

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



ПОЛИТИЧЕСКАЯ ЛИНГВИСТИКА

3(69)'2018

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 Объединенный каталог «Пресса России». Подписку можно оформить в любом почтовом отделении России. Индекс 81955
- Материалы журнала размещаются на платформе Российского индекса научного цитирования (РИНЦ) Российской универсальной научной электронной библиотеки, id = 28049
- 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 2018

УДК 81'27
ББК Ш100.621
П50

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ:

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

Заместители главного редактора:

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

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

Члены редакционной коллегии:

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

доктор филол. наук, доцент Е. В. ДЗЮБА (Екатеринбург, Россия)

PhD, профессор АНДЖЕЙ ДЕ ЛАЗАРИ (Лодзь, Польша)

PhD, профессор Д. ВАЙС (Цюрих, Швейцария)

доктор филол. наук, проф. С. В. ИВАНОВА (Санкт-Петербург, Россия)

доктор филол. наук, проф. В. И. КАРАСИК (Волгоград, Россия)

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

доктор филол. наук, профессор Б. Ю. НОРМАН (Минск, Республика Беларусь)

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

PhD, профессор П. СЕРИО (Лозанна, Швейцария)

доктор, кандидат филол. наук, проф. Й. СИПКО (Прешов, Словакия)

доктор филол. наук, доцент О. А. СОЛОПОВА (Челябинск, Россия)

доктор филол. наук, профессор У АЙХУА (Пекин, Китай)

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

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 ВО
П50 «Урал. гос. пед. ун-т». – Екатеринбург, 2018. – Вып. 3 (69). – 159 с. –
(Цена свободная).

ISSN 1999-2629

Знак информационной продукции 16+.

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 «Зарубежный опыт». Предназначен для филологов, политологов, социологов и всех тех, кто интересуется проблемами политической коммуникации.

УДК 81'27
ББК Ш100.621

Благодарим РНФ за материальную поддержку проекта в рамках гранта № 16-18-02102 «Речевое воздействие на русском языке в конфликтных и неконфликтных политических ситуациях и методология его лингвистической экспертизы с использованием современных методик (лингвокогнитивный, лингвориторический, психолингвистический анализ, критический анализ дискурса, комплексный анализ креолизованного текста и др.)».

ISSN 1999-2629

© ФГБОУ ВО «Уральский государственный педагогический университет», 2018

© Политическая лингвистика, 2018

Ural State Pedagogical University



POLITICAL LINGUISTICS

3(69)'2018

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

Vladimir N. Bazylev, Ph.D., Prof. (Moscow, Russia)
Elena V. Dzyuba, Ph.D., Assoc. Prof. (Ekaterinburg, Russia)
Andrzej de Lazari, Ph.D., Prof. (Lodz, Poland)
Daniel Weiss, Ph.D., Prof. (Zurich, Switzerland)
Svetlana V. Ivanova, Ph.D., Prof. (St. Petersburg, Russia)
Vladimir I. Karasik, Ph.D., Prof. (Volgograd, Russia)
Elena A. Nakhimova, Ph.D., Prof. (Ekaterinburg)
Boris Yu. Norman, Ph.D., Prof. (Minsk, Belarus)
Natalia B. Ruzhentseva, Ph.D., Prof. (Ekaterinburg, Russia)
Patrick Seriot, Ph.D., Prof. (Lausanne, Switzerland)
Joseph Sipko, Ph.D., Prof. Ph.Dr. (Prešov, Slovakia)
Olga O. Solopova, Ph.D., Assoc. Prof. (Chelyabinsk, Russia)
Wu Aihua, Ph.D., Prof. (Beijing, China)
Lilyana Tsoneva, Ph.D., Prof. (Veliko Tarnovo, Bulgaria)
Yang Ke, Ph.D., Prof. (Guangzhou, China)

Ekaterinburg 2018

СОДЕРЖАНИЕ

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

РАЗДЕЛ 1. ТЕОРИЯ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ЛИНГВИСТИКИ

Колесов В. В. Санкт-Петербург, Россия	Концептуальное поле русского сознания: концепты <i>Власть, Закон и Народ</i>	10
---	---	----

РАЗДЕЛ 2. ПОЛИТИЧЕСКАЯ КОММУНИКАЦИЯ

Алифанова О. Г. Екатеринбург, Россия	Реализация коммуникативной ситуации «СОГЛАСИЕ» в политическом дискурсе на примере территориальных разногласий Индии и Китая: I период (1962—1980 гг.)	24
Бабенко Л. Г. Конторских А. И. Екатеринбург, Россия	Реализация категории модальности в инаугурационной речи (на материале речи Дональда Трампа)	29
Бисерова Н. В. Пермь, Россия	Особенности номинаций миграционного кризиса во французском медийном дискурсе	33
Дулесов Е. П. Ижевск, Россия	Интерактивный аспект использования метафоры в политической коммуникации (на примере метафоры «Мировой суд — это статуя» в речах дореволюционных парламентариев)	41
Матова Ю. В. Саратов, Россия	Политическая коммуникация как сфера-мишень метафоризации лексики трудовой деятельности в русском и английском языках (по материалам национальных лингвистических корпусов)	48
Николаева Н. Н. Москва, Россия	Функционально-прагматический потенциал эвфемизмов в англоязычном политическом дискурсе	55
Обвинцева О. В. Екатеринбург, Россия	Дисфемизмы как средства реализации стратегии дискредитации в англоязычных средствах массовой коммуникации	63
Тамерьян Т. Ю. Цаголова В. А. Владикавказ, Россия	Имиджевая структура концепта <i>Kanzlerin Angela Merkel</i> по данным немецких СМИ	69
Тарасова М. С. Москва, Россия	Актуальная лексика периода экономических санкций 2014—2017 гг. «Импортозаместительный»: семантика, употребление, коннотации	76

РАЗДЕЛ 3. ЯЗЫК — ПОЛИТИКА — КУЛЬТУРА

Багичева Н. В. Екатеринбург, Россия	Архетип Святой Руси в русском менталитете	84
Чикаева Т. А. Москва, Россия		
Бородина Д. С. Симферополь, Россия	Английский язык в специализированном домене шведской деловой коммуникации	91
Каменева В. А. Рабкина Н. В. Араева Л. А. Горбачева О. Н. Кемерово, Россия	К вопросу о терминологическом аппарате визуальной стилистики текста: визуальные стилистические средства в социальной рекламе	96

Кудинова Н. В. Калининград, Россия	Особенности построения аргументации, направленной на призыв к восстанию, в тоталитарном дискурсе 106
Макарова Т. С. Пермь, Россия	Проблема интерпретации исторического политического дискурса 114
Михина О. В., Михин А. Н. Магнитогорск, Россия	От культуры гостеприимства к культуре интеграции. Толерантность или потеря самоидентичности немцев? 122
Потапова Н. В. Каменева В. А. Кемерово, Россия	Адресат американских новостных гипотекстов как фактор деконструкции понятия «новость» 128
Хренова А. В. Новокузнецк, Россия	Происхождение концептов « <i>President</i> » и « <i>Президент</i> » 135
Шутова Н. М. Ижевск, Россия	Перевод и культурный контекст: проблемы перевода англоязычной предвыборной политической рекламы 143
РАЗДЕЛ 4. ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ	
Цзи Сяосяо Москва, Россия	Динамическое использование метафоры в политическом дискурсе 149
Правила представления авторами рукописей в журнал «Политическая лингвистика» 156	

CONTENTS

Editorial Principles of the Journal “Political Linguistics”	8
---	---

PART 1. THEORY OF POLITICAL LINGUISTICS

Kolesov V. V. St. Petersburg, Russia	Conceptual Fields of the Russian Mind: Concepts <i>Power, Law</i> and <i>People</i>	10
--	--	----

PART 2. POLITICAL COMMUNICATION

Alifanova O. G. Ekaterinburg, Russia	Actualization of the Communicative Situation “AGREEMENT” in Political Discourse Exemplified by the Territorial Disagreement Between China and India: the 1 st Period (1962—1980)	24
Babenko L. G. Kontorskikh A. I. Ekaterinburg, Russia	Modality of Inaugural Speech of Donald Trump (on the Material of the Inaugural Speech of Donald Trump)	29
Biserova N. V. Perm, Russia	Peculiarities of Migration Crisis Nominations in French Media Discourse.....	33
Dulesov E. P. Izhevsk, Russia	Interactive Aspect of Using Metaphor in Political Communication: the Case of Metaphor <i>MAGISTRATES' COURT IS A STATUE</i> in the Speeches of the Imperial Duma Members	41
Matova Yu. V. Saratov, Russia	Political Communication as A Target Domain of Labour Vocabulary Metaphorization in Russian and English (Based on National Corpora)	48
Nikolaeva N. N. Moscow, Russia	Functional and Pragmatic Potential of Euphemisms in English-speaking Political Discourse.....	55
Obvintseva O. V. Ekaterinburg, Russia	Dysphemisms as Means of Discredit Speech Strategy Implementation in English Texts of Mass Communication	63
Tameryan T. Yu. Tsagolova V. A. Vladikavkaz, Russia	The Image Structure of the Concept <i>Chancellor Angela Merkel</i> Based on the German Media	69
Tarasova M. S. Moscow, Russia	Essential Lexis of the Period of Economic Sanctions of 2014-2017. “ <i>Import-substitutional</i> ”: Semantics, Usage, Connotations	76

PART 3. LANGUAGE — POLITICS — CULTURE

Bagicheva N. V. Ekaterinburg, Russia	The Archetype of Holy Russia in the Russian Mentality	84
Chikayeva T. A. Moscow, Russia		
Borodina D. S. Simferopol, Russia	English in a Specialized Domain of Swedish Business Communication	91
Kameneva V. A. Rabkina N. V. Araeva L. A. Gorbacheva O. N. Kemerovo, Russia	Nomenclature of Visual Stylistics: Visual Stylistic Means in Social Advertising	96

Kudinova N. V. Kaliningrad, Russia	Structure of Argumentation Aimed at Call for Arms in Totalitarian Discourse 106
Makarova T. S. Perm, Russia	The Issue of Interpretation of Historical Political Discourse 114
Mikhina O. V. Mikhin A. N. Magnitogorsk, Russia	From the Culture of Hospitality to the Culture of Integration. Tolerance or a Loss of the National Identity of the Germans? 122
Potapova N. V. Kameneva V. A. Kemerovo, Russia	The Addressee of American News Hypotexts as a Factor in the Deconstruction of the “News” Concept 128
Khrenova A. V. Novokuznetsk, Russia	The Origin of Concepts “President” and “Президент” 135
Shutova N. M. Izhevsk, Russia	Translation and the Cultural Context: Problems of Translating English Pre-election Advertisements 143
PART 4. FOREIGN EXPERIENCE	
Ji Xiaoxiao Moscow, Russia	The Dynamic Use of Metaphor in Political Discourse 149
Manuscripts Requirements 156	

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». 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 *journal.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 «Зарубежный опыт», 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 «Зарубежный опыт»: 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. Осуществляется двойное «слепое» рецензирование присланных материалов, при котором рецензенты не знают автора статьи.

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 811.161.1'42
ББК ШП41.12-003

ГСНТИ 16.21.51

Код ВАК 10.02.01; 10.02.19

В. В. Колесов
Санкт-Петербург, Россия

КОНЦЕПТУАЛЬНОЕ ПОЛЕ РУССКОГО СОЗНАНИЯ: КОНЦЕПТЫ *ВЛАСТЬ*, *ЗАКОН* И *НАРОД*

АННОТАЦИЯ. В статье излагаются результаты исследования концептов «Власть», «Закон», «Народ», проведенного на материале классических русских текстов (художественных и философских) разного времени создания. Предлагается использовать концептуальный анализ наряду с другими типами анализа текста. Концепт — общая совокупность трех содержательных форм в слове (образ, символ и понятие), совместно определяемых «первосмыслом» **концептума**, т. е. идеальной сущностью явленного концепта. С целью выявления «причинности» действий использован метод конструирования семантических констант. С позиции синергичных связей рассмотрены три возможные стратегии общественного поведения и сделаны содержательные выводы. Концепты «Власть» и «Народ», как обозначения реальных сил, синонимов не имеют, они абсолютны. «Закон» же, как силу идеальную, в разные времена предпочитали заменять концептами более привлекательными, но столь же идеальными. Иларион в XI веке (иудейский) Закон заменял (христианской) Благодатью, после этого в угоду политическим обстоятельствам Закон постоянно подменялся концептами «Правда», «Справедливость», «Совесть» и т. д. Всякий идеал недостижим, и в этом отличии концепта «Закон» от двух других концептов триады содержится возможность легкой подмены действительного желаемым и причина слишком частых попыток это сделать.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: концепты; деволюция; революция; эволюция; концептосфера; концептуальное поле; русское сознание; синергичные связи.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ: Колесов Владимир Викторович, доктор филологических наук, профессор, кафедра русского языка филологического факультета, Санкт-Петербургский государственный университет; 199034, Санкт-Петербург, Университетская наб., 11; e-mail: prof.kolesov@gmail.com.

Предметом исследования являются тексты известных деятелей русской культуры, а его целью — выявление подтекстового содержания их высказываний на затронутую тему; тем самым определяется задача: представить цельный объект изложения — именно то, как понимали предмет в описываемую эпоху. Предмет как несобранный материал объективируется по мере исследования, представая в авторской системе. Обширный корпус текстов, с указанием их источников и авторов, представлен в недавно вышедшем «Словаре русской ментальности» (СПб., 2014), а метод исследования основан на разработанной автором русской версии когнитивистики — концептологии; метод вытекает из гносеологической позиции философского реализма, в этом отношении противопоставленного номинализму и концептуализму. Описанные концепты сохраняют свою модальность во все времена жизни гражданского общества, отчасти меняя свои имена, и одновременно происходит внутреннее движение концептов, которые усиливают или уменьшают роль своих содержательных форм.

Синергичные основания

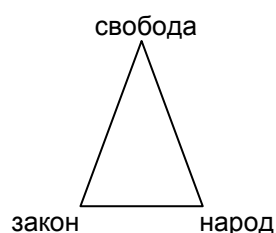
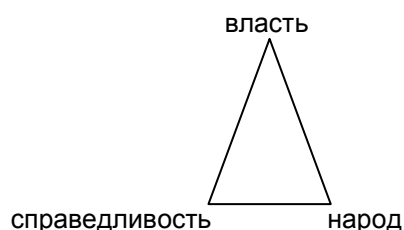
Р. Г. Баранцев описал некоторые системные триады как простейшие структурные ячейки синтеза соответствующих концептов. Синтез — важнейшая черта русского сознания, руководствующегося синтетическим по характеру языком. «В социальном плане можно вспомнить древнюю триаду „закон — народ — власть“, в которой противоречия

между законом и народом разрешаются через власть, между народом и властью — через закон, между властью и законом — через народ» [Баранцев 2003: 39]. Р. Г. Баранцев обобщил основные свойства синергии как целостного знания в условиях совместного действия всех компонентов целого, и прежде всего совместного действия рациональных, интуитивных и эмоциональных качеств человеческой личности.

Общие принципы синергии удивительным образом накладываются на основные свойства русской ментальности: синергия не разделяет, а объединяет, в познании идет от целого к частям (от рода к видам), анализ заменяет синтезом и, как целостное, создает смысл целого; триады представляют собой устойчивые парадигмы, включающие в себя центр как нулевую точку отсчета; именно центр обеспечивает целостность триады, одновременно не осознаваясь как заглубленный в подсознание компонент триады. По этой причине русская ментальность сторонится середины-середняка, как «пустого места», во всех случаях предпочитая крайности. Так, в триаде «власть — закон — народ» закон представляет собой нуль, которым, согласно нашим представлениям, можно пренебречь. Синергия, таким образом, апофатически (утверждением в отрицании) представляет нелинейность, незавершенность, неоднозначность, случайность в проявлении смыслов, а также отдает предпочтение образности перед логическим выстраиванием суждений. «Понятие — это представление, получившее наименование»

[Колесов 2012: 16]. Таковы особенности языка синтетического строя, на котором и основана русская ментальность.

Почти каждый концепт в составе триады мы можем заменить его противоположностью или соответствием, например:



Каждая триада сохраняет возможность своего развития. *Власть народа* ограничивается *справедливостью*, *справедливость власти* удостоверяется *народом*, а *справедливость народа* подтверждается *властью*. Или: *свобода народа* в ее пределах устанавливается *законом*, *законность народа* ограничивается *свободой*, а *законность свободы* фиксируется *народом* и т. д. Замены концепта *народ* невозможны, любая подстановка будет всего лишь представлением части категории «народ» на месте родового «народ», а синекдоха не дает усиления позиции, она ее варьирует. *Человек, элита, партия* и т. п. всегда сохраняют родовую характеристику концепта *народ*, и это указывает на то, что этот концепт составляет *реальный корень триады*, ее *основание*. Это единственная «вещная» часть категории логического рода, которая и создает вариации всех прочих идеальных компонентов-видов — и идеальную *власть*, и словесный *закон*. Еще более выразительны синергийные тождества, состоящие из трех концептов: «Государство», «Общество» и «Народ». В этом составе «перегрев» системы достигает максимальных значений.

Возможные подмены на словесном уровне: средневековая триада *власть* — *церковь* — *народ* была персонифицирована как *дворянство* — *священники* — *народ*, а в Новое время как *власть* — *закон Божий* — *народ*; убрать определение к термину *закон* — и получится современная триада со всеми ее последствиями. «Поблуднение»

одного и усиление другого концепта осуществляется в идеале символа на концептуальном уровне. В революциях ведут за собой идеи, в бунтах — «вещи», но в обоих случаях через *посредство* слова. Возникает проблема «третьего сословия» — и бушует буржуазная революция, смысл которой в том, что побеждает не весь народ, а только та его прослойка, представители которой овладевают (власть) *статусом* (идея «священства»), т. е. входят в зону исходного единства «дворянство-церковники» (персонально они едины, когда противопоставлены народу), замещая его. А народ *нарастает* снова (нарождается). Еще хуже обстоит дело, когда два компонента сливаются в единое, например, *власть* и *закон*, — третий, *народ*, действительно лишний, и тогда уж он свободен в своих движениях. Исторические примеры известны.

Синергийные структуры в системном становлении внутренне всегда противоречивы именно благодаря наличию «третьего». Выбор одного из трех основан на минимальном росте энтропии, т. е. наименьшей трате энергии, поэтому, например, в триаде «Власть», «Закон», «Народ» в каждый данный момент развития предпочтение будет отдано тому, какая пара наименьшим образом разрушает систему, приводя ее к катастрофе (бифуркации).

Подобные подстановки возможны и во всех остальных триадах, и в каждой из них в качестве коренного выступает «нижний правый» — вещный концепт Народ. Между прочим, только он в полной мере отражает логическую увязку рода и вида «по-русски»: «вид — он же и род», человек и любой коллектив как *виды* народа существуют наряду и совместно с самим народом в его целом как *родом*.

По мнению Р. Г. Баранцева, верхние компоненты триад познаются интуитивно, левые — эмоционально, правые — рационально. Поскольку русская ментальность доверяет интуиции больше, чем рациональности, можно предложить другую точку отсчета, от интуиции. Основываясь на суждениях петербургских лейбницианцев, можно понимать и так: верхние компоненты познаются мистической интуицией, левые — интеллектуальной, а правые — чувственной интуицией.

Наличие триад позволяет снимать противоречия, возникающие между попарными противоположностями, в этом случае «третий лишний» исполняет роль «третьей стороны». Так (пример Р. Г. Баранцева), противоречие между законом и народом снимается властью (это *деволюция* — «передача»),

между народом и властью — законом (*справедливый суд — эволюция*), между властью и законом действует уже народ (происходит *революция*). Разбалансированность социального устройства возникает там и тогда, где и когда этот ментальный закон не действует, нарушенный чьей-то злой волей.

Итак, синергичная триада концептов, представленная на основе семантического треугольника, фиксирует взаимные связи между *реальными* и *идеальными* их составляющими, увязывая *Власть*, *Народ* и *Закон* в их взаимозависимом единстве. Усиление или ослабление роли каждого концепта определяется общей суммой семантической *энергии*, представленной в триаде.

Теоретические установки

Посмотрим, как отражается указанная ментальная связь в высказываниях русских мыслителей Серебряного века и чем эта связь отличается от современного ее состояния — в суждениях современных публицистов. Динамика переоформления одних и тех же концептов также относится к числу коренных свойств сознания.

К числу многочисленных типов анализа текстов мы добавляем еще один, который условно можно назвать *концептуальным* анализом текста. За словесным рядом как целым в смысловом значении можно различить контуры глубинного ментального уровня и описать его *парадигматически*, то есть системно.

Концептом признается не просто понятие, как обычно поступают номиналисты, а общая совокупность трех содержательных форм в слове — образ, символ и понятие, совместно определяемых «первосмыслом» (слово Потемни) *концептума*, т. е. идеальной сущностью явленного концепта. Такова в целом методологическая позиция реалиста [Колесов 2012]. Тем самым к трем содержательным формам добавляется четвертая, а именно *концептум*, который как смысловое зерно первосмысла прорастает в остальных формах (*лат. conceptum* 'зерно', связанное с понятием — *conceptus*'ом, концептом).

Концепт шире понятия и сам по себе является частью другого образования, которое, вслед за Аристотелем, впервые указавшим четыре действующие причины, мы именуем *причинностью*. Этот термин возник в начале XIX в. на основе признака *причинный* (первая фиксация 1704 г.) и вначале выступал полным синонимом слову *причина* (у Чаадаева, Бакунина, Юркевича и др.) и только на рубеже XIX—XX вв. получил общий смысл отвлеченно-формальной *идеи*

причины во всей совокупности условий, целей, поводов, следствий и собственно реальных причин, связанных единством действия и цельностью понимания как целесообразной связи «всего во всем» (В. Соловьев, С. Трубецкой, Н. Бердяев и т. д.). Идея единства мира активно разрабатывалась философией Серебряного века, и термин *причинность* стал одним из инструментов такой работы. «Сознание причинности есть коренное, а не производное» (С. Трубецкой).

Концепт «Причинность» строится на основании следующих постулатов:

Основание: «Всё в мире имеет своё основание» (Лейбниц); «В-себе-бытие сущности... есть основание» (Гегель).

Условие: «В некотором смысле причины и есть условия» (Франкл). Действительно, в Средние века именно условия и воспринимались как причины, которые понимались как моральные (вина) (Хёйзинга).

Причина: «Причины вещей соответствуют основанию — истине» (Лейбниц); «Действующая причина определяет всю каузальность» (Хайдеггер).

Цель: «Конечные причины — смыслы и цели» (Франкл)

Прочие понятия входят в состав этих четырех членов «Причинности»: повод — в условие, следствие — в цель и т. д.

Определения русских философов проигрывают в сравнении со строго логическими и лаконичными утверждениями западных ученых. Происходит это из-за склонности русского сознания к символическим замещениям и метафорическим уподоблениям. Русское мышление образно-символическое. Вот несколько примеров, указывающих на естественные смещения границ между компонентами «Причинности»:

Основание: «Если нет причины, то нет и основания (Юркевич); «Вопрос об основании есть вопрос „почему?“» (Франк); «Убеждение, что всякое явление несет свою необходимую причину, сводится к предположению, что всякое явление должно иметь свое основание» (Е. Трубецкой) — смешение в паре *основание/причина*.

Условие: «Общие логические формы, будучи сами по себе только пустыми возможностями, при существовании соответствующей им действительности представляют ее необходимое условие или закон» (В. Соловьев) — смешение в паре *условие/закон*; «Требуется условие, которое сообщает... значение причинности» (Юркевич) — смешение в паре *условие/причинность*.

Причина: «Закон есть причина, а не действие» (Чаадаев) — смешение в паре *причина/закон*; «Первично действие, а не его

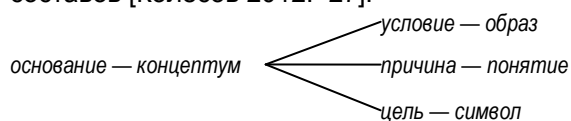
причина» (В. Пропп) — смешение в паре *причина/действие*.

Цель: «Цель, к которой стремится данное бытие, уже есть, уже наличествует как норма» (Флоренский) — смешение в паре *цель/норма*; «Знания происходят по причине, а понимание образуется целью» (Розанов) — смешение в паре *причина/цель*. Ср современный постулат: «Причины существуют, цели осуществляются» (Н. Арутюнова) с тем же уподоблением одного другому.

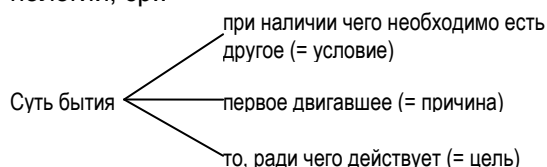
Выразительная сила такого рода определений состоит в том, что символическим сопряжением терминов достигается взаимная связь всех членов каузальной категории «Причинность». Тем самым достигается требуемое понимание «всего во всём». «Необработанность» русской идеи «Причинности» не в ее незавершенности, но в ее идеальности, в соответствии с представлениями русского реализма. Причинность противоположна номиналистической Причине. А «история зависит от различных уровней *привычного понимания причинности*» (Поль Рикёр).

Соответствие членов «Причинности» содержательным формам слова соединяет языковые средства с ментальными составляющими: *условие* = *образ*, *причина* = *понятие*, *цель* = *символ*, тогда как *основание* есть *концептум*, зерно всякого первосмысла. Единство логического и лингвистического — основное требование когнитивной лингвистики. Именно такое единство ментального и языкового определяет принципы классификации наличных речевых формул, извлеченных из текстов (см. ниже).

Отсюда формула концепта «Причинность», представленная в *семантической константе* как постоянном отношении ее составов [Колесов 2012: 27]:



Отличие представленной формулы от известной аристотелевской только в терминологии, ср.:



Итак, концептуальный анализ текста позволяет описать совокупность содержательных форм концепта в их синергичном единстве, представив их родово как *категорию «Причинность»*.

Принципы построения понятия

Опираясь на сказанное, попробуем описать совокупность текстов, попытаюсь, для примера, разобраться в намеченной Р. Г. Баранцевым синергичной триаде *Власть — Народ — Закон*. При этом не станем пренебрегать требованием единства стиля и ограничимся текстами «поэтического» характера, извлеченными из работ русских авторов — художественной и философской литературы. Единство стиля дополняется общностью ментальности, выраженной в исследованных текстах.

Воспользуемся дискурсивным характером нашего мышления и высветим смысл имени с двух сторон: со стороны эпитета-определения перед именем (устойчивый *де-сигнат*) и со стороны предиката после имени (переменный *денотат*). Обе позиции предстают в предикативном усилии мысли и потому субъективны, но отбор сравнений, список которых всегда конечен, уточняется объективно общим смыслом конкретного высказывания и направлен значением основного имени — его *валентностью*. Таким образом, путей выявления значений слова, необходимых для установления концептуальной составляющей, у нас всего два. Первый — конструирование понятия на основе сочетания имени с определением-прилагательным, представляющим конкретное содержание образного понятия (*железный сон* — Тютчев). Второй — посредством логического суждения, т. е. подведения значения слова к общему роду, также проявляющемуся в тексте на основе интуитивного приближения к концепту (*любовь есть сон* — Тютчев) — так определяется *объем* понятия.

Атрибутивные сочетания условно подразделяются на четыре типа с выделением признаков типичного, глубинного, интенсивного и длительного. Интенсивные находятся на крайнем полюсе системы, судя по структуре прилагательных, среди которых много конфиксальных типа *беспристрастная, бесценная*, — все они позднего сложения и связаны с *образным* представлением концепта в постоянно возникающих требованиях момента. Коренные признаки качества — типичные признаки — от прочих отличаются тем, что способны образовывать именные синонимы, ср. *божия правда, истинная правда, светлая правда — правда Бога, правда истины, правда света* и пр. Все остальные определения подобной замены лишены или при этом изменяется смысл целого сочетания: *правда огромности, правда ужаса, правда всечеловечества* и пр. Типичные от глубинных отличаются тем, что типичный признак исходит из самой пред-

метности (*правда истинна*), тогда как глубинный привходит извне (*правда огромна*), хотя оба признака роднит их постоянство при определяемом слове.

В конечном счете, перебирая отмеченные в употреблении эпитеты, мы очерчиваем пределы *десигната* — признак различения, выявляющий *содержание* концепта и явленные в содержании понятия («Мы познаем только признаки», — А. А. Потебня). Причем в роли понятия (*образного* понятия) выступает все сочетание в целом, поскольку *истинная правда* отличается от *полной правды*. Образное понятие здесь раскрывает символ *правда*, уточняя каждый раз оттенок и грань его бесконечного проявления.

Таким образом, в сети обнаруженных признаков мы находим следы проявлений *образа, понятия* и *символа*, которые в совместном их действии и воссоздают искомый *концепт* в его исчерпывающих конститутивных признаках.

Второй путь конструирования понятия, необходимого для понимания символа, осуществляется в логическом суждении, т. е. в подведении символа к возможному роду путем сопоставления с различными сущностями; в результате «понятие» актуализируется в конкретных текстах на основе интуитивного приближения к ядру концепта — его *первосмыслу* — *концептуму*. По-видимому, в нашем сознании содержится скрытое представление о концепте, неявно присутствующее в подсознании, что и дает возможность подобных сопоставлений. В результате этой операции мы очерчиваем границы *денотата* — предметного значения слова, логически представляющего объем понятия.

Выбор исходного основания из многих определяет алгоритм подбора аргументов *Причинности*, т. е. условия, причины и цели. Подбор предикатов определяется общей установкой сознания на естественное следование содержательных форм концепта: основание = концептум — *что?*, образ условия — *как?*, понятие причины — *почему?*, символ цели — *зачем?*

В нашем случае ограничиваемся текстами, приведенными в качестве иллюстраций к «Словарю русской ментальности». Количество примеров намеренно ограничено, но представлены выразительные определения, данные выдающимися деятелями русской культуры — на фоне современных публицистических текстов. Общий тон всех заключений носит поэтому субъективный характер, но в сумме выражает усредненно цельное представление

носителей русского языка о концептах, явленных на определенном этапе русской истории. Выявляются три периода: первая половина XIX в., начало XX в. и наше время.

Критики [Тарасов 2000: 30—31] осуждают наши принципы анализа, заявляя, что в его результате формируются «новые знания как содержание читаемых текстов», следовательно, не отражаются действительные концепты прежних носителей русской культуры, а в результате собственной рефлексии создаются гипотетические конструкции. Действительно, тексты — материал исследования, *предмет его описания*. Подобное понимание концептов заложено уже в работе основателя концептологии — русского философа А. А. Аскольдова (Алексеева). Но предложенный здесь метод не ограничивается «чтением текстов», как это делает любой номиналист, он направлен на извлечение *объекта исследования*, т. е. объективирует заложенные в текстах ментальные «корни» в их специфическом проявлении именно в данный момент. Такова позиция реалиста, который за видимым фактом пытается углядеть его потаенную суть. «Собственная рефлексия» создает не «гипотетические конструкции», а строит *модели прежних состояний*, максимально приближенные к реальным концептам прошлого. Дело в том (этого также не способен понять номиналист), что концептуальное содержание сознания текуче и непостоянно, в каждый момент его действия общий состав концептов изменяется, на первый план выходят разные его содержательные формы — то образ, то символ, то понятие; на больших отрезках времени смещение может достигать значительных пределов, а именно их-то и способен уловить исследователь. В конце концов, построение гипотез, моделей, реконструкций и составляет нерв научного знания — получение «новых знаний». А концептуальный анализ текстов позволяет наглядно увидеть, как понимали современники суть дела, воплощенную в точке концепта.

Итак, построение понятия в виде образного понятия в оперативной памяти возможно посредством двух способов, определяемых действием человеческого мозга: образным представлением десигнатов и логическим представлением денотатов. Первый есть процесс *концептуализации*, второй — процесс *категоризации*. С точки зрения формальной грамматики это различие между определением и предикатом. Ментально — одно и то же, различие чисто формальное.

Власть

Власть есть слово, значение которого непонятно.

Лев Толстой

Власть — форма общественной деятельности, направленная на интеграцию общества через сохранение организаций, коммуникаций и общих ценностей путем соединения членов общества в единое целое. Исторически номинация восходит к общеславянскому корню со значением 'иметь силу' в церковнославянской форме отвлеченного значения (ср. конкретное рус. *волость*); в древнерусском представлены значения 'власть, господство' (945), 'органы власти' (1175), 'область' (1206), 'властность' (XVI в.) при *волость* 'власть, господство' (1146), 'область под одной властью' (XII в.), 'сельская волость и ее население' (1478).

Следующие постоянные признаки определяют слово:

- типичные: *сильная, твердая;*
- глубинные: *высшая, державная, железная, жестокая, живая, могучая, мощная, огромная, полная, суровая;*
- интенсивные: *абсолютная, безграничная, беспредельная, враждебная, единственная, законодательная, здешняя, наследственная, необъятная, неограниченная, несправедливая, родительская, священная, сельская.*

На основе текстовых предикатов выделяем следующие денотатные признаки (объема понятий).

1. **Основания:** *власть есть совокупность воли, перенесенных на одно лицо (Л. Толстой); воля, за которой признается сверхчеловеческое, идеальное достоинство должного и в этом смысле категорически требующего повиновения... власть несправедливая вообще не есть власть (Франк); власть представляет собой обособившееся, утвердившееся в оторванности своей, мужское начало, которому присуща стихия насилия: она умеет только покорять и повелевать, но не любить и сострадать... можно ее определить и как начало звериное (С. Булгаков); сила в социальной жизни людей есть власть, и власть обладает могущественными орудиями принуждения; апофеоз силы есть апофеоз принуждающей власти (Бердяев); там, где группа хочет быть властью и, в то же время, не духовной, это тем самым — власть явочная, власть силы, власть рубля и надувательства (Ухтомский); власть — это добровольное согласие подданных повиноваться (Известия 2007, 219); традиции всевластия власти, которая не была подотчетна народу и редко считалась с тем, что он думает о ней (Рос. газета 2008, 20); всякая власть в конечном счете есть духовная власть, или власть идеи (С.-петерб. вед. 2008, 51); в России власть... воспринимается населением как нечто сакральное (АиФ 2008,*

3); власть всегда неотделима от идеи. Власть охраняет Идею — власть генотипа, а не класса (Налимов).

2. **Условия:** *понятие о власти... содержит в себе множество видоизменений (Чичерин); власть имеет для нас мало привлекательности (Данилевский); власть проблематична в своей ценности (Выше-славцев); власть вообще самое вульгарное из всего, что только можно себе представить (В. Ильин); презрение к власти у русского крестьянина... велико (Пришвин); для него власть это есть нечто, сотворенное человеческими руками, нечто, о чем он, ненавидя его, думает (Шульгин); власть всегда неотделима от Идеи. Власть охраняет Идею — Власть генотипа, а не класса (Налимов); власть у нас не укоренена ни в народ, ни в землю свою, ни в будущее (В. Распутин); власть у нас нерусская, причем уже почти целый век (Шафаревич); всякая похоть власти есть грех (Бердяев); и двигает русскими один импульс: непримиримость к власти. К любой (Аннинский).*

3. **Причины:** *русский народ избегает власти, удаляется от нее; он готов предоставлять ее скорее дурным людям, чем самому замараться ею... развязать грех власти (Л. Толстой); русский народ не признает власти как политической силы, он признает ее лишь как нравственное призвание... понимает власть как обязанность, а не как право, как тяготу, а не как привилегию. Всякая власть, открыто и прикрито, заключает в себе яд (Бердяев); считаю из всех видов человеческой деятельности самой низкой — стремление к власти (АиФ 2009, 31); власть... терпят как неизбежное зло, которое помогает решать практические задачи управления (АиФ 2008, 3); у наших властей перемирия с народом не бывает (Полторанин).*

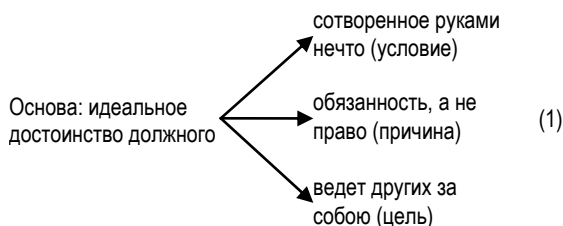
4. **Цели:** *обладание властью действительно равносильно возможности гнуть в бараний рог (Салтыков-Щедрин); настоящая власть та, которая... ведет других за собою (Вл. Соловьев); назначение власти править, а править — значит приказывать и взыскивать (Ключевский); люди приходят к власти и начинают жить только для ее удержания. Оказывается, ради этой цели можно пойти на всё (М. Кураев); политическая власть у нас напрямую связана с личным обогащением (А. Кончаловский); власть — это мысль, цементирующая умы (Известия 2010, 196); известно, что без власти / Далёко не уйдешь (А. К. Толстой).*

Ср. два суждения специалистов, подытоживших русское представление о власти:

Идея подчинения, генеративный смысл, заключенный в концепте «власть», разворачивается как уточнение понятийных признаков, организующих политический дискурс (борьба за власть и удержание власти), его образных признаков (проявление силы одного человека по отношению к другому либо некоего могучего существа по отношению к людям), его ценностных признаков (обоснование необходимости власти...) (В. И. Карасик).

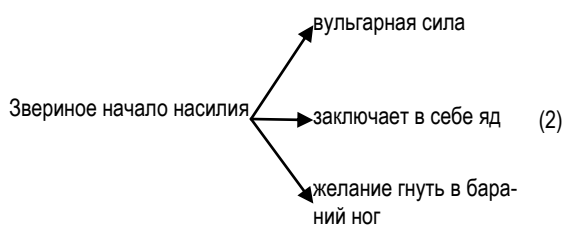
Власть... выражается, в частности, в массовом негативном отношении к Власти как воплощению зла, как собранию всех пороков. В обыденном массовом сознании власть выступает как настоящий Шабаш, разрушающий все живое, как вакханалия зла всех его мыслимых типов, как собрание корыстолюбцев, жуликов, развратников, дураков, алкоголиков. Широко распространено представление, что действия власти нельзя рассматривать серьезно как достойную уважения деятельность, необходимую для общества, наоборот, от нее следует держаться подальше, замыкаясь в локальных сообществах (А. С. Ахиезер).

В этих определениях объем понятия (денотат) представлен в полном виде; представим его в понятиях *Причинности*:



Общее определение: **Власть** — идеальное достоинство должного, рукотворное как обязанность (а не право); способна вести за собой других.

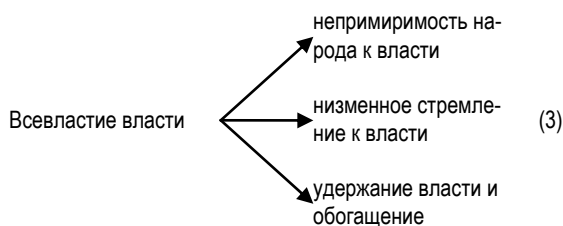
Так понимали концепт *Власть* в начале XX в. (представлены соответственно высказывания С. Франка, В. Шульгина, Н. Бердяева, Вл. Соловьева). Это положительный градус амбивалентного концепта, отрицательный в той же последовательности (основания — условия — причины и цели) строится следующим образом:



Общее определение: **Власть** — звериное начало насилия, вульгарная сила, источающая яд и способная гнуть в бараний рог.

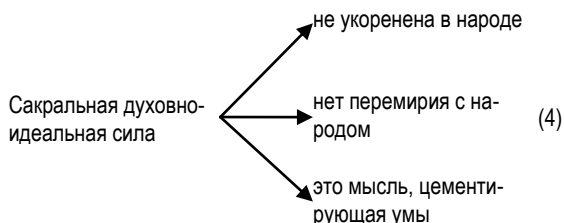
Таково понимание С. Булгакова, Вл. Ильина, Н. Бердяева, М. Салтыкова-Щедрина.

Современное толкование того же концепта в политическом аспекте преобразуется в следующий каузальный ряд:



Общее определение понятно. Источники: «Российская газета», Л. Аннинский, «Аргументы и факты», М. Кураев и А. Кончаловский.

Касательно характеристики концепта непосредственно народом (отношение к власти «изнутри») *Причинность* в современном сознании предстает в следующем градуальном ряду:



Общее определение также понятно. Источники: «Аргументы и факты», В. Распутин, Полторанин, «Известия».

Заметно снижение общего тонаса представлений о концепте «Власть» по сравнению с текстами столетней давности, полное неприятие институтов власти, хотя переключка со старыми определениями присутствует. Это заметно как в почитании *идеи* власти, так и в постоянном ее неприятии в практических формах проявления. Такое состояние объясняется реализмом русского сознания (в платоновском смысле) — идеальное отмечено положительно, его проявление в миру осуждается: «Если все против власти, это значит, что власть против всех» (Милюков). О качестве современной власти говорит недавний ее представитель, В. С. Черномырдин: «Мы — правительство. Нам думать не надо, подписываемые бы представления успеть прочесть».

Итак, амбивалентность концепта «Власть» определяется его символическим статусом. Это вызывает противоречивые суждения о смысле концепта, заряженного своим исходным концептумом в значении «иметь силу» («Сила есть — ума не надо»).

Закон

Закон — основа бесправия, Василий Ключевский

Закон — *обязывающая* сила, извне регулирующая действия природы, общества и человека как объективно справедливая мера поступков и событий, не переходящих за *конь* ('предел, граница'; др.-рус. 'вероисповедание' (1076), 'закон светский' (XIII в.), 'обычай' (1477), 'связь между явлениями' (1665).

Типичные признаки: *всеобщий, высший, незыблемый, неумолимый, непреложный, нравственный, общий, основной, сокровенный* — все по преимуществу интенсивные,

что указывает на непроницаемость для них народного сознания, для которого характерны именно типичные признаки типа **законный закон**.

Денотатные признаки устанавливаем на основе следующих контекстов.

1. **Основания:** Закон есть свободное повиновение (Хомяков); Закон, логически изложенный, называется правилом... Но правило есть только логическая форма закона (Георгиевский); закон есть рациональное правило, обращающееся к уму, к сознательной воле... Это — символ нормативной системы ценностей, который помещается в прошлое (Вышеславцев); понятия «законы», «нормы» насквозь рациональны, логичны... Это есть самое крайнее выражение рационализма, при котором умерщвляется чувственная нравственная жизнь (Бердяев); Русское понятие слова **закон** онтологично, — не юридично и почти равносильно Платоновой идее (Флоренский); закон, в качестве «должного», есть сущностная жизнь, поскольку она трансцендентна и действует лишь как образцовая идея (Франк); отношение к закону — это форма менталитета (Аргум. недели 2008, 5).

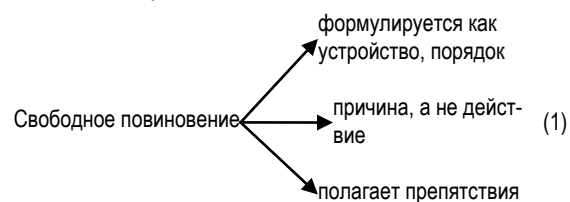
2. **Условия:** духовная свобода понимается только как **устройство, порядок**... Все формулируется. Это путь не внутренней, а внешней правды, не совести, а принудительного закона (К. Аксаков); закон есть **за-кон**, т. е. граница, черта, предел (Флоренский); правовая норма, иначе — закон, это предел, мера, ограда, запрет, угроза (Н. Марков); слово **закон** для этих продажных тварей священо (М. Попов); закон всего лишь сумма наибольших строгостей, в то время как справедливость, стоящая выше любого закона, часто отклоняется от исполнения законности, когда в дело вступает призыв совести (Пикуль); ...желают ли они, чтобы их судили по закону или по совести. На что получил вполне ожидаемый ответ: «Известное дело — по совести» (С.-петерб. вед. 2011, 34); Закон всегда и то, что есть, и то, что должно быть (Арутюнова);

3. **Причины:** Закон, т. е. условие понятий... это не что иное, как мыслимость или возможность существования (Хомяков); закон есть причина, а не действие... Идея законности, идея права для русского народа бессмыслица (Чаадаев); первое и существенное условие жизни — это беззаконие. Законы — укрепляющий сон. Беззаконие — творческая деятельность (Шестов); Закон — это норма не поведения, а бытия (Флоренский); закон — это всегда берег; но и берег **заливается** наводнением, **освежается** наводнением; и закон был бы слишком пассивен, был бы безжизненным в безжизненном, если бы он иногда не **нарушался** (Розанов); духовная природа личности состоит в свободе; общественное начало, как ограничение свободы, выражается в законе (Чичерин); закон... в России не является главным и единственным регулятором общественных отношений (Известия 2007, 224); понимаете, в нашей стране никто не живет по закону. Это практически невозможно (Аргум. недели 2007, 50).

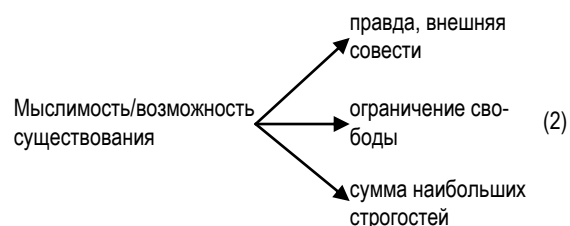
4. **Цели:** *Ежели чувствуешь, что закон полагает тебе препятствие, то, сняв оный со стола, положи под себя* (Салтыков-Щедрин); закон, в качестве «должного»... действует... как цель стремления (Франк); *жизнь не институциональна, а идеократична, то есть идет не по законам, а по душе, по духу, или, как теперь говорят, по понятиям* (митрополит Иларион говорил: по благодати)... И разве это не **прелесть** всей нашей жизни? (Аннинский); закон — основа бесправия (Ключевский); в Европе в течение двух тысяч лет... предавали поруганию Случай... Закон становится Мессией (Налимов); закон — дозволенная форма преступности (степень разрешенной преступности)... Закон — это протез, замечающий вышедшую из строя гнилую совесть (Гаврилин); закона нет — есть только принужденье. Все преступленья создает закон... В нормальном государстве вне закона / Находятся два класса: уголовный и правящий (Волошин); в России закон — не указ, а совет (Известия 2009, 230); и верит в единственный русский закон: никаких законов, только люди. Личные связи, личные симпатии (Аргум. недели 2010, 4); можно поступать «по душе», жить «по правде». А значит, и «законов не надо». За это и умирали (Аннинский).

Ср.: «В русской традиции категория закона известна с древнейших времен в противопоставлении к благодати, и потому закон вообще имел отрицательный смысл» (Russian Mentality); «Закон есть абстрактное выражение всеобщей, в себе и для себя существующей воли... Закон есть по содержанию своему помысленный обычай народа» (Гегель); «...только врожденные, только изначальные законы формируют жизнь — или разрушают ее» (Ст. Цвейг).

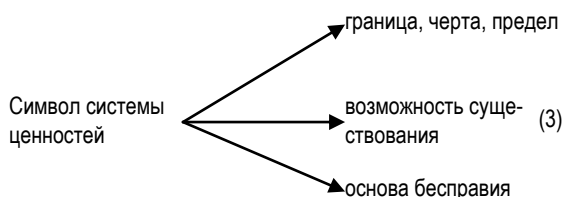
Отношение к закону в классический период амбивалентно, в современном общем представлении является в целом отрицательным, ср.:



Общее определение: **Закон** — в свободном повиновении формируется порядок под действием (необходимых) препятствий (источники: Хомяков, К. Аксаков, Чаадаев, Салтыков-Щедрин).

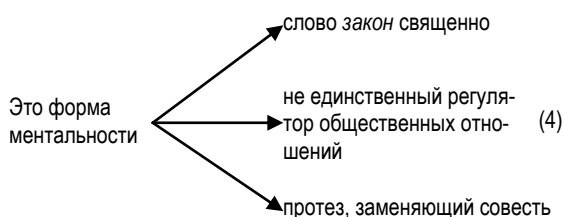


Общее определение: **Закон** есть возможность существования по внешней совести с ограничением свободы при наибольшей строгости (источники: Хомяков, К. Аксаков, Чичерин, Пикуль).



Общее определение: **Закон** — это символическая система ценностей как предел возможности существования на основе бесправия (источники: Вышеславцев, Флоренский, Шестов, Ключевский).

Заметно изменение, произошедшее на протяжении почти века. Для второго каузального ряда характерно не столь конкретное соотношение его членов, отвлеченность присутствует и в позиции «цель», причем указаны не возможные препятствия, а насильственное действие бесправия. Еще резко высказывания современных авторов:



Общее определение: **Закон** — священная форма ментальности, но не единственный регулятор общественных отношений, заменяющий (личную) совесть (источники: «Аргументы недели», М. Попов, «Известия», «Гаврилин»).

Представление о ментальности преобразует весь каузальный ряд в символическую плоскость, еще дальше отходит от понятийных определений двух первых схем и образных — третьей. Симптоматично почти полное отсутствие высказываний относительно «основания» и их обилие в положении «цель». Может быть, потому, что основание лежит в прошлом, тогда как цель устремлена в будущее, и своей критикой авторы хотели бы повлиять на его исправление. «Священный ранг» Закона остается на уровне слова, тогда как реальные общественные отношения строятся на основе совершенно других принципов. Предоставляю читателям самим поработать с этими или новыми текстами, результат будет сходным. Проверено на практике.

Итак, амбивалентность концепта «Закон» также определяется его исходным кон-

цептумом «кон» (начало и конец, на кону). «Священный ранг» Закона остается на поверхности имени, по традиции его воплощающего. В целом прохладное отношение к закону определяется реальным несоответствием действий и его содержания.

Народ

Народ — этнос, наделенный миссией.
Александр Дугин

Народ — то, что *народилось*, собралось в *роде* и представляет собою совокупность ныне живущего рода — по общности крови (*порода*), места (*родина*), среды обитания (*природа*) и языка (*родство*). Исторически общеслав. *народъ* ‘множество’ от *народити* ‘произвести на свет’; др.-рус. ‘толпа, множество’ (1057), ‘люди, народ’ (1057), ‘соучастники, соратники’ (XI в.), ‘население страны, народная масса’ (XI в.), ‘род как совокупность видов животных’ (XIII в.), ‘род, потомки’ (1499), ‘толпа, чернь’ (1499), ‘народность, народ (в совр. смысле)’ (1628). Заметно снижение широты понятия в связи с конкретизацией значений слова.

Десигнатные признаки выразительны: народ — *богатырский, великий, дружный, единый, могущественный, простой, рабочий, русский, серьезный, целый, черный*. Эти признаки установлены самим народом, «изнутри», и потому отличаются положительной коннотацией.

Денотатные признаки определим на основе следующих типичных контекстов.

1. **Основания:** *Народ по своей самобытной особенности есть великая земная сила* (Вл. Соловьев); *из конкретного индивидуального русского народа хотят сделать гипостазированную отвлеченность* (Шпет); *народ — величина количественная, механическое сцепление частиц* (И. Коневской); *народ есть реальность гораздо более первичная и природная, чем нация, в народе есть что-то дорациональное, народ есть реальность более человеческая, чем нация. Народ есть люди, нация же не есть люди, нация есть принцип, господствующий над людьми, есть правящая идея... Народ есть реальное, а не номинальное понятие, народ — мистический организм, сверхчеловеческое единство. Народ есть предмет веры, а не предмет чувственного восприятия* (Бердяев); *народ — символ суровый, непреклонный, мужского рода, чем и отличается от нации, представляющее женское начало культуры* (Федотов); *органическое понимание народа создает смысловое поле, на котором не растет демократия. Эта «ягода» с другого поля* (Гиренок); *Сам народ всегда безлик и аморфен. Это психический и духовный генофонд. При-плод, на-род* (Галковский); *Народ — коренная порода нации, рудное тело, несущее в себе главные задатки, основные ценности, врученные нации при рождении* (В. Распутин).

2. **Условия:** Было время, когда у нас не было публики. Возможно ли это? — скажут мне. Очень возможно и совершенно верно: у нас не было **публики**, а был **народ**. Это было еще до построения Петербурга (К. Аксаков); нет человечески истинного без истинно народного (Хомяков); сущность народа определяется тем, во что он верит, как он понимает предмет своей веры и что он делает для ее осуществления (Вл. Соловьев); народы столь же четко индивидуальны, как различны их языки (Карташев); эмпирический народ должен быть подчинен нации, ее задачам в мире. В нации есть ноуменальное, онтологическое ядро, которого нет в том эмпирическом явлении, которое вы именуете **народом** (Франк); языки — это народы (*ethne, gentes*)... У всякого народа есть родина, но только у нас — Россия (Федотов); народ — система, находящаяся в непрерывном развитии. Она устойчива, но в то же время изменчива. Если существенно меняются условия жизни, меняется и этнический облик общности... Это творение культуры, причем недавнее... Народы — это «сгустки» культуры, обладающие самобытностью... Известно, что народ в большей степени смотрит в будущее, чем в прошлое. Он непрерывно себя **строит** (Кара-Мурза).

