperity" and: "The attack against the newspaper which published pictures insulting the Prophet" (www.twitter.com/ss20y4_zz/status/5529008774030454784 (accessed 20.01.2015)). The commentaries explained and justified the attacks and they glorified ISIS's policy.

Blocking of Twitter accounts are ineffective because suspended profiles are replaced by new users who often change their avatars and names. According to the United States Department of Defense there are around 6000 active ISIS users. Some surveys estimate 46 000 ISIS's supporters who use Twitter accounts [White Paper 2015: 11-13]. It is also more and more difficult to identify potential supporters, militants and terrorists because they use various avatars, profiles, symbols and particular words that unite them and facilitate communication and exchange of materials. It should be pointed out that communication between jihadists relies on appropriate words and phrases in Arabic. They identify internet accounts and hashtags in Twitter service. Internet

users usually refer to Arabic hashtags like: *khilafa* (caliphate) and *dawla islamiyya* (Islamic State), *jund al-khilafa* (soldiers of the caliphate) or *shabakat al-jihad al-alamiyi* (worldwide jihadi network), *a'maq ikhbaryyya* and *ansar al-mujahidin* (followers of mujahideens) that are a derivation of popular jihadist websites. The words are often modified and they include additional epithets in Arabic in case of blocking and suspension. Many Tweeter accounts also reflect different statements, threats and short commentaries posted after particular terrorist attacks. The accounts are usually attributed to the hashtag *ghazwa mubarak* (blessed invasion) with an appropriate name of the country affected by terrorist threats and attacks.

Conclusions

The research presented in the paper has demonstrated some communication and propaganda strategies of the main jihadist groups al-Qaeda and ISIS. Analysis of propaganda techniques showed that al-Qaeda's media campaigns have concentrated on limited technical facilities and written manifestos based on liturgical sermon and Arabic rhetoric. Moreover, in recent times al-Qaeda has decreased its propaganda capacities because of censorship and suspension of official websites. The agitation process was replaced by successful ideological and military offensives of ISIS that spread different sorts of agitation techniques, especially in social media such as Twitter.

Besides, studies on jihadist propaganda presented some common propaganda mechanisms applied by al-Qaeda and ISIS. In fact, al-Qaeda has inspired ISIS's militants who applied similar propaganda materials. Both organizations have delivered liturgical speeches and adopted rhetorical features in their sermons. On the other, al-Baghdadi's sermons had more effective impacts on the audience that appreciated adherence to the stylistic principles of the sermon and ideological or theological messages.

Besides, both organizations released similar statements compared to war reports that have included appropriate graphics, narration and stylistic or rhetorical figures as well as similar descriptions of terrorist attacks and information about damages and causalities. This phenomenon also reflected the *Dabiq* magazine published by ISIS and the *Inspire* magazine issued by Anwar al-Awlaqi from al-Qaeda. In this regard, both organizations have been operating like a well-coordinated enterprise with particular logos, appropriate graphics or color schemes.

However, contrary to al-Qaeda's media campaigns, ISIS reinforced various channels of

communications and exploited new technologies and Internet facilities. For instance, activities in social media have expanded ideological and operational influences of ISIS and encouraged different militants in the world to join al-Baghdadi's organization. Various Internet accounts and Tweeter profiles have enabled to express jihadist objectives and to spread extremist ideas among internet users in order to recruit new fighters and to inspire terrorist attacks.

The research presented in the paper also showed some new challenges for security and counterterrorism policies in the world. It should be pointed out that it is more and more difficult to identify potential supporters, militants and terrorists because they use various avatars, profiles, symbols and particular Arabic hashtags that unite them and facilitate communication and exchange of materials. Besides, blocking of Twitter accounts are ineffective because suspended profiles are replaced by new users who often change their avatars and profiles.