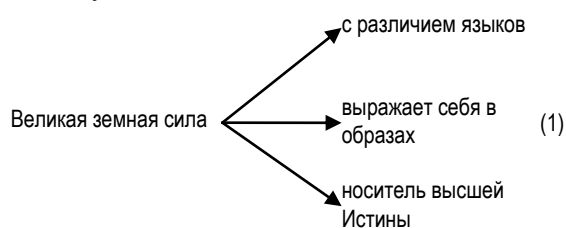
3. **Причины:** Народ наш не легкомыслен, не ветрен... и именно в великие исторические мгновения своей жизни является сдержанным, важным, сосредоточенным (И. Аксаков); народ стремится выразить себя в образах, он создает обычаи и стиль. Нация же стремится выразить себя в государственном могуществе, она создает формы власти... Народ должен быть, должен хранить свой образ, должен развивать свою энергию, должен иметь возможность творить свои ценности... Чаадаев высказал мысль, которую нужно считать основной для русского самосознания, он говорит о потенциальности, непроявленности русского народа... русский народ призван осуществить великую миссию. Вера в миссию России есть вера, она не может быть доказана, это не научная истина. Для русских характерно совмещение и сочетание антиномических, полярно противоположных начал. Россию и русский народ можно характеризовать лишь противоречиями... Народ не есть социальная категория. И социальные противоположения лишь мешают осознанию народности (Бердяев); славянофилы упрекали себя в том, что они не народ, западники упрекали народ в том, что народ это не они. Беда же состояла в том, что и западники, и славянофилы все еще являлись народом, но не понимали, что понятие «народ» в их лексиконе является фикцией (Галковский); народ живет для лучшего... Какой цинизм! Во всех газетах спорят и разглагольствуют вслух о том, что им делать с русским народом, куда его вести, какой уздой взнуздывать, какими вожжами поворачивать, каким кнутом стегать (Свиридов); Народ — это не все население, а только его большинство, основная масса, обеспечивающая своим трудом развитие общества и его прогресс (С.-петерб. вед.

2012, 118); народ стал умён! (Пришвин); народ не в том, что он существует, а в том, что он движется (А. Платонов).

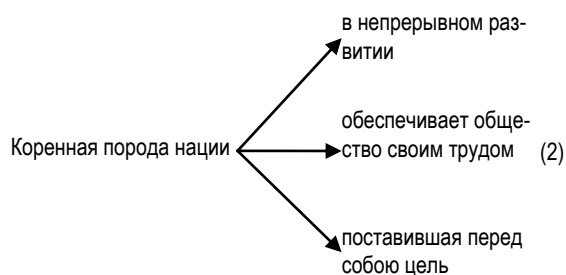
4. **Цели:** народ есть стихийно живущая толпа, слепая в своих инстинктах и побуждениях. И народ же есть сверхличный, коллективный носитель высшей Истины (Ухтомский); народ не механическое соединение миллионов человек. Такое скопление людей было бы не способно ни к какому историческому действию (Солоухин); когда власть и народ в России не соблюдают дистанцию — жди страшной аварии... Заигрывать с народом не значит служить народу и тем более уважать его... Ни один народ в мире, и тем более русский народ, не прощает заигрывания с ним. Народ без культурных авторитетов есть толпа (Аргум. недели 2009, 35); народ в сравнении с населением, быть может, невелик числом, но это отборная гвардия, в решительные часы способная увлечь за собой многих (Распутин); кому ничего не достается, тот и есть народ (А. Битов — Известия 2010, 5); народ есть исторически субъект, наделенный волей и целенаправленностью. В нем корень преемственности... Народ это этнос, ...вступивший в историю, осознавший время и поставивший себе в этом времени цель. Народ — этнос, наделенный миссией (Дугин).

Ср.: «Народы суть то, чем оказываются их действия» (Гегель); «Для меня народ — это единство души... Народ — союз людей, ощущающий себя единым целым. Народ — это взаимосвязь, которая сознается... Все великие события истории, собственно говоря, совершены народами не были, но скорее породили на свет их самих» (Шпенглер).

Возможные каузальные цепи представим в следующем виде:



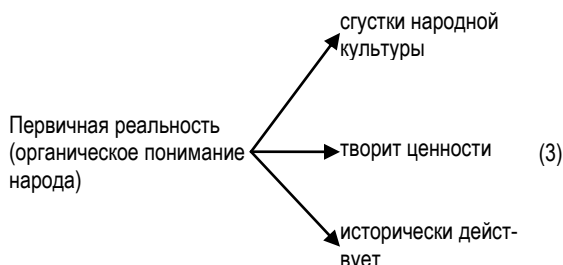
Общее определение: **Народ** — великая земная сила с различием в языках, выражает себя в образах, (является) носителем высшей Истины. Источники: Вл. Соловьев, Карташев, Бердяев, Ухтомский.



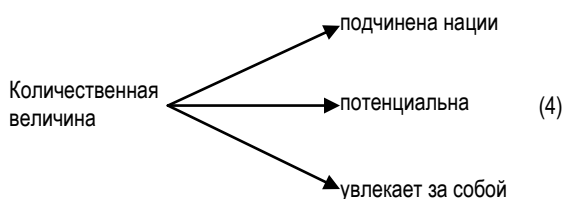
Общее определение: **Народ** — коренная порода нации в непрерывном развитии,

обеспечивающая своим трудом общество и имеющая свою цель. Источники: В. Распутин, Кара-Мурза, «Санкт-петербургские ведомости», Дугин.

При полном совпадении оснований второе определение отличается большей прагматичностью, тогда как определение первое выражает *внешнюю* сторону в проявлении концепта «Народ».



Общее определение: **Народ** — *первичная реальность, представленная как сгустки народной культуры, которая творит ценности в историческом действии*. Источники: Бердяев (Гирёнок), Кара-Мурза, «Санкт-петербургские ведомости», Солоухин.



Общее определение: **Народ** — *количественная величина, подчиненная нации, отличается потенциальностью, но способна увлечь за собой*. Источники: Коневский, Франк, Чаадаев, В. Распутин.

Все раскладки выделяются общим основанием, разными словами описанным. *Народ* — первичная реальность нации. Условия варьируются, что определяет изменения причин и целей. Самое важное отличие современных представлений о концепте «Народ» состоит в нацеленности на реальность действия (3) и постоянного развития (2). Традиционные определения более умозрительны (4) и охвачены культурным контекстом (1). Таково понимание концепта в разные исторические периоды, что несомненно обусловлено культурной обстановкой того или иного периода.

Итак, концепт «Народ» постоянен в своем определении, связанном с исходным концептумом «растущий». Это основной концепт семантического треугольника, подпитанного энергией синергийного ряда, представляющий в его составе «первичную реальность».

Сопоставления

Все описанные модели ярко выглядят в общем сравнении. *Идеальная* картина соответствий могла бы быть дана в соединении моделей «Власть-1», «Закон-1» и «Народ-3» (сравните эти схемы), однако дело в том, что это модели разных синхронных уровней: *Закон-1* относится к первой половине XIX в., *Власть-1* — к началу XX в., а схема *Народ-3* представлена в наши дни. Не значит ли, что именно в эти моменты тот или иной концепт предстал в идеальной форме в соответствии с современным тогда представлением об идеальности и относительной ценности того или иного концепта? Одновременно это иллюстрация мысли, что концепты изменялись в своем содержании, влияя друг на друга.

Составы идеальных концептов сведены в табл. 1.

Таблица 1. Составы идеальных концептов

	Власть	Закон	Народ
Основание	идеальное достоинство должного	свободное повиновение	первичная реальность
Условие	руководящая сила	устройство, порядок	народная культура
Причина	обязанность, а не право	причина, а не действие	творит ценности
Цель	ведет за собой	преодоление препятствий	исторически действует

Идеальная схема также не исторична. Реальные соответствия образуют другую конфигурацию.

Первая половина XIX века: о Власти говорится мало, в конце XX в. представление о *Власти* амбивалентно (символично), в наше время отношение к власти резко отрицательное. *Закон* в XIX в. понимается как возможность свободного повиновения, в XX в. как ментальный символ системы ценностей, в наши дни как «протез, заменяющий совесть». Концепт *Народ* в целом претерпевал мало изменений, хронологические различия отсутствуют, имеются только словесные вариации: в XIX в. *Народ* предстает как воплощение человеческого начала, в XX в. это великая земная сила, в наши дни коренная порода нации. Таковы горизонтальные сопряжения концептов, указывающие на развитие их содержаний: *Власть* от реального через символическое понимание приходит к полному ее отрицанию; *Закон* от реального через символическое также переходит к резкому отрицанию (противопоставлен Свести и Справедливости); концепт *Народ* на всем протяжении устойчиво сохраняет свои положительные признаки.

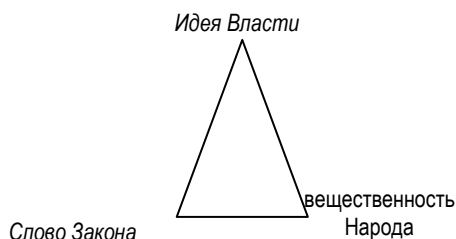
Вертикальные сопряжения концептов преобразуют общий смысл соотношения,

выдвигая на первый план философские основания противопоставлений (табл. 2).

Таблица 2. Вертикальные сопряжения концептов «Власть», «Закон», «Народ»

	Власть	Закон	Народ
XIX в.		свободное повиновение (слову)	народ, а не публика
XX в.	идеально должное // звериное начало	символ системы ценностей	земная сила
XXI в.	идеальная сила // вульгарная сила	(словесное) выражение ментальности	коренная порода

«Власть всегда неотделима от Идеи» (В. Налимов), и наша развертка доказывает это: все проявления концепта «Власть» представлены амбивалентно с противоположными знаками ценности, но ведет все-таки идеальная составляющая. «Закон» представлен в связи с выражением в слове, а «Народ» всюду является как вещное воплощение «коренной породы». Таким образом, путем постоянных текстовых редукций мы приблизились к философскому осмыслению синергийной триады, уже заявленному в начале статьи:



Осталось заключить указанием на внутреннюю противоречивость всех комбинаций представленных концептов.

Ведущими в оппозициях даны «Власть» и «Народ», *идея и вещь*. Гармонична такая синергийная связь, в которой *Власть* и *Народ* соответствуют друг другу, где *Власть* составляет и осуществляет идею *Народа*. Наш материал показывает, что, согласно представленным мнениям, такого состояния у нас никогда не было. Положение несколько смягчает наличие *Закона*, но отношение к нему различное в разные времена.

Переводя рассмотрение вопроса в философскую плоскость, отметим традиционное соотношение «идея — знак (слово) — вещь» и основанные на этой схеме позиции философского реализма (платонизма), номинализма (аристотелизма) и концептуализма (Абеляр). В таком случае окажется, что реализм признает связь (доходящую до тождества) Идеи и Вещи (в нашем случае — Власти с Народом), а к знаку-слову равнодушен, поскольку на него опирается, исходит

из него; отсюда проистекает отмеченное в текстах негативное отношение к Закону. Напротив, номиналист признает связь знака Закона и идеи Власти, а к вещественности Народа равнодушен, поскольку он сам по себе и есть народ (считает себя народом). В противопоставлении реализма и номинализма и заключается различное отношение к Закону: номиналисты законопослушны. Законопослушен и концептуалист, для которого важна связь знака и вещи (Закона и Народа), а Властью, по его понятиям, является он сам в полном владении Идеей. Каждый тоталитаризм концептуален, хотя бы в мягкой форме. Это наследие средневекового догматизма. Тяжелее всего дело обстоит для реалиста. Если отношение «Власть — Народ» развивается гармонично, то Законом еще можно пренебрегать, но если между ними возникает конфликт, если Власть подавляет Народ, то смысл и значение Закона усиливаются и дело пока еще можно поправить. Если же Власть подавляет и Закон, то в этом случае реализм оборачивается концептуализмом, переходя в нерусское состояние сознания. Происходит торжество идеи Власти. В конце концов, до сих пор остается в силе утверждение шефа жандармов графа Бенкендорфа: «Законы пишутся не для власти». А это остается национальной проблемой, особенно в связи с усилением заимствований с Запада с его ориентацией на номинализм и концептуализм, представители которых, напротив, отличаются законопослушанием.

Заключительные суждения о ментальности

В описанной триаде каждый член имеет свою ценность. Например, «государство, или власть, содержит в себе самостоятельное мистическое начало» (С. Булгаков), а «твердая власть нуждается в поддерживающей ее силе» государства (Л. Гумилев). Следовательно, за властью стоит государство (*государственная власть*), за народом — общество (*народное общество*), за законом — *Божий закон*, которым многие склонны пренебречь. В системе, таким образом, *Закон* представляет ничем не обеспеченный ноль, а ведь это — *важный* элемент, который и организует систему как законченное целое (с нуля идет отсчет). Исключение *Закона* разрушает систему, потому что нулевая точка связывает обе противоположности воедино. *Важный* — от *вага* 'вес', отсюда необходимость не всяких скороспелых, а именно *взвешенных* законов. *Власть* является *главным* членом триады, выражающим государство, но *Народ* всегда остается *основ-*

ным составом, поскольку на нем основана вся триада; только народ обладает вещественным смыслом. Придавать особую важность главному (*Власти*) или основному (*Народу*), определяя всю систему ценностей, столь же неверно, как и основывать эту систему только на главенстве *Закона* или на публицистическом уважении к *основному*, к *Народу* («народ-богоносец»). Впрочем, это вопрос морали и личной ответственности высказывающих подобные суждения. Однако заметно, насколько далеко такие подмены функций могут завести общественные отношения. Состояние неустойчивого равновесия сохраняется до тех пор, пока все три члена иерархии соответствуют записанным за ними признакам: *важный* — *главный* — *основной*. Например, перестроения типа *важность* *Власти* — *главенство* *Закона* — *основательность* *Народа*, или *важность* *Народа* — *основательность* *Закона* — *главенство* *Власти* нарушают синергичную гармонию триады: ни *Народ*, ни тем более *Власть* не важны в социальном плане. Именно в этом распределении социальных функций и состоит учение о «трех властях».

Власть и *Народ*, как реальные силы, синонимов не имеют, они абсолютны. *Закон* же, как силу идеальную, в разные времена предпочитали заменять концептами, более привлекательными, но столь же идеальными. Иларион в XI веке (иудейский) *Закон* заменял (христианской) *Благодатью*, после этого в угоду политическим обстоятельствам *Закон* постоянно подменялся концептами «*Правда*», «*Справедливость*», «*Совесть*» и т. д. Всякий идеал недостижим, и в этом отличии концепта «*Закон*» от двух других концептов триады содержится возможность легкой подмены действительного желаемым и слишком частой попытки это сделать.

Мы отметили наличие *постоянных* определений при каждом слове, выражающем наши концепты. Эти определения стали устойчивыми при известном концепте, потому что с течением времени они выявляли *типичные* признаки концепта, чем-то важные для народного сознания именно в данное время. При этом распределение признаков укладывается в структуру самого концепта: *типичные* признаки выделяются в области *символа цели* (уподобление), *глубинные* — в области *понятия понимания* (отражают реальные признаки «первосмысла»), а *интенсивные* — в области *образа условия* (сравнение), как и образ, они непостоянны, варьируются, создают случайные метафорические связи и вообще ведут себя как новорожденные котятка, не собранные в стаю. Они еще и не стали устойчивыми признаками

всеобщего применения. Что же касается признаков «первосмысла»-концептума — *длительных* признаков, — то они встречаются крайне редко и в нашем случае не отмечены вовсе. Вряд ли это случайно: все концепты триады имеют непреходящее значение, они «вечны». Как и сами концептумы «первосмысла», длительные признаки постоянны, всеобщы и составляют опорные элементы народной культуры.

Сопряжение указанных признаков с соответствующими денотатами создает *образное понятие* (нем. *das Sinnbild*, что значит «символ»), в котором определение выступает в роли содержания, а денотат — объема понятия. Число подобных соединений определяется наличным составом определений при данном имени. Представление о таких «понятиях» дают, например, заголовки современных газетных статей, в неисчислимом множестве формирующих подчас невообразимые сочетания. На основании наших материалов, у концепта «*Власть*» возможны сочетания *сильное желание удержаться, твердая возможность гнуть* — с типичными признаками; *державное зло, жестокий яд, мощное стремление* — с глубинными; *безграничная вульгарность, беспредельная похоть, враждебная непримиримость* — с интенсивными. Таковы первые «попавшие на карандаш» сочетания, которыми вполне может воспользоваться всякий носитель русского языка. Нет надобности множить примеры, их легко создать самому, устанавливая личные пределы оперативной памяти, способной генерировать «образные понятия», они же *символические* представления, столь свойственные русской традиции мышления.

В процессе конструирования речевой деятельности речемыслительные формы языка создают коммуникативные возможности для воплощения скрытых ментальных концептумов в явленные концепты, центром которых в настоящее время являются понятия — как актуализированные «первосмыслы» актуального содержания. Это понятия, обязательно поддержанные существованием образов и символов, без которых пусты, мертвы и в конечном счете бесполезны.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ахиезер А. С. Россия: критика исторического опыта. Т. 2. — Новосибирск, 1998.
2. Баранцев Р. Г. Синергетика в современном естествознании. — М., 2003.
3. Карасик В. И. Языковые ключи. — Волгоград, 2007.
4. Колесов В. В. Концептология. — СПб., 2012.
5. Словарь русской ментальности / В. В. Колесов, Д. В. Колесова, А. А. Харитонов. — СПб., 2014. Т. 1. С. 108—110, 285—288, 486—489.
6. Тарасов Е. Ф. Актуальные проблемы анализа языкового сознания // Языковое сознание и образ мира. — М., 2000. С. 24—32.

V. V. Kolesov
St. Petersburg, Russia

CONCEPTUAL FIELDS OF THE RUSSIAN MIND: CONCEPTS POWER, LAW AND PEOPLE

ABSTRACT. *The article discusses the results of research of the concepts “Power”, “Law”, and “People” found in the classical Russian texts (prose and philosophical) written in different epochs. It is proposed to use conceptual analysis alongside the other kinds of text analysis. A concept is a unity of three forms in a word (image, symbol and notion), which are defined by the “primary meaning” of conceptum, i.e. a perfection of the given concept. To reveal the “motives” of actions we use the method of semantic invariable construction. From the point of view of synergy links we analyze three strategies of public behavior and make the conclusions. The concepts “Power” and “People”, as the references to the real forces, do not have synonyms, they are absolute. The concept “Law”, being perfection of force, was often substituted by the more suitable concepts, which were also ideal. In the XIth century Ilarion(Judaic) Law replaced by (Christian) Mercy of God; after that the concept of law was often replaced by the concepts “Truth”, “Justice”, “Consciousness”, etc. Every ideal is beyond reach, and the difference of the concept “Law” from the other two makes it possible to substitute he real for the desired, which happens quite often.*

KEYWORDS: *concepts; devolution; revolution; evolution; concept sphere; concept field; Russian consciousness; synergy links.*

ABOUT THE AUTHOR: *Kolesov Vladimir Viktorovich, Doctor of Philology, Professor, Department of the Russian Language, Faculty of Philology, St. Petersburg State University, St. Petersburg, Russia.*

REFERENCES

1. Akhiezer A. S. Rossiya: kritika istoricheskogo opyta. T. 2. — Novosibirsk, 1998.
2. Barantsev R. G. Sinergetika v sovremennom estestvoznani. — M., 2003.
3. Karasik V. I. Yazykovye klyuchi. — Volgograd, 2007.
4. Kolesov V. V. Kontseptologiya. — SPb., 2012.
5. Slovar' russkoy mental'nosti / V. V. Kolesov, D. V. Kolesova, A. A. Kharitonov. — SPb, 2014. T. 1. S. 108—110, 285—288, 486—489.
6. Tarasov E. F. Aktual'nye problemy analiza yazykovogo soznaniya // Yazykovoe soznanie i obraz mira. — M., 2000. S. 24—32.

РАЗДЕЛ 2. ПОЛИТИЧЕСКАЯ КОММУНИКАЦИЯ

УДК 811.21'38:811.581'38
ББК Ш152.2-55+Ш171.1-55

ГСНТИ 16.21.27

Код ВАК 13.00.02; 10.02.19

О. Г. Алифанова
Екатеринбург, Россия

РЕАЛИЗАЦИЯ КОММУНИКАТИВНОЙ СИТУАЦИИ «СОГЛАСИЕ» В ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ НА ПРИМЕРЕ ТЕРРИТОРИАЛЬНЫХ РАЗНОГЛАСИЙ ИНДИИ И КИТАЯ: I ПЕРИОД (1962—1980 ГГ.)

АННОТАЦИЯ. Статья посвящена исследованию коммуникативной ситуации «СОГЛАСИЕ» между двумя державами — Индией и Китаем — в связи с урегулированием территориального спора. Понятие коммуникации в анализе практического материала трактуется в широком смысле и включает в себя не столько языковые, сколько дискурсивные данные. Дискурсивный анализ практического материала позволил выявить причины неудачных и успешных коммуникативных шагов двух участников коммуникации и показал особенности их взаимодействия. Несмотря на то, что некоторые коммуникативные ходы обоих коммуникантов не были направлены на достижение взаимопонимания, именно они привели к осознанию необходимости коммуникативного взаимодействия и поиска решения возникшего конфликта. Применение метода моделирования помогло выявить и определить коммуникативные ходы обоих участников коммуникации и построить общую коммуникативную модель, которая может служить наглядным примером коммуникативных неудач и успеха в реализации коммуникативной ситуации «СОГЛАСИЕ» в различных типах дискурса. Данное исследование сосредоточено на первом периоде развития исследуемой коммуникативной ситуации. Вследствие того, что данный период заканчивается восстановлением дипломатических отношений, но не приводит к полному решению вопроса спорных территорий, открывается перспектива продолжения исследования на материале других периодов развития данной коммуникативной ситуации.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: коммуникативные ситуации; согласие; коммуникативные модели; коммуникативное взаимодействие; коммуникативный ход/шаг; решение спорных вопросов.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ: Алифанова Ольга Георгиевна, кандидат филологических наук, доцент кафедры английской филологии и сопоставительного языкознания, Уральский государственный педагогический университет; 620017, Россия, г. Екатеринбург, пр-т Космонавтов, 26, к. 368; e-mail: aleanova@yahoo.com.

Мир уже давно вступил в эпоху разногласий и коммуникативного диссонанса. Все успешные и неуспешные попытки добиться согласия между сторонами конфликта формируют коллективный опыт достижения этого феномена. Учитывая коммуникативную природу любого разногласия, непонимания или конфликта, стоит обратить внимание на то, что главным компонентом в анализе и устранении их последствий является язык. Из этого следует, что дискурсивный анализ позволит нам рассмотреть ход коммуникации, влияние внешних факторов на ее протекание, а также выявить, как коммуникативные сбои и другие коммуникативные шаги привели к тому или иному результату. Понимание этого позволит контролировать ход коммуникации, достигать цели и избегать коммуникативных ходов, ведущих к эскалации конфликта.

Функциональная лингвистика занимается рассмотрением такого феномена, как коммуникативная ситуация, уже давно. Так, Р. О. Якобсон выявил, разработал и описал коммуникативную модель коммуникативной ситуации и ее компоненты [Якобсон 1988]. Впоследствии лингвисты рассматривали и исследовали модели различных коммуникативных ситуаций: подтверждение, отрицание, вежливость, благодарность, извинение, поздравление, предложение, пожелание, просьба о помощи, выражение чувств и эмоций, отчуждение, конфликт, согласие и т. д. [Аврорин 1970; Ларин 2003; Крастынь, Майор 2007; Косова 2010; Стернин 2013; Алифанова 2015].

Так или иначе под коммуникативной ситуацией понимается ситуация речевого общения, речевого взаимодействия при участии двух и более коммуникантов. Решающим для формирования любой коммуникативной ситуации является набор внешних и внутренних факторов-обстоятельств, которые сопровождают коммуникацию и влияют на выбор языковых средств и способов их выражений [Олешков 2008].

В нашем исследовании предпринята попытка изучения и моделирования коммуникативной ситуации «СОГЛАСИЕ» на примере взаимодействия двух держав — Индии и Китая — в вопросе урегулирования территориального спора.

Перед описанием непосредственно самой модели стоит обратить внимание на такой дискурсивный компонент, как **фон**, на котором происходит реализация исследуемой коммуникативной ситуации. Таким фоном выступает политический дискурс с его особенностями и дискурсивными маркерами. Коммуникация разворачивается между двумя крупными политическими державами — Китаем и Индией. У обеих стран в прошлом был период нищеты, бесславия, порабощения, колонизации. Однако, несмотря на это, каждое государство по-своему сумело преодолеть непростые времена и выйти из испытаний лидерами современного политического мира.

Так, например, на сегодняшний день Китай является экономической сверхдержавой, обладающей ядерным оружием и крупней-

© Алифанова О. Г., 2018

шей в мире армией, также это государство располагает крупнейшими в мире золотовалютными резервами. Индия занимает второе место в мире по численности населения, это самое крупное государство Южной Азии, которое обладает ядерным оружием. Экономика Индии — одна из самых быстроразвивающихся в мире. На фоне этих и многих других фактов становится понятен масштаб противостояния указанных государств и последствия этого противостояния для всего мира.

Другой особенностью, с которой пришлось столкнуться в ходе анализа данной коммуникативной ситуации, является отсутствие доступа к прямым речевым высказываниям, которыми руководители и представители двух стран обменивались в ходе развития коммуникативной ситуации. Переговоры, подписанные меморандумы, соглашения также являются предметом секретности. В связи с этим приходится ограничиться лишь анализом экстралингвистических факторов, которые, несомненно, также являются коммуникативными шагами. Это справедливо в свете того, что каждый политический поступок, решение, шаг является следствием, результатом, воплощением вербального высказывания. Именно поэтому анализ коммуникативной ситуации «СОГЛАСИЕ» выполнен с дискурсивных позиций, в рамках широкого понимания термина «коммуникация».

Поскольку противостояние двух держав длится достаточно давно, для удобства анализа коммуникативной ситуации весь ход ее протекания был поделен на три периода, каждый из которых будет рассмотрен отдельно. Данная периодизация сделана нами на основании перемен общего политического фона мира, смены расстановки мировых сил и баланса, которые, безусловно, влияли на протекание политической коммуникации между Индией и Китаем.

Первым периодом, выделяемым нами, является период взаимоотношений с 1962 г. по 1980 г. Чтобы понять причину первого коммуникативного шага на пути к согласию одной из сторон, следует вкратце упомянуть о причинах конфликта, развернувшегося между двумя странами и приведшего к формированию исследуемой коммуникативной ситуации.

Ещё в 1890-х гг. Китай эпохи империи Цин оспорил приграничные индийские территории в районах перевала Каракорум и Аксайчин. Обе стороны имели свои доводы и аргументацию. Тогда еще Британская Индия в лице Дж. Маккартни и К. Макдональда, не желая ввязываться в конфликт с Китаем, предложила некий компромисс по разделу

территории. Проведя на карте линию разграничения между реками Инд и Тарим, британцы отдели северную территорию Китая, а южную оставили за Британской империей. Долгие обсуждения формирующихся границ привели к подписанию договора между двумя странами в 1913—1914 гг., а сама линия разграничения была названа линией Мак-Магона, в честь сэра Г. Мак-Магона, представлявшего Британию на этих переговорах. Впоследствии этот договор был оспорен Китаем, так как на момент подписания соглашения Китай был настолько слаб экономически и политически, что не мог возразить навязанному ему договору.

Сам конфликт начал разворачиваться с 1950 г., когда Тибет вошел в состав Китая и границы Китая и Индии пришли в непосредственное соприкосновение. К тому времени это были государства, отвоевавшие свою независимость и занявшие определенное место в мировой политике. В результате сначала началось противостояние в рамках дипломатии, выражавшееся обменом нотами протеста, публикациями географических карт с включением в Китай спорных территорий, высадкой на эти территории вооруженных отрядов с обеих сторон, а закончилось всё тем, что Индия приняла у себя сбежавшего от преследования китайских властей далай-ламу и около 6 тыс. тибетцев, устроивших восстание, которое было подавлено. Это вызвало резкий протест китайских властей, вылившийся в вооруженное противостояние. Осенью 1962 г. китайские войска перешли в наступление сначала на востоке, а потом — на западе, оккупировав все спорные территории, на которые претендовал Китай, и нанеся Индии урон в количестве двух с половиной тысяч убитых солдат [Long Tao [http](http://)].

Однако ни одно государство в мире, включая «политического брата и соратника» СССР, не поддержало Китай в его агрессии. Более того, Москва настоятельно призвала Китай прекратить огонь и начать мирное урегулирование спора. В результате Китай 22 ноября 1962 г. заявил о прекращении огня и выводе своих войск со значительной части оккупированных территорий. Война нанесла больше репутационный, чем физический ущерб Индии, и она по-другому взглянула на своего политического противника [Kissinger 2011; Garver 2006].

Все эти события послужили основой, первопричиной развития коммуникативной ситуации *согласие* между Индией и Китаем. Понимая масштаб противоречий, Китай первым совершает коммуникативный ход в поиске согласия со своим соперником.

Итак, **первым** коммуникативным ходом явилось заявление Китая о готовности признать линию Мак-Магона в восточной части, а значит и все прилегающие к ней территории за Индией, если та, в свою очередь, отдаст территории этой же линии, но в ее западной части. Этот шаг, без сомнения, учитывал интересы обеих сторон. Так, территория, которую требовал Китай, являлась абсолютно непригодной для жизни: цепь ледников на высоте 4,5—7,0 тыс. м над уровнем моря посреди необитаемой соляной пустыни. Но именно эта территория так была необходима Китаю, поскольку через нее открывался доступ и дороги, ведущие к Тибету, который необходимо было контролировать. Для Индии этот участок никакой ценности не имеет ввиду отсутствия там каких-либо ресурсов. Территория восточной части оспариваемых земель покрыта густыми лесами, более чем в два раза больше западной, на ней проживало более 1,4 млн индийцев, к тому же она представляла интерес с сельскохозяйственной точки зрения. Этот участок Китай предложил своему оппоненту. Индия отреагировала на данный коммуникативный ход негативно, отвергнув предложение [Cheng 2010; Lan 2001].

Коммуникация на этом шаге вызвала недоумение адресанта, который не рассчитывал на такую реакцию своего оппонента. Китай явно шел на уступки, но в то же время не отказывался полностью и от своих интересов. С точки зрения Пекина, это была выгодная коммуникативная сделка для обеих сторон. Индия же демонстрировала отказ от коммуникативного процесса, показывая, что коммуникативный торг здесь не уместен, это ее территории. Получив отказ, Китай не оставляет попыток договориться и прийти разными путями к согласию.

Вторым коммуникативным ходом, принятым Китаем, было урегулирование отношений с соседом Индии Пакистаном. На спорное индийское плато Аксайчин претендовал не только Китай, но и Пакистан. Последний, в свою очередь, заручается поддержкой Китая в возможной войне с Индией при условии передачи данного плато Китаю. Именно поэтому Китай и Пакистан предпринимают хитрый коммуникативный маневр, который был выражен в подписании соглашения, по которому обе стороны признавали Аксайчин территорией Пакистана, а не Индии, в случае войны с Индией переходившей под суверенитет КНР. Такой ход не мог не отразиться на всей модели коммуникации и повлек за собой негативный ответ адресата [Dai Bingguo 2010; Maxwell 1972].

Нельзя сказать, что данный коммуникативный ход Китая напрямую имел цель прийти к согласию. Во-первых, учитывая отказ Индии, Китай показывал, что он не всегда будет щедр и открыт к поиску согласия. Во-вторых, своим вторым ходом он демонстрировал, что может и другими путями завладеть спорными территориями на законных основаниях, если Дели не пойдет хоть на какие-либо уступки и не сядет за стол переговоров.

В ответ **третьим** шагом в разворачивающейся коммуникации Индия предпринимает вызов не только своего главного оппонента, но и его союзника. Так, в 1971 г. разразился вооруженный конфликт между Пакистаном и Индией, в котором Индия одержала уверенную победу. Данное событие заставило задуматься Индию и Китай о бессмысленности вооруженного противостояния. «Китай, будучи заинтересован в восстановлении своих позиций на международной арене после периода изоляции, связанного с „Культурной революцией“, убедившись в бесперспективности решения спорных с Индией проблем военными методами, также демонстрировал заинтересованность в снижении уровня конфронтации... Нормализация отношений с Индией могла бы открыть путь для восстановления пошатнувшегося авторитета Китая в движении неприсоединения» [Мясников, Степанов 2001: 327].

Именно это событие, несмотря на победу, побудило Индию начать демонстрировать свою готовность к переговорному процессу и отказу от военного противостояния, которое не приносило ощутимой пользы даже в случае победы. В монографии «Границы Китая: история формирования» об этом говорится: «Тем не менее обе стороны постепенно приходили к осознанию того, что продолжающееся много лет состояние полувоенной... требует от них слишком больших военных, моральных и материальных усилий» [Мясников, Степанов 2001: 327].

Примечательно то, что на фоне этого понимания теперь Индия, как выигравшая сторона, предпринимает **четвертый** коммуникативный ход, заявляя о необходимости восстановления дипломатических отношений с Китаем. Так, 15 апреля 1976 г. министр иностранных дел Индии Я. Чаван выносит на рассмотрение в парламент решение о восстановлении разорванных еще в 1962 г. дипломатических отношений с Китаем на уровне послов. На этот коммуникативный шаг Китай отвечает аналогичным уже в июле.

Таким образом, данный период знаменуется становлением и выстраиванием коммуникации в рамках ситуации *согласие*. На-

чало коммуникации вызвало недоумение у Китая и обиду из-за отказа Индии принять выгодные для обеих сторон предложения, что породило череду агрессивных выпадов друг против друга. Такое развертывание коммуникации вело к порождению ситуации конфликта, а не согласия. Но понимание участниками коммуникативной ситуации цели их взаимодействия способствовало возвращению в русло поиска согласия для достижения этой общей цели.

В связи с тем, что коммуникативная ситуация продолжает развиваться достаточно длительный период времени, можно с уверенностью сказать, что возникшие в ее первом периоде военные конфликты послужили хорошим уроком для обеих сторон и противостоят против вооруженной конфронтации в будущем. Достигнув на данном периоде согласия о коммуникативном сотрудничестве, адресант и адресат заявили о готовности к достижению общей цели. Как Дели, так и Пекину стал понятен путь решения конфликта — коммуникация, ведущая к общей цели — согласию.

ЛИТЕРАТУРА

1. Аврорин В. А. Принципы языковой политики // Вопросы языкознания. 1970. № 2. С. 6—16.
2. Алифанова О. Г. Вариант коммуникативной ситуации СОГЛАСИЕ как модель успешного коммуникативного взаи-

O. G. Alifanova
Ekaterinburg, Russia

ACTUALIZATION OF THE COMMUNICATIVE SITUATION "AGREEMENT" IN POLITICAL DISCOURSE EXEMPLIFIED BY THE TERRITORIAL DISAGREEMENT BETWEEN CHINA AND INDIA: THE 1ST PERIOD (1962—1980)

ABSTRACT. *The article focuses on the analysis of the communicative situation AGREEMENT in resolution of a territorial dispute between such two powers as India and China and on the description of its communicative model. The notion of communication in the analysis of practical materials is considered from a broad perspective and includes both language and discursive data. Discursive analysis of the research material allowed to identify the reasons of unsuccessful and successful communicative steps of both participants of the communication and demonstrated specificities of interaction. Some communicative steps of both participants were not aimed at achieving mutual understanding but they led to the understanding of the necessity of interaction and search for resolution of the conflict. Application of the modeling techniques helped to identify and determine communicative steps of both participants and built common communicative model which can be a good example of communicative failures and successes in realization of the communicative situation AGREEMENT in different types of discourse. This study is focused on the 1st period of the communicative situation development. Owing to the fact that this period is finished by the restoration of diplomatic relations but it does not lead to the solution of the problem, the issue of a territorial dispute can be studied further on the basis of the other periods of this communicative situation.*

KEYWORDS: *communicative situations; agreement; consent; communicative models; communicative cooperation; conversational turn; dispute resolution.*

ABOUT THE AUTHOR: *Alifanova Ol'ga Georgievna, Candidate of Philology, Associate Professor, Department of English Philology and Comparative Linguistics, Institute of Foreign Languages, Ural State Pedagogical University, Ekaterinburg, Russia.*

REFERENCES

1. Avrorin V. A. Printsipy yazykovoy politiki // Voprosy yazykoznaneya. 1970. № 2. S. 6—16.
2. Alifanova O. G. Variant kommunikativnoy situatsii SOGLASIE kak model' uspeshnogo kommunikativnogo vzaimodeystviya // Pedagogicheskoe obrazovanie v Rossii. 2015. № 10. S. 103—109.
3. Kosova O. A. Predposylki vyyavleniya kommunikativnykh strategiy otchuzhdeniya // Vestn. MGOU. 2010. Vyp.4. S. 68—72.
4. Krastyn' S. R., Mayor M. N. «Chelovek-massa» v kommunikativnykh situatsiyakh // Teleskop. 2007. № 6. S. 28—31.
5. Larin B. A. Filologicheskoe nasledie : sb. st. — SPb. : S.-Peterb. un-t, 2003.

действия // Педагогическое образование в России. 2015. № 10. С. 103—109.

3. Косова О. А. Предпосылки выявления коммуникативных стратегий отчуждения // Вестн. МГОУ. 2010. Вып. 4. С. 68—72.

4. Крастынь С. Р., Майор М. Н. «Человек-масса» в коммуникативных ситуациях // Телескоп. 2007. № 6. С. 28—31.

5. Ларин Б. А. Филологическое наследие : сб. ст. — СПб. : С.-Петербург. ун-т, 2003.

6. Мясников В. С., Степанов Е. Д. Границы Китая: история формирования : моногр. — М. : Памятники ист. мысли, 2001.

7. Стернин И. А. Анализ коммуникативных ситуаций. — Воронеж : ВГУ, 2013.

8. Олешков М. Ю. Дидактическая коммуникативная ситуация: проблема моделирования // Мир образования — образование в мире. 2008. № 1. С. 282—294.

9. Якобсон Р. О. Избранные работы по лингвистике. — Благовещенск : БГК им. И. А. Бодуэна де Куртене, 1998.

10. Bingguo D. Adhere To the Path of Peaceful Development [Electronic resource]. URL: <https://www.china.usc.edu/dai-bingguo-“adhere-path-peaceful-development”-dec-6-2010> (date of access: 15.02.2018).

11. Cheng L. China's Midterm Jockeying: Gearing Up for 2012 [Electronic resource]. URL: <https://www.brookings.edu/research/chinas-midterm-jockeying-gearing-up-for-2012-part-1-provincial-chiefs/> (date of access: 10.10.2017).

12. Garver J. W. China's decision for war with India in 1962. — Stanford : Stanford Univ. pr., 2006.

13. Kissinger H. On China. — UK : Wylie Agency Ltd., 2011.

14. Lan C. Mao's China and the Cold War. — Chapel Hill : Univ. of North Carolina Pr., 2001.

15. Maxwell N. India's China war. — New York : Anchor, 1972.

16. Tao L. Time to Teach Those Around the South China Sea a Lesson [Electronic resource]. URL: <https://www.globaltimes.cn/NEWS/tabid/99/ID/677717/Time-to-teach-those-around-South-China-Sea-a-lesson.aspx> (date of access: 26.11.2010).

6. Мясников В. С., Степанов Е. Д. Границы Китая: история формирования : моногр. — М. : Памятники ист. мысли, 2001.

7. Стернин И. А. Анализ коммуникативных ситуаций. — Воронеж : ВГУ, 2013.

8. Олешков М. Ю. Дидактическая коммуникативная ситуация: проблема моделирования // Мир образования — образование в мире. 2008. № 1. С. 282—294.

9. Якобсон Р. О. Избранные работы по лингвистике. — Благовещенск : БГК им. И. А. Бодуэна де Куртене, 1998.

10. Bingguo D. Adhere To the Path of Peaceful Development [Electronic resource]. URL: <https://www.china.usc.edu/dai-bingguo-“adhere-path-peaceful-development”-dec-6-2010> (date of access: 15.02.2018).

11. Cheng L. China's Midterm Jockeying: Gearing Up for 2012 [Electronic resource]. URL: <https://www.brookings.edu/research/chinas-midterm-jockeying-gearing-up-for-2012-part-1-provincial-chiefs/>

edu/research/chinas-midterm-jockeying-gearing-up-for-2012-part-1-provincial-chiefs/ (date of access: 10.10. 2017).

12. Garver J. W. China's decision for war with India in 1962. — Stanford : Stanford Univ. pr., 2006.

13. Kissinger H. On China. — UK : Wylie Agency Ltd., 2011.

14. Lan C. Mao's China and the Cold War. — Chapel Hill : Univ. of North Carolina Pr., 2001.

15. Maxwell N. India's China war. — New York : Anchor, 1972.

16. Tao L. Time to Teach Those Around the South China Sea a Lesson [Electronic resource]. URL: <https://www.globaltimes.cn/NEWS/tabid/99/ID/677717/Time-to-teach-those-around-South-China-Sea-a-lesson.aspx> (date of access: 26.11.2010).

Л. Г. Бабенко, А. И. Конторских
Екатеринбург, Россия

РЕАЛИЗАЦИЯ КАТЕГОРИИ МОДАЛЬНОСТИ В ИНАУГУРАЦИОННОЙ РЕЧИ (НА МАТЕРИАЛЕ РЕЧИ ДОНАЛЬДА ТРАМПА)*

АННОТАЦИЯ. В статье представлен анализ языковых средств и речевых приемов выражения модальности в инаугурационной речи 45-го президента США Дональда Трампа и определена их роль в воздействии на аудиторию. Категория модальности является одной из самых сложных и спорных сфер современного языкознания. В настоящей статье особое внимание уделено средствам выражения модальности, характерным для английского языка, поскольку в них проявляется связь языка и мышления. Цель статьи — выявить специфику реализации категории модальности в жанре инаугурационной речи. Материалом анализа послужила речь Дональда Трампа, произнесенная им во время инаугурации 20 января 2017 года. Проводимые в настоящее время исследования подтверждают значимость использования модальных языковых средств и речевых приемов для выражения отношения к ситуации и показывают, каким образом они способны оказывать влияние на общественное мнение и сознание. Анализ речи президента проводился на нескольких уровнях: морфологическом, лексико-грамматическом и синтаксическом. В результате анализа материала авторы делают вывод о наиболее частотных способах реализации категории модальности в речи и выделяют наиболее частотные средства выражения субъективной модальности.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: инаугурационные речи; языковые средства; речевые приемы; политическая риторика; американские президенты; языковая личность; инаугурация.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ: Бабенко Людмила Григорьевна, доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой фундаментальной и прикладной лингвистики и текстологии, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина; 620083, Россия, г. Екатеринбург, пр-т Ленина, 51, к. 313; e-mail: lgbabenko@yandex.ru.

Конторских Алёна Игоревна, старший преподаватель кафедры иностранных языков и перевода, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина; 620083, Екатеринбург, пр-т Ленина, 51, к. 313; e-mail: kontorskikh.alena@yandex.ru.

Одним из важных направлений современной лингвистики является изучение текста как продукта речевой деятельности человека. Наравне с текстом изучаются и текстовые категории, наименее изученной из которых является категория модальности. Интерес вызывает реализация категории модальности в политическом дискурсе, так как язык является в нем главным инструментом и мощным средством воздействия на аудиторию. Внимание лингвистов в прошлом году привлекла борьба представителя Республиканской партии Дональда Трампа на выборах 45 президента США. Трамп — первый в истории страны предприниматель и миллиардер, ставший президентом. Мы рассмотрели, как в своей инаугурационной речи 20 января 2017 г. президент использует различные языковые средства и речевые приемы для выражения своего отношения к различным сторонам жизни страны и событиям, в ней происходящим, т. е. способы выражения субъективной модальности.

Предварительный анализ речи показал, что общее количество слов в ней составило 1454, что является средним показателем для инаугурационных речей американских президентов. Анализ речи проводился на морфологическом, лексико-грамматическом, синтаксическом уровнях языка.

На морфологическом уровне нами были рассмотрены личные местоимения, модальные слова, модальные глаголы и модальные частицы.

Анализ употребления различных местоимений в речи Д. Трампа обнаружил следующие количественные особенности: *I* (3), *we* (50), *they* (5) и *you* (14). Приведенная статистика показывает доминирование коллективного, или инклюзивного *we* над остальными местоимениями; это говорит о том, что президент упоминает себя как субъекта речи с включением жителей страны. В начале статьи Трамп поясняет, что он имеет в виду под словом *we*: *we, the citizens of America*. Таким образом, он акцентирует роль человека в структуре государства и рассматривает народ как группу ответственно подходящих к жизни людей, знающих свои права и обязанности. Д. Трамп причисляет себя к их числу. Фраза *together we will* повторяется в тексте речи 3 раза, с помощью нее президент внушает народу веру в силу совместных действий и смягчает категоричность, присущую императиву.

Местоимение *I* используется президентом, во-первых, при принятии клятвы (*The oath of office I take today is an oath of allegiance to all Americans*) и, во-вторых, при обещании выполнять функцию защитника своей страны (*I will fight for you with every breath in my body and I will never, ever let you down*).

Если говорить о притяжательных местоимениях, то здесь имеет место повтор *their* (*they*) — *our*: **Their** victories have not been **your** victories. **Their** triumphs have not been **your** triumphs and, while **they** celebrated in

* Исследование выполнено при финансовой поддержке гранта РНФ (проект проект № 16 – 18 – 02005).

our nation's capital, there was little to celebrate for struggling families all across our land. В приведенных высказываниях Дональд Трамп показывает, что описываемое имело место раньше, до его прихода к власти. Также прослеживается оппозиция *their — your*. Как поясняет сам президент, под *their* имеется в виду отношение к *the establishment*, а под *your* и *our* — отношение к *the citizens of the country*. Повтор противопоставления в сочетании с отрицательными глагольными формами в Present Perfect (которые показывают действие, завершённое к моменту речи) обнаруживает неравенство двух групп, неравенство выгод. С помощью противопоставления *their — our* президент подчеркивает вторжение *their* на территорию *our*, сравнивая это с военными действиями. Далее Дональд Трамп описывает момент инаугурации и положение дел после нее. Он продолжает: *<...> this is your moment. It belongs to you. It belongs to everyone gathered here today and everyone watching all across America. This is your day. This is your celebration, and this, the United States of America, is your country.* В этих контекстах Д. Трамп сравнивает ситуацию, которая была до его прихода к власти, и то, что ждет граждан страны в будущем, а именно сосредоточение власти в руках народа, благодаря чему формируется субъективная модальность.

Достаточно популярное средство выражения модальности в английском языке — модальный глагол, также оказался не главным в инаугурационной речи: так, например, президент использует модальный глагол *can* 2 раза и модальный глагол *must* — 3 раза.

Do not allow anyone to tell you that it cannot be done. No challenge can match the heart and fight and spirit of America. Оба предложения имеют значение невозможности, невозможности упомянутых действий, выражают своеобразный запрет.

Модальный глагол *must* используется совместно с местоимением *we*, что подчеркивает модальность долженствования: *We must protect our borders from the ravages of other countries ... We must speak our minds openly, debate our disagreements honestly, but always pursue solidarity... Finally, we must think big and dream even bigger.* В данном случае сложно говорить о преобладании модальности долженствования над модальностью невозможности в тексте речи, поскольку модальные глаголы составляют менее 1 % от общего количества слов.

Основным средством выражения модальности в этой речи является будущее время глагола, которое в сочетании с местоимением *we* приобретает модальное значе-

ние желательности. При его использовании в коротких предложениях они приобретают лозунговый характер, что демонстрируют следующие примеры: *We will face challenges. We will confront hardships, but we will get the job done.* Словосочетание *we will make America* повторяется подряд в речи 5 раз: *Together we will make America strong again. We will make America wealthy again. We will make America proud again. We will make America safe again. And, yes, together, we will make America great again.* В сочетании с повтором употребляются прилагательные, характеризующие Америку с положительной стороны (*strong, wealthy, proud, safe, great*), а повтор добавляет решительности и настойчивости словам президента. В последнем предложении президент подводит итог, подкрепляя его словом согласия (*yes*) и усиливая инклюзивное местоимение *we* словом *together*, что придает предложению лозунговый характер и, более того, переключается со слоганом избирательной кампании Трампа: «*Make America great again*».

В тексте речи также имеются модальные частицы разных видов: усилительные, ограничительные и уточняющие. К усилительным и ограничительным частицам были отнесены *only* (3), *even* (2), *just* (1), *too* (3) и *merely* (1). М. Л. Авакова пишет: «...*just, only, simply, quite*, несущие значение — 'в малой степени' ('to a small extent'), имеют как определенный эффект снижения на шкале интенсивности, так и характеризуют значительное преуменьшение степени интенсивности, маркируя уменьшенную степень действия или признака выделяемого элемента» [Авакова 2017: 32]. Она отмечает также то, что многие исследователи сходятся во мнении, что употребление данных слов связано с ядерной частью высказывания, так как они маркируют элементы, вводящие новую информацию.

Only чаще всего выполняет ограничительную или выделительно-ограничительную функцию, рядом со словом, к которому относится, подчеркивает указанное слово или ограничивает выражаемую им идею. В инаугурационной речи ограничительное значение частицы *only* используется для обозначения: 1) промежутка времени (*But, that is the past and now we are looking only to the future*), 2) условия (*In America, we understand that a nation is only living as long as it is striving*), 3) установки или лозунга (*From this day forward, it's going to be only America first*), что в целом делает постановку целей и пояснение планов президента более четкими.

Усилительное значение частицы *even* придает высказыванию эмфатический ха-

рактически и усиливает экспрессивное значение. Усилительные частицы способствуют выражению крайней степени признака, или несоответствия, исключительности, неидентичности действия или признака, значимости лица, предмета, ситуации в градации однотипных сущностей. Может выражаться также и значение возрастания, преувеличения или, наоборот, сведения к минимуму. Поэтому частица *even* с этим значением реализуется и на фоне целого высказывания или контекста, и на фоне отдельного слова или словосочетания: *Finally, we must think big and dream even bigger... One by one, the factories shuttered and left our shores with not even a thought about the millions and millions of American workers that were left behind.* В первом примере усиливается и акцентируется прилагательное в сравнительной степени, с помощью чего показываются возможности. Во втором примере совместно с отрицательной частицей выделяется фраза, которая выражает отрицательное отношение президента к проблеме быстрого сокращения рабочих мест в прошлом.

В следующем примере ограничительная частица используется с отрицательной, за счет чего акцентируется мнение президента об особенностях момента инаугурации и начале изменений, внимание слушателей сосредоточивается на моменте перехода власти: *Today's ceremony, however, has very special meaning because, today, we are not merely transferring power from one administration to another or from one party to another...*

Усилительная частица *too* ставится или непосредственно после слова, которое она подчеркивает, или в конце предложения. Частица *too* в основном используется, чтобы подчеркнуть, насколько долго люди терпели: *For too long, a small group in our nation's capital has reaped the rewards of government...* — и также то, на какое количество жизней повлияло течение истории: *...but for too many of our citizens, a different reality exists... the drugs that have stolen too many lives and robbed our country of so much unrealized potential.*

Уточняющим частицам присуще значение тождественности, точности, исключительности, уникальности, поэтому количество контекстов, в которых они могут использоваться, ограничено. К уточняющим частицам мы отнесли *right*, которая в контексте речи Дональда Трампа также направлена на акцентуацию момента перехода власти к новому президенту: *right here and right now.*

Среди синтаксических средств выражения модальности принято выделять повторы. Повтор фразы *right here and right now* направлен на подчеркивание переломного

момента истории указанием на время и место проведения церемонии инаугурации. Таким образом прошлое и будущее разграничивается моментом настоящего: *That all changes starting right here and right now because this moment is your moment... This American carnage stops right here and stops right now.* В приведенных отрывках повтор акцентирует начало перемен и конец самоуправления.

Отношение к дню инаугурации как к переломному демонстрирует также следующий отрывок: *From this day forward, it's going to be only America first. America first.* Этим повтором президент усиливает идею главенствующего места Америки в мире, воздействуя на сознание народа.

Принято считать, что неотъемлемой чертой любого текста является интертекстуальность. Как пишет А. П. Чудинов, современный политический текст часто строится и воспринимается как своего рода диалог с другими текстами: автор развивает и детализирует высказанные ранее идеи, полемизирует с ними, дает свою интерпретацию фактов, подчеркивает собственную позицию [Чудинов 2003]. В случае с политической речью слушатель должен не только распознать наличие интертекста, но и идентифицировать и истолковать его. В речи Трампа был обнаружен следующий интертекст: *...but we are transferring power from Washington, D.C., and giving it back to you, the people.* Выделенный отрывок является почти дословной цитатой главного злодея из комиксов о Бэтмене, который говорил о важности передачи власти народу в фильме «Темный рыцарь. Возрождение легенды»: *And we give it back to you, the people.* Используя время Present Continuous в рассматриваемой фразе, президент показывает реальность, с помощью грамматического значения времени подчеркивает момент речи, отождествляя себя с известным персонажем. Кроме того, выполняющая экспрессивную и поэтическую функции, приведенная цитата оживляет политический текст, позволяет сделать сообщение более ярким, привлекающим внимание адресата, и воздействует на формирование точки зрения и поведение аудитории.

Таким образом, рассмотренные средства выражения модальности в тексте речи позволяют сделать вывод о разнообразии средств выражения субъективной модальности. Основными из рассмотренных нами средств выражения модальности в речи Д. Трампа являются личные местоимения, модальные глаголы, модальные слова, модальные частицы, а также притяжательные местоимения. Наиболее часто субъективная

модальность формируется такими средствами, как личные местоимения (в особенности инклюзивное *we*), притяжательные местоимения, с помощью которых четко выстраивается оппозиция «свой — чужой». Особый вклад в формирование субъективной модальности вносят модальные частицы, которые помогают расставлять акценты в предложении, усиливать, ограничивать или уточнять значимые для смысла предложения слова.

ЛИТЕРАТУРА

1. Авакова М. Л. Гендерный аспект функционирования дискурсивных элементов в англоязычной лингвокультуре (на материале дискурса интервью и художественного дискурса) : дис. ... канд. филол. наук. — Пятигорск, 2017. 210 с.
2. Арутюнова Н. Д. Дискурс // Большой энциклопедический словарь. Языкознание. — М. : Большая Рос. энцикл., 2000. С. 136—137.
3. Бабенко Л. Г. Оценочный фактор в формировании модального пространства текста // Оценки и ценности в современном научном познании : сб. науч. тр. / под ред. С. С. Ва-

L. G. Babenko, A. I. Kontorskikh
Ekaterinburg, Russia

MODALITY OF INAUGURAL SPEECH OF DONALD TRUMP (on the material of the inaugural speech of Donald Trump)

ABSTRACT. *The article studies language and speech means of creation of subjective and objective modality in the inaugural speech of the 45th president of the USA Donald Trump. It also studies the role of the means in this genre of political discourse and their effect on the listeners. The category of modality is one of the most complicated and controversial spheres in linguistics. In the following article the attention is focused on the means of expressing modality in the English language in order to understand the connection between language and thinking. The aim of the article is to specify the means of expressing modality in the genre of inaugural speech. The article analyses the speech of the US President Donald Trump pronounced on the 20th of January. Analysis was conducted on morphological, lexicogrammatical and syntactic language levels. As a result the authors make a conclusion about the most frequent means of expressing modality.*

KEYWORDS: *inaugural address; language means; speech act; political rhetoric; American presidents; linguistic persona; inauguration.*

ABOUT THE AUTHORS: *Babenco Liudmila Grigorievna, Doctor of Philology, Professor, Head of the Fundamental and Applied Linguistics and Text Science Department, Ural Federal University named after B.N.Yeltsin, Ekaterinburg, Russia.*

Kontorskikh Alyona Igorevna, Senior Lecturer, Department of Foreign Languages, Ural Federal University named after B.N.Yeltsin, Ekaterinburg, Russia.

REFERENCES

1. Avakova M. L. Gendernyy aspekt funktsionirovaniya diskursivnykh elementov v angloyazychnoy lingvokul'ture (na materiale diskursa interv'y'u i khudozhestvennogo diskursa) : dis. ... kand. filol. nauk. — Pyatigorsk, 2017. 210 s.
2. Arutyunova N. D. Diskurs // Bol'shoy entsiklopedicheskiy slovar'. Yazykoznanie. — M. : Bol'shaya Ros. entsikl., 2000. S. 136—137.
3. Babenko L. G. Otsenochnyy faktor v formirovani modal'nogo prostranstva teksta // Otsenki i tsennosti v sovremennom nauchnom poznanii : sb. nauch. tr. / pod red. S. S. Vaulinoy, V. I. Greshnykh. — Kaliningrad : Izd-vo RGU im. I. Kanta, 2009. Ch. 2.
4. Babenko L. G., Vasil'ev I. E., Kazarin Yu. V. Lingvisticheskiy analiz khudozhestvennogo teksta. — Ekaterinburg, 2000.
5. Budaev E. V., Chudinov A. P. Zarubezhnaya politicheskaya lingvistika : ucheb. posobie / E. V. Budaev, A. P. Chudinov. — Ekaterinburg, 2006. 352 s.

улиной, В. И. Грешных. — Калининград : Изд-во РГУ им. И. Канта, 2009. Ч. 2.

4. Бабенко Л. Г., Васильев И. Е., Казарин Ю. В. Лингвистический анализ художественного текста. — Екатеринбург, 2000.

5. Будаев Э. В., Чудинов А. П. Зарубежная политическая лингвистика : учеб. пособие / Э. В. Будаев, А. П. Чудинов. — Екатеринбург, 2006. 352 с.

6. Гальперин И. Р. Текст как объект лингвистического исследования. — М., 1981.

7. Демьянков В. З. Политический дискурс как предмет политологической филологии / В. З. Демьянков // Политическая наука. Политический дискурс: история и современные исследования. — М., 2002. С. 32—43.

8. Золотова Г. А. Модальность в системе предикативных категорий // Otazky slovanske syntaxe. III. — Brno, 1973.

9. Моргун Е. А. Концептуализация инаугурационного дискурса (на примере инаугурационных речей американских президентов) // Вестн. ЧелГУ. 2010. № 11. С. 81—86.

10. Чудинов А. П. Политическая лингвистика (общие проблемы, метафора) : моногр. — Екатеринбург, 2003. 194 с.

11. Шейгал Е. И. Инаугурационное обращение как жанр политического дискурса // Жанры речи. — Саратов, 2002. № 3. С. 205—214.

12. Шмелева Т. В. Смысловая организация предложения и проблема модальности // Актуальные проблемы русского синтаксиса. — М., 1984.

6. Gal'perin I. R. Tekst kak ob'ekt lingvisticheskogo issledovaniya. — M., 1981.

7. Dem'yankov V. Z. Politicheskii diskurs kak predmet politologicheskoy filologii / V. Z. Dem'yankov // Politicheskaya nauka. Politicheskii diskurs: istoriya i sovremennye issledovaniya. — M., 2002. S. 32—43.

8. Zolotova G. A. Modal'nost' v sisteme predikativnykh kategoriy // Otazky slovanske syntaxe. III. — Brno, 1973.

9. Morgun E. A. Kontseptualizatsiya inavguratsionnogo diskursa (na primere inavguratsionnykh rechey amerikanskikh prezidentov) // Vestn. ChelGU. 2010. № 11. S. 81—86.

10. Chudinov A. P. Politicheskaya lingvistika (obshchie problemy, metafora) : monogr. — Ekaterinburg, 2003. 194 s.

11. Sheygal E. I. Inavguratsionnoe obrashchenie kak zhanr politicheskogo diskursa // Zhanry rechi. — Saratov, 2002. № 3. S. 205—214.

12. Shmeleva T. V. Smyslovaya organizatsiya predlozheniya i problema modal'nosti // Aktual'nye problemy russkogo sintaksisa. — M., 1984.

Н. В. Бисерова
Пермь, Россия

ОСОБЕННОСТИ НОМИНАЦИЙ МИГРАЦИОННОГО КРИЗИСА ВО ФРАНЦУЗСКОМ МЕДИЙНОМ ДИСКУРСЕ

АННОТАЦИЯ. В статье представлен опыт исследования номинаций миграционного кризиса во французском медийном дискурсе. Источником анализа послужили электронные тексты французских печатных изданий «Le Monde», «Le Courrier International», «L'Express», «Le Nouvel Observateur», «Le Parisien», «Le Point», широко освещающие миграционную тему. Данная тема во французских СМИ отражает двойственную позицию по отношению к участникам миграции и миграционным процессам. С одной стороны, на общественное мнение влияют трагические события с мигрантами на Средиземном море, вызывающие сочувствие принимающей страны. С другой стороны, рост террористической активности вызывает обеспокоенность французов, связывающих данную активность с деятельностью мигрантов в период кризиса. Миграционный кризис, обостривший проблемы социально-политического характера во Франции, влияет на динамичные процессы в лексике: ее обогащение, активизацию образных номинаций, варьирование. Данные процессы обусловлены тем, что номинации миграционной сферы из экспертного дискурса активно проникают в медийный дискурс, где подвергаются процессу детерминологизации, то есть ослаблению специального значения и усилению эмоционально-оценочного компонента. Ставится цель выявить специфику номинаций миграционного кризиса и определить условия варьирования номинаций по степени детерминологизации от очень низкой до высокой. Применены методы дефиниционного моделирования, онтологического моделирования, компонентного анализа, оценки степени детерминологизации номинаций. Анализ материала выявил факторы детерминологизации: изменение сферы функционирования термина, наличие коннотативных компонентов в структуре значения (актуализация оценочных сем, наличие стилевой пометы в словаре, актуализация прагматологически связанного значения). Список факторов может быть дополнен.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: миграционное право; онтологическое моделирование; дефиниционное моделирование; медиадискурс; медиатексты; СМИ; средства массовой информации; миграционные процессы; степень детерминологизации.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ: Бисерова Наталья Васильевна, соискатель кафедры лингводидактики, Пермский государственный национальный исследовательский университет; 614094, Россия, г. Пермь, Мильчакова, 4, 19; e-mail: ntlbiserova@rambler.ru.

В данной работе предпринимается попытка изучить особенности функционирования номинаций миграционного кризиса на материале французского языка. Выбор франкоязычного материала для анализа обусловлен несколькими причинами. В первую очередь отметим, что Франция является одним из старейших государств иммиграции с середины XIX в., где традиционно распространено критическое восприятие миграционных процессов, требующее комплексного анализа [Delouvin 2004: 89—125]. Кроме того, Франция активно участвует в разработке новых положений миграционного права, стандартизации его понятийного аппарата и упорядочения терминологии. Данный факт объясняется тем, что Франция в силу своего геополитического положения оказалась в большей степени, по сравнению с другими странами, вовлеченной в миграционный кризис, спровоцированный военными конфликтами в Ближневосточном регионе [Delouvin 2004: 89—125]. Репрезентируя чрезвычайно важные общественные явления, терминология миграционной области не ограничивается специальной сферой и активно функционирует в медийном дискурсе при освещении событий миграционного характера, в том числе миграционного кризиса. Выход терминологии за рамки специальной сферы сопровождается изменением значения терминологических единиц по сравнению с экспертным дискурсом, что свидетельствует об активизации процесса детерминологизации. Активизация данного процесса может быть обусловлена тем, что особенности семанти-

ки термина правовой сферы предопределяются тесной связью с общелитературной лексикой [Хижняк 2013: 208], чему способствует популяризация, в частности, социально-правовых знаний.

С учетом вышесказанного, гипотеза исследования заключается в том, что номинации миграционного кризиса, вербализующие специальные понятия миграционного права, функционируют в медийном дискурсе и варьируются по степени детерминологизации от очень низкой степени до высокой. В процессе анализа фактического материала выясняется, какие факторы оказывают влияние на степень детерминологизации. Для проверки данной гипотезы необходимо выполнить следующие задачи:

- обозначить терминологический аппарат исследования;
- представить когнитивную модель понятия в экспертном дискурсе;
- проанализировать номинации миграционного кризиса в медийном дискурсе;
- определить степень детерминологизации данных номинаций;
- выявить факторы, влияющие на степень детерминологизации.

Центральными понятиями исследования являются термин, вариант термина, терминология, степень детерминологизации, медийный дискурс. В большинстве случаев термин определяется как слово (или словосочетание) специальной сферы, выражающее специальное понятие и имеющее дефиницию [Алексеева 1998; Ананьева, Мишланова 2014; Белоусов, Мишланова, Засе-

дателева 2013; Головин, Кобрин 1987; Гринев-Гриневиц 2008; Даниленко 1977; Лейчик 2009; Мишланова, Заседателева 2013; Мишланова, Хрусталева 2009; Смирнова 2011; Суперанская, Подольская, Васильева 1989; Шелов 1995; 2003]. Специальное понятие соотносится со специализированным значением, выраженным в дефиниции. Специальное понятие формируется в дискурсе, под которым понимается, с одной стороны, вербально опосредованная деятельность в специальной сфере [Алексеева, Мишланова 2002], с другой — совокупность текстов, в которых репрезентировано специальное понятие [Заседателева 2011: 9].

Изучение семантических особенностей терминологии миграционного кризиса осуществляется путем ее моделирования в онтологическом и семантическом аспектах с применением фреймового и дефиниционного моделирования, основанного на анализе понятий предметной сферы «Миграционное право» и компонентном анализе дефиниций терминов миграционного права.

При рассмотрении в онтологическом аспекте изучены современные исследования в области миграции [Вокуев 2006; Зинченко 2012; Рыбаковский 2003; Хабриева 2007; Delouvin 2004; Piquet 2013], современные отраслевые словари [Lexique de l'immigration 1998; Vocabulaire de l'immigration et de la protection des réfugiés 2004; Glossaire de la migration 2007; Glossaire 2.0 sur l'asile et les migrations — Un outil pour une meilleure comparabilité 2012], а также глоссарии, представленные в отчетах международных организаций о миграционных процессах в мире [Migration, droits de l'homme et gouvernance 2015; Migrations internationales: un enjeu planétaire 2015; Rapport de synthèse — Déterminer les pénuries de main-d'œuvre et les besoins en migration économique depuis les pays tiers en UE 2015; Les droits fondamentaux des étrangers en France 2016; Mémo[ts] à l'intention des journalistes pour parler d'asile et de migrations 2017]. В результате выявлено, что понятийная система миграционного права включает два обязательных компонента: миграционный (КМ) и правовой (КП). Под обязательными компонентами понимаются основные понятийные компоненты, которые присутствуют в ситуации миграции. Данные компоненты необходимы для адекватного понимания ситуации миграции, и устранение любого из них может привести к ее неправильному пониманию. Феномен миграции невозможно рассматривать вне правовой сферы знания, поскольку мигрант, пересекая границы другого государства, подчиняется законам данного государства и, соответственно, меняет свой правовой статус.

В основе реализации понятийных компонентов модели лежат вариативные конфигурации семантических категорий и субкатегорий, которые могут быть представлены в виде семантико-категориальных моделей. Миграционный компонент модели понятия представлен следующими семантическими категориями: *субъект, перемещение, пространство, время, причина*. Правовой компонент модели актуализирован следующим образом: *субъект, права, обязанности, правовые последствия*. Каждая из данных семантических категорий конкретизируется семантическими субкатегориями. При рассмотрении семантической структуры понятия обращаемся к методам дефиниционного и компонентного анализа.

Специальное понятие миграционного права репрезентировано на вербальном уровне терминологией из отраслевых словарей по профилю миграции [Lexique de l'immigration 1998; Vocabulaire de l'immigration et de la protection des réfugiés 2004; Glossaire de la migration 2007; Glossaire 2.0 sur l'asile et les migrations — Un outil pour une meilleure comparabilité 2012]. Под терминологией в данной работе понимается совокупность терминов и вариантов терминов. Термин, как единица специального знания, функционирует в экспертном дискурсе и помогает составить совокупное представление о специальном понятии. Варианты терминов функционируют в медийном дискурсе и определяются как номинации, обладающие разной степенью детерминологизации. При детерминологизации термин «теряет свою строгую концептуальность, системность, однозначность и приобретает прагматические свойства, которых он прежде был лишен, то есть возникает новое слово с терминологическим значением, требующее уже не дефиниции, а толкования» [Суперанская, Подольская, Васильева 1989: 133]. Широкое поле для толкования и интерпретации понятий миграционного права предоставляет медийный дискурс.

Понятие медийного дискурса является производным от общей концепции дискурса. При определении дискурса «в современной отечественной и зарубежной науке большое значение имеют как традиции различных национальных научных школ (дискурсивного анализа — в Западной Европе и лингвистики текста — в России), так и активно развивающиеся процессы интеграции гуманитарного знания» [Добросклонская 2005: 153]. Так, если дискурс определяется как «сложное коммуникативное явление, которое включает в себя всю совокупность экстралингвистических факторов, сопровождаю-

щих процесс коммуникации, как-то: социальный контекст, дающий представление об участниках коммуникации и их характеристиках; особенности производства, распространения и восприятия информации, культурно-идеологический фон и т. п., придается большое значение расширенному пониманию контекстуальной перспективы дискурса, особенно при изучении текстов массовой информации» [Ван Дейк 1989: 62].

Дискурс СМИ отражает социально-политические тенденции, формирует общественное мнение, в частности, по вопросам миграционной сферы. Функционирование терминологии миграционного кризиса во французском медийном дискурсе характеризуется, во-первых, проявлением политкорректности, во-вторых, наличием амбивалентной оценки миграционных явлений, в-третьих, обусловленностью политическими взглядами при освещении событий миграционной тематики.

Так, особенности функционирования терминологии миграционного кризиса проявляются в медийном дискурсе в виде увеличения числа номинаций, отражающих политкорректное отношение к участникам миграционного процесса. Данный факт подтверждается, в частности, проведением во Франции дебатов, темой которых является выбор терминов и номинаций при освещении миграционных событий. Наблюдается специализация понятий, в частности, предлагается разграничивать термины *migrant* и *réfugié* (мигрант и беженец) через союз *и*, поскольку обобщающий термин *migrant* (мигрант) не передает сложности, которые испытывают беженцы. Приведем примеры функционирования подобных терминов в нормативных документах миграционного права: *L'Union européenne et la protection des migrants et des réfugiés, Évaluation des besoins des migrants et réfugiés francophones en Ontario, Migrants et réfugiés: réponse aux indécis, aux inquiets et aux réticents* [Migration, droits de l'homme et gouvernance 2015]. По мнению исследователей, тенденция к политкорректному употреблению терминологии распространялась в том числе на другие сферы жизнедеятельности и получила отражение во французском медийном дискурсе. «Возникают профессиональная, социальная, идеологическая корректность. Например, учителя в школе называют преподавателем, как в вузе, горничную — хозяйкой, слепого — плохо видящим. Лексема „маркетинг“ стала синонимом манипуляции потребителем, номинация либерализма встречается, в основном, в негативном контексте». Данные языковые примеры свидетельствуют о

том, что «эгалитаристская французская модель в отношении миграции, направленная на установление равенства и стирание различий, в современной Франции решает возникающие проблемы не с помощью реальных действий, а лишь меняя названия, вводя новые табу на социально значимые явления» [Стрельцова 2011: 81—94].

Кроме того, понятия миграционного кризиса во французском медийном дискурсе выражаются на вербальном уровне вариантами терминов, имеющими амбивалентную оценку. В номинациях обнаруживаются как черты терпимости, так и проявление неприязни по отношению к субъектам миграции, что демонстрирует двойственность и противоречивость в данном вопросе, косвенно провоцируя конфликтные ситуации. Представим примеры номинаций, выражающих разные характеристики участников миграционных событий:

– номинации общественно-политического статуса: *légal/illégal, citoyen/non-citoyen, exilés, demandeurs d'asile, demandeurs d'emploi, travailleurs immigrés, RMIstes, clandestins, sans-papier*;

– номинации, отражающие внешние и внутренние характеристики мигрантов: *barbus, bronzé, ébouriffé, délavé, démuni, noir, pauvrement vêtu, pauvre, paresseux, jeune, bon, méchant, impolis, commettent des incivilités, les plus courageux, les moins courageux, non-assimilés, assimilé, mauvais, ignorent les codes, respectueux des lois*;

– полярные по значению лексемы, например, такие как *bon/méchant, les plus courageux / les moins courageux, assimilé / non-assimilés, ignorent les codes/respectueux des lois*, появление которых в ряду характеристик объясняется двойственной позицией оцениваемых субъектов;

– номинации профессиональной деятельности: *chomiste, main-d'œuvre, ouvrier immigré, travailleur immigré, travailleur français*;

– номинации, связанные с семьей: *tradition forte, mariages gris, quartier immigré, communauté des immigrés, se replient sur leur communauté*;

– фигурирующие среди частотных метонимические номинации *communauté, flux, famille, vague, main-d'œuvre*, отражающие стереотип восприятия иммигранта как нерасчлененной группы;

– номинации антисоциальной деятельности: *revendeur de drogues, voleur, agresseur, ennemi intérieur*;

– номинации, содержащие в своем значении негативную оценку личности: *Africain, Arabe, Asiatique, clochard, bougnoule, horde, misérable, Noir, banlieusard* и т. д.

Еще одной характерной чертой является использование номинаций по отношению к мигрантам, содержащих в значении положительную или отрицательную оценку, в зависимости от политических взглядов говорящего. Известно, что французские политические деятели, придерживающиеся левых взглядов, высказываются в пользу миграции и субъектов миграции, в то время как политики правых взглядов не приветствуют миграцию во Франции. Представим пример контекста, в котором представитель правой партии использует непрямую номинацию мигранта, содержащую отрицательную коннотацию. Представим пример данной номинации, посредством которой мигрант репрезентирован как источник социальной напряженности во Франции: **Les mineurs de 1945 n'ont rien à voir avec les géants noirs des banlieues d'aujourd'hui qui ont moins de 18 ans et qui font peur à tout le monde** [L'Express [http](#)]. Выделим вариант термина *géants noirs des banlieues* и перейдем к анализу значения методом построения контекстуальной дефиниции данной номинации: *несовершеннолетние иммигранты, представляющие опасность во французских пригородах*. Выделим семы: 1) субъект миграционного права; 2) несовершеннолетний; 3) опасность; 4) находится в пригородах Франции. Семы данной дефиниции соотносятся с компонентами когнитивной модели и группируются в виде семантико-категориальной модели (в круглых скобках указан облигаторный компонент понятийной модели): субъект (КМ), пространство (КМ), обязанности (КП). Миграционный компонент в данном случае представлен в большей мере, чем правовой. Контекстуальное значение выходит за пределы когнитивной модели за счет наличия коннотативных сем в значении номинации *géants noirs (черные гиганты)* для обозначения несовершеннолетних иммигрантов, которые держат в страхе французские пригороды. Представим контекстуальную дефиницию второй номинации из данного контекста *mineurs de 1945*: *несовершеннолетние мигранты послевоенного времени, не представляющие опасности, по сравнению с мигрантами сегодняшнего дня*. Выделим семы: 1) субъект миграционного права; 2) несовершеннолетний; 3) после Второй мировой войны; 4) не представляет опасность для Франции; 5) положительная оценка данных лиц, по сравнению с иммигрантами в настоящее время. Видится, что данные номинации, используемые в одном контексте, функционируют как противопоставления: *mineurs de 1945 (несовершеннолетние в 1945 году)* и *géants noirs des banlieues*

d'aujourd'hui (черные гиганты пригородов сегодня), что подчеркивает отношение к современным мигрантам как к источнику опасности. Использование данных номинаций представителем официальной власти усиливает значимость данного социального представления.

Представим еще один пример анализа контекста, репрезентирующего высказывание правого политика в отношении мигрирующих лиц:

La représentante du Front national Marine Le Pen a déclaré jeudi que «90% des fait divers ont à leur origine soit un immigré soit une personne d'origine immigrée», estimant que la lutte contre l'insécurité «passe d'abord par le contrôle de l'immigration» [L'Express [http](#)].

Составим контекстуальную дефиницию к номинации *immigré*: субъект миграционного права, часто появляющийся в газетной рубрике «Происшествия», является источником опасности для принимающего общества. Выделим семы: 1) субъект миграционного права; 2) постоянный участник происшествий; 3) принимающее общество; 4) представляет опасность для принимающего общества. Семы дефиниции соотнесем с компонентами когнитивной модели и получим следующую семантико-категориальную модель (в круглых скобках указан облигаторный компонент понятийной модели): субъект (КМ), пространство (КМ), обязанности (КП). Снова отмечаем преобладание миграционного компонента над правовым.

Представим контекстуальную дефиницию второй номинации из данного контекста — *personne d'origine immigrée*: житель Франции, по происхождению иммигрант, часто появляющийся в газетной рубрике «Происшествия», является источником опасности для принимающего общества. Выделим семы: 1) житель Франции; 2) иммигрант по происхождению; 3) постоянный участник происшествий; 3) принимающее общество; 4) представляет опасность для принимающего общества. Компоненты когнитивной модели репрезентированы тем же образом, что и в предыдущей номинации.

Говоря о специфике функционирования вариантов терминов в медийном дискурсе, отметим, что любые семантические изменения номинации по сравнению со специальным дискурсом свидетельствуют об определенной степени деспециализации понятия, проявляющейся на вербальном уровне в детерминологизации номинации. Варианты терминов в медийном дискурсе отличаются разной степенью детерминологизации, которая варьируется как высокая, средняя, умеренная, низкая, очень низкая. К очень низкой

степени детерминологизации относим номинацию при формальном совпадении варианта термина в медийном дискурсе с термином в экспертном дискурсе. К низкой степени детерминологизации относим вариант термина а) при полном или частичном сохранении формы по сравнению со специализированным источником, б) при наличии коннотативного компонента значения — коннотативной семы, выражающей оценочное отношение говорящего к денотату слова, несущей дополнительную информацию и выходящей за пределы когнитивной модели специального понятия. Коннотативная сема может выводиться из контекста атрибутивного словосочетания либо из контекста в целом. Умеренная степень детерминологизации характеризуется а) наличием коннотативного компонента значения, б) изменением функционально-стилистического компонента значения, в) фиксацией стилевой пометы в слове. В зависимости от функционально-стилевой принадлежности номинации можно классифицировать по нормативности как а) нормативные, б) ненормативные; по стилистической отнесенности как а) литературные, б) разговорные (нормативные); сниженные как а) сленг, б) жаргон, в) просторечие, г) грубые (ненормативные) [Стернин, Саломатина 2011: 10]. При средней степени детерминологизации реализуется фразеологически связанное значение. Данное значение проявляется а) как коннотативное, т. е. отражающее образы объективного мира опосредованно, б) с нарушением лексической сочетаемости, в) с абсолютным изменением формы номинации, г) с наличием коннотативной семы. При высокой степени детерминологизации а) изменяются функционально-стилистические характеристики терминологического варианта, б) данные функционально-стилистические характеристики зафиксированы в словаре в виде стилевой пометы.

Рассмотрим примеры функционирования вариантов терминов разной степени детерминологизации во французском медийном дискурсе. Представим контекст, в котором выделим номинацию, относящуюся к миграционному кризису:

Le nombre de déplacés et de réfugiés suite aux multiples conflits dans le monde a atteint le niveau record de 60 millions de personnes en 2014, selon le rapport annuel du HCR qui se déclare de plus en plus dépassé devant ce drame [Le Point international [http](#)]. В данном контексте вариант термина *réfugiés* (беженцы) формально совпадает с термином из специализированного источника. Переходим к анализу значения и строим контекстуальную дефиницию данной номина-

ции: *субъекты миграционного права иностранного происхождения, вынужденно перемещающиеся вследствие многочисленных конфликтов в исходных странах, достигли рекордного уровня по количеству человек*. Выделяем семы из построенной контекстуальной дефиниции: 1) *иностраный гражданин*; 2) *вынужденное перемещение*; 3) *исходная страна*; 4) *рекорд по количеству человек*. Семы данной дефиниции соотносятся с компонентами когнитивной модели и группируются в виде семантико-категориальной модели следующим образом: субъект (КМ), пространство (КМ), причина (КМ), субъект (КП), права (КП). Как видим, в данной дефиниции более полно представлен миграционный компонент значения по сравнению с правовым. Кроме того, в значении данной номинации присутствует коннотативная сема отрицательной оценки (ОО) «рекорд по количеству человек».

В структуре значения категории оценки исследователи отмечают следующие четыре компонента: 1) оценивающий субъект, 2) оцениваемый объект, 3) основание оценки и 4) характер оценки [Арутюнова 1988]. Характер оценки отражает положительное или отрицательное отношение субъекта к оцениваемому объекту, связанное с позицией объекта на шкале положительных или отрицательных оценок. В данном контексте оценивающий субъект — принимающая культура, оцениваемый объект — участник миграции, основание оценки — количественный показатель, характер оценки — отрицательный за счет наличия отрицательной коннотативной семы «рекорд по количеству человек». Рассмотрим значение лексемы *record* (*рекорд*): *résultat, niveau supérieur à tous ceux obtenus antérieurement dans un domaine autre que le sport* [Larousse [http](#)]. Словарное значение лексемы *record* (*рекорд*) имеет положительную коннотативную сему *наивысший результат, уровень*. В медийном контексте данная сема меняется на отрицательную, поскольку *рекордное количество участников миграции* расценивается как угроза принимающей культуре и является показателем кризиса. В результате данный терминологический вариант совпадает по форме с термином, но имеет отличия в структуре значения. Поскольку контекстуальное значение номинации содержит коннотативную сему и выходит за рамки когнитивной модели понятия, относим данный вариант термина к демонстрирующим низкую степень детерминологизации.

Рассмотрим еще один пример функционирования варианта термина миграционного кризиса во французском медийном дискурсе:

Des enfants syriens barbés sont mélangés dans les écoles allemandes avec des adolescentes [Le Courriel international http].

Из данного контекста выделяем номинацию *enfants syriens barbés* (*сирийские бородатые дети*). Отмечаем, что данная номинация не зафиксирована в экспертном дискурсе, и обращаемся к анализу значения ее компонентов. Лексема *enfants* (*дети*) имеет ядерную сему *не достигшие возраста 18 лет*, которая не актуализируется в данном контексте и замещается коннотативной семой *barbés* (*бородатые*). В результате нарушения лексической сочетаемости реализуется фразеологически связанное значение в виде номинации *бородатые дети*. Сема *syriens* (*сирийские*) репрезентирует значение участников миграции, не относящихся к гражданам принимающей стороны. Сформируем контекстуальную дефиницию данной номинации: *сирийцы, перемещившиеся вынужденно на территорию Германии с нарушением правил въезда, которые сознательно занижают свой реальный возраст с целью попасть в категорию уязвимой группы (несовершеннолетних детей), получить статус беженца, привилегии на воссоединение с семьей, пособия, возможность обучаться*. Выделяем семы данной контекстуальной дефиниции: 1) *дети*; 2) *сирийские*; 3) *из Сирии в Германию*; 4) *Сирия*; 5) *Германия*; 6) *с целью обосноваться*; 7) *с целью обучаться*; 8) *военный конфликт*; 9) *уязвимая группа*; 10) *несовершеннолетний*; 11) *без нарушения нормы права субъекта*; 12) *с нарушением нормы обязанностей субъекта (опасность для принимающего общества)*. Соотнесем семы данной номинации с компонентами когнитивной модели и сгруппируем в виде семантико-категориальной модели: субъект (КМ), перемещение (КМ), пространство (КМ), время (КМ), причина (КМ), субъект (КП), права (КП), обязанности (КП). Отмечаем, что в значении номинации *enfants syriens barbés* (*сирийские бородатые дети*) репрезентирован в большей мере миграционный компонент когнитивной модели, чем правовой. В данном варианте термина реализуется фразеологически связанное значение, а также имеется коннотативная сема. В результате относим данную номинацию к средней степени детерминологизации.

Проведенный анализ позволяет сделать вывод о том, что на степень детерминологизации номинаций миграционного кризиса влияют следующие факторы: 1) изменение сферы функционирования термина, 2) изменение формальных и содержательных компонентов варианта термина в медийном

дискурсе по сравнению с экспертным дискурсом, 3) наличие коннотативных компонентов в структуре значения номинации, а именно а) актуализация оценочных сем (положительной/отрицательной), б) изменение функционально-стилистического компонента значения (наличие стилевой пометы в слове), в) актуализация фразеологически связанного значения. В ходе дальнейшего анализа фактического материала факторы, усиливающие или ослабляющие специальное значение номинации, могут быть идентифицированы, а их список — дополнен.

ЛИТЕРАТУРА

1. Алексеева Л. М. Проблемы термина и терминологии : учеб. пособие по спецкурсу / Перм. ун-т. — Пермь, 1998. 120 с.
2. Алексеева Л. М., Мишланова С. Л. Медицинский дискурс: теоретические основы и принципы анализа. — Пермь : Изд-во Перм. ун-та, 2002. 200 с.
3. Ананьева Ю. С., Мишланова С. Л. Дефиниционное моделирование медицинской терминологии. — СПб. : ФИНЭК, 2014. 174 с.
4. Арутюнова Н. Д. Типы языковых значений: оценка, событие, факт. — М., 1988. 341 с.
5. Белоусов К. И., Мишланова С. Л., Заседателева М. Г. Тезаурусное моделирование предметной области «Компетентностный подход»: дизайн исследования и программная реализация на платформе «Семограф» // Инновационные проекты и программы в образовании. 2013. Т. 4. С. 3—10.
6. Ван Дейк Т. А. Язык. Познание. Коммуникация. — М., 1989. 308 с.
7. Вокуев М. Р. Миграционное право современной России: теоретико-правовой анализ : автореф. дис. ... канд. юрид. наук. — Ростов н/Д, 2006. 28 с.
8. Головин Б. Н., Кобрин Р. Ю. Лингвистические основы учения о терминах. — М. : Высшая школа, 1987. 104 с.
9. Гринев-Гриневич С. В. Терминоведение : учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. — М. : Академия, 2008. 304 с.
10. Даниленко В. В. Русская терминология. Опыт лингвистического описания. — М. : Наука, 1977. 246 с.
11. Добросклонская Т. Г. Вопросы изучения медиатекстов. — М. : Едиториал УРСС, 2005. 288 с.
12. Заседателева М. Г. Репрезентация концепта «Компетенция» в методическом дискурсе: онтологический и тезаурусный аспекты (на материале немецкого и русского языков) : автореф. дис. ... канд. филол. наук. — Пермь, 2011. 23 с.
13. Зинченко Н. Н. Миграционное право в международно-правовой доктрине и практике: становление и перспективы развития : автореф. дис. ... д-ра юрид. наук. — М., 2012. 48 с.
14. Лейчик В. М. Терминоведение: предмет, методы, структура. Изд. 4-е. — М. : Книжный дом «Либроком», 2009. 256 с.
15. Мишланова С. Л., Хрусталева М. А. Интерференция: когнитивно-дискурсивный анализ синонимии : моногр. — Пермь : Изд-во Перм. гос. ун-та, 2009. 200 с.
16. Мишланова С. Л., Заседателева И. Г. Методика и технология профессиональной деятельности: системно-деятельностный подход к преподаванию иностранных языков : учеб. пособие. — Пермь : Перм. гос. нац. исслед. ун-т, 2013. 102 с.
17. Рыбаковский Л. Л. Миграция населения (вопросы теории). — М. : ИСПИ РАН, 2003. 238 с.
18. Смирнова Ю. С. Дефиниционное моделирование в терминологическом поле «сепсис»: когнитивно-дискурсивный аспект : автореф. дис. ... канд. филол. наук. — Пермь, 2011. 21 с.
19. Стернин И. А., Саломатина М. С. Семантический анализ слова в контексте. — Воронеж : Истоки, 2011. 150 с.
20. Стрельцова Я. Тема иммиграции во Франции накануне президентских выборов 2012 года // Мировая экономика и международные отношения. 2011. № 9. С. 81—94.

21. Суперанская А. В., Подольская Н. В., Васильева Н. В. Общая терминология. Вопросы теории. — М. : Наука, 1989. 246 с.
22. Хабриева Т. Я. Миграционное право как структурное образование российского права // Журнал российского права. 2007. № 11. С. 3—16.
23. Хижняк С. П. Терминологическое значение, концептуальное содержание и дефинитивная основа системности // Вестн. Саратов. гос. юрид. акад. 2013. № 2 (91).
24. Шелов С. Д. Опыт построения терминологической теории: значение и определение терминов : автореф. дис. ... д-ра филол. наук. — М., 1995. 35 с.
25. Шелов С. Д. Термин. Терминологичность. Терминологические определения. — СПб. : Филол. фак. СПбГУ, 2003. 280 с.

N. V. Biserova
Perm, Russia

PECULIARITIES OF MIGRATION CRISIS NOMINATIONS IN FRENCH MEDIA DISCOURSE

ABSTRACT. *The article analyses the migration crisis nominations in French media discourse. The materials for analysis are the electronic texts of French print media «Le Monde», «Le Courrier International», «L'Express», «Le NouvelObservateur», «Le Parisien», «Le Point», which cover the migration topic. The migration crisis, which has aggravated social and economical problems in France, provoked the dynamic processes in vocabulary, such as enrichment, activation of figurative nominations, and variation. These processes are conditioned by the fact that the nominations of migration sphere from the expert discourse penetrate into the media discourse, where they are subject to determinologization. This process is characterized by weakening of its special meaning and strengthening of emotional component in the meaning. The aim of this study is to identify the conditions that affect the degree of determinologization of migration crisis nominations in French media discourse. This goal predetermined the following tasks: to study theoretical perspectives, to form a cognitive model of migration crisis concept, to reveal the specificity of nominations verbalizing this concept, to determine the conditions for varying nominations by degree of determinologization from very low to high. To achieve this goal the following methods are applied: definitional modeling, ontological modeling, component analysis, evaluation of determinologization degree in nominations. The analysis identified the following factors of determinologization process: 1) transition from special discourse to media discourse 2) connotative component in the structure of nomination a) positive / negative component of meaning; b) functional and stylistic component fixed in dictionary c) actualization of phraseological meaning. This list of factors can be further supplemented.*

KEYWORDS: migration law; ontological modeling; definitional modeling; media discourse; media text; mass media; media; migration processes; degree of determinologization.

ABOUT THE AUTHOR: Biserova Natalia Vasilievna, Post-Graduate Student of Linguodidactics Department, Perm State University, Perm, Russia.

REFERENCES

1. Alekseeva L. M. Problemy termina i terminoobrazovaniya : ucheb. posobie po spetskursu / Perm. un-t. — Perm', 1998. 120 s.
2. Alekseeva L. M., Mishlanova S. L. Meditsinskiy diskurs: teoreticheskie osnovy i printsipy analiza. — Perm' : Izd-vo Perm. un-ta, 2002. 200 s.
3. Anan'eva Yu. S., Mishlanova S. L. Definitsonnoe modelirovaniye meditsinskoy terminologii. — SPb. : FINEK, 2014. 174 s.
4. Arutyunova N. D. Tipy yazykovykh znacheniy: otsenka, sobytie, fakt. — M., 1988. 341 s.
5. Belousov K. I., Mishlanova S. L., Zasedateleva M. G. Tezaurusnoe modelirovaniye predmetnoy oblasti «Kompetentnostnyy podkhod»: dizayn issledovaniya i programmaya realizatsiya na platforme «Semograf» // Innovatsionnye proekty i programmy v obrazovanii. 2013. T. 4. S. 3—10.
6. Van Deyk T. A. Yazyk. Poznanie. Kommunikatsiya. — M., 1989. 308 s.
7. Vokuev M. R. Migratsionnoe pravo sovremennoy Rossii: teoretiko-pravovoy analiz : avtoref. dis ... kand. jurid. nauk. — Rostov n/D, 2006. 28 s.
8. Golovin B. N., Kobrin R. Yu. Lingvisticheskie osnovy ucheniya o terminakh. — M. : Vysshaya shkola, 1987. 104 s.
9. Grinev-Grinevich S. V. Terminovedenie : ucheb. posobie dlya stud. vyssh. ucheb. zavedeniy. — M. : Akademiya, 2008. 304 s.
10. Danilenko V. V. Russkaya terminologiya. Opyt lingvisticheskogo opisaniya. — M. : Nauka, 1977. 246 s.
11. Dobrosklonskaya T. G. Voprosy izucheniya mediatekstov. — M. : Editorial URSS, 2005. 288 s.
12. Zasedateleva M. G. Reprezentatsiya kontsepta «Kompetentsiya» v metodicheskom diskurse: ontologicheskii i tezaurusnyy aspekty (na materiale nemetskogo i russkogo yazykov) : avtoref. dis. ... kand. filol. nauk. — Perm', 2011. 23 s.
13. Zinchenko N. N. Migratsionnoe pravo v mezhdunarodno-pravovoy doktrine i praktike: stanovlenie i perspektivy razvitiya : avtoref. dis. ... d-ra jurid. nauk. — M., 2012. 48 s.
14. Leychik V. M. Terminovedenie: predmet, metody, struktura. Izd. 4-e. — M. : Knizhnyy dom «Librokom», 2009. 256 s.
15. Mishlanova S. L., Khrustaleva M. A. Interferentsiya: kognitivno-diskursivnyy analiz sinonimii : monogr. — Perm' : Izd-vo Perm. gos. un-ta, 2009. 200 s.
16. Mishlanova S. L., Zasedateleva I. G. Metodika i tekhnologiya professional'noy deyatel'nosti: sistemno-deyatelnostnyy podkhod k prepodavaniyu inostrannykh yazykov : ucheb. posobie. — Perm' : Perm. gos. nats. issled. un-t, 2013. 102 s.
17. Rybakovskiy L. L. Migratsiya naseleniya (voprosy teorii). — M. : ISPI RAN, 2003. 238 s.
18. Smirnova Yu. S. Definitsonnoe modelirovaniye v terminologicheskoy pole «sepsis»: kognitivno-diskursivnyy aspekt : avtoref. dis. ... kand. filol. nauk. — Perm', 2011. 21 s.
19. Sternin I. A., Salomatina M. S. Semanticheskii analiz slova v kontekste. — Voronezh : Istoki, 2011. 150 s.
20. Strel'tsova Ya. Tema immigratsii vo Frantsii nakanune prezidentskikh vyborov 2012 goda // Mirovaya ekonomika i mezhdunarodnye otnosheniya. 2011. № 9. S. 81—94.
21. Superanskaya A. V., Podol'skaya N. V., Vasil'eva N. V. Obshchaya terminologiya. Voprosy teorii. — M. : Nauka, 1989. 246 s.
22. Khabrieva T. Ya. Migratsionnoe pravo kak strukturalnoe obrazovanie rossiyskogo prava // Zhurnal rossiyskogo prava. 2007. № 11. С. 3—16.
23. Khizhnyak S. P. Terminologicheskoye znachenie, kontseptual'noe sodержanie i definitivnaya osnova sistemnosti // Vestn. Sarat. gos. jurid. akad. 2013. № 2 (91).
24. Shelov S. D. Opyt postroeniya terminologicheskoy teorii: znachenie i opredelenie terminov : avtoref. dis. ... d-ra filol. nauk. — M., 1995. 35 s.
25. Shelov S. D. Termin. Terminologichnost'. Terminologicheskie opredeleniya. — SPb. : Filol. fak. SPbGU, 2003. 280 s.
26. Delouvin P. L'asile en France aujourd'hui // Revue europeenne des migrations internationales. 2004. Vol. 20. N 2.
27. Piguet É. Les théories des migrations. Synthèse de la prise de décision individuelle // Revue européenne des migrations internationales. 2013. Vol. 29. № 3.
28. Larousse [Electronic resource]. URL: <http://www.larousse.fr/dictionnaires/francais> (date of access: 26.04.2018).
29. Le Courrier international [Electronic resource]. URL: <https://www.courrierinternational.com> (date of access: 26.04.2018).
30. Le Point international [Electronic resource]. URL: <http://www.lepoint.fr> (date of access: 26.04.2018).
31. L'Express [Electronic resource]. URL: <https://www.lexpress.fr/> (date of access: 26.04.2018).

27. Piguet É. Les théories des migrations. Synthèse de la prise de décision individuelle // Revue européenne des migrations internationales. 2013. Vol. 29. № 3.

28. Larousse [Electronic resource]. URL: <http://www.larousse.fr/dictionnaires/francais> (date of access: 26.04.2018).

29. Le Courriel international [Electronic resource]. URL: <https://www.courrierinternational.com> (date of access: 26.04.2018).

30. Le Point international [Electronic resource]. URL: <http://www.lepoint.fr> (date of access: 26.04.2018).

31. L'Express [Electronic resource]. URL: <https://www.lexpress.fr/> (date of access: 26.04.2018).

Е. П. Дулесов
Ижевск, Россия

**ИНТЕРАКТИВНЫЙ АСПЕКТ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МЕТАФОРЫ В ПОЛИТИЧЕСКОЙ КОММУНИКАЦИИ
(НА ПРИМЕРЕ МЕТАФОРЫ «МИРОВОЙ СУД — ЭТО СТАТУЯ»
В РЕЧАХ ДОРЕВОЛЮЦИОННЫХ ПАРЛАМЕНТАРИЕВ)**

АННОТАЦИЯ. Важным для парламентского оратора является умение опровергать позицию политического противника, критикуя его выступление не только за аргументы, но и за языковые особенности. Часто мишенью такой критики становится развернутая креативная метафора. Вербализованная реакция на метафору, представленная в речи оппонента, выступает как инструмент нейтрализации ее прагматического потенциала, опровержения аргумента пропонента и дискредитации его личности. В статье проанализирован интерактивный аспект использования метафоры «МИРОВОЙ СУД — ЭТО СТАТУЯ», первоначально введенной депутатом Н. П. Шубинским для продвижения проекта судебной реформы. Рассмотрены два основных приема дискредитации метафоры: указание на ее неуместность и расширение метафоры. В последнем случае оратор подхватывает исходную метафору, развивает ее и использует для защиты своей точки зрения. При этом коммуникативной целью говорящего может быть умаление авторитета Н. П. Шубинского, выделение конкретных недостатков законопроекта, предложение своего варианта решения проблемы. В ходе расширения метафоры задействуются различные слоты и концепты фрейма «Скульптура»: уточняется, что это за статуя, кто является скульптором, какой материал используется, называются ее конкретные детали, подчеркиваются ее свойства (хрупкость, неустойчивость, неэстетичность) и т. д. Кроме того, в процесс метафоризации вовлекаются прецедентные феномены: названия известных скульптур, имена скульпторов, литературные произведения.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: политические метафоры; парламентские речи; прецедентные феномены; политические коммуникации; креативные метафоры; политическая метафорология; парламентаризм.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ: Дулесов Евгений Павлович, аспирант кафедры русского языка, теоретической и прикладной лингвистики, Удмуртский государственный университет; 426034, Россия, г. Ижевск, ул. Университетская, 1 (корп. 2); e-mail: evdules@gmail.com.

Введение

Современные исследования показали, что роль метафоры в политическом дискурсе сложно переоценить, поскольку она выполняет в нем целый спектр различных функций: с ее помощью политики пытаются осмыслить постоянно меняющуюся политическую действительность, оценивают те или иные реалии, убеждают аудиторию в правильности своих взглядов и побуждают к определенным действиям [Кобозева 2001; Чудинов 2013: 18—25]. Основная заслуга в осознании значения политической метафоры принадлежит когнитивной лингвистике. Именно в русле этого направления было показано, что метафора — это не просто стилистический прием, украшение речи, а базовый когнитивный процесс, «понимание и переживание сущности одного вида в терминах сущности другого вида» [Лакофф, Джонсон 2004: 27]. Иными словами, при метафоризации одна понятийная область (**сфера-мишень**) понимается с помощью другой понятийной области (**сферы-источника**), при этом «когнитивная топология» (образно-схематическая структура) сферы-источника частично переносится на сферу-мишень.

В ходе этого процесса неизбежно происходят «высвечивание» и «затемнение»: метафора одновременно фокусирует внимание на одних свойствах сферы-мишени и препятствует тому, чтобы мы заметили другие свойства, несовместимые с этой метафорой [Лакофф, Джонсон 2004: 31]. Это дало повод М. Блэку сравнить метафору с фильтром

[Блэк 1990]: она «пропускает» необходимые для адресанта аспекты понятия и скрывает, «задерживает» другие, по той или иной причине невыгодные для него. Именно поэтому политики так часто обращаются к метафоре: им нужно, чтобы адресат смотрел на реальность сквозь определенные «идеологические очки». Можно сказать, что политическая метафора выступает инструментом языкового манипулирования, языкового насилия, которое, по определению А. П. Сковородникова, является неаргументированным или недостаточно аргументированным вербальным воздействием на адресата, имеющим целью изменение его личностных установок [Сковородников 2012: 158—159].

Однако нужно иметь в виду, что рефлексивный адресат, а в особенности опытный политический противник, способен оказать сопротивление языковому насилию. Более того, оппонент может подхватить метафору пропонента, «смещая при этом смысловые оттенки» [Хаззагерев 2002: 122]. Как отмечает Дж. Чартерис-Блэк, политик или публицист, опираясь на тот же тип метафоры, что и у политического противника, может придать этой метафоре совершенно другую значимость [Charteris-Black 2011: 28]. В этом случае исследователя политической метафоры будет интересовать «**интерактивный**» [Chilton, Ilyin 1993], или «диалогический» [Баранов 2014: 70], аспект использования метафоры. Важность этого ракурса объясняется тем, что, как подчеркивает А. Н. Баранов, «прагматический аспект спора, дискуссии существенно меняет обычные

правила взаимодействия метафорических проекций» [Баранов 2014: 70].

П. Чилтон и М. В. Ильин в статье «Метафора в политическом дискурсе: случай общеевропейского дома» [Chilton, Ilyin 1993] обращают внимание на то, что участники дискурса (при условии, что они обладают доступом к политической коммуникации) могут оспорить выбор метафорического фокуса. Чтобы перехватить инициативу, политики стремятся подчинить себе метафору соперника с помощью ее интерпретации и модификации. Исследуя интерактивный аспект использования метафоры М. С. Горбачева «ЕВРОПА — НАШ ОБЩИЙ ДОМ», П. Чилтон и М. В. Ильин выделяют несколько стратегий «спецификации» метафоры (metaphor specification). Оппонент может:

1) отвергнуть предложенную метафору, указав, что данная сфера-источник не может использоваться для концептуализации данной сферы-мишени, а затем предложить новую метафору из другой сферы-источника («ЕВРОПА — ЭТО НЕ ДОМ, А НЛО») или неметафорический аргумент;

2) использовать предложенную метафору для концептуализации иной сферы-мишени («ЕС — ЭТО ДОМ»);

3) остаться в рамках предложенной метафоры, но ввести иной фрейм, сценарий или следствия; в последнем случае существует несколько техник:

а) детализация (particularization) — сосредоточиться на определенной детали («СИСТЕМА ВОЕННОЙ ОБОРОНЫ — ЭТО КРЫША ДОМА»);

б) соподчинение (superordination) — обобщить метафору, подняться на более высокий уровень («ЕВРОПА — ЭТО НЕ ДОМ, А ГОРОД»);

в) координация (coordination) — использовать смежный концепт, заменить образ, оставаясь в рамках заданной сферы-источника («ЕВРОПА — ЭТО НЕ ДОМ, А ГОСТИНИЦА»).

Третью стратегию иначе называют **расширением** метафоры. По определению С. В. Агеева, этот прием подразумевает «использование метафоры оппонента для защиты своей точки зрения через активизацию иных инференций» [Агеев 2002: 4]. Американский психолог Дж. С. Мио выдвинул, а затем экспериментально подтвердил гипотезу, согласно которой расширение метафоры (metaphor extension) оппонента является более эффективным средством воздействия, чем введение новой метафоры или буквальное утверждение [Mio 1997: 129—130].

Материалом данной статьи послужили речи депутатов дореволюционного пар-

ламента. Такой выбор объясняется тем, что для любого парламентского дискурса характерна полемичность, а борьба партий в Государственной думе Российской империи была особенно ожесточенной. Предмет исследования — развернутая креативная метафора «МИРОВОЙ СУД — ЭТО СТАТУЯ», которая была использована октябристом Н. П. Шубинским при обсуждении реформы местной юстиции, а также реакции на эту метафору, представленные в речах депутатов Государственной думы.

Точка отсчета — метафора Н. П. Шубинского

Как отмечает в своей докторской диссертации «Суд в России: вторая половина XIX — начало XX вв.» М. В. Немытина, реформа местной юстиции стала одним из основных направлений деятельности Государственной думы Российской империи III созыва [Немытина 1999: 351]. Главной целью этой реформы стало обеспечение правовых нужд крестьянства и уравнение его в правах с другими сословиями. 30 октября 1909 г. председатель думской комиссии по судебным реформам Н. П. Шубинский представил проект, который в основных чертах совпадал с проектом, внесенным Министерством юстиции. Законопроект предполагал, с одной стороны, упразднение волостного суда (выборного крестьянского органа для разбора мелких дел [Юридический словарь]) и института земских начальников, обладавших административно-судебными полномочиями, с другой стороны, введение, а точнее восстановление мирового суда. Впервые в России мировой суд был создан в 1864 г. в ходе судебной реформы Александра II и упразднен в 1889 г. По поводу реформы местной юстиции в Думе развернулась жаркая дискуссия: различные политические силы, как правые, так и левые, не были удовлетворены предложенным проектом и представляли свое видение низшего звена судебной системы [Подробнее о реформе местной юстиции см. Немытина 1999: 331—364].

Открывая обсуждение предлагавшегося законопроекта, Н. П. Шубинский образно представляет роль, которую должна взять на себя Государственная дума при реформировании судебной системы. Для этого он использует развернутую креативную метафору «Мировой суд — это статуя»:

(1) Данная работа вовсе не претендует быть какой-нибудь творческой, оригинальной работой, это скорее реставрационный труд, и если позволительно делать сравнения, то можно представить себе вот какую картину вашего будущего дела.