REFERENCES

1. Ajroudi A. It sounds like BBC: ISIS seeks legitimacy via 'caliphate' radio service" // *Al-Arabiya News*. 2015. 12 June. URL: <http://english.alarabiya.net/en/media/television-and-radio/2015/06/12/-It-sounds-like-BBC-ISIS-seeks-legitimacy-via-caliphate-radio-service-.html> (date of access: 10.11.2015).
2. Callimachi R., Yardley J. From Amateur to Ruthless Jihadist in France // *The New York Times*. 2015. 17 Jan. URL: <http://www.nytimes.com/2015/01/18/world/europe/paris-terrorism-brothers-said-cherif-kouachi-charlie-hebdo.html> (date of access: 10.11.2015).
3. Daninos F. Internet, arme de persuasion massive // *Hors-Serie science et avenir*. 2015, Juillet-Aout.
4. Feakin T., Wilkinson B. The future of jihad. What next for ISIL and al-Qaeda? *Strategic Insight / Australian Strategic Policy Institute*. 2015, June. 16 p.
5. Gaffney P. *The Prophet's pulpit*. — Berkeley : Univ. of California Pr, 1994. 367 p.
6. Gray R. *The Cambridge history of Africa*. — Cambridge : Cambridge Univ. Pr., 1975. Vol. 4. 754 p.
7. Jones L. The Power of oratory in the medieval Muslim world. — Cambridge : Cambridge Univ. Pr., 2012. 298 p.
8. Koplowitz H. US Formally Admits Killing Anwar Al-Awlaki, 3 Other Citizens, In Drone Strikes // *International Business Times*. 2013. 22 May. URL: <http://www.ibtimes.com/us-formally-admits-killing-anwar-al-awlaki-3-other-citizens-drone-strikes-full-text-1275805> (date of access: 29.06.2014).
9. Munir R. *Al-Khitaba ind al-arab*. — Bayrut : Dar al-Fikr al-Arabi, 2005.
10. Strange H. Islamic State leader Abu Bakr al-Baghdadi addresses Muslims in Mosul // *The Telegraph*. 2014. 5 July. URL: <http://www.telegraph.co.uk/news/worldnews/middleeast/iraq/10948480/Islamic-State-leader-Abu-Bakr-al-Baghdadi-addresses-Muslims-in-Mosul.html> (date of access: 09.11.2015).
11. White Paper on SMA Support to SOCCENT: ISIL Influence and Resolve / Allison Astorino-Courtois and Sarah Canna (eds.). 2015. Sept. 71 p.
12. Whitlock C. Al-Qaeda's Growing Online Offensive // *The Washington Post*. 2008. 24 June. URL: <http://www.washingtonpost.com> (date of access: 09.11.2015).
13. Zetter K. ISIS's Opsec manual reveals how it handles cybersecurity // *Wired*. 2015. 19 Nov. URL: <http://www.wired.com/2015/11/isis-opsec-encryption-manuals-reveal-terrorist-group-security-protocols/> (date of access: 19.11.2015).

M. Styszynski
Poznan, Poland

JIHADIST PROPAGANDA IN THE INTERNET AND SOCIAL MEDIA

ABSTRACT. *The present paper concerns studies on communication and propaganda strategies of the main jihadist groups al-Qaeda and the Islamic State of Iraq and Syria (ISIS). In fact, agitation campaigns implemented by those organizations enabled to expand ideological and operational influences as well as to encourage different militants in the world to join the battlefield in Syria and Iraq or to carry out terrorist attacks in the West.*

Analysis of propaganda techniques reflects al-Qaeda propaganda, which concentrates on limited technical facilities and written manifestos based on liturgical sermon and Arabic rhetoric.

Besides, the research presents some innovative propaganda techniques implemented by ISIS. They combine traditional, liturgical speeches in Arabic addressed to local audiences in mosques and modern forms of communication such as radio and TV stations, social media including sophisticated programs, high quality pictures, graphics and videos. Moreover, studies on jihadist propaganda show specific ideological competitions between al-Qaeda and ISIS, which try to attract the audience and affect emotions of followers who support particular group.

KEYWORDS: ISIS; Islam; jihadism; rhetoric; communication.

ABOUT THE AUTHOR: *Dr Marcin Styszynski, Assistant Professor, Faculty of Arabic and Islamic Studies, Adam Mickiewicz University in Poznan (Poland).*

Статью рекомендует к публикации д-р филол. наук, доц. Э. В. Будаев.

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

Издательство: ФГБОУ ВО «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 Standard 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 то-

чек/двойм 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
2016. ВЫПУСК 2 (56)

Адрес редакции:

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

Свидетельство о регистрации ПИ №ФС77-34838 от 25.12.2008.

Подписано в печать 26.06.2015. Формат 60x84/8.

Бумага для множительных аппаратов. Печать на ризографе.

Уч.-изд. л. — 19,0. Усл. печ. л. — 19,8. Тираж 500 экз. Заказ 4694.

Оригинал-макет отпечатан в отделе множительной техники

Уральского государственного педагогического университета

620017 Екатеринбург, пр. Космонавтов, 26

E-mail: uspu@uspu.ru