В галерее 60-х гг. государственных учреждений существовало два новых, только что возникших учреждения, которые можно уподобить прекрасным мраморным статуям. Одно из них представляло собой общее судебное учреждение, другое — мировой институт. <...> ...Работа наша... направляется к восстановлению того института, который я уподобил прекрасной статуе. Удар молота отколол лучшие ее части; остались отдельные мелкие частицы в некоторых местах. Мы знаем, что мировой суд был сохранен в Москве, Одессе, Саратове, Казани и, кажется, в Кишиневе. ...Удары молота откололи в русской жизни от этой статуи целый ряд очень больших кусков. Их нужно было заменить. И вот, на этой статуе получилось нечто странное — отколотые куски мрамора заменили кусками самобытной глины, да еще в таком виде, что когда она стала существовать, бесформенность ее поражала всех; а вскоре эти приделки покрылись трещинами. Ваша нынешняя работа будет заключаться в том, чтобы очистить статую от этих налетов из глины, восстановить куски мрамора, свойственные ей, и воссоздать тот институт, ту прекрасную мраморную статую, которой когда-то обладала русская государственная жизнь.

Оратору важно подчеркнуть, что законопроект не вносит ничего кардинально нового, напротив, он восстанавливает то, что было создано в рамках судебной реформы 1860-х гг., поэтому Н. П. Шубинский указывает, что это *реставрационный труд*. Прилагательное *реставрационный* мотивировано существительным *реставрация*, которое, в свою очередь, имеет переносное значение 'восстановление прежнего, утраченного' (все словарные дефиниции приведены по изданию: [Большой толковый словарь русского языка]). Депутат-октябрист решает оживить стертую метафору, актуализируя буквальное значение слова *реставрация* 'восстановление в первоначальном виде чего-л. обветшавшего или разрушенного (обычно произведений искусства, памятников старины)'. Оживление метафоры позволяет политике достичь сразу нескольких прагматических целей. Прежде всего он показывает ответственность законопроекта по отношению к судебной реформе 1864 г. Неудивительно, что Н. П. Шубинский, известный адвокат, судебный оратор, работавший в начале карьеры помощником у самого Ф. Н. Плевако, с пиететом относился к реформе Александра II, выведшей судебную систему Рос-

сийской империи на новый уровень. Для него она представляла собой безусловную ценность, сравнимую с произведением искусства, а восстановление мирового суда, по этой логике, сопоставимо с трудом реставратора. Следовательно, метафора выполняет также функцию мелиоративной оценки. Кроме того, Н. П. Шубинский стремится объединить представителей разных политических сил, указывая, что им предстоит общими усилиями совершить благородное дело. Неслучайно он использует местоимения 1-го лица как специализированные вербальные знаки интеграции (*работа наша направляется, мы знаем*), а также местоимения 2-го лица, с помощью которых он намечает для своих коллег общий план действий (*вашего будущего дела, ваша нынешняя работа*).

Оживление метафоры осуществляется с помощью эксплицитного указания в тексте следствий из метафоры. А. Н. Баранов определяет метафорические следствия из высказывания с метафорой М как «высказывания, содержащие метафоры той же метафорической модели, что и М, но вводящие ее другие, ранее не упоминавшиеся потенциальные компоненты (таксоны), которые не противоречат М» [Баранов 2014: 98]. Н. П. Шубинский использует новые метафоры из сферы-мишени «Искусство», заданной исходной языковой метафорой *реставрационный*. Прежде всего, конкретизируя сферу-источник, он выбирает фрейм «Скульптура», т. е. сопоставляет суд не с любым произведением искусства, а именно с мраморной статуей. Учреждения, созданные в ходе реформ Александра II, сравниваются с галереей, упразднение мирового суда — с ударами молота, крестьянский волостной суд — с кусками глины. Таким образом, депутат-октябрист представляет историю судебной системы России в виде метафорического сценария: создание статуи (судебная реформа 60-х гг.) — искажение первоначального замысла, повреждение статуи и замена мрамора глиной (упразднение мирового суда и замена его волостным судом) — необходимость реставрации (восстановление мирового суда). Данный сценарий внушает аудитории мысль о том, что Государственная дума должна выполнить благородную роль реставратора прекрасной статуи, иными словами, согласиться с предлагаемым законопроектом.

Указание на неуместность метафоры Н. П. Шубинского

Креативная метафора Н. П. Шубинского «МИРОВОЙ СУД — ЭТО СТАТУЯ» не могла остаться незамеченной. Сразу несколько

думских ораторов, принадлежащих к разным фракциям, в своих выступлениях обратили на нее внимание, причем одни подчеркивали ее неуместность, другие подхватывали ее и разворачивали в выгодном для себя направлении.

Несколько ораторов не согласились, что мировой суд 60-х гг. можно уподобить прекрасной статуе, т. е. они указали на то, что данная метафорическая форма не подходит для концептуализации данной сферы-мишени. Правый депутат П. В. Новицкий высказал следующую мысль:

(2) *Я поднимал то украшение, о котором говорил член-докладчик, я поднимал прекрасные части той статуи, которая была создана 60-ми годами. Эти части были не так прекрасны: это были запущенные дела, это были судебные издержки по произволу, это были неправосудные дела...*

Сначала оратор делает акцент на своей компетентности в обсуждаемом вопросе (я поднимал то украшение) и повторяет метафору Н. П. Шубинского в несколько измененном виде (украшение, прекрасные части статуи), затем через прямое отрицание (не были так прекрасны) он указывает на неуместность метафоры и приводит реальные факты, противоречащие ее смыслу. Чтобы нейтрализовать действие исходной метафоры, оппонент отвергает навязываемую связь между сферой-источником и сферой-мишенью, открыто указывает на неправомерную аналогию и тем самым выставляет своего противника в неприглядном свете.

Поддержка позиции Н. П. Шубинского с помощью расширения метафоры

Сразу несколько ораторов подхватили метафору Н. П. Шубинского и развернули ее для защиты своей точки зрения, т. е. использовали прием расширения метафоры. Яркий образ статуи стал доминантной и продуктивной метафорой в ходе обсуждения реформы местного суда. По определению А. П. Чудинова, продуктивность — это «возможность появления все новых и новых вторичных значений, соответствующих модели» [Чудинов 2001: 178]. При развертывании исходной метафоры задействуются разные слоты и концепты фрейма «Скульптура»: уточняется, что это за статуя (Фемида, Галатея, Венера Милосская), кто является скульптором (Паоло Трубецкой), какой материал используется (каррарский мрамор), в каком стиле она выполнена (декоративно-бюрократическом), указываются конкретные детали (нос, голова), подчеркивается хрупкость статуи (может разбиться вдребезги), ее неустойчивость (колосс на глиняных ногах) и т. д.

Особенности развертывания исходной метафоры связаны с коммуникативной целью говорящего — поддержать или опровергнуть позицию Н. П. Шубинского. Так, депутат-прогрессист М. И. Гродзицкий расширяет исходную метафору для защиты законопроекта:

(3) *...Совершенно правильно господин министр юстиции, а также и наш многоуважаемый докладчик утверждали, что нечего нам искать новых образцов, надо вернуться к старым, реставрировать нашу прекрасную статую Фемиды и, взамен отбитых грубой рукой частей ее, восстановить ее из первоисточника.*

Здесь М. И. Гродзицкий конкретизирует, какую именно статую представляет собой суд — статую Фемиды. Депутат прибегает к традиционной символической: как известно, греческая богиня Фемида, изображавшаяся с повязкой на глазах (символ беспристрастия) и весами в руках, олицетворяет правосудие. В русском языке антропоним Фемида приобрел переносное значение 'правосудие, суд, судебная система' (ср. устойчивые сочетания храм/алтарь Фемиды 'суд', служители Фемиды 'судьи, служащие суда').

Дискредитация позиции Н. П. Шубинского с помощью расширения метафоры

Однако абсолютное большинство ораторов, развивавших метафору Н. П. Шубинского, стремились дискредитировать его позицию. Прежде всего многие с иронией отнеслись к излишне восторженному отношению октябриста к мировому суду. В рамках речевой тактики издевки, насмешки оппоненты доводят до абсурда исходный образ, утрируют его. Это достигается за счет детализации метафоры Н. П. Шубинского. Как отмечает Т. А. Воронцова, риторический прием «доведение до абсурда» в публичном диалоге чаще всего реализуется как гипербола [Воронцова 2013: 117].

Так, по поводу высокого образа Н. П. Шубинского иронизирует левый депутат Т. О. Белоусов. Доводя до абсурда исходную метафору, он использует прецедентный феномен:

(4) *Его [Шубинского] душу, подобно тому, как душу одного персонажа Глеба Успенского выпрямила статуя Венеры Милосской, выпрямило созерцание явившейся в его воображении статуи законности, правды и порядка, когда-то существовавших в русских судах. <...> ...Нам и думается, что более осторожное, более холодное отношение к данному законопроекту будет более уместно, чем восторженное.*

Оратор от РСДРП ссылается на очерк писателя-демократа Г. И. Успенского «Вы-

прямилу», в котором статуя Венеры Милосской в Лувре «выпрямилу» душу учителя Тяпушкина, заставилу «ощутить радость сознания себя человеком» и «идти в темную массу народа», чтобы как-то облегчить его участь. Любопытно, что политик обращается к творчеству идейно близкого писателя. Сопоставление метафоры Н. П. Шубинского с центральным образом очерка Г. И. Успенского служит средством создания не просто иронии, а едкого сарказма. В литературном произведении созерцание статуи наполнило жизнь героя глубоким смыслом, направило его на истинный путь. Проникнутый социальным пафосом образ, к которому Т. О. Белоусов как социалист должен испытывать глубокое уважение, резко контрастирует с метафорой Н. П. Шубинского, слишком восторженно относящегося, по мнению выступающего, к судебной реформе Александра II. Левый депутат считает, что при обсуждении реформы местного суда необходим более взвешенный и рациональный подход.

К тактике насмешки прибегают также представители противоположного политического лагеря — правые. Особое место дискредитации метафоры Н. П. Шубинского уделяет в своем выступлении В. М. Пуришкевич. Сначала в целях гиперболизации исходного образа он конкретизирует, из какого материала сделана статуя:

(5) ...*Докладчик Шубинский очень картинно указал на то, как статуя великих преобразований царствования Александра II потерпела ущерб в дальнейшем, как от этой статуи был отбит кусок каррарского мрамора и как потом она была залеплена глиной...*

Каррарский мрамор — это мрамор высокого качества, добываемый в окрестностях города Каррары в Италии. Обращает на себя внимание использование В. М. Пуришкевичем наречия *картинно* явно в ироническом ключе (*картинный* — ‘производящий впечатление своей внешней красотой, красотой; живописный’).

Далее В. М. Пуришкевич применяет коммуникативный ход «Он не похож на N, хотя и претендует» [Иссерс 2008: 173], стремясь развенчать притязания Н. П. Шубинского на роль скульптора. Для этого правый депутат иронично называет октябриста книжным и устаревшим словом *вятель* и противопоставляет известных талантливых скульпторов и бездарного, по его мнению, Паоло Трубецкого — с последним и сравнивается Н. П. Шубинский:

(6) *И когда я всматриваюсь в того, кто является ваятелем в этом деле, кто желает реставрировать эту статую, то*

мне кажется, что мы не можем видеть в лице комиссии и тех, которые займутся реставрацией, ни Фидия, ни Праксителя, величайших творцов античного мира, ни Антокольского, скажу я, переходя к современности, а Паоло Трубецкого, того, который на Знаменской площади искажил памятник Императору Александру III и придал ему ту идею, которой он не имел; и подобно тому, как физически был искажен этот памятник и было извращено значение незабвенного Царя-Миротворца, так духовно в этом законоположении о местном суде извращен смысл законодательства Царя Александра II...

В данном случае в процесс метафоризации вовлекается прецедентный феномен, получивший широкую огласку как раз в то время. В 1909 г. в Санкт-Петербурге был открыт памятник Александру III итальянского скульптора Павла (Паоло) Трубецкого. Многие считали, что грузная фигура царя на тяжеловесном коне является насмешкой над самодержавием. Появилась даже такая загадка-шутка: «Стоит комод, / На комоду бегемот, / На бегемоте обормот, / На обормоте шапка, / На шапке крест, / Кто угадает, / Того под арест». Очевидно, что В. М. Пуришкевич также критически относился к этому памятнику (*извращено значение незабвенного Царя-Миротворца*), поэтому он сравнивает неумелого «скульптора» Н. П. Шубинского именно с П. Трубецким.

Антитеза «талантливый — бездарный художник» продолжает развиваться В. М. Пуришкевичем и дальше. Теперь он выходит за пределы фреймы «Скульптура» и задействует фреймы «Музыка» и «Живопись» (прием координации, в терминах П. Чилтона и М. В. Ильина). Для этого оратор ссылается на «маленькую трагедию» А. С. Пушкина «Моцарт и Сальери»:

(7) *Народ русский во всех своих классах отзовется именно об этой работе так, как отозвался Сальери о слепом музыканте, который исполнял творение Моцарта. Когда Моцарт смеялся над тем, как слепой скрипач исполнял его творение, Сальери обращается к нему и говорит: „Нет, мне не смешно, когда маляр негодный / Мне пачкает Мадонну Рафаэля, / Мне не смешно, / Когда фигляр презренный / Пародией бесчестит Алигьери“.*

Все эти метафорические антитезы, или контрастные метафоры (*contrasting metaphors*) [Charteris-Black 2011: 106], из области искусства предназначены для развенчания притязаний Н. П. Шубинского на роль компетентного законодателя.

Помимо дискредитации личности Н. П. Шубинского и его восторженного отношения к судебной реформе 1860-х гг., расширение исходной метафоры может служить и другим целям. Так, многие ораторы, не отрицая ценности реформы Александра II, подчеркивают, что законопроект, предлагаемый министерством и думской комиссией, имеет серьезные недостатки, другими словами, реставрация статуи выполняется неправильно.

Представитель правых епископ Евлогий следующим образом высказывается об изъянах в законопроекте:

(8) ...*Эта прекрасная статуя, о которой нам говорил господин докладчик, будет, к сожалению, стоять на глиняных ногах.*

Оратор использует в модифицированном виде ветхозаветную метафору *колосс на глиняных ногах*. В Библии сказано, что вавилонский царь Навуходоносор увидел во сне огромного металлического истукана на глиняных ногах, рухнувшего, когда оторвавшийся от горы камень ударил его по ногам. Епископ Евлогий заменяет во фразеологизме компонент *колосс* 'статуя, колонна, обелиск громадных размеров' аналогом — исходной метафорой Н. П. Шубинского *прекрасная статуя*. Тем самым он указывает на то, что реформа недоработана, оторвана от жизни. Но, кроме критики, епископ Евлогий предлагает и вариант решения проблемы. В то время как проект реформы предполагал, что мировыми судьями могут стать люди образованные и обеспеченные, оратор настаивает на том, что в судах низшего звена крестьянство и интеллигенция должны работать вместе, коллегиально. Расширяя исходную метафору Н. П. Шубинского, правый оратор защищает свою позицию:

(9) *Народ принесет в это великое дело свой народный разум, свою народную совесть; он, выражаясь образно, даст для этого дела и для этой статуи свой прочный и крепкий материал, он даст черновую работу, а труженики из интеллигенции осветят этот черный материал светом юридических знаний, вложат его в рамки юридических определений и норм, т. е. придадут этой статуе, так сказать, художественную отделку.*

Поскольку мировой суд — это статуя, значит можно говорить о материале, из которого она сделана. Только крестьяне, по убеждению епископа Евлогия, могут служить прочным и крепким материалом (имеется в виду их высокая нравственность, обостренное чувство справедливости, житейская мудрость и т. д.), а судьи из интеллигенции призваны лишь обработать этот материал, используя свое юридическое образование.

Думские ораторы обращали внимание и на другие недостатки проекта реставрации, предложенного Н. П. Шубинским. Для прогрессиста А. М. Масленникова таким дефектом стал порядок избрания в мировые судьи: по его мнению, сначала нужно изменить избирательный закон в земстве, а только потом проводить судебную реформу. Иначе статуя не выйдет прекрасной:

(10) ...*Я думаю, что почтенный член-докладчик, прикладывая к разбитому носу его изломанной статуи новый, по его мнению, сделанный из чудного мрамора, не прикладывает ли опять из той же уродливой глины прилепок.*

Правый депутат П. В. Новицкий выступает против того, чтобы над мировыми судьями стоял правительственный чиновник в качестве апелляционной инстанции:

(11) *Если вы реставрируете эту прекрасную статую, так вы, господа, не навинчивайте на эту статую казенной головы, не делайте эту голову с суровыми чертами лица, не стесняйте лучших людей работать на местах.*

Таким образом, отдельные положения реформы подвергаются критике и изображаются в рамках заданной метафоры как изъяны статуи (глиняные ноги, уродливый нос из глины, голова с суровыми чертами).

Заключение

Проанализировав дискуссию вокруг реформы местной юстиции в Государственной думе Российской империи, мы можем сделать вывод, что развернутая креативная метафора заключает в себе опасные свойства. Предлагаемая скептически настроенной аудитории яркий, запоминающийся образ, оратор может стать мишенью жесткой критики. Реакции на исходную метафору «МИРОВОЙ СУД — ЭТО СТАТУЯ» служат средством дискредитации личности Н. П. Шубинского и предложенного им законопроекта. Одни ораторы указывают на неуместность метафоры, противопоставляя созданный образ и реальные факты. Другие прибегают к более сложному приему расширения метафоры, когда оппонент подхватывает первоначальный образ и разворачивает его в выгодном для себя направлении. При этом задействуются различные слоты и концепты предложенной метафоры, она получает детальную разработку, в процесс метафоризации вовлекаются прецедентные феномены. Политику всегда нужно помнить о том, что креативная метафора может быть использована против своего создателя, не случайно Г. Г. Хазагеров называет ее «миной замедленного действия» [Хазагеров 2002: 122].

ЛИТЕРАТУРА

1. Агеев С. В. Метафора как фактор прагматики речевого общения : автореф. дис. ... канд. филол. наук. — СПб., 2002. 18 с.
2. Баранов А. Н. Дескрипторная теория метафоры. — М. : Языки славянской культуры, 2014. 632 с.
3. Блэк М. Метафора // Теория метафоры / общ. ред. Н. Д. Арутюновой и М. А. Журиной. — М. : Прогресс, 1990. С. 153—172.
4. Большой толковый словарь русского языка [Электронный ресурс] / гл. ред. С. А. Кузнецов. — СПб. : Норинт, 1998. URL: <http://www.gramota.ru/slovari/info/bts/> (дата обращения: 02.04.2018).
5. Большой юридический словарь [Электронный ресурс]. URL: <https://dic.academic.ru/contents.nsf/lower/> (дата обращения: 02.04.2018).
6. Воронцова Т. А. Риторическая культура диалогического медиадискурса // Вестн. Челяб. гос. ун-та. 2013. № 21 (312). С. 115—119.
7. Государственная дума. Третий созыв. Стенографические отчеты. 1909 г. Сессия третья. Часть I. Заседания 1—32 [Электронный ресурс]. — СПб., 1910. URL: <https://vivaldi.nlr.ru/bv000001639/view#page=> (дата обращения: 02.04.2018).
8. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. — М. : Изд-во ЛКИ, 2008. 288 с.
9. Кобозева И. М. Семантические проблемы анализа политической метафоры [Электронный ресурс] // Вестн. МГУ. Сер. 9, Филология. 2001. № 6. С. 132—149. URL: <http://www.philol.msu.ru/~otipl/new/main/people/kobozeva.php#publ> (дата обращения: 02.04.2018).

E. P. Dulesov
Izhevsk, Russia

INTERACTIVE ASPECT OF USING METAPHOR IN POLITICAL COMMUNICATION: THE CASE OF METAPHOR MAGISTRATES' COURT IS A STATUE IN THE SPEECHES OF THE IMPERIAL DUMA MEMBERS

ABSTRACT. *The important feature of a parliamentary orator is the ability to refute the political rival's view by criticizing not only their arguments but also the linguistic peculiarities of their speech. Extended creative metaphors often become the target of such criticism. In the opponent's speech verbalized reaction to the metaphor serves as an instrument of neutralizing its pragmatic potential, refuting the proponent's argument and undermining their reputation. The paper examines the interactive aspect of using the metaphor MAGISTRATES' COURT IS A STATUE initially introduced by the Deputy Nikolai Shubinsky to promote the judicial reform project. Two main techniques of metaphor discrediting are considered — challenging its applicability and metaphor extension. In the latter case, the speaker picks up the initial metaphor, extends it and uses it to defend their own standpoint. In so doing, the speaker can pursue different objectives such as weakening Shubinsky's authority, pointing out some specific flaws in the bill or proposing their own solution. The metaphor is extended by means of different slots and concepts of the frame SCULPTURE, i.e. the type of a statue, the sculptor and the material are specified, the details are named, the qualities such as fragility, unsteadiness and inartistic appearance are underscored, etc. Furthermore, precedent phenomena including the names of famous sculptures and sculptors and literary works are involved in the process of metaphorization.*

KEYWORDS: *political metaphors; parliamentary addresses; precedent phenomena; political communication; creative metaphor; political metaphorology; parliamentarism.*

ABOUT THE AUTHOR: *Dulesov Evgeniy Pavlovich, Post-graduate Student, Department of Russian Language, Theoretical and Applied Linguistics, Udmurt State University, Izhevsk, Russia.*

REFERENCES

1. Ageev S. V. Metafora kak faktor pragmatiki rechevogo obshcheniya : avtoref. dis. ... kand. filol. nauk. — SPb., 2002. 18 s.
2. Baranov A. N. Descriptornaya teoriya metafory. — M. : Yazyki slavyanskoy kul'tury, 2014. 632 s.
3. Blek M. Metafora // Teoriya metafory / obshch. red. N. D. Arutyunovoy i M. A. Zhurinskoy. — M. : Progress, 1990. S. 153—172.
4. Bol'shoy tolkovyy slovar' russkogo yazyka [Elektronnyy resurs] / gl. red. S. A. Kuznetsov. — SPb. : Norint, 1998. URL: <http://www.gramota.ru/slovari/info/bts/> (data obrashcheniya: 02.04.2018).
5. Bol'shoy yuridicheskiy slovar' [Elektronnyy resurs]. URL: <https://dic.academic.ru/contents.nsf/lower/> (data obrashcheniya: 02.04.2018).
6. Vorontsova T. A. Ritoricheskaya kul'tura dialogicheskogo mediadiskursa // Vestn. Chelyab. gos. un-ta. 2013. № 21 (312). S. 115—119.
7. Gosudarstvennaya дума. Tretiy sozvyv. Stenograficheskie otchety. 1909 g. Sessiya tret'ya. Chast' I. Zasedaniya 1—32 [Elektronnyy resurs]. — SPb., 1910. URL: <https://vivaldi.nlr.ru/bv000001639/view#page=> (data obrashcheniya: 02.04.2018).
8. Issers O. S. Kommunikativnyye strategii i taktiki russkoy rechii. — M. : Izd-vo LKI, 2008. 288 s.
9. Kobozeva I. M. Semanticheskie problemy analiza politicheskoy metafory [Elektronnyy resurs] // Vestn. MGU. Ser. 9, Filologiya. 2001. № 6. S. 132—149. URL: <http://www.philol.msu.ru/~otipl/new/main/people/kobozeva.php#publ> (data obrashcheniya: 02.04.2018).

10. Lakoff Дж., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем. — М. : Едиториал УРСС, 2004. 256 с.
11. Немытина М. В. Суд в России: вторая половина XIX — начало XX вв. : дис. ... д-ра юрид. наук. — М., 1999. 403 с.
12. Сковородников А. П. Языковое насилие в современной российской прессе // Речевое манипулирование : учеб. пособие / Г. А. Копнина. — М. : Флинта, 2012. С. 158—170.
13. Хазагеров Г. Г. Политическая риторика. — М. : Никколо-Медиа, 2002. 313 с.
14. Чудинов А. П. Метафорическая мозаика в современной политической коммуникации. — Екатеринбург, 2003. 248 с.
15. Чудинов А. П. Очерки по современной политической метафорологии. — Екатеринбург, 2013. 176 с.
16. Charteris-Black J. Politicians and Rhetoric. The Persuasive Power of Metaphor. — Palgrave Macmillan, 2011. 370 p.
17. Chilton P., Ilyin M. Metaphor in Political Discourse: the Case of the 'Common European House' [Electronic resource] // Discourse and Society. 1993. Vol. 4, Iss. 1. P. 7—31. URL: <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0957926593004001002> (date of access: 02.04.2018).
18. Mio J. S. Metaphor and Politics // Metaphor and Symbol. 1997. Vol. 12. № 2. P. 113—133. URL: https://www.researchgate.net/publication/247503786_Metaphor_and_Politics (date of access: 02.04.2018).

- msu.ru/~otipl/new/main/people/kobozeva.php#publ (data obrashcheniya: 02.04.2018).
10. Lakoff Dzh., Dzhonson M. Metafory, kotorymi my zhivem. — M. : Editorial URSS, 2004. 256 s.
11. Nemytina M. V. Sud v Rossii: vtoraya polovina XIX — nachalo XX vv. : dis. ... d-ra yurid. nauk. — M., 1999. 403 s.
12. Skovorodnikov A. P. Yazykovoe nasiliye v sovremennoy rossiyskoy presse // Rechevoe manipulirovanie : ucheb. posobie / G. A. Koptina. — M. : Flinta, 2012. S. 158—170.
13. Khazagerov G. G. Politicheskaya ritorika. — M. : Nikkolo-Media, 2002. 313 s.
14. Chudinov A. P. Metaforicheskaya mozaika v sovremennoy politicheskoy kommunikatsii. — Ekaterinburg, 2003. 248 s.
15. Chudinov A. P. Ocherki po sovremennoy politicheskoy metafologii. — Ekaterinburg, 2013. 176 s.
16. Charteris-Black J. Politicians and Rhetoric. The Persuasive Power of Metaphor. — Palgrave Macmillan, 2011. 370 p.
17. Chilton P., Ilyin M. Metaphor in Political Discourse: the Case of the 'Common European House' [Electronic resource] // Discourse and Society. 1993. Vol. 4, Iss. 1. P. 7—31. URL: <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0957926593004001002> (date of access: 02.04.2018).
18. Mio J. S. Metaphor and Politics // Metaphor and Symbol. 1997. Vol. 12. № 2. P. 113—133. URL: https://www.researchgate.net/publication/247503786_Metaphor_and_Politics (date of access: 02.04.2018).

Ю. В. Матова
Саратов, Россия

**ПОЛИТИЧЕСКАЯ КОММУНИКАЦИЯ КАК СФЕРА-МИШЕНЬ МЕТАФОРИЗАЦИИ
ЛЕКСИКИ ТРУДОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РУССКОМ И АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКАХ
(по материалам национальных лингвистических корпусов)**

АННОТАЦИЯ. В статье рассмотрены общие закономерности и национальные особенности метафорического использования лексики со значением трудовой деятельности (актер, сеятель, учитель, architect (архитектор), gardener (садовник), clown (клоун) и др.) в русскоязычной и англоязычной политической коммуникации. Исследование выполнено на материале Национального корпуса русского языка (НКРЯ) и Oxford English Corpus (ОЕС) и опирается на материалы предварительного анализа авторитетных толковых словарей русского и английского языков. Используются когнитивная методика концептуального анализа метафоры и когнитивная методика регулярного метафорического моделирования. Выделены следующие смысловые субсферы, которые в политической коммуникации регулярно служат источниками метафоризации: тяжелый физический труд и ремесло: пахарь, кузнец, builder (строитель), tailor (портной); педагогическая деятельность и уход за детьми: нянька, teacher (учитель), missionary (миссионер); врачевание и уход за больными: лекарь, целитель, doctor (врач), midwife (повивальная бабка); искусство и творчество: артист, лирик, artist (художник), sculptor (скульптор); руководство и управление: вождь, флагман, director (режиссер), captain (капитан); прислуживание и низкоквалифицированный труд: извозчик, сапожник, lackey (лакэй), knave (прислужник). Сделан вывод о том, что метафоры трудовой деятельности регулярно используются в политических текстах и сочетают именование, характеристику человека с оценкой личностных качеств этого человека и его деятельности.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: лексика русского языка; лексика английского языка; трудовая деятельность; метафоры; метафорические модели; политические коммуникации; русский язык; английский язык.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ: Матова Юлия Вячеславовна, ассистент кафедры романо-германской филологии и переводоведения, Саратовский государственный университет им. Н. Г. Чернышевского; 410012, Россия, г. Саратов, ул. Астраханская, 83; e-mail: juliasatushina@gmail.com.

Современные исследователи отмечают, что метафора открывает доступ к мышлению человека, отражает ментальные процессы, устойчивые черты сознания (см., напр.: [Lakoff, Johnson 1980; Fauconnier 1985; Баранов 2004; Будаев, Чудинов, 2008; Кубрякова 1999]). Особое место в метафорической системе языка занимает социальная метафора, продуктивность различного типа социальной лексики как источника метафоризации не раз отмечалась в литературе [Koller 2008; Lakoff 2004; Балашова 2011; Баранов, Караулов 1991; Складневская 1993; Чудинов 2010 и др.]. Активно в метафорическую систему языка вовлекается лексика трудовой деятельности, что обусловлено местом труда, профессии в структуре общественных отношений, ролью, которую они играют в социальном становлении и развитии личности.

Настоящее исследование метафорических значений лексики трудовой деятельности выполнено на материале Национального корпуса русского языка (НКРЯ) и Oxford English Corpus (ОЕС) и опирается на материалы предварительного анализа авторитетных толковых словарей русского и английского языков. Используются когнитивная методика концептуального анализа метафоры и когнитивная методика регулярного метафорического моделирования.

Рассмотрим общие закономерности и национальные особенности метафоризации, взяв за основу для классификации семантические особенности производящих значений. Как в русскоязычной, так и в англоязычной

политической коммуникации основой для метафоры часто становится лексика созидательной трудовой деятельности. Так, в обоих языках регулярно метафорически используются существительные, называющие представителей тяжелого, преимущественно физического труда (землепашество, строительство, кузнечное дело и пр.). Важно заметить, что такие метафоры, как правило, содержат положительный оценочный компонент. Ярким примером здесь может служить знаменитая фраза Президента В. В. Путина: *Все эти восемь лет я пахал, как раб на галерах, с утра до ночи, и делал это с полной отдачей сил.* Как отмечает Л. В. Балашова в своем диахроническом исследовании, эта закономерность издавна характерна для русской речи [Балашова 2011: 328]. Тяжелый физический труд, результат которого имеет утилитарную ценность, высоко оценивается обществом, что находит отражение в метафорах: *Хрущев не барствовал, не ленился, работал как пахарь с сохой — на износ; И не годится для взрослеющего среднего класса — того самого строителя гражданского общества, за которое реформаторы так боролись; Simpson was “a builder and a sower” who contributed to the development of schools, the careers of people who served in them (Симпсон был „строителем и сеятелем“, который много сделал для развития школ, карьеры людей, работавших в них).*

Широко используются в русских и английских политических текстах и образные значения существительных, обозначающих

деятельность, связанную с медицинской помощью, процессом обучения: *целитель, санитар, учитель, doctor (врач), midwife (повивальная бабка), nurse (няня)* и др. Положительная оценочность метафор в данном случае является следствием осмысления характера и целей такой деятельности: приносить облегчение страданий, излечивать от болезней, нести знания. Ср.: *Совсем другим человеком был Кемаль-паша Ататюрк — правитель, революционный преобразователь, сильная личность, диктатор, обладавший колоссальной энергией, профессиональный солдат и политический целитель; В этом случае, по ее мнению, „кризис может быть полезен как санитар экономики“, поскольку заставит сокращать расходы на ресурсы; Он, так же, как и его политический учитель В. Путин, испытал на себе влияние сложнейших процессов, происходивших как на международной арене, так и внутри РФ.*

В англоязычной политической коммуникации переносное значение номинации *doctor (врач)* чаще всего функционирует в составе устойчивого сочетания *spin doctor* (букв. *врач по раскрутке*), которое обозначает PR-специалиста, обеспечивающего подачу информации в СМИ под нужным углом: *...who fall for Obama's spin doctor narratives as much as the America people do (...кто ведется на речи пиарщика [букв. врача по раскрутке] Обамы так же сильно, как люди Америки).* В метафорическом употреблении существительное *midwife (повивальная бабка)* называет того, кто способствует созданию или развитию чего-либо: *Nigeria acted as a political midwife in the birth of ECOWAS in the early 1970s (Нигерия сыграла роль политической повивальной бабки в процессе рождения сообщества ЭКОВАС в начале 1970-х).*

Однако стоит заметить, что как в русском, так и в английском языке не получает одобрения чрезмерная опека, которая душит самостоятельность, не дает свободы в принятии решений. Отсюда пейоративный компонент в метафорах лексем *нянька / nanny*: *Путин нянька что ли, за ручку ходит всех одергивать? Или он должен был выпустить приказ о запрете фуршетов?* Отрицательный прагматический компонент в британском варианте английского языка имеет устойчивое выражение *nanny state (государство-нянька)*, называющее государство, чье правительство чрезмерно опекает граждан: *Instead of calling for wider press freedoms, which would be the sensible thing to do, they want the nanny state to extend to cyberspace (Вместо того, чтобы выступить за боль-*

шую свободу прессы, что было бы разумно, они хотят, чтобы государство-нянька распространило свое влияние в киберпространство).

Еще одна смысловая сфера, регулярно выступающая источником метафоризации в политической коммуникации — «Искусство и творчество». Наиболее широко в речи политиков и текстах, освещающих политическую жизнь, распространены метафоры из субсферы «Театр и цирк». Выступление политиков перед публикой и их попытки привлечь внимание толпы ассоциируются с выступлением артистов на сцене. Тот факт, что политики нередко дают пустые обещания, скрывают истинное положение дел за красивыми фразами либо искажают факты, прибегают к различным ухищрениям, стремясь добиться поддержки избирателей, порождает сравнения именно с актерами-притворщиками, шутами и клоунами.

Актеры и циркачи предстают перед зрителями в особой ипостаси: становятся как бы иными, не равными самим себе, их действия не соответствуют действительности, их поведение преувеличенно, неестественно. В метафорических значениях названные характеристики трансформируются в признаки 'ложь', 'обман', 'неискренность', 'притворство' и др.

Например, метафорически лексемы *актер/actor* используются для обозначения того, кто, притворяясь, рисуясь, старается казаться не таким, каков в действительности, часто с целью обмана: *Слушаешь Путина — и в душу закрадывается нехорошее подозрение, что мы имеем дело не с верховным правителем России, но с более или менее талантливым актером, который перед страной разыгрывает очередной занятный спектакль, отвлекая внимание от того, что происходит на самом деле за кулисами; ...in pre-election war one must be a good actor (...в предвыборной войне нужно быть хорошим актером).*

Неестественная ловкость и изворотливость артистов цирка ассоциируются с обманом, притворством в сфере политики: *...a political acrobat whose opinion on any issue is whatever will get the most votes (...политический акробат, чье мнение в любом вопросе совпадало с тем, за что проголосует большинство); Mr. Lumpkin considered, and so called him, six years ago, an intriguer, manager, and political juggler (Мистер Лампкин считал и называл его шесть лет назад интриганом, менеджером и политическим жонглером); Conway — whose verbal contortionist acts in her candidate's defense helped popularize the concept of*

“*alternative facts*” (Конвей — чьи действия **вербального акробата** в защиту ее кандидата помогли популяризовать понятие „альтернативные факты“); *Вы наверняка знакомы с тем, как они [о политических дискуссиях на телевидении] проводятся: собираются несколько безответственных болтунов и эквилибристов слова и начинают, перебивая друг друга, молоть всякую чушь, что, как вода из крана, проходит через их головы.*

Наиболее последовательно отрицательная прагматическая оценка связана с метафорическими значениями таких номинаций, в которых признаки ‘несерьезность’, ‘несоответствие действительности’, ‘обман’ входят в когнитивное ядро первичного ЛСВ (лексико-семантического варианта). Например, *фокусник* развивает метафоры со значением «обманщик, ловкач, плут»: *Революционер — это тот, кто может обратить других в преступников. Подобно фокуснику он водит всех за нос и получает аплодисменты.*

Сохраняет негативную оценку метафоризация лексик, именующей деятельность, которая направлена на увеселение публики: *клоун, комедиант, лицедей, паяц, скоморох, фигляр, шут, buffoon (буффон), clown (клоун), jester (шут)*. Такая деятельность не связана с процессом созидания, не имеет утилитарной ценности, поэтому соответствующие занятия воспринимаются как несерьезные, пустые. Кроме того, в формировании метафор пейоративной оценки играет роль неестественность поведения артистов, которые в метафорах предстают кривляками и лицемерами, выставляющими себя на посмеище. Описанный тип переноса представлен значительным числом членов как в русскоязычном, так и в англоязычном политическом дискурсе. Ср.: *И сквозь все это тянется Труба, символ и миф, и за суверенные державные Крыны торжественно держатся президенты, императоры, генеральные секретари и прочие комедианты [о выборах в Государственную думу]; ...откровенные фигляры не могут рассчитывать на действительно массовую поддержку и обожание толпы; The Queen is not, as **political jester** Russell Brand put it, merely a “little old lady in a shiny hat” (Королева — не просто „маленькая женщина в блестящей шляпе“, как выразился **политический шут** Рассел Брэнд); Yes, but the America I like is the America of Roosevelt. Not that led by the **clown George Bush**, with the boy scout Tony Blair beside him (Да, но Америка, которую я люблю, — это Америка Рузвельта. Не та, которой руководит **клоун Джордж Буш** с бойскаутом Тони Блэром подле него).*

Как в русском, так и в английском языке негативно оценивается чрезмерная фантазия, сочинительство, которые ассоциируются с ложью и обманом. Переносные значения лексем *сказочник, сочинитель, fabulist (баснописец), storyteller (сказочник)* номинируют обманщиков и лгунов: *...the taut, hugely entertaining tale of **the fabulist reporter** who made up almost half of the cover stories he wrote (...аккуратная, очень развлекательная история **репортера-баснописца**, который выдумал почти половину своих передовых статей).*

И в русском, и в английском языке регулярным является такой вид переноса, при котором номинация руководителя из какой-либо сферы используется для обозначения того, кто осуществляет контроль или управление в политической сфере. Поскольку отношения руководства и подчинения главным образом представлены именно в сфере трудовой деятельности, номинации руководителей, начальников, управляющих разных уровней активно вовлекаются в процесс метафоризации для описания отношений руководства в других сферах деятельности. Многообразие видов руководства и трудовых областей, в которых оно реализуется, дает возможность отразить в метафорах различные особенности и стили.

В данной группе мы обнаруживаем ряд аналогов — номинаций, которые развивают сходные метафорические значения в русском и английском языке и регулярно используются в политическом дискурсе. Например, лексема *вождь/chieftain* служит для номинации «общепризнанного идейного руководителя, главы» в сфере политики: *Мудр наш вождь: при тотальном падении цен в мире, добиться их повышения в России — это здорово!; This has to be discomfiting to **the chieftains of the Democratic Party** (это должно привести в замешательство **вождей Демократической партии**).*

Параллельные метафорические значения имеют существительные *архитектор* и *architect* — «создатель, инициатор». В русском языке это метафорическое значение не отражено в словаре, однако часто встречается при анализе корпусного материала. Чаще всего указанная метафора используется в текстах при описании политических преобразований и реформ: *А я утверждаю, что в центре системы стоит Путин, не он **архитектор системы**, но он ее холит и лелеет; Chris Patten, the **architect of the Tories' glorious election victory** (Крис Паттен, **архитектор блистательной победы тори** на выборах).*

Того, кто управляет в авторитарной, жесткой манере, в русском и английском языке

принято обозначать с помощью лексем *диктатор/dictator*. Но дело здесь в том, что любой маленький **партийный диктатор** мечтает с помощью **трамплина партийной дисциплины** запрыгнуть на место **большого диктатора страны**; *He sounded more like a dictator than a Prime Minister (он звучал больше как диктатор, нежели премьер-министр)*.

Метафоры с участием лексики управления и руководства представлены обозначениями руководителей из различных сфер деятельности: искусства (*дирижер, режиссер, запевала, корифей, кукловод, суфлер, director — режиссер, orchestrator — тот, кто осуществляет оркестровку, puppeteer — кукловод*), военной службы (*атаман, генерал, командир, застрельщик, флагман, general — генерал*), управления транспортными средствами (*лоцман, рулевой, driver — водитель*), сферы хозяйственной деятельности (*пастух, закоперщик, shepherd — пастух*), образовательной сферы (*headmaster — директор школы, schoolmaster — школьный учитель*).

Наличие или отсутствие оценочного компонента у метафор данной группы, а также его характер, обусловлены особенностями трудовой деятельности, выступающей источником метафоры, и стереотипными представлениями носителей языка о ней. Значительная часть метафор данной группы не имеет оценочного компонента, является нейтральными, например: *Леонид Гайдай, являясь дирижером всего действия, невероятно слаженно смог соединить в одно целое все три новеллы; Сергей Шойгу, одна из фотографий которого сопровождается до боли знакомым девизом „Шойгу — наш рулевой“; Donald Dewar, Scotland's then First Minister and orchestrator of devolution (Дональд Дэвар, тогда первый министр Шотландии и оркестратор деволюции); I don't trust myself to be verbose enough to be in the party's driver's seat (я не уверен в том, что достаточно многословен, чтобы занять кресло водителя в партии)*.

Мелиоративный оценочный компонент содержат метафоры некоторых существительных, именующих лидеров, предводителей. Например, значение со знаком «плюс» имеет не закрепленное в словаре метафорическое употребление существительного *флагман* («командующий крупным соединением военных кораблей, имеющий право поднять свой флаг на корабле, на котором он пребывает»). Данная метафора обозначает того, кто находится в авангарде, движется впереди, указывая дорогу другим: *Г. Греф не просто министр. Он — флаг-*

ман реформ, форпост либеральной экономической оппозиции в Белом доме. В английском языке примером такой метафоры может служить переносное значение существительного *torchbearer* («тот, кто несет факел»), которое номинирует лидера, вдохновителя в любой сфере деятельности: *The two have been the torchbearers for freedom from the increasing oppression of mother England (эти двое были факельщиками [лидерами] движения за освобождение от возрастающего гнета матери-Англии)*.

С другой стороны, в русском языке зафиксированы переносы с негативной оценкой у существительных, называющих инициаторов, начинателей чего-либо, например: *закоперщик, застрельщик, запевала*. Эти лексемы обозначают лиц, действия которых дают начало трудовой деятельности остальных членов: *запевала — «тот, кто начинает пение, исполняющий запев», застрельщик — «наиболее искусный в стрельбе солдат линейной или егерской пехоты, который действовал в рассыпном строю и первым встречался с противником», — либо лиц, руководящих трудовым процессом, иницирующих его: закоперщик — «рабочий, руководящий забиванием свай в грунт при помощи копра»*. Названные лексемы развивают метафоры с негативным значением «зачинщик»: *Сегодня пресса сообщала, что Москва отозвала своих послов из стран — закоперщиков войны в Югославии, а завтра уже новая весть — отправляет их обратно; ...в отличие от Кремля, ни один местный партийный запевала не помер, как и положено, по-доброму, в окружении детей, жены и тещи; Но откуда могут взяться хорошие проекты, если ЦБ является застрельщиком повышения рыночных кредитных ставок?*

Подобный тип метафоризации отсутствует в английском языке, что, на наш взгляд, обусловлено культурными факторами. Немаловажное значение для описания любой культуры имеет ее отношение к деятельности: по этому параметру культуры разделяются на статичные и деятельностные [Katan 1999: 172; Ларина 2013: 41]. Для статичных культур характерно пассивное восприятие происходящего, отсутствие инициативы, в то время как для деятельностных культур свойственно стремление воздействовать на события или их иницировать. Русская культура принадлежит к первому типу. «Немотивированная чрезмерная активность выглядит в глазах русского человека неестественно и подозрительно» [Левонтина 2012: 217]. Русскому сознанию свойственны неторопливость, созерцательность, консерватизм, не-

любовь к радикальным переменам и излишней инициативности.

Со знаком «минус» в обоих языках трактуется деятельность по руководству, управлению, при которой у руководимых абсолютно отсутствует свобода выбора, воли и действий. Метафорические производные лексем *кукловод*, *суфлер*, *пастух*, *puppeteer* (кукловод) именуют манипуляторов, заставляющих других действовать по своей указке: *Возрождение Великой России в планы Алексеева и его кукловодов из западноевропейских лож никак не входило; За плечами бригадиров явно просматривались суфлеры из идеологического отдела ЦК КПСС; На выборах спятивший, разделенный на части народ, как стадо бычков, торопится к урнам под крики телевизионных пастухов, под ударами электронных бичей; ...nobody with a straight face can deny Cheney is a co-president or worse, the puppeteer who pulls Bush's strings (...никто не сможет всерьез отрицать, что Чейни правит вместе с Бушем или, что еще хуже, он — кукловод, держащий Буша за ниточки).*

В рассматриваемых языках отчетливо прослеживается тенденция к развитию метафорических значений с негативной оценкой у существительных, именующих работников низкоквалифицированного непрестижного труда. Низкая квалификация и непрестижность деятельности в метафорах часто ассоциируются с низким социальным положением, низкими интеллектуальными способностями, низким уровнем культуры.

Так, в метафорических производных лексем *извозчик*, *сапожник*, *лапотник*, *fish-wife* (торговка рыбой), *tinker* (лудильщик) на первый план выходит социальная оценка работника как личности. Метафоры с такими лексемами называют тех политиков, которые в соответствии с существующими стереотипами отличаются грубым, невежественным поведением и активно использует бранную нелитературную лексику. *Жириновский — это политический сапожник, который лезет во все сферы, причем без толку, зарабатывает себе дешевую, а чаще и скандальную популярность; В нашей стране не будет порядок, пока у власти лапотники; Эти люди претендуют на пост президента. Один ругается как извозчик, другая стаканом манипулирует; She is not talented or intelligent enough to actually make a splash, and so she must be a veritable political fish-wife (она недостаточно талантлива и умна, чтобы вызвать сенсацию, поэтому она должна быть настоящей политической торговкой рыбой [использовать грубую речь]); They have shown themselves to be*

mere tinkers in politics (они показали себя как обычные лудильщики [невежи] от политуки).

Таким образом, в описанных метафорах основой для оценки интеллектуальной деятельности человека, его личностных качеств, поведения становится представление о степени престижности его трудовой деятельности, ее полезности, степени сложности выполняемой работы, о прогрессивном или устаревшем характере труда.

Любопытно, что как в русских, так и в английских политических текстах номинации работников с низкой квалификацией используются для отрицательной характеристики тех, чья деятельность требует более высокого уровня подготовки. Так, представление о характере труда звездочета ассоциируется с недостаточной точностью его вычислений, приблизительностью результатов, вследствие чего метафора *звездочет* обозначает невежественных аналитиков и специалистов сферы планирования: *Звездочёты из числа приближенных к Кремлю делают большие глаза и старательно намекают на некую сокрытую от непосвященных информацию, касающуюся новой угрозы, с которой вот-вот столкнется Россия. В обоих языках метафорические производные существительного *мясник/butcher* используются для обозначения жестоких и кровожадных политических деятелей: ...обвинениям в том, что израильское военное ведомство потворствовало убийствам. Шарона окрестили „бейрутским мясником“; Amin, for instance, was a first-class political butcher, conducting mass killings and ethnic cleansing whenever he fancied (Амин, например, был первоклассным политическим мясником, устраивавшим массовые убийства и этнические зачистки, где ему заблагорассудится).*

Среди номинаций представителей низкоквалифицированного труда, вовлекающихся в метафоризацию, наиболее широко представлены лексемы, называющие тех, кто выполняет обязанности прислуги. Необходимость исполнять чужие поручения, прислуживать воспринимается как недостойное занятие, особенно в сфере политики, и в метафорах оценивается негативно.

Метафорические дериваты таких лексем обозначают лиц, чье поведение отличается раболепством, подхалимством, стремлением выслужиться: — *Американские лакеи! За что продали страну?; ...мы тысячу лет живем в рабовладельческом государстве. И сами же считаем, что у нас существует один царь, а мы все холопы; We are opposed to this EU, this lackey of imperialism and big business (мы против такого ЕС, ла-*

кея империализма и большого бизнеса); *Once The New Yorker convinced itself that Bush was well intentioned even if his performance was sometimes maladroit, it became one more courtier straining to get the king's ear* (как только „Нью-Йоркер“ убедил себя, что Буш имел благие намерения, хотя и действовал иногда неумело, еженедельник превратился в еще одного придворного, стремящегося подобраться к уху короля).

Однако несмотря на негативную оценку низкоквалифицированной, непрестижной трудовой деятельности и исполнения обязанностей прислуги, пейоративный оценочный компонент может отсутствовать в метафорах номинации *слуга/servant*. В данном случае служение воспринимается как работа с благой целью — исполнить чью-либо волю, желание, защитить чьи-либо интересы, помочь: *Единственное предназначение правительства — защищать права человека, охраняя его от насилия, т. е. выполняя функции слуги общества; I think of myself as a servant of society. I am paid by the taxpayer* (я считаю себя слугой общества. Мне платят налогоплательщики). Данными ассоциациями мотивированы устойчивые сочетания *civil/public servant* (гражданский/общественный слуга [государственный служащий]): *I served the British government as a civil servant for over 20 years of my life* (я служил британскому правительству как гражданский слуга [государственный служащий] более 20 лет своей жизни).

При формировании переносных значений существительных, называющих низкоквалифицированных работников и прислугу, на первый план выходит оценка отношений, возникающих в процессе труда, а также личностных качеств работника. Тип оценки определяется системой социальных ценностей и факторов, существующих в обществе в данный период его развития.

Заключение. Анализ лексикографического и корпусного материала показал, что в основе метафор трудовой деятельности, использующихся в русскоязычной и англоязычной политической коммуникации, лежат одинаковые метафорические модели, имеющие лишь незначительные различия, что подтверждает общечеловеческий характер принципов, находящихся в их основе. Описанные метафорические модели «отражают устойчивые детерминанты человеческого сознания или архетипы коллективного бессознательного» [Аникин, Будаев, Чудинов 2015: 5].

Важно также, что метафора трудовой деятельности часто сочетает в себе именование деятеля, характеристику его деятель-

ности и социальных отношений с оценкой этих характеристик. Тип оценки может основываться на ассоциациях и стереотипах, существующих в обществе, на представлении об утилитарной и социальной значимости определенной трудовой деятельности, степени ее сложности, устаревшем или прогрессивном характере труда.

Так, преимущественно положительно оценивается в обоих языках созидательная деятельность: земледелие, строительство, кузнечное дело, садоводство, обучение, уход за детьми и пр. Положительная оценочность также характерна для метафор творческих занятий, исключение составляют актеры и циркачи: их работа ассоциируется с неестественностью и притворством, а значит — угрозой обмана. Искусственность и чрезмерность в целом порицаются.

Отрицательную оценку содержат метафорические употребления лексики, описывающей низкоквалифицированный труд. Низкий уровень квалификации работника, устаревший характер производства, непрестижность занятия при метафоризации преобразуются в отрицательную оценку интеллектуальных способностей и личностных качеств человека. Кроме того, осуждается прислуживание, раболепство, а также такой стиль руководства и управления, который душил всякое проявление инициативы.

Несмотря на сходство регулярных моделей метафоризации, русский и английский языки демонстрируют и некоторые различия, обусловленные культурными факторами.

ЛИТЕРАТУРА

1. Аникин Е. Е., Будаев Э. В., Чудинов А. П. Архетипы и инновации в диахронической динамике метафорических систем в политической коммуникации // Вестн. Воронеж. гос. ун-та. Сер.: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2015. № 1. С. 5—11.
2. Балашова Л. В. История русской метафоры: когнитивный аспект. — Saarbrücken, 2011. 534 с.
3. Баранов А. Н., Караулов Ю. Н. Русская политическая метафора (материалы к словарю). — М., 1991. 193 с.
4. Баранов А. Н. Предисловие редактора // Метафоры, которыми мы живем / Дж. Лакофф, М. Джонсон. — М., 2004. С. 7—21.
5. Будаев Э. В., Чудинов А. П. Метафора в политической коммуникации. — Екатеринбург, 2008. 248 с.
6. Кубрякова Е. С. Семантика в когнитивной лингвистике (о концепте Контейнера и формах его объективации в языке) // Изв. АН. Сер. литературы и языка. 1999. Т. 58. № 5—6. С. 3—12.
7. Ларина Т. В. Англичане и русские: язык, культура, коммуникация. — М., 2013.
8. Левонтина И. Б. *Номо piger* // Константы и переменные русской языковой картины мира / А. А. Зализняк, И. Б. Левонтина, А. Д. Шмелев. — М., 2012. С. 211—218.
9. Складаревская Г. Н. Метафора в системе языка. — М., 1993. 152 с.
10. Чудинов А. П. Динамика российской системы моделей политической метафоры // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. 2010. № 12. С. 74—78.
11. Fauconnier G. *Mental Spaces: Aspects of Meaning Construction in Natural Languages*. — Cambridge, MA : MIT Press, 1985.

12. Katan D. *Translating Cultures*. — Manchester, 1999.
13. Koller V. Brothers in arms: Contradictory metaphors in contemporary marketing discourse // *Confronting Metaphor in Use: An Applied Linguistic Approach*. — Amsterdam/Philadelphia, 2008. P. 103—126.

Yu. V. Matova
Saratov, Russia

POLITICAL COMMUNICATION AS A TARGET DOMAIN OF LABOUR VOCABULARY METAPHORIZATION IN RUSSIAN AND ENGLISH (BASED ON NATIONAL CORPORA)

ABSTRACT. *The article studies the general tendencies and national peculiarities of metaphorical use of the words belonging to the semantic field of labour activity (actor (актер), seeder (сеятель), teacher (учитель), architect (архитектор), gardener (садовник), clown (клоун), etc.) in political communication in the Russian and English languages. The research is carried out on the basis of the National Corpus of the Russian Language and Oxford English Corpus (OEC); it relies on the dictionaries of Russian and English. The methods of cognitive analysis of metaphor and metaphorical modeling were applied in this research. The following semantic sub-spheres, which serve in political communication as the sources of metaphorization, were singled out: rough labour and handicraft: пахарь (plowman), кузнец (blacksmith), builder (строитель), tailor (портной); education and childcare: нянька (nanny), teacher (учитель), missionary (миссионер); healthcare and nursing: лекарь (healer), целитель (traditional practitioner), doctor (врач), midwife (повивальная бабка); art and creativity: артист (artist), лирик (poet), artist (художник), sculptor (скульптор); administration and management: вождь (leader), флагман (flagman), director (режиссер), captain (капитан); service and menial work: извозчик (driver), сапожник (shoemaker), lackey (лакэй), knave (прислужник). The conclusion is made that labour metaphors are frequent in political texts and they combine naming and characteristics of a person with evaluation of their personal qualities and activity.*

KEYWORDS: Russian vocabulary; English vocabulary; labor; metaphors; metaphorical models; political communication; Russian; English.

ABOUT THE AUTHOR: Matova Yulia Vyacheslavovna, Assistant Lecturer, Department of Romano-Germanic Philology and Translation Studies, Chernyshevsky Saratov State University, Saratov, Russia.

REFERENCES

1. Anikin E. E., Budaev E. V., Chudinov A. P. Arkhetipy i innovatsii v diakhronicheskoy dinamike metaforicheskikh sistem v politicheskoy kommunikatsii // *Vestn. Voronezh. gos. un-ta. Ser.: Lingvistika i mezhkul'turnaya kommunikatsiya*. 2015. № 1. S. 5—11.
2. Balashova L. V. Istoriya russkoy metafory: kognitivnyy aspekt. — Saarbrücken, 2011. 534 s.
3. Baranov A. N., Karaulov Yu. N. Russkaya politicheskaya metafora (materialy k slovaryu). — M., 1991. 193 s.
4. Baranov A. N. Predislovie redaktora // *Metafor, kotorymi my zhivem / Dzh. Lakoff, M. Dzhonson*. — M., 2004. S. 7—21.
5. Budaev E. V., Chudinov A. P. Metafora v politicheskoy kommunikatsii. — Ekaterinburg, 2008. 248 s.
6. Kubryakova E. S. Semantika v kognitivnoy lingvistike (o kontsepte Konteynera i formakh ego ob'ektivatsii v yazyke) // *Izv. AN. Ser. literatury i yazyka*. 1999. T. 58. № 5—6. S. 3—12.
7. Larina T. V. Anglichane i russkie: yazyk, kul'tura, kommunikatsiya. — M., 2013.

14. Lakoff G. Don't Think Of An Elephant! Know Your Values and Frame the Debate. — Chelsea Green Publ., 2004. 124 p.
15. Lakoff G., Johnson M. *Metaphors We Live By*. — Chicago : Univ. of Chicago Pr., 1980. 276 p.

8. Levontina I. B. Homo piger // *Konstanty i peremennye russkoy yazykovoy kartiny mira / A. A. Zaliznyak, I. B. Levontina, A. D. Shmelev*. — M., 2012. S. 211—218.

9. Sklyarevskaya G. N. Metafora v sisteme yazyka. — M., 1993. 152 s.

10. Chudinov A. P. Dinamika rossiyskoy sistemy modeley politicheskoy metafory // *Aktual'nye problemy filologii i pedagogicheskoy lingvistiki*. 2010. № 12. S. 74—78.

11. Fauconnier G. *Mental Spaces: Aspects of Meaning Construction in Natural Languages*. — Cambridge, MA : MIT Press, 1985.

12. Katan D. *Translating Cultures*. — Manchester, 1999.

13. Koller V. Brothers in arms: Contradictory metaphors in contemporary marketing discourse // *Confronting Metaphor in Use: An Applied Linguistic Approach*. — Amsterdam/Philadelphia, 2008. P. 103—126.

14. Lakoff G. Don't Think Of An Elephant! Know Your Values and Frame the Debate. — Chelsea Green Publ., 2004. 124 p.

15. Lakoff G., Johnson M. *Metaphors We Live By*. — Chicago : Univ. of Chicago Pr., 1980. 276 p.

Н. Н. Николаева
Москва, Россия

ФУНКЦИОНАЛЬНО-ПРАГМАТИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ ЭВФЕМИЗМОВ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

АННОТАЦИЯ. Рассматривается функционирование эвфемизмов в политическом дискурсе на примере президентской кампании в США и ее последствий в 2016—2018 гг. Анализируется и демонстрируется воздействующий потенциал эвфемизмов в речи политиков при реализации функций манипуляции общественным сознанием, смягчения, приукрашивания и вуалирования явлений действительности с целью достижения нужного коммуникативного эффекта. Манипулятивная функция эвфемизации реализуется в следующих вариантах: 1) завуалированное выражение имплицитных политических замыслов, генерализованных под мнение большинства людей; 2) восхваление (открытое использование высказываний с положительной коннотацией, когда используется большое количество эмоционально возвышенных эпитетов и гипербол, эвфемизирующих ситуацию или субъектов действия, за счет чего создается комический и негативный эффект); 3) принижение (открытое выражение недовольства определенным событием или процессом); 4) поддельный нейтралитет (демонстрация нейтрального отношения с имплицитными свидетельствами реального отношения к предмету речи); 5) ложный нейтралитет (чередование положительных и отрицательных высказываний вводит аудиторию в заблуждение, размывает представление об отношении политика или журналиста к объекту обсуждения). Результаты работы могут быть использованы в практике обучения английскому языку при формировании навыка осознанного восприятия и критической интерпретации современных англоязычных текстов.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: политический дискурс; эвфемизация; функции языка; манипулятивные средства; эвфемизмы.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ: Николаева Наталья Николаевна, кандидат филологических наук, доцент кафедры Л2 «Английский язык для приборостроительных специальностей», Московский государственный технический университет им. Н. Э. Баумана; 105005, Москва, ул. 2-я Бауманская, д. 5, стр. 1; e-mail: nnn55n73@mail.ru.

Введение. В информационном поле современного англоязычного политического дискурса, насыщенном идеями политической корректности, эгалитарности и демократизации, эвфемизация играет значимую роль, особенно в публичных выступлениях высокопоставленных лиц, так как использование эвфемизмов позволяет завуалировать реальные негативные стороны и/или последствия политических, экономических, социальных событий, имплицитно воздействуя на массовое сознание и манипулируя им.

Учитывая глобальную функцию английского языка как языка *lingua franca* в межкультурной коммуникации и распространенность англосаксонских, особенно североамериканских, норм публичного коммуникативного поведения в нашей стране, а также напряженность отношений между Российской Федерацией и США на политической арене, лингвистический анализ функционирования эвфемизмов в речах политиков США представляется важным и актуальным. Анализ позволяет выявить имплицитный смысл высказываний, развенчивая «стратегию уклонения от истины», «сокрытие неприятных явлений действительности» [Баскова 2009: 86] и «завуалирование тех моментов, которые могут вызвать общественное возмущение» [Гальперин 1981: 119], продемонстрировать воздействующий потенциал определенных лексических единиц, искаженно репрезентирующих действительность с целью достижения нужного коммуникативного эффекта, а также способствовать формированию навыка у российских граждан, изучающих и владеющих английским языком, их осознанного восприятия и критической интерпретации.

Предметом данного исследования является эвфемизм как дискурсивное языковое явление, реализующее манипулятивную функцию, а также функции смягчения, приукрашивания и вуалирования явлений действительности путем сокрытия и/или искажения истинного смысла высказываний и используемое, в частности, в публичных выступлениях североамериканских политиков (на примере кампании по выбору президента в 2016 г. в США). Цель работы заключается в изучении политического эвфемизма как лингвистического средства целенаправленного изменения смысла выражений, имплицитно воздействующего на сознание и коммуникативное поведение англоговорящих людей.

1. Эвфемизмы и политический дискурс. Эвфемизмы относятся к универсалиям языка, их употребление в определенных коммуникативных ситуациях соответствует нормам этикета и культуры речи во многих странах мира. Основными языковыми чертами эвфемизмов являются положительная оценка и иносказательность. Эвфемизмы смягчают высказывание и помогают говорящему нейтрализовать коммуникативные неудачи. Таким образом, непосредственная роль эвфемизма состоит в переименовании того, что звучит слишком прямолинейно, а значит грубо, вульгарно, резко и оскорбительно. Без эвфемизмов не может существовать ни один политический дискурс, так как политкорректность профилирует замену лексических единиц, не соответствующих ее концепциям.

В данной работе под термином «дискурс» понимается текст, погруженный в ситуативный контекст и находящийся в един-

стве с культурными, историческими, социальными, психологическими и другими факторами, учитывающий когнитивные особенности и коммуникативные намерения собеседников, что обуславливает выбор и порядок размещения языковых единиц при их реализации в тексте, а также набор соответствующих невербальных средств [Плотникова 2008; Шейгал 2000]. Политический дискурс — это социальное явление, представляющее собой язык политической коммуникации, которая представлена в разных формах и сферах политической деятельности [Демьянков 2018] и главной целью которой, по нашему мнению, является ориентирующее воздействие политической информации на ментальные и поведенческие характеристики людей [Косяков, Николаева, Шастина 2011]. Политическую информацию составляет неразрывное сочетание сведений, знаний, сообщений о фактах, событиях, инцидентах, происходящих в политической сфере жизни общества. Посредством этих данных осуществляется передача политического опыта, знаний, упорядочивается политическая жизнь, организуются силы людей, протекает их политическая адаптация и социализация.

Политическая коммуникация не может существовать без соответствующего средства ее воплощения. Г. Лассуэлл пишет: «...язык политики — это язык власти. Это язык решений. Он регистрирует решения и вносит в них поправки. Это боевой клич, вердикт и приговор, закон, постановление и норма, должностная присяга, спорные вопросы, комментарии и прения» [Лассуэлл 2006: 3]. Очевидно, что целью политического дискурса является власть — «ее завоевание, реализация и сохранение» [Богатова 2016: 8]. Задачей политического дискурса служит воздействие в скрытой или открытой формах на общественное мнение, сознание и поведение обывателей, т. е. установление политического господства над людьми, скрытое управление ими путем навязывания идей, стереотипов поведения, выгодных для манипулятора, принуждение к политическому действию или бездействию.

Для осуществления своей цели манипулятор может использовать различные приемы, посредством которых происходит процесс воздействия. С. Г. Кара-Мурза выделяет следующие приемы: (1) частичная подача информации, когда озвучивается только определенная часть истинной информации, за счет чего происходит сдвиг равномерного распределения картины реальности, при этом правдивая информация искажается, а представления адресата меняются; (2) со-

вмещение правдивых фактов с различными гипотезами, слухами, предположениями, что приводит к сложности понимания текста и отделению вымысла от правды, т. е. когнитивному дискомфорту; (3) замедление во времени, когда прилагаются все усилия к максимальной отсрочке озвучивания истинного положения дел до того момента, когда истина станет не актуальной; (4) заведомо ложная, но ожидаемая подача информации — в этом случае реципиент получает ложную информацию, содержание и суть которой удовлетворяют его настроению [Кара-Мурза 2015].

Данные приемы реализуют свой воздействующий потенциал прежде всего посредством различных лингвистических средств, часто используемых как политиками, так и журналистами, чтобы путем иносказания, т. е. эвфемизации, воздействовать на сознание населения и сформировать необходимое мнение. По нашим данным, наиболее часто встречаются следующие средства: чтение мыслей, восхваление, принижение, поддельный или ложный нейтралитет и исключение информации [Швидунова 2018], — которые профилируют функциональный потенциал эвфемизмов в качестве мощного средства манипуляции сознанием. Остановимся на выделенных типах более подробно.

2. Реализация манипулятивной функции.

1. **Чтение мыслей.** Под этим средством подразумевается завуалированное выражение имплицитных политических замыслов, генерализованных под мнение большинства людей. Политик или журналист выражает собственное отношение к человеку, описывая его индивидуальные характеристики или интенции, при этом обобщает свое видение ситуации, представляя его как мнение большого количества людей. Так, в следующем отрывке из статьи пользователя портала «Quora» Ф. Ремакера выражается его личная оценка социального поведения Д. Трампа. Автор, основываясь исключительно на личных впечатлениях о нем (*here's my justification*), заявляет, что Д. Трамп скорее эпатажная, экзальтированная и популистская личность, чем серьезный и вдумчивый политик (*narcissist, extortionist, sociopath, psychopath*), поэтому ему не стоит доверять, так как то, что он говорит, потенциальная ложь. С помощью антонимичного употребления личных местоимений (*my — you and I, we*), а также смягчающих эвфемизмов наряду с оскорбительными эпитетами (*extortionist, psychopath — narcissist, sociopath*) делается противопоставление «корректной, образованной, все понимаю-

щей» публики и «некорректного, но правдивого» автора, который как глас народа пишет то, что другим делать «неудобно». Таким образом делается вывод о нелицеприятном общественном мнении по поводу личности президента: *Donald Trump is only in it for Donald Trump. He is a narcissist, a sociopath (some have argued psychopath) and a social extortionist. And lest I be accused of libel, here's my justification.*

Narcissism is obvious to anyone who's heard him talk about himself. See... every interview ever done with him. The Sociopathy and extortion? Here's a prime example: Trump has recently claimed on record that he has a 100% fool-proof method for defeating ISIS. Right now. But he won't tell anyone what it is until he's elected president. Now, you and I know he doesn't have any such plan, but some people will believe him. And just consider what that says, even if we know it's a lie [What do people think 2018].

Рассмотрим следующий пример: *Something has gone terribly wrong when one speaker says 'vote your conscience' and gets booed. I mean, I never thought I would say these words but: Ted Cruz was right. In this election, do the right thing and vote your conscience. Vote for your future [The Hill 2018].* Особенностью предвыборной речи Х. Клинтон было частое использование манипулятивного средства «чтение мыслей» с эмоциональным подтекстом. В данной части предвыборной речи говорится о призыве не отдавать свой голос за представителя Республиканской партии. Х. Клинтон говорит о своем оппоненте, об его успехах и призывает буквально «не быть дураками», а проявить заботу о своей стране и сделать правильный выбор, т. е. в ее пользу (*do the right thing, vote your conscience. Vote for your future*). При этом она апеллирует к внутреннему состоянию людей («совести», знаниям о Тэде Крузе, о понимании, что ее слова могут освистать) посредством «чтения мыслей», предполагающего, что реципиенты обладают теми же знаниями, опытом и эмоциями, что и адресант. Здесь также используется чередование эвфемизмов с положительной (*Ted Cruz was right, do the right thing*) и отрицательной (*terribly wrong, gets booed, never thought I would say*) коннотациями, указывающее на одновременное применение манипулятивных средств восхваления, принижения и поддельного нейтралитета, что ведет к когнитивной дезориентации реципиентов и не позволяет принять логически осмысленное решение. На этом фоне четкий призыв к определенному действию — голосовать по совести, т. е. за Х. Клинтон, имеет прямое воз-

действие на затуманенное сознание слушателей, ориентируя на конкретные действия.

2. Восхваление — открытое использование высказываний с положительной коннотацией. Используется большое количество эмоционально возвышенных эпитетов и гипербола, эвфемизирующих ситуацию или субъектов действия с их представлением в идеализированном виде, что, по-настоящему, создает комический и негативный эффект, как в следующем примере: *In one sense Mrs Clinton is **revolutionary**. She would be America's **first** female president in the 240 years since independence. This is not a clinching reason to vote for her. But it would be a **genuine achievement**. In every other sense, however, Mrs Clinton is a **self-confessed incrementalist**. She believes in the **power** of small changes compounded over time to bring about **larger** ones. An inability to sound as if she is offering an overnight transformation is one of the things that makes her a bad campaigner. Presidential nominees are now expected to **inspire**. Mrs Clinton would have been **better-suited** to the **first** half-century of presidential campaigns, when the candidates did not even give public speeches [America's best hope 2018].*

3. Принижение. Это средство противопоставлено «восхвалению»: политический деятель или журналист открыто выражает недовольство определенным событием или процессом, например: *Trump got his start in national politics by peddling a deranged conspiracy theory that Obama was not born in the United States, so it's perhaps not so surprising that he would invent another one on the fly. But let me emphasize this. The presumptive Republican nominee for president, on national television, clearly implied that President Obama helped someone shoot 49 people to death in cold blood. That is so far beyond the political pale it's almost impossible to grasp [Trump's reversal 2018].* Данный отрывок показывает, что в качестве средства принижения не используются прямые дисфемизмы или оскорбления в сторону «принижаемой» стороны. Однако с помощью эвфемизмов *deranged, so far beyond, almost impossible to grasp, clearly implied* журналист указывает на некомпетентность мистера Трампа и его попытку использовать непроверенную информацию в свою пользу, а также непредсказуемость и непоследовательность его действий.

4. Поддельный нейтралитет. Цепь заранее продуманных действий политика или журналиста, демонстрирующих его якобы нейтральное отношение, однако имплицитно свидетельствующих о его реальном отношении и желании побудить реципиентов к при-

нению его точки зрения. Рассмотрим пример: *That may be a gross oversimplification of how both candidates view things, but ultimately it's reasonable to say Trump and Clinton will have very different approaches to the economy. That may not be the deciding factor in how many people vote, but in a Motley Fool Twitter poll taken after the first presidential debate, a slight majority of people believed Trump would be better for the economy* [Danial 2018]. В этом отрывке из статьи портала «TheMoneyFool» журналист, пытаясь сохранить нейтралитет, использует эвфемизмы *oversimplification, ultimately, reasonable, deciding factor*, апеллирующие к генерализации знаний и всеобщего понимания происходящего, но все же отдает предпочтение одной из сторон, при этом ссылаясь на мнение опрошенных людей (*a slight majority of people believed Trump would be better for the economy*). Стоит отметить, что во время предвыборной кампании подобные опросы были противоречивыми и политически ангажированными, не свидетельствующими об истинных предпочтениях населения страны.

5. Ложный нейтралитет. Автор дает размытое представление о своем отношении к объекту обсуждения. Это вводит аудиторию в заблуждение посредством чередования положительных и отрицательных высказываний, например: *If he says great things about me, I'm going to say great things about him. I've already said, he is really very much of a leader. I mean, you can say, 'Oh, isn't that a terrible thing' — the man has very strong control over a country. Now, it's a very different system, and I don't happen to like the system. But certainly, in that system, he's been a leader, far more than our president has been a leader* [Cillizza 2018]. Здесь мы отчетливо видим чередование положительного и отрицательного мнения президента США о В. В. Путине. Сначала Д. Трамп указывает на то, что хорошие отношения возможны в случае ответного аналогичного настроения со стороны российского президента (*If he says great...I'm going to say great things*), т. е. имеется в виду обоюдное доверие, на что указывает нейтральная коннотация эвфемизмов. Затем делается акцент на глубоком уважении к В. В. Путину как истинному лидеру страны (*he's been a leader, far more than our president has been a leader*). Употребленный эвфемизм, усиленный гиперболой и анафоричным повтором, свидетельствует о повышенной аксиологической коннотации одобрения и восхищения. Однако наряду с этим мы видим эвфемизмы с отрицательной оценочной коннотацией (*terrible thing, I don't happen to like the system, very strong control*

over a country), что является указанием на возможный тоталитаризм, чрезмерный контроль и отсутствие свободного мнения у народа. В результате высказывание Д. Трампа не дает четкого представления о реальном мнении президента США о В. В. Путине. Отметим, что негативная коннотация более детализирована, поэтому читатель будет придерживаться скорее негативного отношения к личности и действиям В. В. Путина.

6. Исключение информации. Реальные события и факты преднамеренно вуалируются или искажаются с определенной политической выгодной целью. Например, в ответе на слова посла России в Ливане, который в интервью телеканалу «Аль-Манар» заявил, что Россия оставляет за собой право сбивать американские ракеты и атаковать места их запуска в случае агрессии США в Сирии, Д. Трамп заявил: *Russia vows to shoot down any and all missiles fired at Syria. Get ready Russia, because they will be coming, nice and new and "smart!" You shouldn't be partners with a Gas Killing Animal who kills his people and enjoys it!* [Real Donald Trump 2018]. В данном случае эвфемизмы *nice and new and 'smart'*, характеризующие смертельное оружие массового поражения, которое априори не может являться «милым» и «умным», намеренно провокативный ироничный тон, с «подбадриванием» (*Get ready Russia*) и отеческим «заботливым» порицанием (*You shouldn't be partners*), а также использование оскорбительного выражения (*Gas Killing Animal*) вместо имени и фамилии реального человека в совокупности представляют эту ситуацию как шалость или детскую игру. В действительности же речь идет о реальной угрозе войны между сверхдержавами, об уничтожении целых территорий в Сирии и смене законного Сирийского правительства с целью установления господства США над энергоресурсами этой страны. За этой завуалированной иронией скрывается попытка президента США оправдать ракетные удары для уничтожения свидетельства провокации боевиков в Думе с инсценированием применения химического оружия правительством Сирии до прибытия миссии Организации по запрещению химического оружия (ОЗХО).

Отметим, что вышеуказанные приемы и средства наиболее эффективны в своей совокупности, что предопределяет использование различных эвфемизмов. Далее более подробно остановимся на средстве исключения информации, так как, по нашим данным, эвфемизмы часто функционируют в речах североамериканских политиков именно в качестве одного из способов вуалирования, искажения, смягчения, приукрашивания

ния действительности, а также манипуляции сознанием.

3. Реализация функций смягчения, украшения и вуалирования явлений действительности. Эвфемизмы в политическом дискурсе обладают определенным потенциалом, позволяющим сгладить, замаскировать или даже утаить негативные, но истинные факты и представить политические события и их результаты в выгодном свете.

Рассмотрим в качестве примера высказывание кандидата в президенты Х. Клинтон, сделанное во время интервью с корреспондентом газеты «New York Times» Н. Кристофером: *[Russian election melding]... was a more effective theft even than Watergate. We aren't going to let somebody sitting in the Kremlin, with 1,000 agents, with bots and trolls and everybody else, try to mix up in our election* [Kristof 2018]. Отвечая на вопросы Н. Кристофера о причинах ее поражения на выборах, Х. Клинтон в качестве одной из основных называет «вмешательство спец-агентов», «ботов и троллей и всех остальных» из «Кремля». Отметим, что здесь избегается конкретизация лиц ввиду отсутствия прямых доказательств и используется тактика генерализации, ведущая к обобщенному представлению «Кремля» либо как властной элиты, либо как любого российского гражданина, поддерживающего государственную власть и желающего навредить США. Поскольку у представителей проигравшей стороны не было конкретных доказательств вмешательства «русских», использование эвфемизмов (*Russian election melding, the Kremlin, agents, bots and trolls and everybody else, try to mix up*) позволяет провозглашать бездоказательные обвинения, тем самым вводя в заблуждение читателей, делая из Х. Клинтон жертву ложных обвинений и нечестности выборов.

Сравним высказывание Д. Трампа на эту тему. В интервью с Л. Холтом для телеканала NBC он сказал: *When I decided to just do it I said to myself, you know, this Russian thing with Trump and Russia is a made up story. It's an excuse by the Democrats for having lost an election that they should have won* [Vox 2018]. Речь шла о неожиданном увольнении директора Федерального бюро расследований (ФБР) Д. Коми, который во время предвыборной кампании возглавлял расследование о вмешательстве России в ход выборов. Свое решение президент США принял, основываясь на мнении министерства юстиции о некомпетентности главы ФБР. Данное действие вызвало бурную реакцию, так как косвенно подтверждало связь Д. Трампа с

«Кремлем». Со стороны партии республиканцев отрицается этот факт, а президент достаточно осторожно высказывается по этому вопросу, используя эвфемизмы *Russian thing* (русское дело) и *made up story* (выдуманная история), что в данном случае является косвенным указанием на сфабрикованность «русского дела» и на субъекты раздувания антироссийской истерии в американском обществе, т. е. демократов. Более того, политик явно дает понять, что это все *excuse* (оправдание), т. е. ложные обвинения со стороны оппонентов.

Следующий пример высказывания Дональда Трампа, сделанного во время интервью с журналистом Ж. Пиро для программы *Justice With Judge Jeanine*, демонстрирует эвфемизацию речи политика при обсуждении вопросов достижения взаимопонимания новой администрации президента с народом США: *"We've freed up this system, which was all glued up, so that people can build houses and they can build factories and they can build so much," Trump said. "Our trade deals are about to come. They're going to be unbelievable. We're doing things and I honestly believe that people see it. But there's no question, it would be wonderful to go fast, but I want it to be done right"* [Trump talks 2018]. Часть электората в США не довольна результатами выборов. Поэтому одной из главных проблем, стоящих перед избранным президентом, является необходимость заслужить доверие со стороны граждан. В данном примере он пытается указать на то, что собирается улучшить ситуацию, «освободить» «склеившуюся систему» (*We've freed up this system, which was all glued up*), т. е. дает понять, что работать по-старому нельзя, что «система увязла в клее», устарела. Для достижения целей надо быть «невероятно [эффektivным]», т. е. работать активно, быстро, ставить новые задачи и, главное, верить в новый курс и делать все «правильно», т. е. так, как задумал Д. Трамп. Он надеется, что люди понимают правильность его действий. Эвфемизмы *unbelievable, honestly believe, wonderful to go fast, be done right* имеют чрезвычайно декларативную и приподнято-эмоциональную коннотации, апеллирующие не к разуму, а к чувствам и верованиям, что позволяет не давать конкретных обещаний, завуалировать возможные поражения.

Отношения Д. Трампа со средствами массовой информации, основным механизмом политической борьбы и воздействия на общественное мнение, не являются дружескими и взаимовыгодными. Президенту постоянно приходится вступать с журналистами своей страны в противоборство. Однако,

учитывая влияние и силу СМИ, он вынужден быть политкорректным и использовать эвфемизмы, например: *“Well, they’re obstructionists,” Trump said. “I mean what they want to do is obstruct and delay, and I’m actually very with Chuck Schumer because I know him; I’ve known him for a long time. I cannot — I really am surprised that he’s become such — he’s gone so far left in order to get into the Elizabeth Warren group”* [Trump talks 2018]. Здесь речь идет о том, как СМИ под влиянием Демократической партии мешают осуществлению планов говорящего и дают ложную информацию. Он называет журналистов не лгунами, но *obstructionists*, т. е. людьми, которые задерживают прогресс (*obstruct and delay*), заставляя народ сомневаться. Он делает акцент на том, что, например, уважаемый им когда-то журналист Чак Шумер «удивил» (*surprised*), т. е., если говорить прямо, «разочаровал», возможно даже оскорбил его. Д. Трамп старается использовать эвфемизмы для смягчения речи, чтобы не выглядеть слишком категоричным.

Следующий пример посвящен конфликту между голливудской актрисой Мерил Стрип и Дональдом Трампом, причиной которого стало упоминание в ее речи его неуважительного отношения к гражданам своего государства, а также его некомпетентности в вопросах политики в целом. На это Д. Трамп написал в своем «Твиттере»: *Meryl Streep, one of the most over-rated actresses in Hollywood, doesn’t know me but attacked last night at the Golden Globes. She is a....»* [Real Donald Trump 2018]. Эвфемизм *over-rated* (переоцененная) говорит о том, что г-н Трамп считает ее «не талантливой», «пустышкой», ее гонорары слишком большими, а весомость ее мнения о политике завышенной (т. е. ее мнение в этих вопросах на самом деле ничего не значит). Более того, в качестве эвфемизма здесь выступает *She is a....»* (опущение грубого слова, что свидетельствует о нежелании политика оскорблять актрису, хотя она этого и заслуживает).

Выстраивание отношений со своими оппонентами на политической арене и с гражданами государства — это очень важные задачи для президента любой страны, требующие политкорректности и употребления соответствующих лексических единиц, смягчающих нелицеприятное мнение об окружающих. Но с еще большей осторожностью необходимо высказываться на тему внешней политики государства и военных действий США. В своем «Твиттере» мистер Трамп опубликовал такое видеообращение к народу по поводу атаки на Сирию: *Tonight, I ordered a targeted military strike on the air field in*

Syria from where the chemical attack was launched. It is in this vital national security of the United States to prevent and deter the spread and use of deadly chemical weapons [Starr 2018]. В данном случае используются политические эвфемизмы: «целенаправленный военный удар», «летное поле», «химическая атака», «жизненно важный» (для национальной безопасности) — вместо лексических единиц, которые четко указали бы на военные действия вооруженных сил США, нанесших серию ударов крылатыми ракетами типа «Tomahawk» по базе правительственных войск в Сирии в ответ на якобы примененное последними запрещенное химическое оружие. Целью авиаатаки был военный аэродром аш-Шайрат вблизи провинции Хомс, в частности, взлетно-посадочная полоса, самолеты и заправочные станции. Эвфемизмы направлены на смягчение информации, связанной с агрессивным участием США в военных действиях в Сирии, замещают военную терминологию, не вызывая сильных эмоций, переживаний, протестных антивоенных настроений в обществе. Этот пример показывает возможность эвфемизмов скрывать ужасы настоящей войны и оправдывать приказы главнокомандующего страны, ведущие к разрушениям и смерти граждан чужого государства, находящегося в тысячах километров от США. Приведенные эвфемизмы эмоционально нейтральны, что позволяет им выполнять функцию вуалирования и смягчения последствий происходящего.

В целом собранные нами примеры эвфемизации в политической речи иллюстрируют манипулятивную функцию эвфемизмов путем чтения мыслей, восхваления, принижения, поддельного нейтралитета, исключения информации, а также функцию вуалирования и нейтрализации негативных фактов с помощью смягчения грубых, иногда оскорбительных выражений, избегания конкретизации субъектов или действий, возможности косвенного обвинения без указания деталей, имен, фактов и доказательств, нивелирования действительности и последствий порицаемых в обществе действий.

Заключение. Политический дискурс — это социальное явление, представляющее собой язык политической коммуникации, которое представлено в разных формах и сферах политической деятельности и главной целью которого является ориентирующее воздействие политической информации на ментальные и поведенческие характеристики людей. Эвфемизмы, используемые в политическом дискурсе, — это особая группа эвфемизмов, которые функционируют в политической коммуникации с целью

замены слов или выражений, не соответствующих задачам адресантов в конкретных политических условиях, на более приемлемые, позволяющие исключить прямую номинацию всего того, что способно вызвать негативную реакцию и оскорбить чувства адресата. Такие эвфемизмы обладают потенциалом воздействия на общественное мнение. Функционирование эвфемизмов в текстах политиков, в частности, кандидатов в президенты США в 2016 г., обусловлено семантической неоднозначностью и публичностью политического дискурса, его манипулятивными возможностями и серьезными социальными последствиями. В связи с этим использование эвфемизмов в политическом дискурсе приобретает особую важность благодаря их функциям смягчения негативных ассоциаций, связанных с определенными событиями, вуалирования или искажения явлений действительности, сокрытия истинного смысла коммуникативного поведения, приукрашивания фактов и изменения коннотаций слов и выражений.

ЛИТЕРАТУРА

1. Баскова Ю. С. Манипуляция в языке СМИ: эвфемизмы как «слова-прикрытия». — Краснодар : КСЭИ, 2009. 182 с.
2. Богатова Т. Н. Функциональные особенности эвфемизмов в политическом дискурсе // *Credo Experto*: транспорт, общество, образование, язык. 2016. № 2 (09). С. 7—15.
3. Гальперин И. Р. Текст как объект лингвистического исследования. — М. : Наука, 1981. 140 с.
4. Демьянков В. З. Политический дискурс как предмет политологической филологии [Электронный ресурс]. URL: <http://www.infolex.ru/PolDis.html> (дата обращения: 25.03.2018).
5. Кара-Мурза С. Г. Демонтаж народа. Учебник межнациональных отношений. — М. : Алгоритм, 2015. 704 с.
6. Косяков В. А., Николаева Н. Н., Шастина И. А. Ориентирующая функция языка. — Иркутск : Изд-во БГУЭП, 2011. 310 с.

N. N. Nikolaeva
Moscow, Russia

FUNCTIONAL AND PRAGMATIC POTENTIAL OF EUPHEMISMS IN ENGLISH-SPEAKING POLITICAL DISCOURSE

ABSTRACT. *The article analyses the functions of euphemisms in political discourse of the US Presidential campaign and its aftermath in 2016—2018. The manipulative potential of euphemisms is studied and described; such functions of manipulation are especially frequent: manipulation of public opinion, easing, embellishment and concealing of reality to produce the necessary communicative effect. Manipulative function of euphemization is realized in the following ways: 1) hidden expression of implicit political plots, generalized to the opinion of the majority; 2) praise (explicit use of phrases with positive connotations, frequent use of elevated epithets and hyperboles that euphemize the situation or the subjects to produce a comic and often negative effect); 3) detraction (explicit dissatisfaction with an event or a process); 4) fake neutrality (showing neutral attitude with implicit manifestation of the real attitude to the subject of speech); 5) false neutrality (alternation of positive and negative statements that confuses the audience, hides the real attitude of the politician or a journalist to the subject of discussion). The results of this research may be used in teaching English to critically assess and interpret contemporary English texts.*

KEYWORDS: *political discourse; euphemisation; language functions; manipulative means; euphemisms.*

ABOUT THE AUTHOR: *Nikolayeva Natalia Nikolayevna, Candidate of Philology, Associate Professor, Department of English for Instrument Engineering Specialties, Bauman Moscow State Technical University, Moscow, Russia.*

REFERENCES

1. Baskova Yu. S. Manipulyatsiya v yazyke SMI: evfemizmy kak «slova-prikrityiya». — Krasnodar : KSEI, 2009. 182 s.
2. Bogatova T. N. Funktsional'nye osobennosti evfemizmov v politicheskom diskurse // *Credo Experto*: transport, obshchestvo, obrazovanie, yazyk. 2016. № 2 (09). S. 7—15.
3. Gal'perin I. R. Tekst kak ob'ekt lingvisticheskogo issledovaniya. — M. : Nauka, 1981. 140 s.

7. Лассуэлл Г. Язык власти // *Политическая лингвистика*. 2006. № 20. С. 264—279.

8. Плотнокова С. Н. Языковое, дискурсивное, коммуникативное пространство // *Вестн. ИГЛУ*. 2008. № 1. С. 131—136.

9. Швидунова А. СМИ как субъект политического процесса и инструмент политических технологий [Электронный ресурс]. URL: <https://xreferat.com/> (дата обращения: 09.04.2018).

10. Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса : моногр. — Волгоград : Перемена, 2000. 368 с.

11. America's best hope [Electronic resource] // *The Economist* : [site]. URL: <http://www.economist.com/news/leaders/> (date of access: 09.04.2018).

12. Cillizza C. Donald Trump's answer on Russia and Vladimir Putin at the NBC forum was totally bananas [Electronic resource]. URL: <https://www.washingtonpost.com/> (date of access: 09.04.2018).

13. Danial B. Kline. Clinton vs. Trump: Which Candidate Would Be Better for the Economy? [Electronic resource] // *The MoneyFool* : [site]. URL: <https://www.fool.com/investing/> (date of access: 09.04.2018).

14. Kristof N. Hillary Clinton, Free to Speak Her Mind [Electronic resource]. URL: <https://www.nytimes.com/> (date of access: 26.03.2018).

15. Real Donald Trump [Electronic resource] // *Twitter* : [site]. URL: <https://twitter.com/realdonaldtrump/> (date of access: 11.04.2018).

16. Starr B., Diamond J. Trump launches military strike against Syria [Electronic resource]. URL: <http://edition.cnn.com/> (date of access: 04.04.2018).

17. The Hill. Facebook [Electronic resource]. URL: <https://www.facebook.com/TheHill/videos/> (date of access: 04.04.2018).

18. Trump talks about obstructions, from the media to Democrats, with Judge Jeanine Pirro [Electronic resource] // *FOX NEWS* : [site]. URL: <http://www.foxnews.com/politics/> (date of access: 09.04.2018).

19. Trump's reversal on Obama birthplace conspiracy stokes more controversy [Electronic resource] // *Chicago Tribune* : [site]. URL: <http://www.chicagotribune.com/news/> (date of access: 09.04.2018).

20. Vox A. Vard. Trump's Russia problems got a whole lot worse in the past 24 hours [Electronic resource]. URL: <https://www.vox.com/policy-and-politics/> (date of access: 28.03.2018).

21. What do people think about Donald Trump running for President of the USA? [Electronic resource] // *Quora* : [site]. URL: <https://www.quora.com/> (date of access: 09.04.2018).

7. Lassuell G. Yazyk vlasti // Politicheskaya lingvistika. 2006. № 20. S. 264—279.
8. Plotnikova S. N. Yazykovoe, diskursivnoe, kommunikativnoe prostranstvo // Vestn. IGLU. 2008. № 1. S. 131—136.
9. Shvidunova A. SMI kak sub'ekt politicheskogo protsesssa i instrument politicheskikh tekhnologiy [Elektronnyy resurs]. URL: <https://xreferat.com/> (data obrashcheniya: 09.04.2018).
10. Sheygal E. I. Semiotika politicheskogo diskursa : monogr. — Volgograd : Peremena, 2000. 368 s.
11. America's best hope [Electronic resource] // The Economist : [site]. URL: <http://www.economist.com/news/leaders/> (date of access: 09.04.2018).
12. Cillizza C. Donald Trump's answer on Russia and Vladimir Putin at the NBC forum was totally bananas [Electronic resource]. URL: <https://www.washingtonpost.com/> (date of access: 09.04.2018).
13. Danial B. Kline. Clinton vs. Trump: Which Candidate Would Be Better for the Economy? [Electronic resource] // The MoneyFool : [site]. URL: <https://www.fool.com/investing/> (date of access: 09.04.2018).
14. Kristof N. Hillary Clinton, Free to Speak Her Mind [Electronic resource]. URL: <https://www.nytimes.com/> (date of access: 26.03.2018).
15. Real Donald Trump [Electronic resource] // Twitter : [site]. URL: <https://twitter.com/realdonaldtrump/> (date of access: 11.04.2018).
16. Starr B., Diamond J. Trump launches military strike against Syria [Electronic resource]. URL: <http://edition.cnn.com/> (date of access: 04.04.2018).
17. The Hill. Facebook [Electronic resource]. URL: <https://www.facebook.com/TheHill/videos/> (date of access: 04.04.2018).
18. Trump talks about obstructions, from the media to Democrats, with Judge Jeanine Pirro [Electronic resource] // FOX NEWS : [site]. URL: <http://www.foxnews.com/politics/> (date of access: 09.04.2018).
19. Trump's reversal on Obama birthplace conspiracy stokes more controversy [Electronic resource] // Chicago Tribune : [site]. URL: <http://www.chicagotribune.com/news/> (date of access: 09.04.2018).
20. Vox A. Vard. Trump's Russia problems got a whole lot worse in the past 24 hours [Electronic resource]. URL: <https://www.vox.com/policy-and-politics/> (date of access: 28.03.2018).
21. What do people think about Donald Trump running for President of the USA? [Electronic resource] // Quora : [site]. URL: <https://www.quora.com/> (date of access: 09.04.2018).

О. В. Обвинцева
Екатеринбург, Россия

ДИСФЕМИЗМЫ КАК СРЕДСТВА РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИИ ДИСКРЕДИТАЦИИ В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ СРЕДСТВАХ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

АННОТАЦИЯ. Статья посвящена актуальной на сегодняшний день проблеме коммуникативных стратегий и тактик в дискурсе средств массовой коммуникации. Целью статьи является исследование особенностей использования дисфемизмов в качестве языковых средств реализации стратегии дискредитации в американских и британских СМИ. Обосновывается мысль о том, что в настоящее время в непростой политической обстановке в мире в дискурсе СМИ четко прослеживается разделение участников массовой коммуникации на «своих» и «чужих», при этом дискредитация «чужих» становится важным способом воздействия на сознание адресата. Коммуникативная стратегия дискредитации является инструментом комплексного речевого воздействия на массовую аудиторию. На основе изучения определенных дисфемизмов выделяются их характерные особенности, которые позволяют считать их одними из эффективных языковых средств для реализации стратегии дискредитации в средствах массовой коммуникации. Исследование показало, что в британских и американских СМИ с помощью дисфемизмов стратегия дискредитации чаще всего реализуется в тактике оскорбления, тактике наклеивания ярлыков и тактике издевки. В статье значительное внимание уделяется анализу конкретных примеров использования дисфемизмов для реализации трех тактик в текстах американской и британской прессы. В заключение говорится, что в текстах массовой коммуникации на злободневные политические темы, вызывающие неоднозначную реакцию в обществе, где более «ситуативно уместными» были бы нейтральные или даже смягченные выражения, намеренное использование вместо них дисфемизмов помогает успешно реализовать речевую стратегию дискредитации.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: средства массовой информации; СМИ; язык СМИ; английский язык; медиадискурс; медиатексты; коммуникативные стратегии; дискредитация; дисфемизмы; речевые тактики; тактика оскорбления; тактика наклеивания ярлыков; тактика издевки.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ: Обвинцева Ольга Владимировна, кандидат филологических наук, доцент, доцент, кафедра иностранных языков и перевода, Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б. Н. Ельцина; 620002, Россия, г. Екатеринбург, ул. Мира, 19; e-mail: olgaobv@gmail.com.

Роль средств массовой коммуникации в жизни современного общества невозможно переоценить. Телевидение, печатные издания и Интернет не только и не столько распространяют информацию, сколько целенаправленно воздействуют на ее потребителя, формируя общественное мнение.

По определению С. А. Зелинского, массовая коммуникация — «это систематическое распространение сообщений среди численно больших, рассредоточенных аудиторий с целью воздействия на оценки, мнения и поведение людей» [Зелинский 2008: 246].

Для наиболее эффективного воздействия на аудиторию СМИ используют различные коммуникативные стратегии. По определению О. С. Иссерс, «речевая стратегия — с точки зрения когнитивной лингвистики — это план комплексного речевого воздействия, которое осуществляет говорящий для „обработки“ партнера. Это своего рода „насилие“ над адресатом, направленное на изменение его модели мира, на трансформацию его концептуального сознания» [Иссерс 2008: 102].

В настоящее время, когда политическая ситуация в мире заметно обострилась и «информационное противостояние выступает одним из основных способов борьбы за власть и реализацию геополитических интересов государств» [Коцюбинская 2017: 74], все чаще воздействие средств массовой информации на аудиторию выражается в довольно агрессивной форме.

Хотя общеизвестно, что британские и американские средства массовой информа-

ции позиционируют себя как независимые, они прямо или косвенно поддерживают определенные политические партии и лояльны по отношению к определенным политикам. В англоязычном дискурсе СМИ четко прослеживается разделение участников массовой коммуникации на «своих» и «чужих», при этом дискредитация «чужих» становится важным способом воздействия на сознание адресата.

Согласно толковому словарю русского языка С. И. Ожегова, *дискредитировать* означает «подорвать (подорвать) доверие к кому-чему-нибудь, умалить (-лгать) чей-нибудь авторитет» [Ожегов 2008].

В английском языке соответствующий глагол *to discredit* «Cambridge English Dictionary» толкует как «подорвать уважение, веру в человека или идею» [Cambridge Dictionary <http://>].

В настоящее время в разных странах происходят события, усиливающие напряженность, усложняющие и без того непростую политическую обстановку в мире, например, *Brexit* в Великобритании, введение экономических и политических санкций против России, избрание Д. Трампа президентом США, допинговый скандал вокруг российского спорта и др. В этой ситуации разделение участников массовой коммуникации на «своих» и «чужих» становится все более бескомпромиссным, а дискредитация «чужих» проявляется во все более агрессивных формах.

Одним из эффективных языковых средств для реализации стратегии дискредитации в

средствах массовой коммуникации являются дисфемизмы. В отечественной и зарубежной лингвистической литературе существуют различные определения этого феномена. В. П. Москвин определяет дисфемизмы как «прямые выражения, случайно либо нарочито входящие в противоречие с требованием ситуативной уместности» [Москвин 2007: 24]. Известные британские лингвисты К. Аллан (K. Allan) и К. Бурридж (K. Burridge), авторы нескольких серьезных трудов по эвфемии и дисфемии, предлагают такое определение: «Дисфемизм — это выражение, содержащее коннотации, которые являются оскорбительными по отношению к денотату или аудитории или к обоим, и по этой причине дисфемизм заменяют на нейтральные или эвфемистические выражения» [Allan, Burridge 1991: 26].

В рамках лингвопрагматического подхода к эвфемии и дисфемии, дисфемизм рассматривается как речевой акт, область значения которого — «сознательное огрубление речи», а словесный материал составляет бранная лексика и ругательства [Ковшова 2007: 105]. Лингвопрагматический подход к дисфемии реализован в определении дисфемизма в словаре социолингвистических терминов: «...замена в прагматических целях естественного в данном контексте обозначения какого-л. предмета или явления более вульгарным, фамильярным или грубым. Очень часто используется в политическом дискурсе» [Словарь социолингвистических терминов 2006: 63].

Серьезный анализ термина «дисфемизм» на материале дефиниций из лингвистических терминологических словарей, справочников и энциклопедий, опубликованных в XX в. и в начале XXI столетия, представлен в работе Е. В. Шишовой. Автор суммирует свойства дисфемизмов следующим образом: «1) дублетными вариантами термина *дисфемизм* являются *дефемизм* и *какофемизм*; 2) ассоциативные признаки дисфемизма — это употребленные в речи грубые, неприличных, нетактичных, неуместных, резких, сниженных, вульгарных, фамильярных слов и выражений; 3) явление дисфемии соотносимо с явлением эвфемии, это два противоположных понятия, коррелята, антонимическая пара. Дисфемизм функционально противопоставляется эвфемизму: дисфемизм экспрессивно передает отрицательную оценку действительности говорящим, дискредитируя оппонента и нанося ему моральный ущерб, вплоть до оскорбления, таким образом, он сообщает агрессию со стороны адресанта» [Шишова 2014: 76].

Таким образом, эффективность использования дисфемизмов для реализации стра-

тегии дискредитации в средствах массовой коммуникации обусловлена следующими их особенностями: 1) дисфемизмы представляют собой прямые наименования, оскорбительные по отношению к адресату; 2) происходит намеренная, сознательная замена нейтрального наименования дисфемизмом, с целью передачи адресантом своей отрицательной оценки объекта наименования; 3) стилистический спектр дисфемистических наименований довольно широк: от неуместных, нетактичных, резких до грубых, вульгарных, бранных.

Настоящее исследование реализации стратегии дискредитации с использованием дисфемизмов проводилось на материале статей из британских и американских онлайн-версий печатных СМИ, представляющих широкий спектр взглядов, — как качественных (*The Guardian, The Independent, The New York Times, The Washington Post*), так и популярных (*The Daily Express, The Daily Mirror*) изданий. Тематика статей — актуальные события, вызывающие неоднозначную реакцию мирового сообщества, такие как *Brexit* в Великобритании, введение экономических и политических санкций против России, избрание Д. Трампа президентом США, допинговый скандал в российском спорте и др.

По мнению О. С. Иссерс, «задача описания речевых стратегий заключается в том, чтобы представить номенклатуру типовых тактик, реализующих конкретную речевую стратегию» [Иссерс 2008: 111]. Исследование политического дискурса англоязычных СМИ показало, что с помощью дисфемизмов стратегия дискредитации чаще всего реализуется в трех тактиках: 1) тактике оскорбления, 2) тактике наклеивания ярлыков, 3) тактике издевки.

Реализация тактики оскорбления

По определению толкового словаря русского языка Т. Ф. Ефремовой, *оскорбление* (*оскорблять*) — «причинять моральный ущерб, тяжело обижать, крайне унижать кого-либо» [Ефремова 2000].

В английском языке, согласно «Cambridge English Dictionary», *insult/оскорблять* — «говорить или совершать действия по отношению к кому-либо, которые являются грубыми или обидными» [Cambridge Dictionary <http://>].

Примеры дисфемизмов в реализации тактики оскорбления из материалов американских и британских СМИ, дискредитирующих Д. Трампа и В. Путина:

*As he stood just feet from four of the last six presidents, he **trashed** them, talking about a Washington establishment* (nytimes.com. 21.01.17).

*Donald Trump has made no secret of his **bigotry*** (theguardian.com. 12.01.18).

*Mr. Stone's **ignorance** of his subject allows him to listen uncritically as Mr. Putin **lies*** (nytimes.com. 25.06.17).

Здесь дисфемизмы, представляющие собой лексемы с негативно-оценочной семантикой, такие как *trashed* / поносил, *bigotry* / мракобесие, *ignorance* / невежество, *lies* / лжет, использованы для прямого, незавуалированного называния действий и поступков лиц, на которых направлена тактика оскорбления, представляя их массовой аудитории в «истинном», неприглядном виде.

Кроме одиночных лексем, в роли дисфемизмов выступают также атрибутивные словосочетания. Следует отметить, что такой вид словосочетаний в англоязычных текстах массовой коммуникации довольно распространен. Атрибутивный компонент дисфемизма-словосочетания (негативно-оценочное прилагательное или существительное), находящийся в препозиции к стержневому существительному, обычно обозначает неприглядное качество, свойство, признак объекта, на который направлена тактика оскорбления. Такие сочетания дают возможность легко получать большое количество вариантов негативной оценки объекта дискредитации, чтобы высветить разнообразные, унижительные для объекта дискредитации черты.

Например:

*Where to start with the **distorted thinking** exhibited in these tweets? On collusion, Trump is, at best, premature* (washingtonpost.com. 16.06.17).

*Tony Kushner to write play on '**borderline psychotic**' Donald Trump* (theguardian.com. 02.08.17).

В приведенных цитатах из американской и британской прессы дисфемизмы в довольно грубой форме высвечивают различные негативные особенности личности американского президента (*'borderline psychotic'* Donald Trump / почти психически больной; *distorted thinking* / извращенное мышление), успешно реализуя тем самым тактику оскорбления.

Реализация тактики наклеивания ярлыков

Помимо тактики оскорбления, дисфемизмы эффективно используются в реализации тактики наклеивания ярлыков.

По определению фразеологического словаря русского языка, *наклеивать ярлык* — «давать кому-л. одностороннюю характеристику обычно негативного, обвинительного свойства» [Фразеологический сло-

варь русского языка 2006]. В английском языке, согласно «Cambridge English Dictionary», *label* / ярлык — слово или фраза, которая используется для описания характеристик и качеств людей, деятельности или вещей, часто в несправедливом виде [Cambridge English Dictionary http].

Чтобы создать и закрепить негативный образ объекта дискредитации, в качестве дисфемизмов используются лексемы с крайне негативной семантикой, слова сниженного стилистического регистра, иногда даже бранные слова.

Например, в статьях популярных британских таблоидов используются дисфемизмы-лексемы с крайне негативным значением в качестве ярлыков для противников выхода Великобритании из Евросоюза: *the pro-EU fanatics* / проевропейские фанатики (противники Brexit), *the Brussels despots* / брюссельские деспоты (главы Евросоюза).

The inconvenient truth for the pro-EU fanatics is that the British economy is still fundamentally sound (express.co.uk. 27.07.17).

Obama claimed that Brexit would send a message of division to the world but the truth is that the present bullying tactics of the Brussels despots and their "negotiating" team send a different message, one of undemocratic divide and rule (express.co.uk. 24.07.17).

В другом примере дисфемизм-неологизм *Brextremists* (от *Brexit* + *extremists*) «клеимит» противоположный лагерь — приверженцев Brexit.

Lying Brextremists conned a narrow referendum victory by pretending the European Union was stealing a huge wedge of your money (mirror.co.uk. 11.02.18).

Дисфемизм сниженного стиля (*control freak* / любящий командовать псих) использован для реализации тактики наклеивания ярлыков таблоидом *The Daily Mirror* по отношению к британскому премьер-министру Т. Мэй:

Control freak Theresa May caused Tory Brexit chaos — and cabinet splits during her summer holiday exposed it (mirror.co.uk. 12.08.17).

В материалах СМИ, посвященных президенту США Д. Трампу, тактика наклеивания ярлыков используется очень активно. Для этого выбираются дисфемизмы с денотатами разной степени негативности, в частности такие как *a braggart* / хвастун; *the narcissist* / нарцисс; *a racist-in-chief* / главный расист.

We've already become so accustomed to his egomania that we sometimes forget how remarkable it is. He's a braggart beyond his predecessors in the Oval Office (nytimes.com. 21.01.17).

Donald Trump's views on Britain show him up for the narcissist he is (theguardian.com. 02.08.17).

'Shithole countries'? Words worthy of a **racist-in-chief** (theguardian.com. 12.01.18).

Во всех приведенных примерах дисфемизмы успешно реализуют тактику наклеивания ярлыков, поскольку являются яркими и запоминающимися негативными характеристиками, которые прочно ассоциируются с объектами дискредитации, представляемыми в крайне негативном свете.

Реализация тактики издевки.

Еще одна тактика, которую используют СМИ, реализуя стратегию дискредитации с помощью дисфемизмов, — это тактика издевки.

По определению толкового словаря русского языка Т. Ф. Ефремовой, издевка — «злая, оскорбительная насмешка, обидная шутка, издевательство» [Ефремова 2000].

В английском языке, согласно «Cambridge English Dictionary», *mockery / издевка* — «поведение, при котором кто-либо насмехается над кем-л., чем-л.» [Cambridge English Dictionary <http://>].

В статье британской *The Guardian* использован дисфемизм *zombie prime minister* по отношению к премьер-министру Т. Мэй:

This side of the channel, Mrs May is now routinely referred to and depicted as the "zombie prime minister", a phrase I used to describe her immediately after the election (theguardian.com. 25.06.17).

Здесь насмешка над действиями премьер-министра передается через переносное значение разговорной лексемы *zombi* — «мистическое существо („живой труп“), в которое якобы может превращаться умерший человек и которое слепо подчиняется воле воздействующих на него людей» [Крысин 2006].

В другом случае для реализации тактики издевки используется дисфемизм-неологизм *remoaners* — слово, образованное с помощью телескопии от *remain / оставаться* и *toaners / нытики*. Дисфемизм представляет собой злую насмешку над противниками *Brexit*, которые, несмотря на результаты референдума 2016 г., продолжают считать, что Великобритания должна оставаться членом ЕС, и постоянно озвучивают «катастрофические» последствия выхода.

Remoaners hate the fact that the economy is performing well, says LEO MCKINSTRY (express.co.uk. 27.07.17).

Кроме того, для реализации тактики издевки используются дисфемизмы-метафоры, например:

With Trump we enter a new age of arrogance. He's the cock crowing at its dawn. But they were nothing like Trump, who's a preening cartoon (nytimes.com. 21.01.17).

В процитированной статье журналиста *New York Times* о инаугурации Д. Трампа только что принявший присягу президент США издевательски назван *the cock crowing at its dawn / кукарекающий на заре петух* и *a preening cartoon / прихорашивающаяся карикатура*.

В другом примере британский таблоид *The Daily Express* зло насмехается над руководителями Евросоюза, используя дисфемизм-метафору *corrupt and sclerotic club / коррумпированный и закостеневший клуб* и тем самым успешно реализуя тактику издевки:

Their egos are so vast that they cannot comprehend that any nation could consider it would be better off outside of their corrupt and sclerotic club (express.co.uk. 24.07.17).

Таким образом, в текстах массовой коммуникации на злободневные политические темы, вызывающие неоднозначную реакцию в обществе, где более «ситуативно уместными» были бы нейтральные или даже смягченные выражения, намеренное использование вместо них дисфемизмов, которые представляют собой крайне негативную характеристику «чужого» участника массовой коммуникации, помогает успешно реализовать речевую стратегию дискредитации.

ИСТОЧНИКИ

1. Bruni F. The President Who Buried Humility [Electronic resource] // The New York Times. 21.01.17. URL: <https://www.nytimes.com/2017/01/21/opinion/sunday/the-president-who-buried-humility.html>.
2. Dixon C. New foreign age outrage [Electronic resource] // The Daily Express. 24.07.17. URL: <https://www.pressreader.com/uk/dailyexpress/20170724/281487866412193>.
3. Gessen M. How Putin Seduced Oliver Stone — and Trump [Electronic resource] // The New York Times. 25.06.17. URL: <https://www.nytimes.com/2017/06/25/opinion/oliver-stone-putin-trump.html>.
4. Freedland J. Donald Trump's views on Britain show him up for the narcissist he is [Electronic resource] // The Guardian. 02.08.17. URL: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2017/aug/02/donald-trump-britain-narcissist-wall-street-journal-brexit-us-trade-deal>.
5. McKinstry L. Remoaners hate the fact that the economy is performing well [Electronic resource] // The Daily Express. 27.07.17. URL: <http://www.express.co.uk/comment/expresscomment/833582>.
6. Maguire K. 'Brexit lies about cost of EU will be the sinking of the good ship Britain' [Electronic resource] // The Daily Mirror. 11.02.18. URL: <https://www.mirror.co.uk/news/politics/brexit-lies-cost-eu-sinking-12010423>.
7. Marcus R. Trump's tantrums speak volumes [Electronic resource] // The Washington Post. 16.06.17. URL: https://www.washingtonpost.com/opinions/trumps-tantrum-tweets-speak-volumes/2017/06/16/4c8c24c0-52d4-11e7-be25-3a519335381c_story.html?utm_term=.48ef9dbf2a58.
8. Rawnsley A. That jeering sound you can hear is Europe laughing at Britain [Electronic resource] // The Guardian. 25.06.17. URL: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2017/jun/24/brexit-europe-laughing-britain-unstable-government>.

9. Prescott J. Control freak Theresa May caused Tory Brexit chaos — and cabinet splits during her summer holiday exposed it [Electronic resource] // The Daily Mirror. 12.08.17. URL: <https://www.mirror.co.uk/news/politics/control-freak-theresa-caused-tory-10936219>.

10. Wolfe R. 'Shithole countries'? Words worthy of a racist-in-chief [Electronic resource] // The Guardian. 12.01.18. URL: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2018/jan/12/racist-in-chief-shithole-countries-donald-trump-bigotry-historic-racism>.

ЛИТЕРАТУРА

11. Большой фразеологический словарь русского языка / отв. ред. д-р филол. наук В. Н. Телия. — М.: АСТ-ПРЕСС КНИГА, 2006. 926 с.

12. Ефремова Т. Ф. Новый словарь русского языка: толково-словообразовательный. Т. I. А—О. — М.: Русский язык, 2000. 1209 с.

13. Зелинский С. А. Информационно-психологическое воздействие на массовое сознание. — СПб.: СКИФИЯ, 2008. 280 с.

14. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. — М.: ЛКИ, 2008. 288 с.

15. Ковшова М. Л. Семантика и прагматика эвфемизмов. Краткий тематический словарь современных русских эвфемизмов. — М.: Гнозис, 2007. 320 с.

16. Коцобинская Л. В. Эффективность информационной атаки: к постановке проблемы // Политическая лингвистика. 2017. № 1 (61). С. 74.

17. Крысин Л. П. Толковый словарь иноязычных слов. Изд. 3-е, доп. — М.: Эксмо, 2006. 944 с.

18. Москвин В. П. Эвфемизмы в системе современного русского языка. — М.: ЛЕНАНД, 2007. 264 с.

19. Ожегов С. И. Толковый словарь русского языка. — М.: ИТИ Технологии, 2008. 938 с.

20. Словарь социолингвистических терминов / отв. ред. д-р филол. наук В. Ю. Михальченко. — М.: Рос. акад. наук, Ин-т языкознания; Рос. акад. лингвист. наук, 2006. 312 с.

21. Шишова Е. В. Определение термина «дисфемизм» в лингвистических терминологических словарях, справочниках и энциклопедиях // Филология и культура. 2014. № 2 (36). С. 73—78.

22. Allan K., Burrige K. Euphemism and dysphemism, language used as shield and weapon. — Oxford, New York: Oxford Univ. Pr., 1991.

23. Cambridge Dictionary [Electronic resource]. URL: <http://dictionary.cambridge.org>.

O. V. Obvintseva
Ekaterinburg, Russia

DYSPHEMISMS AS MEANS OF DISCREDIT SPEECH STRATEGY IMPLEMENTATION IN ENGLISH TEXTS OF MASS COMMUNICATION

ABSTRACT. *The article is devoted to the current problem of communicative strategies and tactics in the discourse of mass communication. The aim of the article is to study the peculiarities of using dysphemisms as linguistic means of implementing a discredit strategy in American and British media. The author justifies the idea that nowadays in the difficult political situation in the world, media discourse clearly traces the division of mass communication participants into "one's own" and "aliens", while discrediting "aliens" becomes an important way of influencing the addressee's consciousness. Communicative discredit strategy is a tool of complex speech influence on mass audience. On the basis of definitions of dysphemisms, their characteristic features are singled out, and they allow us to consider dysphemisms one of the most effective linguistic tools, for implementing the discredit strategy in the media. The study showed that in the British and American media with the help of dysphemisms, the discredit strategy is most often realized in tactics of insult, tactics of labelling and tactics of mockery. The article pays much attention to the analysis of particular examples of dysphemisms usage for the implementation of the three tactics in the texts of the American and British press. In conclusion, it is said that in the texts of mass communication on topical political issues that cause mixed reactions in a society where neutral, or even relaxed expressions would be more "situationally appropriate", deliberate use of dysphemisms instead of them helps successfully implement the speech discredit strategy.*

KEYWORDS: *mass media; media; language of mass media; English; media discourse; media texts; communicative strategies; discredit; dysphemism; communicative tactics; tactic of insult; tactic of labeling; tactic of mockery.*

ABOUT THE AUTHOR: *Obvintseva Olga Vladimirovna, Candidate of Philology, Assistant Professor, Department of Foreign Languages and Translation, Ural Federal University n.a. the first President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia.*

REFERENCES

1. Bruni F. The President Who Buried Humility [Electronic resource] // The New York Times. 21.01.17. URL: <https://www.nytimes.com/2017/01/21/opinion/sunday/the-president-who-buried-humility.html>.

2. Dixon C. New foreign age outrage [Electronic resource] // The Daily Express. 24.07.17. URL: <https://www.pressreader.com/uk/dailyexpress/20170724/281487866412193>.

3. Gessen M. How Putin Seduced Oliver Stone — and Trump [Electronic resource] // The New York Times. 25.06.17. URL: <https://www.nytimes.com/2017/06/25/opinion/oliver-stone-putin-trump.html>.

4. Freedland J. Donald Trump's views on Britain show him up for the narcissist he is [Electronic resource] // The Guardian. 02.08.17. URL: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2017/aug/02/donald-trump-britain-narcissist-wall-street-journal-brexit-us-trade-deal>.

5. McKinstry L. Remoaners hate the fact that the economy is performing well [Electronic resource] // The Daily Express. 27.07.17. URL: <http://www.express.co.uk/comment/expresscomment/833582>.

6. Maguire K. 'Brexit lies about cost of EU will be the sinking of the good ship Britain' [Electronic resource] // The Daily Mirror. 11.02.18. URL: <https://www.mirror.co.uk/news/politics/brexit-lies-cost-eu-sinking-12010423>.

7. Marcus R. Trump's tantrums speak volumes [Electronic resource] // The Washington Post. 16.06.17. URL: https://www.washingtonpost.com/opinions/trumps-tantrum-tweets-speak-volumes/2017/06/16/4c8c24c0-52d4-11e7-be25-3a519335381c_story.html?utm_term=.48ef9dbf2a58.

8. Rawnsley A. That jeering sound you can hear is Europe laughing at Britain [Electronic resource] // The Guardian. 25.06.17. URL: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2017/jun/24/brexit-europe-laughing-britain-unstable-government>.

9. Prescott J. Control freak Theresa May caused Tory Brexit chaos — and cabinet splits during her summer holiday exposed it [Electronic resource] // The Daily Mirror. 12.08.17. URL: <https://www.mirror.co.uk/news/politics/control-freak-theresa-caused-tory-10936219>.

10. Wolfe R. 'Shithole countries'? Words worthy of a racist-in-chief [Electronic resource] // The Guardian. 12.01.18. URL: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2018/jan/12/racist-in-chief-shithole-countries-donald-trump-bigotry-historic-racism>.

11. Bol'shoy frazeologicheskiy slovar' russkogo yazyka / отв. red. d-r filol. nauk V. N. Teliya. — М.: АСТ-ПРЕСС КНИГА, 2006. 926 с.

12. Ефремова Т. Ф. Новый словарь русского языка: толково-словообразовательный. Т. I. А—О. — М.: Русский язык, 2000. 1209 с.

13. Зелинский С. А. Информационно-психологическое воздействие на массовое сознание. — СПб.: СКИФИЯ, 2008. 280 с.

14. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. — М.: ЛКИ, 2008. 288 с.

15. Ковшова М. Л. Семантика и прагматика эвфемизмов. Краткий тематический словарь современных русских эвфемизмов. — М.: Гнозис, 2007. 320 с.

16. Котыубинская Л. В. Эффективность информационной атаки: к постановке проблемы // Политическая лингвистика. 2017. № 1 (61). С. 74.

17. Крысин Л. П. Толковый словарь иноязычных слов. Изд. 3-е, доп. — М.: Эксмо, 2006. 944 с.

18. Moskvina V. P. Evfemizmy v sisteme sovremennogo russkogo yazyka. — M. : LENAND, 2007. 264 s.

19. Ozhegov S. I. Tolkovyy slovar' russkogo yazyka. — M. : ITI Tekhnologii, 2008. 938 s.

20. Slovar' sotsiolingvisticheskikh terminov / otv. red. d-r filol. nauk V. Yu. Mikhal'chenko. — M. : Ros. akad. nauk, In-t yazykoznaniiya ; Ros. akad. lingvist. nauk, 2006. 312 s.

21. Shishova E. V. Opredelenie termina «disfemizm» v lingvis-

ticheskikh terminologicheskikh slovaryakh, spravochnikakh i entsiklopediyakh // Filologiya i kul'tura. 2014. № 2 (36). P. 73—78.

22. Allan K., Burridge K. Euphemism and dysphemism, language used as shield and weapon. — Oxford, New York : Oxford Univ. Pr., 1991.

23. Cambridge Dictionary [Electronic resource]. URL: <http://dictionary.cambridge.org>.

Т. Ю. Тамерьян, В. А. Цаголова
Владикавказ, Россия

ИМИДЖЕВАЯ СТРУКТУРА КОНЦЕПТА *KANZLERIN ANGELA MERKEL* ПО ДАННЫМ НЕМЕЦКИХ СМИ

АННОТАЦИЯ. В статье по данным немецких СМИ выявляется многослойный образ политика *Kanzlerin Angela Merkel*, моделируется имиджевая структура концепта и описываются ее компоненты — идеологемы, мифологемы, демонологемы, этнические и универсальные стереотипы. Образ канцлера ФРГ Ангелы Меркель построен на основе многослойной структуры концепта: метафорической, прецедентной, перцептивной и ассоциативной составляющих. Ядро концепта «*Kanzlerin Angela Merkel*» сформировано образно-метафорической составляющей. С учетом высокой значимости всех пластов концепта околоядерная зона представлена почти в равном соотношении перцептивной и прецедентной составляющими. Центр ядра представлен информационно-понятийным содержанием. Структура имиджа концепта «*Kanzlerin Angela Merkel*», состоящая из внутриполитического (образы, сформированные в сознании жителей ФРГ) и внешнеполитического (образы А. Меркель, отраженные в представлениях жителей других стран мира) блоков, сформирована этностереотипами (типичная немка, экономная хозяйка), универсальными стереотипами (мать, мачеха, специалист-универсал), идеологемами (защитница, патриот), мифологемами (императрица/королева) и демонологемами (Гитлер, «железная леди», Терминатор), вербализующими концепт. Базу имиджевой структуры концепта «*Kanzlerin Angela Merkel*» составили имиджевая легенда и личностные характеристики канцлера ФРГ. Таким образом, имидж современного политического лидера — это сложный социопсихологический феномен, а также многоструктурное лингво-когнитивное образование, возникающее на этнокультурной почве. Он разрабатывается имиджмейкерами по специальным технологиям и внедряется в сознание народа посредством механизмов вербальной массмедийной коммуникации.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: образ политика; концепты; структура концепта; идеологемы; мифологемы; демонологемы; средства массовой информации; СМИ; немецкие СМИ; медиадискурс; медиатексты.

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

Цаголова Виктория Азаматовна, преподаватель немецкого языка, Северо-Кавказское суворовское военное училище Министерства обороны Российской Федерации; 362002, Россия, Владикавказ, ул. Интернациональная, 22; e-mail: vika-t77@mail.ru.

Имидж — тщательно сконструированный и преподносимый обществу образ политика. Процесс конструирования имиджа политика является частью политической коммуникации, поскольку образ общественного деятеля внедряется в сознание аудитории, и это внедрение можно рассматривать как процесс передачи определенной информации. Имидж выполняет посредническую функцию во взаимодействии лидера и массы, побуждая сторонников носителя имиджа к действиям (В. И. Карасик, Н. О. Автаева, Г. Г. Почепцов).

Образ канцлера ФРГ Ангелы Меркель построен на основе многослойной структуры

концепта: образно-метафорической, образно-прецедентной, образно-перцептивной и образно-ассоциативной составляющих.

На основе образно-метафорической составляющей концепта *Kanzlerin Angela Merkel* сложился образ матери, экономной хозяйки, императрицы/королевы, защитницы, специалиста-универсала, железной леди и мачехи (табл. 1).

На основе образно-прецедентной составляющей концепта *Kanzlerin Angela Merkel* выявлен образ императрицы/королевы, матери, мачехи, Гитлера, Терминатора и железной леди (табл. 2).

Таблица 1. Образно-метафорическая составляющая концепта

Внутриполитический образ	Внешнеполитический образ
1) Защитница (+469)	1) Защитница (+1665)
2) Императрица/королева (-3/+268)	2) Императрица/королева (-10/+897)
3) Специалист-универсал (+154/-70)	3) Специалист-универсал (+85/-63)
4) Мать (+125)	4) Железная леди (-71)
5) Экономная хозяйка (+37/-2)	5) Экономная хозяйка (-39)
	6) Мать (+38)
	7) Мачеха (-27)

Таблица 2. Образно-прецедентная составляющая концепта

Внутриполитический образ	Внешнеполитический образ
Императрица/королева (+44)	1) Гитлер (-170)
	2) Мать (+88)
	3) Железная леди (-87)
	4) Терминатор (-87)
	5) Мачеха (-29)
	6) Императрица/королева (+10)

Таблица 3. Образно-перцептивная составляющая

Внутриполитический образ	Внешнесполитический образ
1) Типичная немка (+800)	1) Типичная немка (-300/+27)
2) Экономная хозяйка (+503/-49)	2) Экономная хозяйка (-114/+3)
3) Патриот (+121)	

Таблица 4

БАЗА			
Имиджевая легенда (информационно-понятийное содержание)		Личностные характеристики (образно-перцептивная составляющая)	
Компоненты надстройки	НАДСТРОЙКА		Компоненты надстройки
	Внутриполитический образ	Внешнесполитический образ	
Этностереотипный компонент	типичная немка (+800) экономная хозяйка (+540/-51)	типичная немка (-300/+27) экономная хозяйка (-153/+3)	Этностереотипный компонент
Универсально-стереотипный компонент	специалист-универсал (+154/-70) мать (+125)	мать (+126) специалист-универсал (+85/-64) мачеха (-66)	Универсально-стереотипный компонент
Идеологизированный компонент	защитница (+469) патриот (+121)	защитница (+1665)	Идеологизированный компонент
Мифологизированный компонент	императрица/королева (+312/-3)	императрица/королева (-10/+898)	Мифологизированный компонент
Демонологизированный компонент	-	Гитлер (-170) «железная леди» (-158) Терминатор (-87)	Демонологизированный компонент

На основе образно-перцептивной составляющей концепта **Kanzlerin Angela Merkel** сформировался образ *типичной немки, экономной хозяйки и патриота* (табл. 3).

Как показал анализ, образы *матери и мачехи* были выявлены на базе образно-метафорической и образно-прецедентной составляющих; образ *экономной хозяйки* — на базе образно-метафорической и образно-перцептивной составляющих; образы *типичной немки и патриота* — на базе образно-перцептивной составляющей; образ *императрицы/королевы* — на базе образно-метафорической и образно-прецедентной составляющих; образы *специалиста-универсала и защитницы* — на базе образно-метафорической составляющей; образ «*железной леди*» — на базе образно-метафорической и образно-прецедентной составляющих; образы *Гитлера и Терминатора* — на базе образно-прецедентной составляющей.

Выявленные образы, вербализующие образно-метафорическую, образно-прецедентную и образно-перцептивную составляющие концепта **Kanzlerin Angela Merkel**, позволяют сформировать его имиджевую структуру в немецких СМИ (см. табл. 4).

База имиджевой структуры концепта **Kanzlerin Angela Merkel** репрезентируется имиджевой легендой и личностными характеристиками канцлера. Имиджевая легенда — это биография политика, конкретные факты из его биографии. **Имиджевая**

легенда канцлера А. Меркель формируется на основе когнитивных признаков и их репрезентаций, входящих в информационно-понятийную составляющую концепта **Kanzlerin Angela Merkel: род деятельности, партийная принадлежность, территориальное происхождение, образование, семейное положение, социальное происхождение, вероисповедание, социальный статус, претендент на пост, международная номинация.**

Личностные характеристики политика А. Меркель, объективированные в образно-перцептивной составляющей, включают характеристику *внешнего облика, сферы досуга, психологического аспекта поведения, идеалов и коммуникативного поведения* А. Меркель. Личностные характеристики канцлера внутри ФРГ маркируются положительно, а за ее пределами — отрицательно.

Надстройка представлена 2 блоками: **внутриполитический блок** отражает образы, сформированные в сознании жителей ФРГ, и **внешнесполитический блок** — образ А. Меркель, отраженный в представлениях жителей других стран мира.

Надстройка эксплицируется **этностереотипным, универсально-стереотипным, идеологизированным, мифологизированным, демонологизированным** компонентами амбивалентной аксиологии.

Внутриполитическую надстройку составляют **этностереотипный, универсально-стереотипный, идеологизированный и мифологизированный** компо-

ненты. На основе **этностереотипного** компонента выявляются положительные образы экономной хозяйки и типичной немки, например: *“Unsere Bilanz ist eindrucksvoll”, sagt sie, aber keiner jubelt, als sie zu sagen wagt: “Der Aufschwung der letzten Jahre wurde genutzt, um einem ausgeglichenen Haushalt sehr, sehr nahe zu kommen”. Sie preist die Tugenden der schwäbischen Hausfrau, die das Geld zusammenhält* [Der Spiegel. 2009. № 39. S. 40]. — *„Наш баланс впечатляет“, — говорит она, но никто не ликует, когда она отваживается сказать: „Экономического подъема последних лет хватило только на то, чтобы очень, очень приблизиться к сбалансированному бюджету“. Она восхваляет добродетели швабской домохозяйки, которая придерживает деньги.* В период кризиса канцлер ФРГ ведет себя как «типичная швабская домохозяйка». Прилагательное *schwäbisch* — «швабская» является ключевым, так как о бережливости и даже скупости швабов существует множество анекдотов. Отличительными чертами швабской домохозяйки являются бережливость, экономия, надежность. И именно бережливость должна стать основным принципом борьбы с финансовым кризисом.

Универсально-стереотипный компонент раскрыл положительный образ матери и амбивалентный образ специалиста-универсала. Образ матери в следующем примере репрезентирован с помощью модели *A.M. — Mutti* — «А. М. — мама»: *Die kinderlose Merkel, die in zweiter Ehe verheiratet ist, wurde in der CDU erst spöttisch und dann später anerkennend „Mutti“ genannt* [Focus online. 08.03.2016]. — *Бездетную Меркель, которая замужем во второй раз, в партии ХДС сперва насмешливо, а позже уважительно называли „мама“.*

Образ **специалиста-универсала** в следующих фрагментах репрезентирован посредством метафорических моделей *A.M. — Anwältin (der Reichen)* — «А. М. — адвокат (богатых людей)», *A.M. — Interessenvertreterin (der Reichen)* — «А. М. — представительница интересов (богатых людей)» и *A.M. — die Lokomotivführerin* — «А. М. — машинист локомотива»: *Einer Umfrage für den SPIEGEL zufolge hält die Mehrheit der Deutschen sie für eine Anwältin der Reichen. Das Ergebnis ist eindeutig: Nur 26 Prozent der Bundesbürger glauben, dass Bundeskanzlerin Angela Merkel (CDU) den Interessen der kleinen Leute verpflichtet ist. 60 Prozent sehen die Kanzlerin hingegen eher als Interessenvertreterin der Reichen* [Spiegel online. 01.12.2007]. — *Согласно опросу для журнала „Шпигель“, большинство немцев видит в ней адвока-*

та для богатых людей. Результат однозначен: только 26 % граждан Германии верят, что Ангела Меркель представляет интересы простых людей. 60 %, напротив, видят в канцлере представительницу интересов богатых. С помощью синонимических моделей *A.M. — Anwältin (der Reichen)* — «А. М. — адвокат (богатых людей)» и *A.M. — Interessenvertreterin (der Reichen)* — «А. М. — представительница интересов (богатых людей)» автор статьи доносит до сознания читателей мысль о социальной односторонности заботы А. Меркель о гражданах своей страны: *In Rheinland-Pfalz sei von dem Aufschwung leider nichts zu spüren. Hier regiert ja auch seit zehn Jahren die SPD in Gestalt des Ministerpräsidenten Kurt Beck. Das hätten die Menschen nicht verdient, findet Böhr. Deshalb sollen sie bei den Landtagswahlen am 26. März ihn wählen. Nur so könnten sie sicherstellen, dass sie nicht «abgehängt» werden, sondern mit auf dem Zug fahren, den Merkel, die Lokomotivführerin, lenkt* [Spiegel online. 07.01.2006]. — *В земле Рейнланд-Пфальц не ощущается экономический подъем. Здесь уже десять лет правит партия СДПГ во главе с премьер-министром Куртом Беком. Этого люди не заслужили, считает Бер. Поэтому они должны выбрать его (Бера) на выборах в ландтаг 26-го марта. Только так они могут быть уверены, что их не „отцепят“, а наоборот они будут прикреплены к локомотиву, которым управляет Меркель, машинист локомотива.* Сценарий работы железнодорожного узла развивается благодаря ассоциации земли Рейнланд-Пфальц с вагоном поезда, который могут отцепить или позволить ему благополучно следовать дальше при условии, что он будет прицеплен к «локомотиву» — партии ХДС, которым управляет «машинист» А. Меркель.

Идеологизированный компонент продемонстрировал положительные образы защитницы и патриота. Образ защитницы в следующем примере репрезентирован с помощью модели *A.M. — Klima-Kämpferin* — «А. М. — борец за климат»: *Für die „Klima-Kanzlerin“ steht viel auf dem Spiel. UN-Klimachef Yvo de Boer lobte ihre bisherigen Anstrengungen für den weltweiten Klimaschutz. „Sie ist eindeutig eine Klima-Kämpferin von Statur“. Viel Vorschuss für Merkel* [Focus online. 17.10.2009]. — *Для канцлера климата многое поставлено на карту. Секретарь ООН по вопросам климата Иво де Бойер похвалил все ее старания по защите климата во всем мире. „Она однозначно по своей природе является борцом за климат“. Большой аванс для Меркель.*

Образ *патриота* в следующем фрагменте репрезентирован с помощью цветовой гаммы одежды А. Меркель: **Schwarze Hose, roter Blazer mit goldenem Kragen** — *so ist sie für die Talkshow „Anne Will“ gekleidet* [Focus online. 29.02.2016]. — **Черные брюки, красный блейзер с золотым воротником** — *так она оделась на ток-шоу „Anne Will“*. В ток-шоу «Anne Will» на телеканале ARD канцлер заявила, что ее предназначение — служить Германии и защищать ее интересы. Одетая она была соответственно своему заявлению — в цвета национального флага ФРГ.

В содержании **мифологизированного** компонента проявился положительный образ *императрицы/королевы*. Например: *Sie will bleiben, was sie schon in den vergangenen vier Jahren war: die Präsidialkanzlerin Angela Merkel, Königin von Deutschland* [Spiegel online. 24.10.2009]. — *Она хочет остаться тем, кем она была в течение четырех прошедших лет: канцлером, наделенным высшей властью. Ангела Меркель, королева Германии.*

Внешнеполитическую надстройку составляют **этностереотипный, универсально-стереотипный, идеологизированный, мифологизированный и демонологизированный** компоненты.

Этностереотипный компонент реализуется отрицательными образами *экономной хозяйки и типичной немки*. Например: *25 EU-Staaten haben den Fiskalpakt beschlossen. Doch sonnen kann sie sich in dem Erfolg nicht. Dank ungeschickten Taktierens innerhalb der Bundesregierung muss sie wieder gegen das Image der bösen deutschen Sparkommissarin kämpfen* [Spiegel online. 31.01.2012]. — *25 стран Евросоюза подписали фискальный пакт. Но все же греться в лучах славы ей не приходится. Благодаря неловкой тактике федерального правительства ей снова нужно бороться с имиджем злого немецкого комиссара экономии.*

Универсально-стереотипный компонент составили положительный образ *матери* и отрицательные образы *мачехи* и *специалиста-универсала*.

В следующем фрагменте образ *матери* эксплицирован посредством модели *А. М.* — *mitfühlende Mutter* — «А. М. — сочувствующая мать»: *Während rechte Demonstranten die Regierungschefin bei ihrem Besuch in Heidenau ausbuhten und als Volksverräterin beschimpften, feiern Syrer sie bei Facebook und Twitter als „mitfühlende Mutter“*. *Die Kanzlerin, die noch vor Wochen für ihren unbeholfenen Umgang mit dem palästinensischen Flüchtlingsmädchen Reem gescholten wurde,*

wird plötzlich zur deutschen Schwester von Mutter Teresa hochgelobt [Spiegel online. 28.08.2015]. — *В то время как ультраправые демонстранты освистали главу правительства во время ее визита в Гайденау и обзывали предателем народа, сирийцы в „Фейсбуке“ и „Твиттере“ восхваляют сочувствующую мать. Канцлер, которого еще несколько недель назад ругали за неловкое обращение с девочкой по имени Рем — беженкой из Палестины, вдруг восхваляется как немецкая сестра Матери Терезы.*

Образ *мачехи* в следующем примере эксплицирован с помощью прецедентного феномена *Königin-Stiefmutter* — «королева-мачеха»: *Jedenfalls sollte es eine Entzauberung sein. Aus der gekrönten „Königin Europas“, als die das Magazin „Le Point“ Frau Merkel gerade ausgerufen hatte, ist aus französischer Sicht eine Usurpatorin geworden, eine Königin-Stiefmutter, der das Spieglein an der Wand des Elysee-Palastes nicht mehr bestätigt, die Schönste im ganzen Euroland zu sein* [Der Spiegel. 2013. № 21: 102]. — *Определенно произошло расколдование. Из „королевы Европы“, кем ее провозгласил когда-то журнал „Le Point“, она превратилась, по мнению французов, в узурпатора, в королеву-мачеху, которой зеркальце на стене Елисейского дворца больше не подтверждает, что она самая красивая во всей Европе. Деятельность канцлера ФРГ безоговорочно одобрялась французскими СМИ, когда экс-президент Н. Саркози и А. Меркель не только возглавляли антикризисную инициативу, но и поддерживали личные контакты. Приход к власти Ф. Олланда привел к разладу отношений между Францией и Германией и смене оценочных приоритетов.*

Образ *специалиста-универсала* в нижеприводимом фрагменте репрезентирован с помощью модели *А. М.* — *die gnadenlose teutonische Zuchtmeisterin* — «А. М. — беспощадная тевтонская воспитательница»: *Das Bild von der gnadenlosen teutonischen Zuchtmeisterin, besessen von einer Autoritätspolitik ohne Rücksicht auf Verluste, es hat sich im Ausland seitdem immer mehr festgesetzt* [Spiegel online. 29.08.2012]. — *Образ беспощадной тевтонской воспитательницы, одолеваемой авторитарной политикой, не считающейся ни с чем, с тех пор все больше закрепился за границей. Композитная модель А. М. — die gnadenlose teutonische Zuchtmeisterin — «А. М. — беспощадная тевтонская воспитательница» формируется базовой проекцией в область «Педагогика» (компонент *Zuchtmeisterin* «воспитательница») и дополнительной в область немецкой истории (ком-*

понент *gnadenlose teutonische* «беспощадная тевтонская»), отсылающей к Тевтонскому ордену, члены которого были беспощадны к врагу, но заботливы к тем, кто находится в их подчинении (намек на покровительство канцлера своему «ближнему кругу»).

Идеологизированный компонент представлен положительным образом *защитницы*. Например: *Die „New York Times“ fasste ihre Situation <...> in folgende, hoffnungsfrohe Schlagzeile: „Donald Trumps Wahlsieg lässt Angela Merkel als letzte Verteidigerin des liberalen Westens zurück“* [Focus online. 18.11.2016]. — Газета „Нью-Йорк таймс“ сформулировала положение дел в следующем оптимистическом крупном заголовке: „После победы Дональда Трампа на выборах Ангела Меркель остается **последней защитницей либерального Запада**“.

Мифологизированный компонент объективирует положительный образ *императрицы/королевы*. Например: *Ganz anders in den USA: Das feministische US-Portal „Jezebel“ feierte Merks Kūr mit einem begeisterten „Yasssss Mom!!!!!! Merkel kween!“* [Spiegel online. 10.12.2015]. — В США все совсем иначе: феминистический портал США „Jezebel“ **чествовал избрание Меркель восторженным „Даааааа мамочка!!!!!! Меркель королева!“**

На основе **демонологизированного** компонента проявились отрицательные образы *Гитлера*, *Терминатора* и «**железной леди**». Проиллюстрируем образы *Гитлера* и *Терминатора* примером. В статье под заголовком *Britisches Blatt vergleicht Merkel mit Hitler und dem Terminator* — «Британский журнал сравнивает Меркель с **Гитлером** и **Терминатором**» приводится обзор европейской прессы, критикующей политику А. Меркель по отношению к кризисным европейским государствам: ***Merkel plus Terminator gleich Merkelnator. Die Bundeskanzlerin sei die gefährlichste Frau der Welt — und müsse gestoppt werden*** [Spiegel online. 21.06.2012]. — ***Меркель плюс Терминатор равно Меркельнатор. Федеральный канцлер является самой опасной женщиной в мире и должна быть остановлена.***

Образ «**железной леди**» проиллюстрируем примером из статьи под названием ***Maggie Merkel inszeniert sich als Euro-Retterin*** — «**Мэгги Меркель** презентует себя как спасительница евро» [Spiegel online. 25.03.2010], где рассказывается о том, что, несмотря на требования европейских партнеров помочь Греции, находящейся в долговой яме, А. Меркель отказывает в новом займе. Автор статьи апеллирует к ситуации введения жестких мер экономии и ограниче-

ния государственных расходов для вывода Великобритании из финансового кризиса в бытность М. Тэтчер премьер-министром страны. Повторение прецедентной трансформы *Maggie Merkel* как в заголовочной, так и во внутритекстовой позиции моделирует «сюжетную» линию представления событий и их результат, ориентируя на заведомо негативную оценку действий канцлера А. Меркель.

Таким образом, на основе внутривнутриполитического и внешнеполитического блока сформированы образы *типичной немки* (для немцев и жителей других стран), *экономной хозяйки* (для жителей ФРГ и других стран Евросоюза), *матери* (для кабинета министров ФРГ, для немецкой нации, для Европы, для беженцев), *императрицы/королевы* (ФРГ, Европы), *защитницы* (немецкой нации, Евросоюза, валюты евро, европейской финансовой системы, целостности Евросоюза, Вселенной, беженцев из мусульманских стран), *специалиста-универсала* (судья, адвокат, куратор класса, воспитательница, гувернантка, мостостроитель, подрывник, архитектор, режиссер, исполнительница главной роли, иллюзионист, акробат, водитель, машинист локомотива, физик, техничка, комиссар, медсестра, терапевт, охотница, дирижер, ремесленник), *патриота* (Германии), *мачехи* (Европы), *Гитлера*, *Терминатора* и «**железной леди**».

Образ *типичной немки* сложился на основе *внешних особенностей* (имеет средне-статистическую внешность и фигуру; прическа практичная, держится весь день); *личных качеств* (скромность, практичность, бережливость), *стиля одежды* и *аксессуаров* (одевается обычно, не дорого, однообразно; одежда практичная; обувь удобная и практичная). Данный образ оценивается гражданами ФРГ положительно, гражданами других стран — негативно.

Образ *экономной хозяйки* порожден мерами жесткой экономии в Германии и странах ЕС, сокращением заработной платы и государственных расходов в период экономического кризиса. Данный образ оценивается положительно в ментальности жителей ФРГ и негативно кризисными европейскими странами.

Образ *матери* навеян материнской заботой о министрах своего кабинета, о немецкой нации, о странах ЕС, а также деятельностью канцлера в решении вопросов миграционной политики.

Образ *императрицы/королевы* обусловлен главенствующей ролью Германии во главе с А. Меркель в ЕС.

Образ *защитницы* сложился на основе протекционистской деятельности А. Меркель

в таких сферах, как *мировая экология, финансовая система Европейского союза, промышленность Германии, демократическая система в странах ЕС, политика стран ЕС, благополучие граждан Германии, целостность ЕС, финансовая стабильность Германии, международная политика, экономика ЕС, внутривластная политика, атомная энергетика, европейская внутренняя политика, международная торговля, мировая миграционная политика*. Данный образ оценивается одинаково положительно как на внутривластной, так и на внешнеполитической арене.

Появление образа *специалиста-универсала* широкого диапазона обусловлено деятельностью канцлера по урегулированию ситуации в Европе и мире, связано с отношением А. Меркель к кризисным странам, является результатом анализа политических средств воздействия канцлера. Данный образ используется, чтобы описать защиту канцлером интересов обеспеченных слоев населения Германии, выявить отсутствие у канцлера лидерских и управленческих качеств, ее стратегическую недалекость, ее способность убеждения и привлечения сторонников, миссию А. Меркель в ЕС в связи с беженцами, принципами ведения политических переговоров с мужчинами-политиками, с укреплением ЕС. Амбивалентная акцентуализация образа А. Меркель в качестве специалиста-универсала внутри ФРГ и в мире говорит о том, что А. Меркель как специалист-универсал не компетентна как в вопросах урегулирования внутрисовременных, так и международных проблем. Однако внутри страны преобладает положительная оценка образа А. Меркель в качестве специалиста-универсала. Вместе с тем, по обзорам мировых оценок немецкой прессой, за пределами страны ее деятельность оценивается со значительным преобладанием негативной оценки. Результаты анализа профессиональной метафоры совпадают с оценкой деятельности А. Меркель жителями страны по данным ассоциативного эксперимента и свидетельствуют об отсутствии у канцлера ФРГ лидерских и управленческих качеств.

Символический образ *патриота* репрезентирован посредством цветовой гаммы одежды (костюмы цветов флага ФРГ), украшений (ожерелье цветов флага ФРГ) и увлечений (канцлер посещает все матчи с уча-

стием национальной футбольной команды Германии).

Появление негативных образов *мачехи, Гитлера, Терминатора* и «*железной леди*» связано с жесткими мерами, введенными А. Меркель в находящихся на грани банкротства кризисных странах ЕС.

Обобщая проведенное исследование, мы заключаем, что надстроечная структура имиджа концепта ***Kanzlerin Angela Merkel***, состоящая из внутривластного и внешнеполитического блоков, сформирована этностереотипами (*типичная немка, экономная хозяйка*), универсальными стереотипами (*мать, мачеха, специалист-универсал*), идеологиями (*защитница, патриот*), мифологиями (*императрица/королева*) и демонологиями (*Гитлер, «железная леди», Терминатор*).

Таким образом, имидж современного политического лидера — это, с одной стороны, сложный социопсихологический феномен, с другой — многоструктурное лингвокогнитивное образование, возникающее на этнокультурной почве. Он разрабатывается имиджмейкерами по специальным технологиям и внедряется в сознание народа посредством механизмов вербальной массовой коммуникации.

ЛИТЕРАТУРА

1. Автаева Н. О. Информационные технологии формирования имиджа политика: гендерный аспект: по материалам российской центральной и региональной прессы рубежа XX—XXI вв. : дис ... канд. полит. наук : 23.00.02. — Нижний Новгород, 2006. 254 с.
2. Карасик В. И. Понятие образа, имиджа и стереотипа [Электронный ресурс]. URL: http://velib.com/read_book/bogoljubova_natalja/mezhkulturnaja_kommunikacija_i_mezhdunarodnyj_kulturyj_obmen_uchebnoe_posobie/glava_ii_obrazy_i_midzhi_i_stereotipy_v_mezhkulturnykh_kommunikacijakh_i_mezhdunarodnom_kulturnom_obmene/1_ponjatije_obraza_imidzha_i_stereotipa/ (дата обращения: 10.09.2017).
3. Почепцов Г. Г. Имиджелогия. — М.: Рефл-бук, 2006. 576 с.
4. Der Spiegel. 2009. № 39. S. 40.
5. Der Spiegel. 2013. № 21. S. 102.
6. Focus online. 17.10.2009.
7. Focus online. 29.02.2016.
8. Focus online. 08.03.2016.
9. Focus online. 18.11.2016.
10. Spiegel online. 07.01.2006.
11. Spiegel online. 01.12.2007.
12. Spiegel online. 24.10.2009.
13. Spiegel online. 25.03.2010.
14. Spiegel online. 31.01.2012.
15. Spiegel online. 21.06.2012.
16. Spiegel online. 29.08.2012.
17. Spiegel online. 28.08.2015.
18. Spiegel online 10.12.2015.

T. Yu. Tameryan, V. A. Tsagolova
Vladikavkaz, Russia

THE IMAGE STRUCTURE OF THE CONCEPT CHANCELLOR ANGELA MERKEL BASED ON THE GERMAN MEDIA

ABSTRACT. The article studies the multidimensional image of the German politician ***Kanzlerin Angela Merkel*** created by the German media; the image structure of the concept is reconstructed and its components are described – ideologemes, mythologemes,

*demonologemes, ethnic and universal stereotypes. The image of the German Chancellor Angela Merkel is based on the multilayer structure of the concept: metaphoric, precedent, perceptive and associative. The nucleus of the concept **Kanzlerin Angela Merkel** consists of the imagery metaphorical component. The near-nucleus zone is made of perceptive and precedent components in equal proportion. The centre of the nucleus is presented by information and conceptual content. The structure of the concept image of **Kanzlerin Angela Merkel** consists of domestic political (images existing in the minds of Germans) and foreign political (images of A. Merkel present in the minds of foreigners) blocks; it includes ethnic stereotypes (typical German female, thrifty housekeeper), universal stereotypes (mother, step-mother, universal specialist), ideologemes (defender, patriot), mythologemes (empress, queen) and demonologemes (Hitler, Iron lady, Terminator). The basis of the image structure of the concept **Kanzlerin Angela Merkel** consists of the image legend and personal qualities of the German Chancellor. Thus, the image of a contemporary political leader is a complex socio-psychological phenomenon and multistructural linguo-cognitive unit that appears on ethnocultural background. It is developed by image makers with the help of special technologies and is inserted in the minds of people by means of the mechanisms of verbal mass media communication.*

KEYWORDS: *image of a politician; concepts; concept structure; ideologeme; mythologeme; demonologeme; mass media; media; German media; media discourse; media texts.*

ABOUT THE AUTHORS: *Tameryan Tatiana Yulyevna, Doctor of Philology, Professor, Department of Foreign Languages for Non-linguistic Specialties, North-Ossetian State University n.a. K.L. Khetagurov, Vladikavkaz, Russia.*

Tsagolova Victoria Azamatovna, German Language Teacher, North-Caucasian Suvorov Military School of the Ministry of Defense of the Russian Federation, Vladikavkaz, Russia.

REFERENCES

1. Avtaeva N. O. Informatsionnye tekhnologii formirovaniya imidzha politika: gendernyy aspekt: po materialam rossiyskoy tsentral'noy i regional'noy pressy rubezha XX—XXI vv. : dis ... kand. polit. nauk : 23.00.02. — Nizhniy Novgorod, 2006. 254 s.
2. Karasik V. I. Ponyatie obraza, imidzha i stereotipa [Elektronnyy resurs]. URL: http://velib.com/read_book/bogoljubova_natalja/mezhkulturnaja_kommunikacija_i_mezhdunarodnyj_j_kulturnyj_obmen_uchebnoe_posobie/glava_ii_obrazy_imidzhi_i_stereotipy_v_mezhkulturnykh_kommunikacijakh_i_mezhduna_rodnom_kulturmom_obmene/1_ponjatie_obraza_imidzha_i_stereotipa/ (data obrashcheniya: 10.09.2017).
3. Pocheptsov G. G. Imidzhelogiya. — M. : Refl-buk, 2006. 576 s.
4. Der Spiegel. 2009. № 39. S. 40.
5. Der Spiegel. 2013. № 21. S. 102.
6. Focus online. 17.10.2009.
7. Focus online. 29.02.2016.
8. Focus online. 08.03.2016.
9. Focus online. 18.11.2016.
10. Spiegel online. 07.01.2006.
11. Spiegel online. 01.12.2007.
12. Spiegel online. 24.10.2009.
13. Spiegel online. 25.03.2010.
14. Spiegel online. 31.01.2012.
15. Spiegel online. 21.06.2012.
16. Spiegel online. 29.08.2012.
17. Spiegel online. 28.08.2015.

М. С. Тарасова
Москва, Россия

**АКТУАЛЬНАЯ ЛЕКСИКА ПЕРИОДА ЭКОНОМИЧЕСКИХ САНКЦИЙ 2014—2017 ГГ.
«ИМПОРТОЗАМЕСТИТЕЛЬНЫЙ»: СЕМАНТИКА, УПОТРЕБЛЕНИЕ, КОННОТАЦИИ**

АННОТАЦИЯ. В статье анализируется актуальная лексика языка СМИ новейшего времени (2014—2017 гг.), объединяемая концептом «Импортозамещение». Текстогенность актуалемы подтверждает ряд однокоренных единиц-композигов, многие из которых оцущаются носителями языка как неологизмы. Рассматриваются однокоренные единицы, связанные общим корнем **-импорт-** и отношениями производности: **импортозаместить / импортозамещать, импортозаместиться, импортозаместитель, импортозамещающий, импортозамещённый, импортозаместительный**. На обширном фактическом материале анализируется семантика и особенности функционирования указанных единиц, их роль в формировании экономического дискурса. Исследуется вопрос о квалификации понятия «импортозамещение» в СМИ и научной литературе. Подчеркнуто, что композит **импортозамещение** отражает ядро понятия, формирующего актуалему, представляя «образ» сложившейся общественно-политической и экономической ситуации, а также соответствующий процесс. Анализируется значение частоты употребления слова в текстах СМИ при выдвигении имени прилагательного **импортозаместительный** в число предпочтительных экспликативных терминов названного концепта. Автор проводит полиаспектное рассмотрение лексической единицы **импортозаместительный** как наиболее часто употребляемого в текстах СМИ композита, квалифицирует особенности его использования: общеупотребительное (терминологическое); метафорическое употребление; некорректное использование лексемы. Показано, что СМИ оценили злободневность этой единицы. Выявлены тенденции к закреплению в языке СМИ ряда синтагматических партнеров слова **импортозаместительный**, что позволяет говорить о формировании «потенциальных терминов»: **импортозаместительное предложение, импортозаместительный эффект, импортозаместительное ограничение, импортозаместительный тренд**. Основные методы исследования — наблюдение, анализ, в том числе семантико-стилистический.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: лексическая семантика; язык СМИ; СМИ; средства массовой информации; импортозамещение; антироссийские санкции; политический дискурс; медиадискурс; медиатексты; экономические санкции.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ: Тарасова Марианна Сергеевна, аспирант кафедры славянской филологии, Московский государственный областной университет; 105005, Россия, г. Москва, ул. Радио, д. 10А; e-mail: mariannatarasova@gmail.com.

Как известно, в периоды геоэкономической и геополитической нестабильности наиболее активно развиваются экономический, а также общественно-политический дискурсы. В лексике могут возникнуть неологизмы; появляются характерные для этого периода актуалемы — повышается частота употребления терминов и словосочетаний, связанных с «образом» сложившейся общественно-политической и экономической ситуации.

Анализируемый нами промежуток в мировой экономике (2014—2017 гг.) ориентирован актуалемой **санкции**, связан с санкционной политикой Запада против России и ее ответными мерами, а также напряженностью на Ближнем Востоке. Этим темам посвящена львиная доля текстов СМИ, и не только российских.

Тема санкций в СМИ, по данным нашего мониторинга, часто сопровождается и обсуждением **импортозамещения**, проводимого в качестве контрмеры российским правительством. В языке СМИ закрепляются соответствующие проблематике неоднословные номинации, репрезентирующие аспекты актуалемы, где композит **импортозамещение**

отражает ядро понятия и соответствующего процесса.

Наблюдения позволяют утверждать, что для российского дискурса характерны трансформации прозрачной (в силу ясной внутренней формы композита) семантики и особенностей употребления этого слова, связанные с влиянием политической ситуации и с экономическими преобразованиями. Об этом иронично в своей статье написал литовский журналист Владислав Моисеев: *Одно из главных специфических слов, пришедших в активный лексикон современных россиян — это **импортозамещение**. Мифическое, таинственное и неизведанное. **Импортозамещение** чем-то похоже на единорога: о нем многие говорят, но в живую никто не видел, хотя на картинках посмотреть можно* [Моисеев 2016].

Прежде всего подчеркнем, что в указанный период можно отметить резкое возрастание частоты употребления лексемы **импортозамещение** в текстах СМИ. Так, согласно данным Национального корпуса русского языка, частота ее использования на миллион словоформ резко возросла в 2014 г. и составила 1,9085.

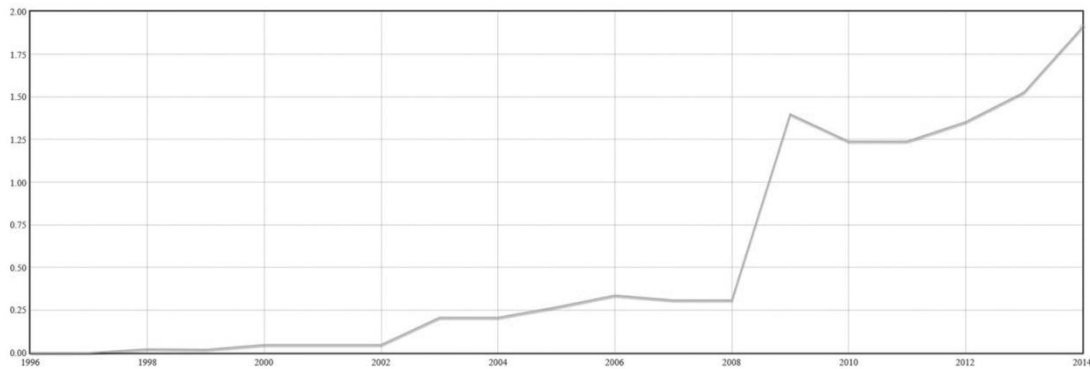


Рис. 1. Частота использования лексемы *импортозамещение* на миллион словоформ (распределение по годам) [НКРЯ]

Сходные статистические данные представлены и в статье «Феномен актуального слова 2015 года» международной группы авторов [см.: Мустайоки, Вальтер, Вепрева 2016], которые также отметили рост частотности лексемы *импортозамещение*: в 2014 г. она увеличилась в 13 раз по сравнению с 2013 г., в 2015 г. — в два раза по сравнению с 2014 г. Вполне очевидно, что связано это с активизацией процесса импортозамещения в экономике России на фоне Украинского кризиса и введения рядом стран антироссийских санкций. Основой ответных ограничительных мер (контрсанкций) стало российское продовольственное эмбарго: были запрещены ко ввозу продукты из введших санкции стран [Руксперт <http>]. Это, в свою очередь, привело к необходимости замещения ряда импортных товаров и услуг отечественными аналогами.

Безусловно, *импортозамещение* — это актуалема для периода экономических санкций 2014—2017 гг. Рассматривая *импортозамещение* как экономический термин, следует отметить его смысловую многогранность. Так, выделено пять основных научных подходов к трактовке данного экономического понятия [см.: Анимича и др. 2015], причем предложенная обобщающая трактовка, на наш взгляд, резюмирует большую часть выработанных и применявшихся в текстах СМИ определений. Можно считать, что «*импортозамещение* — абсолютное или относительное сокращение ввоза из-за рубежа в страну или регион определенного товара с обязательной организацией его производства (или аналогичного конкурентоспособного продукта) на своей территории для достижения намеченных целей» [Анимича 2015: 164].

Некоторые источники предлагают в качестве термина-синонима использовать «замещение импорта» [Финам словари <http>]. В нем заключена производящая база (подчинительное словосочетание) лексемы *импортозаме-*

щение как композита [ср.: Валгина 2002], созданного сложением с интерфиксом *-о-*.

Итак, актуалема «импортозамещение» прочно вошла в современный экономический дискурс. Актуальность номинирующей лексемы подтверждается текстогенностью слова, его регулярным использованием в газетных заголовках и текстах [Мустайоки, Вальтер, Вепрева 2016]. На этой же смысловой базе образовались и другие сложные слова, в том числе всё еще ощущаемые носителями русского языка как неологизмы.

1. *Импортозаместить* — глагол, сов. вид:

– *А топ-менеджеры госкомпаний, по слухам, планируют пойти еще дальше и импортозаместить весь интернет, создав „национальную информационную систему“* [Meduza <http>];

– *Работа Попова в основном заключалась в переписывании копирайтов и переделывании названий: помимо самой системы, школьник „импортозаместил“ ряд существующих приложений, включая браузер и антивирус* [Meduza <http>].

2. *Наимпортозаместить* — глагол, сов. вид, ироническая коннотация, значение ‘результативности, интенсивности’:

– *Чиновники подсчитали, сколько денег „наимпортозамещала“ деловая биржа „АлтайПродМаркет“* [Altapress.ru <http>].

3. *Импортозаместиться* — глагол, сов. вид, возвратный:

– *Напомним, попытки тотально „импортозаместиться“ в настоящее время пробуксовывают по причине того, что даже некоторые государственные ведомства стараются найти такие лазейки, куда можно было бы протащить иностранный софт и оборудование, и их можно понять — некоторые системы вводились в эксплуатацию годами и порой даже десятилетиями, поэтому в односторонне отказаться от них нет никакой возможности* [РосКомСвобода <http>].

4. **Импортозамещающий** — причастие (образовано чересступенчатым способом от потенциального *импортозамещать* — несов. вид к указанному *импортозаместить*):

– В развитии **импортозамещающих** производств ключевая роль принадлежит активизации внутренних стимулов [Анимица 2015: 165];

– Промкластеры начнут показывать **импортозамещающий эффект** в 2017 году [ГПРОАтом http];

– Конкурс на „**импортозамещающий**“ российский мессенджер определил лучших [Вести http];

– Также в программе „**импортозамещающего**“ праздника будет выставка-ярмарка сувенирной продукции „Подделки от бабушки Яги“ [Росбалт http].

5. **Импортозамещённый** — причастие к зафиксированному *импортозаместить*:

– Губернатор Московской области Андрей Воробьёв, например, предпочел в этом году „**импортозамещённый**“ отдых [Неделя Подмосковья http];

– В Волгоградской области пройдет „**импортозамещённый**“ Хэллоуин — День лешего [Росбалт http];

– На Кубани развешивают „**импортозамещённый**“ винный туризм [Газета.ru http].

6. **Импортозаместительный** — имя прилагательное. По данным наших наблюдений, этот неологизм периода экономических санкций 2014—2017 гг. получил наибольшее распространение в текстах СМИ. Для трактовки семантики этого слова и вышеназванных родственных единиц словообразовательного гнезда считаем важным уточнить значение производящего *импорт*.

В «Большом толковом словаре» под ред. С. А. Кузнецова находим следующее определение: «**ИМПОРТ**, -а; м. [англ. *import*] 1. Ввоз в какую-л. страну товаров из-за границы (ср. экспорт). *И. товаров. И. зерна. И. машин. Жить на импорте* (ввозить многие товары). 2. **собир.** Разг. Ввозимые из-за границы товары, изделия. *В магазине мало импорта.* 3. Общее количество или общая стоимость товаров, доставленных в страну; ввоз. *Объём импорта-экспорта*» [Кузнецов 1998]. «Словарь-справочник: экономика и право» предлагает уточнение объема значения: «**ИМПОРТ** (англ. *import*, от лат. *importare* — „ввозить“) — ввоз из-за границы товаров, работ, услуг, результатов интеллектуальной деятельности, в том числе исключительных прав на них, технологии и капиталов для реализации и использования на внутреннем рынке страны-импортёра без обязательства об обратном вывозе; возмездное получение от иностранных партнё-

ров услуг производственного или потребительского назначения. Факт *И.* фиксируется в момент пересечения товаром таможенной границы Российской Федерации, получения услуг и прав на результаты интеллектуальной деятельности» [Кураков 2004].

Там же находим определение исследуемого базового экономического понятия *импортозамещение*: «...уменьшение или прекращение импорта определённого товара посредством производства, выпуска в стране того же или аналогичных товаров. Такие товары называют импортозамещающими» [Кураков 2004]. Эта лексикографическая фиксация обязывает сказать, что в период экономических санкций во втором десятилетии XXI в. слово *импортозамещение* актуализировалось с основными компонентами, сформировавшими его смысловой объём в экономическом дискурсе, а его коммуникативная значимость и прагматическая ориентированность поддерживаются однокоренным *импортозамещающий*, в семантике которого важна сема ‘активный/действенный’. Работа с базой примеров использования единиц словообразовательного гнезда с доминантой *импортозамещение* показала, что в научной литературе, а также в публицистических текстах, написанных высококвалифицированными финансистами и экономистами, широко используется термин *импортозамещающий (импортозамещающие изделия, импортозамещающая продукция и т. д.)*:

– Он добавил, что в рамках программы „УМНИК“ планируется разработать конструкцию конкурентоспособного **импортозамещающего инструмента** с повышенными технологическими возможностями и надёжностью [и-Маш http];

– **Импортозамещающий эффект** от аграрной науки [saratovnews http];

– На взгляд авторов, недостаточно изученной является тема продовольственного **импортозамещающего потенциала** отдельных территорий [Угрюмова, Ольгаренко 2015: 49].

Однако распространение в разговорной речи под давлением основной массы текстов СМИ получил именно термин **импортозаместительный**. Его содержание можно семантизировать следующим образом: «предназначенный для уменьшения или прекращения импорта такого же или аналогичного товара; связанный с импортозамещением».

Анализ контекстов употребления показал, что, однако, не всегда использование данного термина в СМИ является корректным. Это, считаем, связано с незнанием или

непониманием смысла термина, его происхождения. В ходе исследования была подобрана картотека примеров употребления в текстах СМИ лексемы *импортозаместительный* в различных словосочетаниях, анализ которой позволил выделить три основных ее значения с учетом коннотативного компонента и семантических смещений, которые носят в речи/текстах непоследовательный и субъективный характер: а) терминологическое (внедряемое в общее употребление через СМИ), б) переносное метафорическое (ироническое) и в) некорректное (неуместное) — см. табл.

Можно говорить о ряде наиболее часто встречающихся словосочетаний, превратившихся за столь короткий период в коллокации («словосочетание, имеющее признаки синтаксически и семантически целостной единицы, в котором выбор одного из компонентов осуществляется по смыслу, а выбор второго зависит от выбора первого» [Слова-

ри на Академике [http](http://)]), устойчивые выражения.

1. *Импортозаместительные продукты/продукция/производство.*

– *Алтайские школьники в лагерях будут питаться импортозаместительными продуктами* [Altapress.ru [http](http://)];

– *Отметим, региональные производители активно начали создавать импортозаместительные продукты, лекарства и технические средства, которые вышли на российский рынок* [Altapress.ru [http](http://)];

– *Инвестпроект предполагал разработку и производство новых химических продуктов, необходимых в различных отраслях экономики, в том числе в нефтяной. Большая часть продукции должна стать импортозаместительной* [Altapress.ru [http](http://)];

– *В Семенове Нижегородской области появится новое импортозаместительное производство* [Коммерсантъ [http](http://)].

Таблица

Типы употребления лексемы *импортозаместительный* в текстах СМИ

Общепотребительное (терминологическое) использование	Стадионы к ЧМ-2018 возведут из <i>импортозаместительных материалов</i> [Altapress.ru http]	
	Редкий день нынешним летом обходится без очередного <i>импортозаместительного предложения</i> (Мёдом намазано. Почему импортозамещение приобрело гротескные формы) [Газета.Ru http]	
	Нефтяники и газовики отбиваются как могут от <i>импортозаместительных ограничений</i> на закупки оборудования (Процент замещения абсурда) [Аптекарь, Синицын 2015]	
Метафорическое употребление	Да и не простые ботинки пошил Бочкарев. Антикризисные. Ну, то есть <i>импортозаместительные</i> . Ведь пошил их губернатор у местных мастеров. А раньше покупал в Италии (Элегия о том, как пензенский губернатор Василий Бочкарев трусами импорт замещал) [Независимая газета http]	
	„Импортозаместительная“ структура Минпромторга получила визуальный стиль (Фонд развития промышленности получил бренд) [Состав.ру http]	
	<i>Импортозаместительное</i> принуждение к „Миру“ и „Спутнику“ [РосКомСвобода http]	
Некорректное использование лексемы	Читатели «Нового Города» составили <i>импортозаместительный рейтинг</i> (Дегустация. Гадание на гауде) [СИА-ПРЕСС http]	Рейтинг нельзя импортозаместить, но можно составить рейтинг какой-либо импортозамещенной продукции.
	Алтайская компания попала в <i>импортозаместительный топ-10 Forbes</i> [Altapress.ru http]	Топ — это рейтинг, значит, он не может быть импортозамещен.
	Ну куда россиянину податься без Шарм-эль-Шейха и Хургады? <i>Импортозаместительные</i> Сочи забыты настолько, что народ „ходит по головам“. Анапа и Геленджик порядком надоели (Крым без «шаленых грошей». С. Ильченко) [СвободнаяПресса http]	Речь идет об отдыхе, который нельзя воспринимать как «импорт товаров».
	В 2015 году предприятие выпустило на рынок „ <i>импортозаместительную</i> “ новинку — сыр для жарки, который можно готовить на сковороде, гриле, мангале, в духовке и микроволновой печи (Известный производитель мягких сыров на Алтае завершает модернизацию завода) [Altapress.ru http]	Речь идет о новом оригинальном продукте, а не замене ввозимого ранее.

2. **Импортозаместительные сыры.**

– Алтайские фермеры производят **импортозаместительные сыры** для ресторана с французской кухней [Altapress.ru http];

– **Первыми импортозаместительными сырами в НИИ занялись в 2013 г.** [МК на Алтае http].

3. **Импортозаместительный аналог.** Считаем, что в данном случае можно говорить о семантическом плеоназме, так как главным компонентом словосочетания дублируется лексическое значение второй части зависимого слова — композитного имени прилагательного: «заместить (**заместительный**) — аналог». Действительно, согласно «Энциклопедии терминов, определений и пояснений строительных материалов», **аналог** — продукция отечественного или зарубежного производства, подобная сравниваемому изделию, обладающая сходством функционального назначения и условий применения [ЭТОПСМ http].

– **Специалисты Сибирского НИИ сыроделия, который находится в Барнауле, разработали импортозаместительные аналоги сыров маскарпоне и моцарелла** [Altapress.ru http].

– **Рубцовские айтишники создали „импортозаместительный“ аналог Skype** [Altapress.ru http].

– **Премьер-министр поручил создать импортозаместительный аналог Википедии** [РосКомСвобода http].

– **„Импортозаместительный“ аналог Twitter сделал барнаульца антигероем соцсетей** [Банкфакс http].

4. **Импортозаместительный тренд.**

– **Авиакомпания „Ямал“ вольется в импортозаместительный тренд и в ближайшие пять лет полностью перейдет на отечественный автопарк** [Regnum http];

– **Однако надежды брендинговых агентств и их клиентов на импортозаместительный тренд в значительной степени не оправдались: эффект антисанкций оказался слишком краткосрочным, и уже к середине 2015 года отмечалось замедление темпов роста брендингового сегмента** [Состав.ru http];

– **Импортозаместительный тренд в последнее время касается и самих работников госструктур лично. Например, в ряде регионов госслужащим было не рекомендовано использовать иностранные почтовые сервисы, соцсети и мессенджеры для рабочей переписки** [РосКомСвобода http].

Словосочетание **импортозаместительный тренд** можно отнести к новым актуальным терминам (неоднословным). С ним свя-

зано обозначение сложившейся тенденции импортозамещения товаров и услуг в различных отраслях экономики.

В отобранном круге единиц и контекстов их употребления мы выделим еще несколько терминов, которые потенциально могут стать «активно употребляемыми»: **импортозаместительное предложение, импортозаместительный эффект, импортозаместительное ограничение.**

5. Констатируем, что в собранном массиве примеров частотны словосочетания, связанные с темой отдыха:

– **При этом в Республике Алтай к прогнозируемому „импортозаместительному“ росту турпотока относятся прохладно** [Altapress.ru http];

– **Туркомплексы из „избушек“: эксперты раскритиковали „импортозаместительный“ потенциал курортов Алтая** [Банкфакс http];

– **Ну куда россиянину податься без Шармэль-Шейха и Хургады? Импортозаместительные Сочи забыты настолько, что народ „ходит по головам“. Анапа и Геленджик порядком надоели** [СвободнаяПресса http];

– **Там была плесень и грязь. И за такой „комфорт“ хозяин берет 1200 рублей в сутки! Хорошенький импортозаместительный отдых** [МК Воронеж http].

Контексты, на наш взгляд, демонстрируют семантическое противоречие. Как отмечалось выше, импорт — это ввоз товаров в страну. А как можно ввезти отдых? Однако и коллокация с главным словом *отдых*, скорее всего, в силу воспроизводимости также станет устойчивым сочетанием. Воспроизводимость в тестах/речи поддерживается широким и регулярным контекстом употребления — в рамках ежегодной международной специализированной выставки «Импортозамещение». Целью проведения выставки является демонстрация отечественными предприятиями и организациями роста производства конкурентоспособных импортозамещающих товаров и услуг, их применения в различных отраслях российской экономики и продвижения на международный рынок. Один из форумов, проводимых в рамках этой выставки, называется «Форум „Импортозамещение в туризме: открываем Россию“». Таким образом, словосочетание тиражируется, закрепляется в официально-деловом стиле при использовании лексемы **импортозаместительный** в расширенном, не мотивированном образующими основами значения [Импортозамещение http]. Стоит отметить, что на этой выставке были представлены и другие «импортозаместительные» странности, например, традиционный

русский напиток *квас* (его ведь никто не ввозит в Россию!). Иными словами, имя прилагательное *импортозаместительный* неоправданно расширяет в таких случаях семантическую валентность, участвуя в презентации товаров отечественных производителей даже тогда, когда это и не требуется.

Нельзя не согласиться с имплицитной негативной оценкой такого расширительного употребления композита, которая была донесена программой «Лицом к событию», выходящей в эфир на радио «Свобода», когда в анонсе выпуска, посвященного этой выставке, использовалась ироническая характеристика: **импортозаместительный абсурд — эпидемия идиотизма властей России** [Свободная Россия [http](http://)]. Композит *импортозаместительный* употребляется, таким образом, и в ироническом ключе, метафорически, с отрицательно-оценочными коннотациями. Подчеркнем, что подобный прием использования слова в большей степени характеризует оппозиционные СМИ, где регистрируем столкновение единиц различных семантических пластов в пределах микроконтекста. Например:

– *И продолжает звучать импортозаместительная симфония, соединяющая умоляющие голоса снизу и угрожающие сверху* [Газета.ru [http](http://)];

– *Видимо, исходя из этого факта глава Минкомсвязи призвал своих чиновных коллег немного охладить импортозаместительный пыл* [РосКомСвобода [http](http://)];

– *А ведь в итоге-то все эти импортозаместительные телодвижения вернутся к нему если не в виде продукции как таковой, то в виде налогов, а также возможностей: выбора, доступа...* [РосКомСвобода [http](http://)]

Выделим случаи некорректного употребления исследуемой лексемы. Большинство из них связано с семантическим противоречием, когда предлагается «импортозаместить» товар или услугу, которые не могут быть импортом/импортными:

– *Антисанкционная и импортозаместительная фотогалерея ко дню рождения президента Путина* [Altapress.ru [http](http://)];

– *Алтайская компания попала в импортозаместительный топ-10 Forbes* [Altapress.ru [http](http://)];

– *В 2015 году предприятие выпустило на рынок „импортозаместительную“ новинку — сыр для жарки, который можно готовить на сковороде, гриле, мангале, в духовке и микроволновой печи* [Altapress.ru [http](http://)].

Требуется внимания использование кавычек — парного выделительного знака, обеспечивающего элиминацию сегмента или

подготавливающего к осмыслению коннотаций, ассоциативного плана, к ироническому прочтению выделенного. Чаще они призваны показать ироничное отношение говорящего/автора к предмету импортозамещения (*Рубцовские айтишники создали „импортозаместительный“ аналог Skype* [Altapress.ru [http](http://)]). Однако в некоторых случаях складывается впечатление, что автор не знает, как себя вести с новым «модным» словом, вкладывает в него дополнительное терминологическое значение. Сравним:

Английский журналист оценил российские импортозаместительные сыры. / Алтайские фермеры производят импортозаместительные сыры для ресторана с французской кухней. / Меньше продукции стала выпускать и мини-сыроварня семьи Кокориных из Смоленского района, прославившаяся своими „импортозаместительными“ сырами.

В ресторане Белокурихи эксперты будут дегустировать импортозаместительную мраморную говядину. / Алтайский производитель выпустит „импортозаместительную“ сыровяленую продукцию.

Все эти примеры были извлечены из материалов ресурса *Altapress.ru*, транскрибирующего актуальные новости Барнаула и Алтайского края. Очевидно, что в редакции на тот момент еще не сформировалось единого мнения о нужной форме употребления лексемы *импортозаместительный*, о способах оформления слова в тексте. Стоит отметить, что большинство примеров использования исследуемой лексемы, определенных как «некорректное употребление», также взято из материалов ресурса *Altapress.ru*. Все случаи связаны с изменением валентности единиц и, как следствие, с семантическим несогласованием: *импортозаместительная фотогалерея*, *„импортозаместительный“ форум*, *„импортозаместительная“ новинка* и проч. Однако внимание привлекла редакционная заметка от 1 мая 2015 г.: «Алтайский край вошел в Топ-15 регионов, где пишут об импортозамещении больше всего». В ней читателю сообщалось, что «топ был построен на основе определенного МедиаИндекса. При расчете рейтинга учитывалось упоминание регионов РФ в контексте „импортозамещения“» [Altapress.ru [http](http://)]. Это позволяет думать, что такое широкое и выходящее за рамки целесообразного, прагматически ориентированного употребление лексемы *импортозаместительный* в материалах данного информационного ресурса было вызвано специальным редакционным заданием.

Тем не менее налицо текстогенность слова. Его регулярное использование в заголовках также подтверждает тот факт, что лексема *импортзаместительный*, прочно занявшая свое место в узусе благодаря текстам СМИ, использующим его семантическую емкость и злободневность как репрезентанта актуального концепта, является актуальной для периода экономических санкций, служит именем соответствующего концепта.

ЛИТЕРАТУРА

1. Анимица Е. Г., Анимица П. Е., Глузов А. А. Импортзамещение в промышленном производстве региона: концептуально-теоретические и прикладные аспекты // Экономика региона. 2015. № 3. С. 160—172.
2. Аптекарь П., Силицын А. Процент замещения абсурда [Электронный ресурс] // Ведомости. URL: <https://www.vedomosti.ru/opinion/articles/2015/10/05/611392-protsent-zamescheniya-absurda>.
3. Банкфакс [Электронный ресурс] : информационное агентство. URL: <https://www.bankfax.ru/>.
4. Валгина Н. С., Розенталь Д. Э., Фомина М. И. Современный русский язык : учеб. / под ред. Н. С. Валгиной. 6-е изд., перераб. и доп. — М. : Логос, 2002. 528 с.
5. Вести («VESTI.RU») [Электронный ресурс] : интернет-газета. URL: <https://hitech.vesti.ru/article/626879/>.
6. Газета.ру [Электронный ресурс] : общественно-политическое интернет-издание. URL: <https://www.gazeta.ru/>.
7. и-Маш [Электронный ресурс] : Ресурс Машиностроения. URL: http://www.i-mash.ru/news/nov_otrasl/89751-v-tpu-gazrabatyvaetsja-importozameshshajushhij.html.
8. Импортзамещение: Международная специализированная выставка [Электронный ресурс]. URL: <http://www.imzamexpo.ru/import/exhibition/>.
9. Коммерсантъ [Электронный ресурс] : электронная версия. URL: <http://www.kommersant.ru/>.
10. Кузнецов С. А. Большой толковый словарь [Электронный ресурс] / под ред. С. А. Кузнецова. 1998. URL: <https://gufo.me/dict/kuznetsov>.
11. Кураков Л. П., Кураков А. Л., Кураков В. Л. Экономика и право : словарь-справочник. — М. : Вуз и школа, 2004. 1072 с.
12. МК в Воронеже [Электронный ресурс] : сетевое издание. URL: <http://vrn.mk.ru/>.
13. МК на Алтае [Электронный ресурс] : сетевое издание. URL: <http://brl.mk.ru/>.
14. Моисеев В. Крым. Устрицы в огне: импортзамещение и реальность [Электронный ресурс] // DELFI-Бизнес, ru.DELFI.lt. 2016. 4 июля. URL: <http://www.delfi.lv/biznes/>

M. S. Tarasova
Moscow, Russia

ESSENTIAL LEXIS OF THE PERIOD OF ECONOMIC SANCTIONS OF 2014-2017. “IMPORT-SUBSTITUTIONAL”: SEMANTICS, USAGE, CONNOTATIONS

ABSTRACT. The article analyzes the essential vocabulary of the media language of modern times (2014-2017), referring to the concept "Import substitution". The textogenicity of the current word is confirmed by a number of cognate composite units, many of which are treated by the native speakers as neologisms. We consider cognate units connected by a common root *-import-* and production relations: "import substitution" (transliterated Russian variants – *importozameshtil' / importozameshchat', importozameshtil'sya, naimporozameshtil', importozameshchayushchii, importozameshchonnyy, importozameshtil'nyy*). A significant number of examples makes it possible to analyze the semantics and peculiarities of the functioning of these units, and their role in the formation of economic discourse. The question of qualifying the concept of "import substitution" in the media and scientific literature is being investigated. It is emphasized that the composite notion of *import substitution* reflects the core of the concept, representing the "image" of the current socio-political and economic situation and the corresponding process. The adjective *import-substitutional (importozameshtil'nyy)* is often used in the media as an explicatum of the concept. The research carries out a multidimensional examination of the lexical unit *importozameshtil'nyy*, as the most frequently used in the media texts, and qualifies the features of its usage: common (terminological), metaphorical, and incorrect usage of the lexeme. It is shown that the media realized the topicality of this unit. The tendencies have been revealed to fix a number of syntagmatic partners of the word *importozameshtil'nyy* (import-substituting), which allows to talk about the formation of "potential terms": import-substituting offer, import-substituting effect, import-substituting restriction, import-substituting trend, etc. The main methods of this research are observation, analysis, including semantic-stylistic analysis.

economy/krym-ustricy-v-ogne-importozameschenie-i-realnost.d?id=47636075.

15. Мустайоки А., Вальтер Х., Вепрева И. Актуальное слово 2015 года [Электронный ресурс] // Quaestio Rossica. 2016. № 4. URL: <https://journals.urfu.ru/index.php/QR/article/view/195>.
16. Национальный корпус русского языка (НКРЯ) [Электронный ресурс]. URL: <http://www.ruscorpora.ru/>.
17. Неделя Подмосковья [Электронный ресурс] : газ. Нарофоминского района. URL: <http://narofom.com/id12343.htm>.
18. Независимая газета [Электронный ресурс] : интернет-версия. URL: <http://www.ng.ru/>.
19. ПроАтом [Электронный ресурс] : информационное агентство. URL: <http://www.proatom.ru/index>.
20. РОСБАЛТ [Электронный ресурс] : информационное агентство. URL: <http://www.rosbalt.ru/>.
21. РосКомСвобода [Электронный ресурс] : общественная организация. URL: <https://rublacklist.net/>.
22. РУКСПЕРТ. Русский эксперт — патриотическая энциклопедия о России и мире [Электронный ресурс]. URL: <http://ruxpert.ru>.
23. Свободная Россия [Электронный ресурс] // Радио «Свобода». URL: <http://freedomrussia.org/>.
24. СвободнаяПресса [Электронный ресурс] : электронное периодическое издание. URL: <http://svpressa.ru/>.
25. СИА-ПРЕСС [Электронный ресурс] : информационно-аналитический портал. URL: <http://www.siapress.ru/>.
26. Словари и энциклопедии на Академике [Электронный ресурс]. URL: <https://dic.academic.ru/>.
27. СОСТАВ.ру [Электронный ресурс] : отраслевое СМИ в области рекламы, маркетинга и PR. URL: <http://www.sostav.ru/>.
28. Угрюмова А. А., Ольгаренко Д. Г. Проблемы и перспективы продовольственного импортзамещения по регионам Российской Федерации // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. — М. : Финансы и кредит, 2015. № 16 (301). С. 2—11.
29. ФИНАМ. СЛОВАРИ [Электронный ресурс]. URL: <https://www.finam.ru/dictionary>.
30. Энциклопедия терминов, определений и пояснений строительных материалов [Электронный ресурс] = ЭТОПСМ / под ред. В. П. Ложкина [Электронный ресурс]. — Калининград, 2015. URL: <http://enciklopediyastroj.ru/>.
31. Altapress.ru [Электронный ресурс] : ресурс актуальных новостей Барнаула и Алтайского края. URL: <http://altapress.ru/>.
32. Meduza [Электронный ресурс] : интернет-издание. URL: <https://meduza.io/>.
33. REGNUM [Электронный ресурс] : информационное агентство. URL: <https://regnum.ru/>.
34. Saratovnews [Электронный ресурс] : информационное агентство. URL: <https://www.saratovnews.ru/newspaper/article/2016/12/21/importozameschashchii-effekt-ot-agrarnoi-nayki/>.

KEYWORDS: *semantics; language of mass media; media; mass media; import substitution; anti-Russia sanctions; political discourse; media discourse; media texts; economic sanctions.*

ABOUT THE AUTHOR: *Tarasova Marianna Sergeevna, Post-graduate Student, Department of Slavic Philology, Moscow Region State University, Moscow, Russian Federation.*

REFERENCES

1. Animitsa E. G., Animitsa P. E., Glumov A. A. Importozameshchenie v promyshlennom proizvodstve regiona: kontseptual'no-teoreticheskie i prikladnye aspekty // *Ekonomika regiona*. 2015. № 3. S. 160—172.
2. Aptekar' P., Sinitsyn A. Protsent zameshcheniya absurda [Elektronnyy resurs] // *Vedomosti*. URL: <https://www.vedomosti.ru/opinion/articles/2015/10/05/611392-protsent-zameshcheniya-absurda>.
3. Bankfaks [Elektronnyy resurs] : informatsionnoe agentstvo. URL: <https://www.bankfax.ru/>.
4. Valgina N. S., Rozental' D. E., Fomina M. I. *Sovremennyy russkiy yazyk : ucheb. / pod red. N. S. Valginoy. 6-e izd., pererab. i dop. — M. : Logos, 2002. 528 s.*
5. Vesti («VESTI.RU») [Elektronnyy resurs] : internet-gazeta. URL: <https://hitech.vesti.ru/article/626879/>.
6. Gazeta.ru [Elektronnyy resurs] : obshchestvenno-politicheskoe internet-izdanie. URL: <https://www.gazeta.ru/>.
7. i-Mash [Elektronnyy resurs] : Resurs Mashinostroeniya. URL: http://www.i-mash.ru/news/nov_otrasl/89751-v-tpu-razrabatyvaetsja-importozameshchajushhij.html.
8. Importozameshchenie: Mezhdunarodnaya spetsializirovannaya vystavka [Elektronnyy resurs]. URL: <http://www.imzam-expo.ru/import/exhibition/>.
9. Kommersant"" [Elektronnyy resurs] : elektronnaya versiya. URL: <http://www.kommersant.ru/>.
10. Kuznetsov S. A. Bol'shoy tolkovyy slovar' [Elektronnyy resurs] / pod red. S. A. Kuznetsova. 1998. URL: <https://gufo.me/dict/kuznetsov>.
11. Kurakov L. P., Kurakov A. L., Kurakov V. L. *Ekonomika i pravo : slovar'-spravochnik. — M. : Vuz i shkola, 2004. 1072 s.*
12. MK v Voronezhe [Elektronnyy resurs] : setevoe izdanie. URL: <http://vrn.mk.ru/>.
13. MK na Altai [Elektronnyy resurs] : setevoe izdanie. URL: <http://brl.mk.ru/>.
14. Moiseev V. Krym. Ustritsy v ogne: importozameshchenie i real'nost' [Elektronnyy resurs] // DELFI-Biznes, ru.DELFI.It. 2016. 4 iyulya. URL: <http://www.delfi.lv/biznes/economy/krym-ustritsy-v-ogne-importozameshchenie-i-realnost.d?id=47636075>.
15. Mustayoki A., Val'ter Kh., Vepreva I. Aktual'noe slovo 2015 goda [Elektronnyy resurs] // *Quaestio Rossica*. 2016. № 4. URL: <https://journals.urfu.ru/index.php/QR/article/view/195>.
16. Natsional'nyy korpus russkogo yazyka (NKRYa) [Elektronnyy resurs]. URL: <http://www.ruscorpora.ru/>.
17. Nedelya Podmoskov'ya [Elektronnyy resurs] : gaz. Narofominskogo rayona. URL: <http://narofom.com/id12343.htm>.
18. Nezavisimaya gazeta [Elektronnyy resurs] : internet-versiya. URL: <http://www.ng.ru/>.
19. PRoAtom [Elektronnyy resurs] : informatsionnoe agentstvo. URL: <http://www.proatom.ru/index>.
20. ROSBALT [Elektronnyy resurs] : informatsionnoe agentstvo. URL: <http://www.rosbalt.ru/>.
21. RosKomSvoboda [Elektronnyy resurs] : obshchestvennaya organizatsiya. URL: <https://rublacklist.net/>.
22. RUKSPERT. Russkiy ekspert — patrioticheskaya entsiklopediya o Rossii i mire [Elektronnyy resurs]. URL: <http://ruxpert.ru>.
23. Svobodnaya Rossiya [Elektronnyy resurs] // Radio «Svoboda». URL: <http://freedomrussia.org/>.
24. SvobodnayaPressa [Elektronnyy resurs] : elektronnoe periodicheskoe izdanie. URL: <http://svpressa.ru/>.
25. SIA-PRESS [Elektronnyy resurs] : informatsionno-analiticheskij portal. URL: <http://www.siapress.ru/>.
26. Slovari i entsiklopedii na Akademike [Elektronnyy resurs]. URL: <https://dic.academic.ru/>.
27. SOSTAV. ru [Elektronnyy resurs] : otraslevoe SMI v oblasti reklamy, marketinga i PR. URL: <http://www.sostav.ru/>.
28. Ugryumova A. A., Ol'garenko D. G. Problemy i perspektivy prodovol'stvennogo importozameshcheniya po regionam Rossiyskoy Federatsii // *Natsional'nye interesy: priority i bezopasnost'*. — M. :Finansy i kredit, 2015. № 16 (301). S. 2—11.
29. FINAM. SLOVARI [Elektronnyy resurs]. URL: <https://www.finam.ru/dictionary>.
30. Entsiklopediya terminov, opredeleniy i poyasneniy stroitel'nykh materialov [Elektronnyy resurs] = ETOPSM / pod red. V. P. Lozhkina [Elektronnyy resurs]. — Kaliningrad, 2015. URL: <http://enciklopediyastroj.ru/>.
31. Altapress.ru [Elektronnyy resurs] : resurs aktual'nykh novostey Barnaula i Altayskogo kraja. URL: <http://altapress.ru/>.
32. Meduza [Elektronnyy resurs] : internet-izdanie. URL: <https://meduza.io/>.
33. REGNUM [Elektronnyy resurs] : informatsionnoe agentstvo. URL: <https://regnum.ru/>.
34. Saratovnews [Elektronnyy resurs] : informatsionnoe agentstvo. URL: <https://www.saratovnews.ru/newspaper/article/2016/12/21/importozameschashchii-effekt-ot-agrarnoi-nayki/>.

РАЗДЕЛ 3. ЯЗЫК — ПОЛИТИКА — КУЛЬТУРА

УДК 811.161.1'27
ББК ШП41.12-003

ГСНТИ 16.21.51; 16.21.29

Код ВАК 10.02.01; 10.02.19

Н. В. Багичева
Екатеринбург, Россия,

Т. А. Чикаева
Москва, Россия

АРХЕТИП СВЯТОЙ РУСИ В РУССКОМ МЕНТАЛИТЕТЕ

АННОТАЦИЯ. Статья является результатом совместных наблюдений философа и лингвиста над современным состоянием базисных архетипов, лежащих в фундаменте понимания образа Родины в русском национальном менталитете. Таковыми архетипами, по мнению авторов, являются архетипы «Родина-мать», «Мать сыра земля» и «Святая Русь». Изучение лингвистического материала различных интернет-сайтов и форумов привело к выводу, что архетип «Родина-мать» в настоящее время претерпевает некое искажение в силу сложившихся социально-экономических условий. В данной статье предпринимается попытка зафиксировать устойчивость/изменяемость архетипа «святорусскости». Архетип Святой Руси рассматривается в лингвофилологическом аспекте; указывается его тесная связь с православием и архетипами «Родина-мать» и «Мать сыра земля», что подтверждается текстами древнейших жанров: духовных стихов и былин. Отмечена двойственная сущность архетипа Святой Руси: духовная и социальная (светская) формы его существования. Проводится анализ философских, филологических и некоторых историкофилософских теоретических трудов данной тематики, лексикографических источников. Отмечается, что философский и современные лингвистические словари связывают понятие «святости» прежде всего с православием; подобной корреляции не наблюдается у представителей молодого поколения носителей языка, которые определяют «святую» как «лучший», «священный» и пр. Делается вывод о разрушении архетипа в социальной (светской) реальности, рассматриваются экстралингвистические причины разрушения архетипа, среди которых называются рационализм и прагматизм современной личности и утрата понимания Родины как духовного объекта.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: архетипы; русский менталитет; православие; Родина-мать; Мать сыра земля; Святая Русь; патриотизм.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ: Багичева Надежда Васильевна, кандидат филологических наук, Уральский государственный педагогический университет; 620017, Россия, г. Екатеринбург, пр-т Космонавтов, д. 26, к. 167; e-mail: espoir17@mail.ru.

Чикаева Татьяна Александровна, кандидат философских наук, Московский художественно-промышленный институт; 127006, Россия, Москва, ул. Малая Дмитровка, д. 14, стр. 4; e-mail: imoi@rambler.ru.

В фундаменте образа Родины в русском национальном менталитете лежат архетипы «Родина-мать», или «Мать сыра земля», «Матушка-Русь» и «Святая Русь». Естественно предположить, опираясь на древние источники, что образ Родины ментально был «замешан» на единстве этих понятий: *И то было у нас на сырой земле, На сырой земле, на Святой Руси; Святая Русь-земля всем землям мати: На ней строят церкви апостольские; Они молятся Богу распятому, Самому Христу, Царю Небесному, — Потому свято-Русь-земля всем землям мати* [Лепяхин 2005].

В статье «„Свиток, на котором отмечены все тайны бытия“: архетипы Родины-Матери в русском менталитете» нами была предпринята попытка объяснить устойчивость и изменяемость во времени архетипов «Родина-мать» и «Мать сыра земля» в лингвофилологическом аспекте [Багичева, Чикаева 2017]. Для анализа привлекались философские и филологические теоретические труды, тексты художественной литературы и фольклора, а также материалы различных интернет-сайтов и форумов. Мы заметили некое искажение архетипа, лежащего в основе метафорического образа Родины. Причину этого явления нашли в том факте, что русский менталитет различает Родину как страну и Родину как

государство, именно это и объясняет отрицательную коннотацию метафор Родины, основанных на терминах некрового юридического родства, используемых для характеристики государства: *мачехи, тёщи, свекрови, тётки* [Багичева, Чикаева 2017].

В этой статье мы хотели бы рассмотреть архетип «святорусскости», который, в силу своей высокой коннотации и поэтичности, не мог не привлечь внимание философа и лингвиста, изучающих понятия, лежащие в основе метафорического образа Родины. Нашим изысканиям созвучно мнение профессора русской литературы Университета штата Нью-Йорк князя Александра Оболенского: «Выражение „Святая Русь“ входит в число таких, которые имеют какую-то магическую власть над умами. У пишущего об этом создается впечатление, что он соприкасается с темой, к которой нельзя подходить с обычной трезвой оценкой, с темой, где сочетаются два плана — внутренний и внешний, духовный и социальный» [Оболенский 1994]. В своих рассуждениях мы попытаемся не затрагивать религиозную подоплеку вопроса, насколько это возможно.

Понятие *Святая Русь* в «долитературной» своей жизни существовало не только в православных текстах, но и в былинах и духовных стихах. Православный философ и

искусствовед В. Лепяхин отмечает: «Святая Русь появляется в древнерусской литературе еще в былинах, т. е. в одном из древнейших жанров. ...Русские богатыри в былинах и защитники Руси в духовных стихах часто называются *светорусскими* или *святорусскими*. ...Святая Русь, условно говоря, изображается в стихе „ровесницей“ раю, она возникает сразу вслед за раем (может быть, вместе с ним) и где-то близко от него, к тому же в тот период, когда географическая Русь еще не существует» [Лепяхин 2005]. Философом делается поправка к написанию этого словосочетания, что связывается им с духовной ипостасью существования понятия: «В подавляющей части книг и статей о Святой Руси слово „святой“ в этом словосочетании пишется с маленькой буквы. То же правописание настойчиво предлагается в записях и публикациях фольклора. Мы считаем, что это вопрос принципиальный, и оба слова следует писать с большой буквы. Если мы пишем слово „святой“ со строчной, то тем самым подчеркиваем претензию страны на именование себя *святой* в прямом смысле. Однако такой претензии в словосочетании нет. Написание слова „Святой“ с прописной, заглавной буквы указывает на устойчивость и единство этого словосочетания, на его поэтический характер, идеальность и мистическое содержание, на его динамичность, неопределимость, невозможность привязать его к какому-либо точному географическому, пространственному местоположению, наконец, на невозможность ограничить его и временными рамками. ...Итак, „святая Русь“ может быть только на Руси, а „Святая Русь“ — повсюду, где русским духом пахнет» [Лепяхин 2005]. Энциклопедия «Русская цивилизация» толкует данное понятие аналогично: «Святая Русь — особое благодатное свойство русского народа, сделавшее его оплотом христианской веры во всем мире. Жертвенное служение идеалам добра и справедливости, стяжание Духа Святого, устремленность к безгрешности и совершенству сделали русских новым Богом избранным народом» [Платонов 2000]. Созвучны этому пониманию «освященные немеркнущим светом религиозного сознания» стихотворные строки поэта-символиста Ф. Сологуба: *Я вышел в ратное поле, / Сражаюсь за Святую Русь. / Вся жизнь моя в Божьей воле, / И я ничего не боюсь* (Ф. Сологуб. Война. 1915).

«Начиная с Н. М. Карамзина, — как свидетельствует православный историк Ф. Гайда, — „Святая Русь“ понималась как наиболее возвышенное именование Отечества» [Гайда 2013]. Метафорически сущность понятия «Святая Русь», на наш взгляд, смог пре-

красно выразить И. Бунин — это «дом, населенный могучим семейством, созданный благословенными трудами многих и многих поколений, освященный богопочитанием, памятью о прошлом и всем тем, что называется культом и культурой» («Окаянные дни»). Поскольку высокая стилиевая окраска присуща этому выражению с момента его появления, то логично предположить наличие большого количества лирических стихотворений русских поэтов о Родине. Ни одна статья о Святой Руси не обходится без цитирования строк В. А. Жуковского «*О родина святая! Какое сердце не дрожит, / Тебя благословляя!*» («Певец во стане русских воинов») и А. С. Пушкина «*Святая Русь, отечество! Я твой! / Чужбины прах с презреньем отряхну / С моих одежд...*» («Борис Годунов»). Тема Святой Руси находит отражение у Ф. Сологуба («Война»), И. Козлова («Пленный грек в темнице»), А. С. Хомякова («России»), М. Волошина («Святая Русь»), Н. Клюева («Погорельщина»), И. Северянина («Моя Россия»), В. Иванова («Милость мира»), С. Есенина («Гой ты, Русь, моя родная...») и др.

Мы не первые в истории России, у кого появилось стремление уяснить для себя, что происходит в нашем сознании с древнейшими архетипами, как меняется наше отношение к тому, что прежде вообще не подвергалось никакой ревизии. Слова, которые мы процитируем сейчас, удивляют современным звучанием, но принадлежат они жившему и творившему в XIX в. поэту В. А. Жуковскому: «*Святая Русь! Какое глубокое значение получает это слово теперь, когда видим, как все кругом нас валится, единственно от того, что оторвался от него этот общий знаменатель, к которому нельзя уже теперь привести этих мелких, разнородных дробей, ничего целого не составляющих. Святое утрачено; крепкий цемент, соединивший так твердо камни векового здания, по плану Промысла построенного, исчез, мало-помалу уничтоженный едкою деятельностью ума человеческого. Что воздвигнется и может ли что воздвигнуться на этой груде развалин — мы знать и предвидеть не можем. Между тем наша звезда, Святая Русь, сияет высоко, сияет в стороне!*» (В. А. Жуковский, 1848) [Цит. по: Киселев, Владимирова 2014: 114].

Мы также переживаем время, когда «все кругом нас валится», поэтому хочется уяснить, возможно ли возрождение «на этой груде развалин».

Прежде необходимо разобраться, что представляет из себя таящаяся в глубинах русской ментальности «Святая Русь».

Для постановки проблемы предоставим слово философу, который считает, что в менталитете современных россиян архетип «Святая Русь» претерпевает изменения. Рационализм и прагматизм, которые стали основными факторами окружающей личностности среды, затрудняют понимание содержания категории «святой». Данное понятие нередко используется в контексте, который не только искажает, но и прямо отрицает его смысл, связывая данное понятие с материальными аспектами (достаточно вспомнить торговую марку питьевой воды «Святой источник»), приравнивая понятие «святой» к другим характеристикам, означающим качество товара. Не стоит удивляться тому, что для определенного числа соотечественников понятие «Святая Русь» есть только некий товарный знак, бренд России в мире культуры. Возникает ситуация, о которой говорил И. А. Ильин, описывающий человека, еще не обретшего Родину в акте духовного самосовершенствования и не испытывавшего духовную близость с ней. Такой человек является патриотом по привычке, «любовь к родине живет... в виде неразумной предметно неопределенной склонности... Человек, скрывающий в себе такой патриотизм, не знает — ни того, что он любит, ни того, за что он это любит» [Ильин 1995: 318].

Не понимая сущности понятия «святой», наши современники отождествляют его с понятиями, обозначающими качество, идеальность объекта. Понятие «святой» ассоциируется с понятием «лучший», «образцовый», «качественный». Внедряется мысль о том, что Святая Русь — лучшая, идеальная страна, патриоты которой могут и должны получить максимум и всё лучшее. В этот перечень лучшего входят не только и не столько духовные объекты, сколько материальные. Не получая желаемого, человек начинает сомневаться в святости Руси, готов называть Россию уничижительными именами, отказать ей не только в святости, но и в ценности вообще, что повторяет события 1917 г., когда, по свидетельству М. Волошина, «и Родину народ сам выволок на гноище, как падаль» [Нарочницкая 2003: 12].

Усугубляющим фактором данной деформации является то, что нередко атрибуты, неотъемлемые черты Родины переносятся на ее образы, одним из которых является государство. В этом варианте противоречие между ожидаемым и действительным, как правило, еще нагляднее. В результате понятие «Святая Русь» воспринимается как откровенная насмешка, как индульгенция чиновникам всех рангов и вызывает отторжение. Сужение понятия Родины до госу-

дарства, т. е., по выражению И. А. Ильина, ее «положительно-правовой формы» [Ильин 1995: 331], обуславливает скепсис в восприятии и оценке Святой Руси.

Отношение к Родине как к святыне подменяется отношением к ней как партнеру: она, по определению И. И. Сандомирской, «коммерциализируется и медиализируется» [Сандомирская 2001: 22].

С развитием гражданского общества и в русской культурной среде возникает, что отмечает С. Г. Воркачев, новая гражданская личность, которая строит взаимоотношения с Родиной на договорных, рациональных основаниях. «Родина гарантирует человеку его гражданские права у себя дома и защиту за рубежом, а человек заимобразно берет на себя обязательства эту Родину защищать и быть ей лояльным — по сути это уже не любовь, а хорошие отношения» [Воркачев 2015: 118]. Место почитаемой святыни занимает сторона договора, отношение к которой зависит от выполнения ожиданий другой стороны. Реализуется принцип «где хорошо, там и Родина».

Другим вариантом искажения понятия «святой» является подмена его понятием «исключительный». Полное или практически полное отсутствие в иных национальных культурах понятий, аналогичных понятию «Святая Русь», например, «Святая Франция», «Святые США», «Святой Китай», приводит к тому, что понимание Родины как святыни рассматривается в качестве инструмента исключения России из мирового сообщества, противопоставления русской и мировой культуры. Наиболее ярко данная позиция представлена в исследованиях И. И. Сандомирской, которая в святости Родины, Руси для русского человека видит разработку и поддержку мифа о собственной уникальности, неприятие ничего извне, идентификацию всех других в качестве врагов [Сандомирская 2004: 17]. *Святая Русь*, следовательно, символ противостояния России и мира, символ русского национализма и ксенофобии, препятствие на пути к благам цивилизации, реализации прав и интересов личности. С этим согласуется вывод В. А. Пьецуха о том, что российский «патриотизм — это от бедности да еще от обиды на нашу геополитическую судьбу» [Пьецух 2006: 598]. Нет ничего удивительно в том, что недоверие, ирония в отношении понятия «Святая Русь» нарастает, а определенная часть носителей русского менталитета видит в нем символ квасного патриотизма и шовинизма, неприемлемых для современного культурного человека.

Важным аспектом искажения в современном русском менталитете архетипа Свя-

той Руси является деформация архетипа Родины-матери и замены его архетипами свекрови, тещи [Багичева 2017: 5—8]. Если мать для человека свята, а любовь ребенка к матери есть одновременно и забота, и жалость, и гордость, которая не закрывает глаза на недостатки, но никогда не сомневается в том, что данная любовь оправдана и необходима, то отношение к теще или к свекрови определяется исходя из конкретных обстоятельств. Если любовь к матери целостна, то тещу или свекровь можно любить за что-то одно и не любить за другое, в отличие от матери, они заслуживают или не заслуживают почитания. Святость Родины означает понимание ее в качестве интуитивно раскрываемой для себя человеком истины, в которой не может быть даже самой малой доли лжи и заблуждения. *Родина-теща* или *Родина-свекровь*, в отличие от *Родины-матери*, не являются источником жизни, их появление — следствие осознанных действий человека, отношение к ним связывается не только с их качествами, но и с собственной характеристикой тех, для кого это *Родина-мать*. Теща или свекровь могут перестать быть таковыми, у человека может появиться новая теща или свекровь, сдержанное отношение или даже неприязнь к ним не рассматриваются как грех или предательство. *Родина-теща* или *Родина-свекровь* не единична, оценивается не интуицией, а только эмоционально и рационально, поэтому святыней быть не может.

Лингвисту же хочется при анализе привлечь и лингвистический, и экстралингвистический материал. И здесь не обойтись без толкования слова «святой» в различных словарях, прежде всего потому, что, как было сказано выше, значение прилагательного «святой» понимается нашими современниками безотносительно к значению омонимичного существительного. Из 96 опрошенных нами студентов 1 курса ни один не провел такой параллели. Все отвечали, что «святой» — это «священный», «который самый лучший», «светлый», «любимый» и пр.

Итак, «Философский словарь» дает следующее определение: «Абсолютно чистый, совершенный. Образец святости дан жизнью Христа. В более широком смысле мы называем святыми тех усопших, кому уже уготовано небесное блаженство»; «в этике святость — нравственная чистота, моральное совершенство, праведность» [Философский словарь].

Все лингвистические толковые словари первое значение слова «святой» связывают с православием: «Святой — духовно и нравственно непорочный, чистый, совершенный;

все, что относится к Божеству, к истинам веры, предмет высшего почитания, поклонения нашего, духовный, божественный, небесный» [Даль 2015].

Словарь Д. Н. Ушакова первичным дает следующее значение: «(святой церк., устар.) 1. В религиозных представлениях — обладающий абсолютным совершенством и чистотой, божественный (религ.)» И вторичным: «7. перен. Проникнутый чем-н. высоким, возвышенный, идеальный (поэт., устар.). // Глубоко чтимый, дорогой, заветный, любимый (книжн. торж.)». В качестве иллюстрации к последнему предлагаются упомянутые нами выше стихотворные строки В. А. Жуковского и — идеологически выверенная! — цитата Молотова: «Защита социалистического отечества — святая обязанность трудящихся» [Толковый словарь русского языка. Т. 4: 110]. Фразеологическое выражение «Святая Русь» толкуется как «название Руси, России (нар.-поэт., ритор.)» [Там же].

Словарь С. И. Ожегова толкует слово аналогичным образом: «Святой — 1. В религиозных представлениях: обладающий божественной благодатью. *С. старец. С. источник. Святая вода (освящённая)*. 2. Проникнутый высокими чувствами, возвышенный, идеальный (высок.). *Святая любовь к Родине*» [Ожегов 1972: 560]. Словоупотребление «Святая Русь» как фразеологическое наименование или как иллюстрация в словаре не приводится.

Можно также заметить, что значение «проникнутый высокими чувствами, возвышенный, идеальный» с иллюстрацией «**Святая** любовь к Родине» в словаре С. И. Ожегова находится уже на 2-м месте, а не на 7-м, как в словаре Д. Н. Ушакова. И это объясняется идеологическими особенностями меняющейся политики. Но в любом случае интересующее нас значение, связанное со святой любовью к Родине, фиксируется во всех современных толковых словарях. И школьники заучивают стихи о святой Руси: *Славься, Русь, святая и земная, в бурях бед и в радости побед, / Ты одна на всей земле — родная, и тебя дороже нет* (Р. Казакова. Гимн). А строки комсомольской песни «Раньше думай о Родине, а потом о себе» (И. Шаферан. Комсомольская традиция) прямо заключали в себе схему-инструкцию действий в рамках советского, но якобы уже традиционного («Есть традиция добрая в комсомольской семье») осмысления и представления «символического образа» Родины.

В чем же тогда причина разрушения представления о святости Руси, о котором говорит философ? Почему, действительно,

Интернет изобилует статьями по поводу использования то в Красноярске, то в Туле, то в Рязани, то в Нижнем Новгороде, то еще в каком-то городе России известного плаката И. Тоидзе «Родина-мать зовет» в качестве рекламного листа распродажи обуви, воздушного газового отопления, рыбалки, розыгрыша автомобилей и т. п.? А уж глумливых изображений матери-Родины и вовсе не счесть.

Выскажем предположение о деформации самих явлений, обозначаемых словами «Русь» (название земли/государства) и «святой» (обозначение чего-то «заветного, возвышенного, идеального, проникнутого высокими чувствами» и т. п.).

Для этого разложим сочетание «Святая Русь» на отдельные слова и обратим внимание, как менялись во времени обозначаемые ими реалии и качества.

Упомянутый нами Александр Оболенский, проведя анализ словосочетания «Святая Русь», приходит к неутешительному выводу, что это «явное недоразумение», или *оксюморон* — «сочетание логически несовместимых понятий» [Оболенский 1994]. Разберемся, так ли это. Может быть, дело не в сочетаемости понятий, а в их физическом отсутствии или деформации?

Прежде всего о Руси. Словосочетание «Святая Русь» как название государства встречается, например, в манифесте императора Николая I, изданном в 1848 году по поводу революции во Франции: «По заветному примеру Православных Наших предков, призвав в помощь Бога Всемогущего, Мы готовы встретить врагов Наших, где бы они ни предстали, и не щадя Себя будем в неразрывном союзе с Святою Нашею Русью защищать честь имени Русского и неприкосновенность пределов Наших» [Иголкин 2006]. Как мы уже отмечали ранее [Багичева 2016], Октябрьская революция «отменила» понятие родины: «Рабочие не имеют отечества. У них нельзя отнять то, чего у них нет» (К. Маркс, Ф. Энгельс. Манифест Коммунистической партии). Не граждане отдельной страны теперь проживали на ее территории, а «работники всемирной великой армии труда» (А. Я. Коц. Интернационал), которым «ничего не жаль» (А. Блок. Двенадцать). Как говорил с невыразимой грустью С. Есенин: «Уж не село, а вся земля им мать» (Русь советская). После революции родина — это «эсесерша — наша мать», «бездомная, гуляющая, хмельная» (М. Волошин), «то ли девка, то ли вдова» (А. Платонов. Чевенгур), это «красная голоштанная совдепия». Трудно зажечь ореол святости над таким существом.

О возвращении отечества И. В. Сталин объявит лишь 4 февраля 1931 г. в выступ-

лении на Всесоюзной конференции работников социалистической промышленности: «В прошлом у нас не было и не могло быть отечества. Но теперь, когда мы свергли капитализм, а власть у нас, у народа, — у нас есть отечество и мы будем отстаивать его независимость» [Иголкин 2006]. Но это будет уже совсем другая Родина — социалистическая — и совсем другое государство.

После революции, когда церковь была отделена от государства, когда из передних углов в крестьянских избах были сняты иконы, с церковью сброшены кресты, разрушены храмы, само слово «святой» в прежнем его значении становится трудным для понимания. Об этом пронзительно сказал М. Волошин: *Не слышать людей, / Не видать церквей, / Ни белых монастырей, — Лежит Русь — / Разоренная, Кровавленная, опаленная* («Заклятье о русской земле»). Любое упоминание о святом и святости было вычеркнуто из жизни. В 20-е гг. в связи с введением непрерывной рабочей недели были отменены все религиозные праздники. В это время «Святая Русь лишалась любых святых имен, не только признанных церковью» [Иголкин 2006].

Революционные массы «пальнули пулей в Святую Русь» и пошли вдаль «без имени святого» (А. Блок. Двенадцать). *Святой* осталась свобода («За лучший мир, / За святую свободу») и бой («кровавый, святой и правый») (Г. Кржижановский. Варшавянка). Как стремительно уходила Святая Русь в силу своей идеологической несовместимости с новым режимом, можно проиллюстрировать историей создания песни «Смело мы в бой пойдём». Родившись в окопах Первой мировой войны (*Мы смело в бой пойдём / За Русь Святую / И, как один, прольём / Кровь молодую*), после революции песня стала своеобразным гимном одновременно и белых, и красных. Но только если в белой армии Деникина продолжали петь про Русь Святую, то в Красной армии и петь, и сражаться, и умирать призывали совсем за другое — не за страну, а за новый строй: *Смело мы в бой пойдём / За власть Советов / И как один умрем / В борьбе за это* [Курий 2012]. И это было воистину революционно новым моментом, внедряемым в сознание «товарищей». У прежнего лозунга «За царя, за Родину, за веру», формально сохранившегося в наличии все опорные слова, добавился контекст и подменилось содержание. Вера святая осталась, но эта вера была в дело революции: *С верой святой в наше дело / Дружно сомкнувши ряды, / В битву мы выступим смело / С игом проклятой нужды* (Л. Радин. Смело, товарищи, в ногу).

И царство осталось тоже, но оно стало «царством свободы»: *В царство свободы дорожу / Грудью проложим себе* (там же).

И сегодня, спустя 100 лет после Октябрьской революции, идея возрождения Святой Руси в социальной (светской) ипостаси ее бытийности так и не набрала популярности, о чем свидетельствует, в частности, Интернет. На сочетание «Святая Русь», набранное в поисковой строке, откликаются, как правило, православные сайты и стилизованные под православные одна-две стихотворные строчки песен: *Поднимись, Святая Русь, / Здесь живу я и молюсь, / И любовью был согрет. Православная страна, / Ты Россия — мать моя* (Стас Михайлов); *Россия — Родина святая, / Люблю тебя я всей душой. / Россия — ты обитель рая, / Горжусь Великою страной!* (А. Малышев).

Как отметил Святейший Патриарх Московский и всея Руси Кирилл на заседании Высшего церковного Совета Русской православной церкви 29 июня 2015 г., необходимо «изменить мировоззренческую ориентацию всего народа», но это делается «не в одночасье».

Переменить тенденцию к деформации архетипа Святой Руси возможно только в результате ненавязчивого, скрытого по форме патриотического воспитания и образования, которое позволяет человеку самостоятельно, в результате духовного самосовершенствования, открытия для себя таких понятий, как «святость», «дух», «истина», «жизнь», раскрыть понятие Родины как духовного объекта — *Чтоб добрые дела и добрые примеры, / В их древней простоте завещанные нам, / Мы цельно передать смогли своим сынам* (П. А. Вяземский).

ЛИТЕРАТУРА

1. Багичева Н. В. «Пальнем-ка пудей в Святую Русь!»: ре-визия образа Родины в пространстве интернета // Образ Родины: содержание, формирование, актуализация : материалы Междунар. науч. конф. (Москва, 21 апр. 2017 г.). — М. : МХПИ, 2017. С. 3—8.
2. Багичева Н. В., Чикаева Т. А. «Свиток, на котором отмечены все тайны бытия»: архетипы Родины-Матери в русском менталитете // Филологический класс. 2017. № 3 (49). С. 34—40.

N. V. Bagicheva
Ekaterinburg, Russia

T. A. Chikayeva
Moscow, Russia

THE ARCHETYPE OF HOLY RUSSIA IN THE RUSSIAN MENTALITY

ABSTRACT. *The article is the result of the joint observations of a philosopher and a linguist on the current state of the basic archetypes that lie in the foundation of understanding of the image of the Motherland in the Russian national mentality. Such archetypes, according to the authors, are the archetypes of «Motherland», «Mother Earth» and «Holy Russia». The study of the linguistic material of various Internet sites and forums led to the conclusion that the archetype «Motherland» is currently undergoing some changes due to the current socio-economic conditions. In this article an attempt is made to fix the stability/instability of the archetype «Holy Russia». The archetype of Holy Russia is considered in the linguistic and philosophical aspect; its close connection with Orthodoxy and archetypes «Motherland» and «Mother Earth» is indicated, which is confirmed by the texts of the oldest genres: spiritual verses and epics. The dual essence of the archetype of Holy Russia: spiritual and social (secular) forms of its existence, is noted. The analysis of philosophical, philological and some historical-philosophical theoretical works of this subject, as well as lexicographical material of dictionaries is carried out. It is noted that philosoph-*

3. Воркачев С. Г. Идея патриотизма в национальном корпусе русского языка // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. 2015. № 2 (18). С. 114—123.

4. Гаيدا Ф. Что значит «Святая Русь?» [Электронный ресурс] // Нескучный сад. 2013. 13 авг. URL: <http://www.nsad.ru/articles/chto-znachit-svyataya-rus> (дата обращения: 17.10.2017).

5. Даль В. И. Толковый словарь русского языка : 25 000 сл. — М. : АСТ, 2015. 733 с.

6. Иголкин А. А. Символы исторической памяти на страницах советских газет в 1925—1939 гг. [Электронный ресурс] // Труды Ин-та рос. истории / Рос. акад. наук, Ин-т рос. истории ; отв. ред. А. Н. Сахаров. — М. : Наука, 2006. Вып. 6. URL: <http://ebookiriran.ru/index.php?view=article§ion=8&id=83> (дата обращения: 01.11.2017).

а. Ильин И. А. Родина и мы. — Смоленск : Посох, 1995. 511 с.

7. Киселев В. С., Владимирова Т. Л. Творческая история статьи В. А. Жуковского «Письмо к кн. П. А. Вяземскому о его стихотворении „Святая Русь“»: публикация и комментарий // Вестн. Томск. гос. ун-та. Филология. 2014. № 3 (29). С. 109—124.

8. Курий С. Песни революций [Электронный ресурс] // Время Z. 2012. № 2. URL: <https://shkolazhizni.ru/culture/articles/57902/> (дата обращения: 13.11.2017).

9. Лепяхин В. Иконичный образ святости: пространственные, временные, религиозные и историософские категории Святой Руси [Электронный ресурс]. Ч. I // Православие.ru : интернет-журн. 2005. 18 июн. URL: <http://www.pravoslavie.ru/jurnal/050618142237.htm> (дата обращения: 13.11.2017).

10. Нарочницкая Н. А. Россия и русские в мировой истории. — М. : Междунар. отношения, 2003. 536 с.

11. Оболенский А., кн. Свята ли Русь? [Электронный ресурс] // Новое русское слово. — Нью-Йорк. 1994. 14 окт. С. 33—34. URL: http://krotov.info/lib_min/15_o/bo/lensky.htm (дата обращения: 01.11.2017).

12. Ожегов С. И. Словарь русского языка / под ред. Н. Ю. Шведовой. 9-е изд., испр. и доп. — М. : Советская энциклопедия, 1972.

13. Платонов О. А. Святая Русь [Электронный ресурс] : энциклопедический слов. русской цивилизации. — Энциклопедия русской цивилизации, 2000. URL: <https://eknigi.org/religija/114051-svyataya-rus-yenciklopedicheskij-slovar-russkoj.html> (дата обращения: 17.10.2017).

14. Пьещух В. Низкий жанр. — М. : Зебра Е, 2006. 749 с.

15. Сандомирская И. Родина в советских и постсоветских дискурсивных практиках // ИНТЕРАкция. ИНТЕРвью. ИНТЕРпретация. 2004. № 2—3. С. 16—26.

16. Сандомирская И. И. Книга о Родине. Опыт анализа дискурсивных практик. — Wien : Gesellschaft zur Förderung slawistischer Studien, 2001. 281 S.

17. Толковый словарь русского языка. Т. 4 / сост. В. В. Виноградов, Г. О. Винокур, Б. А. Ларин [и др.] ; под ред. Д. Н. Ушакова. — М. : Русские словари, 1994. 754 с.

18. Философский словарь [Электронный ресурс]. URL: https://gufo.me/dict/philosophy_dict/%D0%A1%D0%B2%D1%8F%D1%82%D0%BE%D0%B9#ixzz4yRKHmPnh (дата обращения: 17.10.2017).

ical and modern linguistic dictionaries connect the concept of «Holiness» first of all with Orthodoxy, such correlation is not observed among the representatives of the younger generation of native speakers, who define «Holy» as «best», «sacred», etc. The conclusion is made about the destruction of the archetype in the social (secular) reality that deals with extralinguistic causes of the destruction of the archetype, among which are rationalism and pragmatism of the modern person and the loss of understanding of the Motherland as a spiritual object.

KEYWORDS: archetypes; Russian mentality; Orthodoxy; Motherland; Mother Earth; Holy Russia; patriotism.

ABOUT THE AUTHORS: Bagicheva Nadezda Vasiljevna, Candidate of Philology, Ural State Pedagogical University, Ekaterinburg, Russia.

Chikaeva Tat'jana Aleksandrovna, Candidate of Philosophy, Moscow Art-Industrial Institute, Moscow, Russia.

REFERENCES

1. Bagicheva N. V. «Pal'nem-ka puley v Svyatuyu Rus'!»: reviziya obraza Rodiny v prostranstve interneta // *Obraz Rodiny: sodержanie, formirovanie, aktualizatsiya* : materialy Mezhdunar. nauch. konf. (Moskva, 21 apr. 2017 g.). — M. : MKhPI, 2017. S. 3—8.
2. Bagicheva N. V., Chikaeva T. A. «Svitok, na kotorom otmecheny vse tajny bytiya»: arkhetypy Rodiny-Materi v ruskom mentalitete // *Filologicheskij klass*. 2017. № 3 (49). S. 34—40.
3. Vorkachev S. G. Ideya patriotizma v natsional'nom korpusе russkogo yazyka // *Aktual'nye problemy filologii i pedagogicheskoy lingvistiki*. 2015. № 2 (18). S. 114—123.
4. Gayda F. Chto znachit «Svyataya Rus'»? [Elektronnyy resurs] // *Neskuchnyy sad*. 2013. 13 avg. URL: <http://www.nsad.ru/articles/chto-znachit-svyataya-rus> (data obrashcheniya: 17.10.2017).
5. Dal' V. I. *Tolkovyy slovar' russkogo yazyka* : 25 000 sl. — M. : AST, 2015. 733 s.
6. Igolkin A. A. Simvoly istoricheskoy pamyati na strantsakh sovetskikh gazet v 1925—1939 gg. [Elektronnyy resurs] // *Trudy In-ta ros. istorii / Ros. akad. nauk, In-t ros. istorii* ; otv. red. A. N. Sakharov. — M. : Nauka, 2006. Vyp. 6. URL: <http://ebookiriran.ru/index.php?view=article§ion=8&id=83> (data obrashcheniya: 01.11.2017).
7. Il'in I. A. *Rodina i my*. — Smolensk : Posokh, 1995. 511 s.
8. Kiselev V. S., Vladimirova T. L. *Tvorcheskaya istoriya stat'i V. A. Zhukovskogo «Pis'mo k kn. P. A. Vyazemskomu o ego stikhotvorenii „Svyataya Rus'“»*: publikatsiya i kommentariy // *Vestn. Tomsk. gos. un-ta. Filologiya*. 2014. № 3 (29). S. 109—124.
9. Kuriy S. *Pesni revolyutsiy* [Elektronnyy resurs] // *Vremya Z*. 2012. № 2. URL: <https://shkolazhizni.ru/culture/articles/57902/> (data obrashcheniya: 13.11.2017).
10. Lepakhin V. *Ikonichnyy obraz svyatosti: prostranstvennye, vremennye, religioznye i istoriosofskie kategorii Svyatoy Rusi* [Elektronnyy resurs]. Ch. I // *Pravoslavie.ru* : internet-zhurn. 2005. 18 iyun. URL: <http://www.ppravoslavie.ru/jurnal/050618142237.htm> (data obrashcheniya: 13.11.2017).
11. *Narochnitskaya N. A. Rossiya i russkie v mirovoy istorii*. — M. : Mezhdunar. otnosheniya, 2003. 536 s.
12. Obolenskiy A., kn. *Svyata li Rus'?* [Elektronnyy resurs] // *Novoe russkoe slovo*. — N'yu-York. 1994. 14 okt. S. 33—34. URL: http://krotov.info/libr_min/15_o/bo/lensky.htm (data obrashcheniya: 01.11.2017).
13. *Ozhegov S. I. Slovar' russkogo yazyka / pod red. N. Yu. Shvedovoy. 9-e izd., ispr. i dop.* — M. : Sovetskaya entsiklopediya, 1972.
14. *Platonov O. A. Svyataya Rus'* [Elektronnyy resurs] : entsiklopedicheskiy slov. russkoy tsivilizatsii. — Entsiklopediya russkoy tsivilizatsii, 2000. URL: <https://eknigi.org/religija/114051-svyataya-rus-yenciklopedicheskij-slovar-russkoj.html> (data obrashcheniya: 17.10.2017).
15. *Petsukh V. Nizkiy zhanr*. — M. : Zebra E, 2006. 749 s.
16. *Sandomirskaya I. Rodina v sovetskikh i postsovetskikh diskursivnykh praktikakh* // *INTERaktsiya. INTERv'yu. INTERpretatsiya*. 2004. № 2—3. S. 16—26.
17. *Sandomirskaya I. I. Kniga o Rodine. Opyt analiza diskursivnykh praktik*. — Wien : Gesellschaft zur Förderung slawistischer Studien, 2001. 281 S.
18. *Tolkovyy slovar' russkogo yazyka. T. 4 / sost. V. V. Vinogradov, G. O. Vinokur, B. A. Larin [i dr.] ; pod red. D. N. Ushakova*. — M. : Russkie slovari, 1994. 754 s.
19. *Filosofskiy slovar'* [Elektronnyy resurs]. URL: https://gufo.me/dict/philosophy_dict/%D0%A1%D0%B2%D1%8F%D1%82%D0%BE%D0%B9#ixzz4yRKHMpnh (data obrashcheniya: 17.10.2017).

Д. С. Бородина
Симферополь, Россия

АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК В СПЕЦИАЛИЗИРОВАННОМ ДОМЕНЕ ШВЕДСКОЙ ДЕЛОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

АННОТАЦИЯ. В статье рассматриваются вопросы перехода домена деловой коммуникации от шведского к английскому языку. Актуальность исследования обусловлена тем, что аналогичные процессы перераспределения языков в отдельных доменах в пользу английского с ущербом для национального языка характерны для многих европейских стран. В ходе исследования выполнен обзор предпосылок, определяющих выбор языка участниками коммуникации. Новизна исследования видится в том, что предлагается подход к рассмотрению так называемой потери домена в связи с прагматической обусловленностью выбора языка, обеспечивающего взаимодействие участников языковой ситуации. Описаны предпосылки, вызывающие проблему ассимиляции участников интранациональной деловой коммуникации. Автор выдвигает положение о том, что статус английского как языка деловой коммуникации определяется не отношениями домена и языка, а отношениями между участниками делового сообщества и контекстами коммуникативных ситуаций. Корпоративная языковая политика прямо или косвенно воздействует на каждого, кто занят в корпорации, и это воздействие не ограничивается конкретным доменом, но опосредованно оказывает влияние на отношение к многоязычию и межкультурной коммуникации во всем обществе. В домене транснациональной деловой коммуникации шведских многонациональных корпораций, работающих в глобальном экономическом пространстве, английский является официальным языком, в дополнение к которому могут использоваться языки тех стран, где находятся подразделения корпораций. В домене интранациональной деловой коммуникации компаний, работающих на внешний рынок, английский является основным действующим языком, в дополнение к которому может использоваться шведский язык.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: деловая коммуникация; корпоративный английский язык; шведский язык; взаимодействие языков.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ: Бородина Дарья Сергеевна, кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры иностранных языков № 1, Крымский федеральный университет; 295007, Россия, г. Симферополь, пр-т Акад. Вернадского, 4; e-mail: dasha_tnu@mail.ru.

Введение. В условиях глобализации переход отдельных областей специализированной коммуникации из разряда интранациональных в разряд транснациональных направлен от национального языка к английскому языку (АЯ). Такой переход трактуется как потеря домена, в процессе которой участники специализированной коммуникации осознают себя членами международного сообщества, где их национальная принадлежность может служить только дополнительной характеристикой.

Концепт домена в скандинавской дискуссии о потере доменов определяется как область социальной практики, которую можно идентифицировать на основе природы и социальных характеристик этой практики, ее локализации во времени и пространстве и специфических для данного домена ролевых отношений, соотнесенности с областью знания, характеризуемой средствами профессиональной коммуникации в данном языке [Haberland 2005: 231; Preisler 2005: 244].

Деловая коммуникация — это область коммуникации, которая четко определяется ее прагматической направленностью на профессиональное взаимодействие в специфической языковой среде. Языком глобализованного международного делового общения является английский, который служит контактным языком в международных экономических отношениях и в деятельности международных компаний. По аналогии с термином «английский как *lingua franca*» мы предлагаем называть его «английский как *lingua corporativa*», т. е. английский как корпоративный язык.

Корпоративная языковая политика прямо или косвенно воздействует на каждого, кто занят в корпорации, и это воздействие не ограничивается конкретным доменом, но опосредованно оказывает влияние на отношение к многоязычию и межкультурной коммуникации во всем обществе [Thomas 2008: 308].

Цель статьи — проанализировать статус английского языка (АЯ), используемого как *lingua corporativa* деловой коммуникации, и отношения к нему в деловом сообществе на примере Швеции.

Швеция сегодня — это многоязычная страна, часть глобализованного мира, и естественно, что шведские компании используют английский как корпоративный язык в многоязычных контекстах международного бизнеса [Gunnarsson 2013: 162]. Хотя английский язык служит активно действующим и общепринятым корпоративным языком, его уровень далеко не всегда адекватен требованиям коммуникативной ситуации [Rönnlöf 2014].

Г. Линдаль (*Goran Lindahl*), президент шведско-швейцарского технологического гиганта *ABB*, назвал принятый в компании корпоративный язык «бедным английским» (*poor English*), имея в виду, что он ограничен областью интересов концерна. Компания *ABB*, лидер в информационных технологиях, электротехнике, энергетическом машиностроении, официально перешла на английский язык со дня слияния в 1988 г. шведской компании *ASEA* и швейцарской *Brown, Boveri & Cie*. Офисы и производственные мощности концерна располагаются на территории Швеции, Швейцарии, Германии, Италии, России, Франции, Чехии, Индии, Китая, Пор-

тугалии, Бразилии и т. д. Использование АЯ дает им возможность привлекать лучших специалистов, интегрировать свои филиалы во всех регионах мира и успешно конкурировать на мировом рынке [Agrowing... 2014].

Один из создателей концерна АВВ П. Барневик, по инициативе которого английский был объявлен официальным языком, настаивал, чтобы каждый менеджер АВВ хорошо владел АЯ, хотя, по его наблюдениям, реально этому критерию отвечали только 30 % руководящего состава. Недостаточное владение АЯ, по утверждению П. Барневика, ведет к неправильной оценке ситуации, принятию ошибочных решений, возникновению проблем взаимопонимания и потерям в бизнесе [Barnevik 2011: 331].

Примером другой международной шведской компании, использующей корпоративный АЯ на всех уровнях, может служить ScaniaAB, производитель грузовых автомобилей, автобусов, промышленных и морских двигателей с 1920 г., имеющий филиалы в Германии, Франции, Нидерландах, Аргентине, Бразилии, Польше и России.

«Скания» отбирает будущих сотрудников среди выпускников шведских университетов и, как пишет стажер «Скания» С. Хеглунд, первым пунктом требований к ним является свободное владение АЯ. По условиям контракта, стажеры обязаны вести блоги в социальных сетях по-английски, и ниже приводятся несколько выдержек из блога С. Хеглунд (с сохранением грамматических и орфографических отклонений, которые она допускает): *...they have even encourage us to, write in English... Everything you write is in English and most of the meetings are also conducted in English. And English is perhaps the only language I feel comfortable speaking accept from Swedish, but I'm very impressed by my colleagues that answers the phone in different languages depending on who is calling. (...Они побуждают нас писать по-английски... Все, что вы пишете, — на английском, и большинство заседаний также проводится на английском. Английский, возмозжно, единственный язык, говоря на которм я себя комфортно чувствую, за исключением шведского. На меня производят глубокое впечатление коллеги, которые говорят по телефону на разных языках, в зависимости от того, кто звонит)* [Höglund 2013] (здесь и далее перевод автора. — Д. Б.).

Уровень владения английским языком, демонстрируемый С. Хеглунд, вероятно, не является исключением, поэтому «Скания», как и другие международные компании Швеции, целенаправленно проводит обучение

шведских сотрудников английскому языку и языкам стран пребывания, а иностранных специалистов в Швеции — шведскому языку. Для этого привлекаются специализированные организации, как, например, *Swedish for Professionals*, которая ведет профессионально ориентированные языковые курсы шведского для иностранных специалистов, работающих в Швеции, и иностранных языков для шведских работников компаний, обеспечивая им необходимые языковые и межкультурные навыки. Обучение начинается с того, что людям, далеким от лингвокультурологии, дают основы языкового поведения в многоязычной и мультикультурной среде и готовят к тому, чтобы недостаточное знание языка не оказало негативного воздействия на интересы бизнеса [Swedish for... 2017].

Большинство пользователей корпоративного английского языка не являются носителями АЯ и не стремятся к тому, чтобы приблизиться к их уровню в произношении и грамматике. Деловое сообщество по определению многонационально, мобильно и открыто для коммуникации между людьми, имеющими самые разные уровни владения английским языком [Frederiksen 2014: 2—3]. В то же время исследователи обращают внимание на тот факт, что вопрос владения специальной лексикой часто становится критическим в ситуациях, когда идет обсуждение на английском языке и необходимо принимать важные для компании решения. Недостаточное знание специализированного словаря не позволяет участникам дискуссии отстаивать свою позицию, и в результате могут быть не учтены какие-либо серьезные факторы [Piekkari 2013: 31].

Государство не регулирует корпоративную языковую политику шведского бизнеса. В информационном бюллетене шведского правительства (2016) «Корпоративная социальная ответственность» (*Corporate social responsibility*), где изложены основные факторы развития международной конкурентоспособности шведских компаний, нет рекомендаций по поводу выбора АЯ или других языков функционирования [The Swedish Government 2016].

По мнению эстонского социолингвиста М. Сиинер, управление корпоративной языковой политикой в многоязычных контекстах шведского бизнеса имеет место даже там, где это официально не декларируется. Анализируя языковую ситуацию в филиалах шведских банков, работающих в странах Балтии, она указывает, что их руководство проводит еженедельный анализ взаимосвязи использования английского, шведского и других языков и продуктивности финансовых операций [Siiner 2017: 61].

В небольших шведских отделениях международных компаний, в организациях малого и среднего бизнеса, чья деятельность ориентирована на международных потребителей, официальная языковая политика не проводится, но техническое описание и сопроводительные документы выполняются на АЯ, соответствующее владение которым является обязательным. Выбор языка коммуникации на рабочем месте (*a language of work place communication*) и/или в неофициальной обстановке определяется участниками коммуникативных ситуаций.

В качестве примера приведем выдержки из интервью с сотрудниками небольшого стокгольмского отделения финско-шведской компании *Tieto Oyj*, разрабатывающей и производящей аналоговое и цифровое оборудование, программное обеспечение, информационные технологии. Штаб-квартира компании находится в Хельсинки, а в стокгольмском филиале занят коллектив из 100—150 сотрудников, иностранных и шведских менеджеров, дизайнеров, инженеров и техников. Беседы с отдельными сотрудниками *Tieto* автор данной статьи проводила 13—16 июня 2016 г. в рамках Летней школы по тестированию в Университете Хальмстада, в работе которой принимала участие группа системных аналитиков и тестировщиков программного обеспечения из указанной компании.

Иностранные специалисты в филиале *Tieto* составляют до 80 % всех программистов и тестировщиков, и это иммигранты из арабских стран, Индии, Ирана, Китая, Юго-Восточной Азии, выходцы из стран Евросоюза и Восточной Европы. Все они прошли в различных университетах магистерские программы на АЯ, и он служит для них рабочим языком, но уровень владения значительно различается. В приводимых ниже примерах, записанных автором в процессе бесед с сотрудниками *Tieto*, сохраняются особенности их английской речи.

Информант Дж. П., албанка, получила степень магистра на англоязычной программе в Стокгольмском университете. На работе она говорит по-английски: *For my work it's only English. I understand some people when they talk in Swedish but I just respond in English* (Для работы — только английский. Я понимаю некоторых людей, когда они говорят по-шведски, но отвечаю только по-английски).

Она училась на курсах шведского языка для иммигрантов, но знает его недостаточно: *Talking in Swedish you spend a lot of energy and you need to think before you want to say something so just English comes out so*

easy (Когда говоришь по-шведски, тратишь много энергии, и надо думать, прежде чем что-то сказать, поэтому на английском выходит легче). Дж. П. замечает, что ее шведские коллеги на проводимых фирмой еженедельных неформальных корпоративных мероприятиях говорят только по-шведски, тем самым исключая из круга общения ее и других сотрудников иностранного происхождения: *Some Swedish people don't switch to English. I've been in the situation where everyone is Swedish and I am the only person who doesn't know it but they keep going Swedish. So, they don't pay attention that you are not understanding* (Некоторые шведы не переключаются на английский. Я была в ситуациях, где все — шведы, и я единственная, кто не знает шведского, но они продолжают говорить по-шведски. Они не обращают внимания, что вы не понимаете).

Аналогичная ситуация случается и на рабочем месте, когда она, как системный аналитик, предлагает решение какого-либо вопроса, а шведские коллеги переходят на шведский язык: *When you are talking with Swedish people you know then maybe someone comes and then the conversation changes to Swedish again, you don't feel like stable Swedish* (Когда говоришь со шведами, знаешь, что кто-то еще может подойти, и тогда разговор между ними пойдет по-шведски, и вы чувствуете себя неловко, поскольку недостаточно владеете шведским). Поэтому она предпочитает дружить и проводить свободное время вместе с несколькими албанцами, которые работают в других отделах.

Информант А. Х., сириец, учившийся на англоязычных программах в университетах Литвы, Германии и Швеции, понимает, что английский — это его профессиональный язык, и на работе говорит только по-английски: *English is international and the language of all my studies and the scientific vocabulary for physics, electronics, and mathematics is all in English. Having learned words in English, it is difficult to learn them in another language. Mostly I always speak here in English. Sometimes they speak with me in Swedish but I replied automatic in English* (Английский — международный язык и язык всех моих учебных курсов, и научный словарь физики, электроники и математики — весь на английском. Выучив слова на АЯ, трудно учить их на другом языке. В основном я всегда говорю здесь по-английски. Иногда они говорят со мной по-шведски, но я автоматически отвечаю по-английски).

В его отделе есть коллега арабского происхождения, с которым он говорит на ра-

боте только по-английски, а по-арабски — во время ланча и во вне рабочее время.

Информант Л. Ш., китайка, получила техническое образование в Китае, приехала в Швецию по программе обмена и здесь прошла еще одну магистерскую программу на английском языке: *We talk some technique we use English. Because a lot of technique word is come from English. So, it's easier understand... a lot of the document must use the English. I would actually prefer to use Chinese for work, even though technical terms are in English, simply because it is my mother tongue (Мы обсуждаем технические вопросы по-английски. Потому что много технических слов пришло из английского. Легче понимать... многие документы должны быть на английском. Я бы предпочла использовать китайский для работы, даже если технические термины на английском, потому что это мой родной язык).*

Л. Ш. освоила профессиональный английский язык, обучаясь в стокгольмском университете, и прилагает немало усилий, чтобы выучить разговорный шведский. Со своими китайскими друзьями она также старается говорить по-английски или по-шведски. Она не испытывает эмоционального дискомфорта, говоря со шведами по-английски или по-шведски, и предпочитает ходить на ланч со шведскими коллегами, чтобы практиковаться в шведском языке.

Очевидно, что шведские специалисты используют английский в профессиональной коммуникации, включающей всех участников, английский и шведский — в коммуникации, включающей только шведов. Иностранцы используют три языка: английский — в профессиональной коммуникации, свой этнический язык — в общении с соотечественниками и ограниченный шведский — в случае необходимости или для развития разговорных навыков. Они признают, что знание шведского языка является необходимым условием для успешной интеграции и ассимиляции в стране.

Информант Дж. П. объясняет, что для проживания и работы в Швеции недостаточно владеть только английским языком: *I think you can be more integrated with the Swedish people or the Swedish society... When I was taking a Swedish course at university, I had a better understanding of society... When I'm watching the... walls in the street or like some newspaper or something in the metro then at least I understand like, what they saying, not to be so stranger in the society (Я думаю, что надо больше интегрироваться в шведское общество. Когда я брала курс шведского языка в университете, я лучше понимала*

шведское общество... Когда я вижу уличную рекламу, читаю шведские газеты, объявления в метро, я хотя бы понимаю, о чем там говорится, чтобы не быть чужой в этом обществе).

Информант А. Х. разделяет это мнение, но считает, что освоить шведский труднее, чем освоить немецкий, поскольку шведы не только более закрыты, чем немцы, но и настороженно относятся к иностранцам. Поэтому ему удается говорить по-шведски только со шведскими коллегами на работе.

Информант Л. Ш. к необходимости знать шведский язык относится практически, поскольку считает, что необходимо овладеть языком страны, в которой она живет. Она отмечает, что ей трудно овладеть разговорными навыками, но объясняет это своими недостаточными способностями к изучению языков.

Выводы. Повсеместное использование АЯ в деловой коммуникации и переключение с шведского языка на английский — это привычная практика всех шведских многонациональных компаний. Этот феномен не означает потерю шведским языком домена деловой коммуникации. Социальная практика шведского бизнеса доказывает, что выбор языка определяется не отношениями домена и языка, а отношениями между участниками сообществ, существующих в этом окружении, тематикой обсуждения и контекстом коммуникативной ситуации.

В целом в домене транснациональной деловой коммуникации шведских многонациональных корпораций, работающих в глобальном экономическом пространстве, английский является официальным языком, в дополнение к которому могут использоваться языки тех стран, где находятся подразделения корпораций. В домене интранациональной деловой коммуникации компаний, работающих на внешний рынок (а таких большинство, поскольку шведская экономика ориентирована на экспорт), английский является основным действующим языком, в дополнение к которому может использоваться шведский язык. Таким образом, глобальный рынок требует использовать английский как основной язык коммуникации, а выбор дополнительного языка ситуативен, поскольку определяется контекстами, участниками и целями коммуникативных ситуаций.

ЛИТЕРАТУРА

1. A growing number of firms worldwide are adopting English as their official language [Electronic resource] // *Businessinsider. The Economist*. 2014. 18 Feb. URL: <http://www.businessinsider.com/firms-adopt-english-as-official-language-2014-2>.
2. Barnevik P. Jag villförändravärlden [I Want to Change the World]. — Stockholm : Bonnier, 2011. 489 s.
3. Frederiksen D. BELF in the workplace: a linguistic ethnographic study. An observation of English as a lingua franca used

by employees at a Swedish company [Electronic resource] / Sockholms Universitet, Department of English. 2014. URL: <http://www.diva-portal.se/smash/get/diva2:784843/FULLTEXT01.pdf>.

4. Gunnarsson B.-L. Multilingualism in the workplace // Annual Review of Applied Linguistics. 2013. N 33. P. 162—189.

5. Haberland H. Domains and domain loss // The Consequences of Mobility: Linguistic and Sociocultural Contact Zones / B. Preisler, A. Fabricius, H. Haberland, S. Kjærbeck, K. Risager (eds.). — Roskilde : Roskilde Univ., 2005. P. 227—237.

6. Höglund S. Scania — an international Company [Electronic resource]. 2013. 12 Feb. URL: <https://www.scania.com/group/en/scania-an-international-company/>.

7. Piekkari P., Oxelheim L., Randøy T. The Role of Language in Corporate Governance: The Case of Board Internationalization. — Stockholm : Research Institute of Industrial Economics, 2013. 60 p. (IFN Working Paper ; N 974).

8. Preisler B. Deconstructing 'the domain of science' as a sociolinguistic entity in EFL societies: The relationship between English and Danish in higher education and research / The Con-

sequences of Mobility: Linguistic and Sociocultural Contact Zones / B. Preisler, A. Fabricius, H. Haberland, S. Kjærbeck, K. Risager (eds.). — Roskilde : Roskilde Univ., 2005. P. 238—248.

9. Rönnlöf H. Language practices in the workplace. Ethnographic insights from two multilingual companies in Sweden [Electronic resource] / Sockholms Universitet, Department of English. 2014. URL: <http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:733464/FULLTEXT01>.

10. Siiner M. Swedishization or Internationalization? Negotiating the Common Language and Culture in a Swedish-Baltic Financial Institution // Language Policy Beyond the State. Vol. 14. — Springer International, 2017. P. 61—80.

11. Swedish for Professionals [Electronic resource]. 2017. URL: <http://swedishforprofessionals.com/Swedish-courses-for-companies/>.

12. The Swedish Government policy for corporate social responsibility : Fact sheet / The Ministry of Enterprise and Innovation. 2016.

13. Thomas C. A. Bridging the Gap between Theory and Practice: Language Policy in Multilingual Organisations // Language Awareness. 2008. N 17(4). P. 307—325.

D. S. Borodina

Simferopol, Russia

ENGLISH IN ASPECIALIZED DOMAIN OF SWEDISH BUSINESS COMMUNICATION

ABSTRACT. *The article discusses the questions of transition of business communication domain from Swedish to English. The urgency of this research is caused by the fact that similar processes of the shift of language roles takes place in different European countries in favor of the English language detrimentally to the national language. The research provides an overview of the prerequisites determining the choice of the language by communication participants. The novelty of this research is in the fact that it focuses on the so-called loss of domain due to pragmatic choice of the language that provides communication between the participants. The article describes prerequisites of the problem of assimilation of an international business communication participants. The article argues that the status of the English language as the language of business is determined not by the relations between the domain and the language, but by the relations between communication partners and the contexts of business communication. The corporate language policy influences everyone working for the corporation directly or indirectly, and this influence is not limited by a certain domain, but it has an impact of the attitude to multilingualism and intercultural communication in the whole society. In the domain of transnational business communication of the Swedish corporations working in the global economic space English is the official language, besides it is possible to speak languages of the countries where the branches are situated. In the domain of international business communication of the companies working in the international market English is the main language, but Swedish is also used.*

KEYWORDS: *business communication; corporate English; Swedish; language cooperation.*

ABOUT THE AUTHOR: *Borodina Daria Sergeevna, Candidate of Philology, Associate Professor, Foreign Languages Department №1, Crimean Federal University, Simferopol, Russia.*

REFERENCES

1. A growing number of firms worldwide are adopting English as their official language [Electronic resource] // Businessinsider. The Economist. 2014. 18 Feb. URL: <http://www.businessinsider.com/firms-adopt-english-as-official-language-2014-2>.

2. Barnevik P. Jag villförändravärlden [I Want to Change the World]. — Stockholm : Bonnier, 2011. 489 s.

3. Frederiksen D. BELF in the workplace: a linguistic ethnographic study. An observation of English as a lingua franca used by employees at a Swedish company [Electronic resource] / Sockholms Universitet, Department of English. 2014. URL: <http://www.diva-portal.se/smash/get/diva2:784843/FULLTEXT01.pdf>.

4. Gunnarsson B.-L. Multilingualism in the workplace // Annual Review of Applied Linguistics. 2013. N 33. P. 162—189.

5. Haberland H. Domains and domain loss // The Consequences of Mobility: Linguistic and Sociocultural Contact Zones / B. Preisler, A. Fabricius, H. Haberland, S. Kjærbeck, K. Risager (eds.). — Roskilde : Roskilde Univ., 2005. P. 227—237.

6. Höglund S. Scania — an international Company [Electronic resource]. 2013. 12 Feb. URL: <https://www.scania.com/group/en/scania-an-international-company/>.

7. Piekkari P., Oxelheim L., Randøy T. The Role of Language in Corporate Governance: The Case of Board Internationalization. — Stockholm : Research Institute of Industrial Economics, 2013. 60 p. (IFN Working Paper ; N 974).

8. Preisler B. Deconstructing 'the domain of science' as a sociolinguistic entity in EFL societies: The relationship between English and Danish in higher education and research / The Consequences of Mobility: Linguistic and Sociocultural Contact Zones / B. Preisler, A. Fabricius, H. Haberland, S. Kjærbeck, K. Risager (eds.). — Roskilde : Roskilde Univ., 2005. P. 238—248.

9. Rönnlöf H. Language practices in the workplace. Ethnographic insights from two multilingual companies in Sweden [Electronic resource] / Sockholms Universitet, Department of English. 2014. URL: <http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:733464/FULLTEXT01>.

10. Siiner M. Swedishization or Internationalization? Negotiating the Common Language and Culture in a Swedish-Baltic Financial Institution // Language Policy Beyond the State. Vol. 14. — Springer International, 2017. P. 61—80.

11. Swedish for Professionals [Electronic resource]. 2017. URL: <http://swedishforprofessionals.com/Swedish-courses-for-companies/>.

12. The Swedish Government policy for corporate social responsibility : Fact sheet / The Ministry of Enterprise and Innovation. 2016.

13. Thomas C. A. Bridging the Gap between Theory and Practice: Language Policy in Multilingual Organisations // Language Awareness. 2008. N 17(4). P. 307—325.

В. А. Каменева, Н. В. Рабкина, Л. А. Араева, О. Н. Горбачева
Кемерово, Россия

**К ВОПРОСУ О ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКОМ АППАРАТЕ ВИЗУАЛЬНОЙ СТИЛИСТИКИ ТЕКСТА:
ВИЗУАЛЬНЫЕ СТИЛИСТИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА В СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЕ**

АННОТАЦИЯ. В статье обобщаются и систематизируются теоретико-практические данные о визуальных стилистических средствах, признанных отечественными и зарубежными учеными. К этим средствам относятся визуальная метафора, визуальное сравнение, визуальная аллюзия, визуальная синекдоха, визуальная гипербола, визуальная литота, визуальный граффон, визуальное олицетвление, визуальное олицетворение и визуальная градация. Анализируется система визуальных стилистических средств, используемых в социальной интернет-рекламе, нацеленной на глобального пользователя. В лист таргетирования глобальной социальной интернет-рекламы входят проблемы, лишенные этнокультурной маркировки: защита окружающей среды; безопасность на дорогах и на рабочем месте; предупреждение преступности; борьба с курением, наркоманией и алкоголизмом; пропаганда правильного питания; предупреждение заболеваний; призывы к толерантности, сохранению мира; пропаганда донорства; привлечение внимания к проблемам немущих, пожилых и сирот; пропаганда значимости образования; коррекция поведения в общественном транспорте, семье и обществе. В круг таргетируемых социальных проблем нидерландскоязычной социальной рекламы вошли темы «Семейные проблемы», «Болезни и здоровый образ жизни», «Толерантность в обществе», «Жизнь общества и поведение в общественных местах», «Проблемы окружающей среды и защита», «Миграция и благотворительность», «Права женщины», «Нарушение правил дорожного движения». Сравнительный анализ визуальных стилистических средств социальной интернет-рекламы с англоязычным и нидерландскоязычным вербальным компонентом подтверждает гипотезу о том, что на глобальном уровне формирование визуальной стилистики протекает более активно, чем на локальном. Уточняется понятийно-терминологический аппарат визуальной стилистики.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: визуальные коммуникации; визуальный код; визуально-когнитивные единицы; прагматический потенциал; социальная реклама; рекламный дискурс.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ: Каменева Вероника Александровна, доктор филологических наук, профессор кафедры английской филологии, Кемеровский государственный университет; 650000, г. Кемерово, ул. Красная, 6, корп. 5, к. 6409; e-mail: russia_science@mail.ru.

Рабкина Надежда Владимировна, кандидат филологических наук, доцент кафедры переводоведения и лингвистики, Кемеровский государственный университет; 650000, г. Кемерово, ул. Красная, 6, корп. 5, к. 6413; e-mail: nrabkina@mail.ru.

Араева Людмила Алексеевна, доктор филологических наук, заведующий кафедрой стилистики и риторики, Кемеровский государственный университет; 650000, г. Кемерово, ул. Красная, 6, корп. 5, к. 6216; e-mail: araeva@list.ru.

Горбачева Ольга Николаевна, кандидат филологических наук, учитель иностранного языка, средняя общеобразовательная школа № 19; 650001, Россия, г. Кемерово, ул. Назарова, д. 8; e-mail: olga-go2005@yandex.ru.

Под влиянием новых коммуникативных реалий, связанных с техническим прогрессом, происходят трансформации коммуникативных процессов и возникают новые способы и формы передачи информации. Интернет-коммуникация позволяет воздействовать на глобального реципиента, владеющего английским языком, но неоднородного по своей культурной принадлежности, что приводит к созданию и активной эксплуатации в таких текстах визуальных стилистических средств. Это, в свою очередь, способствует становлению и развитию целостной системы визуальных средств, предназначенных для передачи информации глобальному реципиенту.

Прагматический потенциал визуального компонента креолизованных текстов уже несколько десятилетий находится в центре исследовательского внимания специалистов различных областей научного знания: лингвистов, культурологов, политологов, психологов и историков [Arnheim 1969; Averbukh 2001; Feinstein 1982]. Одним из самых плодотворных источников материала для изучения креолизованных текстов является социальная интернет-реклама, направленная на глобального реципиента [Каменева 2015;

Freimuth 1985; Lynn 1974; Rotfeld 2002; Salmon 2003; Wallack 1995; Wolburg 2001]. Тот факт, что креолизованные тексты социальной рекламы инкорпорируют знаки различных семиотических систем [Bell 1990; Beasley 2002; Goldman 1996], позволяет ей активно эксплуатировать визуальные стилистические средства в целях более эффективного воздействия на глобальную аудиторию, представители которой по определению могут принадлежать к различным лингвокультурам.

В данной статье представлен сравнительный анализ визуальных стилистических средств социальной интернет-рекламы с англоязычным и нидерландскоязычным вербальным компонентом. Все образцы рекламы для материала исследования статичны, не содержат активных гиперссылок, не имеют аудиального сопровождения или динамичного видеоряда. В ходе анализа выявлены и проанализированы следующие визуальные стилистические средства: визуальная метафора, визуальное сравнение, визуальная аллюзия, визуальная синекдоха, визуальная гипербола, визуальная литота, визуальный граффон, визуальное олицетв-

ление, визуальное олицетворение и визуальная градация. В работе уточнены и скорректированы определения указанных визуально-когнитивных единиц на основе сравнительного анализа с привлечением их лингвокогнитивных аналогов.

Кроме того, установлена их иерархия и установлено, для каких социальных проблем используются визуальные стилистические средства и тропы.

В данном исследовании применяются методы и понятийно-терминологический аппарат теории коммуникации, теории текста. Базовые методы анализа — метод количественного анализа, метод стилистического и дискурсивного анализа. Полученные результаты позволили дополнить теорию коммуникации и могут помочь в обособлении теории визуальной коммуникации в качестве самостоятельной сферы научного знания. С практической точки зрения полученные данные могут быть использованы создателями различного рода социальной, социально-коммерческой и социально-политической рекламы.

Материал англоязычной социальной интернет-рекламы (далее АСИР) набирался более пяти лет. В результате анализу подвергаются 850 текстов социальной рекламы на английском языке, доступных в сети Интернет для глобального пользователя. АСИР затрагивает социальные проблемы, которые значимы для граждан разных стран.

Изучение ряда аспектов, связанных с теорией визуальной коммуникации, на материале статичных текстов социальной, социально-коммерческой и антикоммерческой рекламы помогло авторам накопить достаточное количество практического материала, позволяющего прояснить определенные аспекты визуальной стилистики, ее терминов и понятий. В работе обобщена информация по признанным визуальным стилистическим средствам и сформулированы определения ряда визуальных стилистических средств.

Обзор работ, посвященных этой теме, позволяет говорить о признании исследователями визуальной метафоры [Forgeville 1996; Johns 1982], которая, в отличие от вербальной метафоры, в современной научной литературе трактуется с позиций двух подходов: сравнительного и субституционального. С позиций субституционального подхода визуальная метафора рассматривается как визуальная репрезентация одного понятия посредством другого [Каменева 2014; Рапуто 2011; Averbukh 2001, 2006]. 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]. Приверженцы субституционального подхода к определению метафоры разграничивают визуальную метафору и визуальное сравнение [Каменева 2014; Рабкина 2013].

Кроме того, обзор научных работ, посвященных визуальной коммуникации, позволяет говорить и о признании учеными визуального эвфемизма — социально приемлемого образа, который замещает собой нечто обценное, неприятное, недостойное и т. д. [Allan 1991; Burrige 2005; Farr 1992].

К менее распространенным визуальным стилистическим средствам относятся визуальная синекдоха, визуальная гипербола, визуальная литота, визуальный граффон и визуальная градация. Проведенное исследование позволило сформулировать следующие дефиниции.

Визуальная синекдоха — изображение части вместо целого объекта, частного вместо общего понятия и наоборот, эксплицирующих приемлемую социальную оценку определенной социальной проблемы или явления. Визуальная гипербола — намеренно увеличенное изображение оцениваемого социального объекта или явления, используемое, как правило, для демонстрации масштаба таргетируемой социальной проблемы или бедствия.

Визуальная литота — намеренно уменьшенное изображение оцениваемого социального объекта или явления, используемое, как правило, для демонстрации тщетности разрозненных действий по борьбе с определенными социальными проблемами.

Визуальный граффон — визуализация коммуникативных особенностей людей с нарушениями речи с целью привлечения внимания к проблеме толерантности к таким людям.

Визуальная градация — изображение, инкорпорирующее ряд образов, отличающихся друг от друга по определенным признакам, последовательно нагнетающих или, наоборот, понижающих эмоциональность восприятия и позволяющих однозначно интерпретировать желаемую социальную оценку таргетируемой социальной проблемы.

Результаты изучения визуальных стилистических средств в креолизованных текстах позволяют сделать вывод о том, что социальная реклама с англоязычным вербальным компонентом, изначально созданная для глобальной целевой аудитории, как правило, демонстрирует более богатый арсенал визуальных стилистических средств и тропов, чем реклама, таргетирующая аналогичные социальные проблемы, но направлен-

ная на конкретный лингвокультурный сектор Интернета.

Кроме того, установлено, что в лист таргетирования глобальной социальной интернет-рекламы входят проблемы, лишенные этнокультурной маркировки: защита окружающей среды; безопасность на дорогах и на рабочем месте; предупреждение преступности; борьба с курением, наркоманией и алкоголизмом; пропаганда правильного питания; предупреждение заболеваний; призывы к толерантности, сохранению мира; пропаганда донорства; привлечение внимания к проблемам неимущих, пожилых и сирот; пропаганда значимости образования; коррекция поведения в общественном транспорте, семье и обществе. Языком такой рекламы выступает английский, независимо от того, какой язык является государственным в стране-создателе, хотя список стран-разработчиков включает в себя такие, как Австралия, Аргентина, Бельгия, Великобритания, Греция, Германия, США, Ирландия, Испания, Италия, Канада, Польша, Чехия, Франция, Португалия, Венгрия, Хорватия, Нидерланды, Финляндия, Швеция, Сербия, Швейцария, Турция, Индия, Филиппины, Колумбия, Венесуэла, Бразилия, ОАЭ, Ливан, Грузия, Израиль, Россия, Украина, Словакия, Румыния, Чили, Уругвай, ЮАР, Кения, Египет, Мозамбик, Ирак, Таиланд, Малайзия, Сингапур, Новая Зеландия.

Выявлено, что важным свойством англоязычной социальной рекламы как креолизованного текста является дисбаланс эмоциональной нагрузки, основной объем которой приходится на невербально представленную информацию. Анализ АСИР показал, что наиболее популярными визуальными стилистическими приемами являются метафора и сравнение.

Визуальная метафора, как правило, напрямую представляет социальную проблему визуальным образом, несущим оценку последствий социального бездействия или игнорирования актуализируемой социальной проблемы. Это образ той сферы, в понятиях которой реципиенты, по мнению создателей рекламы, должны воспринимать и оценивать данное социальное явление. На материале АСИР визуальная метафора находит свое применение в баннерах, призывающих к решению следующих проблем: несоблюдение правил поведения в общественных местах, защита окружающей среды, безопасность на дорогах, борьба с курением, борьба с алкоголизмом, призывы к правильному питанию, борьба с ВИЧ и СПИДом, забота о пожилых. Визуальное сравнение обязательно инкорпорирует два образа в одном тексте: один

визуализирует социальную проблему, другой — возможные последствия пассивного к ней отношения. Визуальное сравнение в АСИР, как правило, связано с нетерпимостью и агрессивным отношением к людям неевропеоидных рас, борьбой с курением, жестокостью в семье, несоблюдением правил дорожного движения.

Метафорические образы в рекламных текстах социальной интернет-рекламы разнообразны и заимствованы из различных сфер. Так, визуальная метафора, объективирующая проблему борьбы с пассивным курением, эксплуатирует чаще всего образы, относящиеся к сфере преступлений, убийств и самоубийств: беспечное отношение к данной проблеме показывается через такие образы, как пистолет, череп, виселица, петля и т.д. Аналогичным образом в текстах АСИР, призывающих к защите окружающей среды, активно используются оценочные образы из сферы убийств, войн и преступлений. К примеру, проблема питьевой воды метафоризируется в виде водяного пистолета, приставленного к виску ребенка.

В текстах АСИР активно эксплуатируется зоонимическая метафора, визуализирующая призыв соблюдать правила поведения в общественном транспорте. Так, в визуальной части одного из проанализированных рекламных текстов, затрагивающего проблему соблюдения правил пользования общественным транспортом, изображен человек с головой лягушки, который перепрыгивает турникет в метро, так как не купил билет. Соответственно у реципиентов актуализируются ассоциации с поведением, свойственным представителям животного мира, а не с поведением человека, живущего в цивилизованном мире. В тексте социальной интернет-рекламы, цель которого — сообщить или закрепить правила поведения в общественном транспорте, изображена девушка с головой курицы, громко разговаривающая по телефону в общественном транспорте. Эксплуатация данного образа позволяет реципиенту наглядно увидеть оценку подобного поведения в общественном транспорте, поскольку демонстрирует социально неодобряемую модель поведения.

Визуализация сравнения может быть направлена на сопоставление или противопоставление. Так, в АСИР, посвященной привлечению внимания к проблеме несоблюдения правил дорожного движения, реципиенту предъявляются одновременно два образа: человек на мотоцикле и человек в инвалидной коляске. Сравнение этих двух образов позволяет выстроить логическую цепь: несоблюдение правил дорожного движения

ведет к трагическим последствиям. АСИР, привлекающая внимание к проблеме загрязнения окружающей среды, содержит в визуальной части два изображения, объединенные в песочных часах: верхнее — экологически идеализированный образ планеты, нижнее — Земля после экологической катастрофы.

На материале АСИР визуальное сравнение может не полностью иллюстрировать социальную проблему, а делать упор на сравнении двух объектов, напрямую ассоциирующихся у реципиентов всего мира с акцентируемой социальной проблемой и сферой, в рамках которой таким способом дается социальная оценка. Например, визуальное сравнение, объективирующее проблему борьбы с курением, чаще всего содержит изображение сигареты и пули, сигареты и пистолета, сигареты и черепа, сигареты и виселицы с петлей, сигареты и гроба, сигареты и могилы. Как следует из визуальной части текста интернет-рекламы, направленной на привлечение внимания к проблеме курения, изображение сигареты рядом с изображением пули позволяет реципиенту сделать однозначный вывод о губительном вреде курения и обуславливает взгляд на проблему курения в рамках такой понятийной сферы, как самоубийство.

В рамках визуальной метафоры можно особо выделить визуальное олицетворение и овеществление — персонификацию образа неодушевленного предмета и соответственно деперсонификацию образа человека и уподобление его таким предметам, которые вызывают у реципиента требуемые ассоциации. Как правило, объект, с помощью которого репрезентируется овеществление, напрямую соотносится с лексико-семантическим полем текста. Так, в текстах АСИР, призывающей бороться с алкоголизмом, образ человека уподобляется разбитой бутылке / стакану, смятому пластиковому стакану и т. д. Подобная деперсонификация человека, злоупотребляющего спиртными напитками, позволяет вызвать требуемые эмоции, реципиент легко выстраивает ассоциативный ряд: «алкоголь — смерть».

В качестве визуальной персонификации можно привести АСИР, таргетирующую проблему парниковых газов, где планета Земля изображена в виде задыхающегося человека. В текстах, призывающих беречь леса от вырубки, Земля изображена как человек с перевязанными руками, ногами, головой.

Также к наиболее частотным визуальным стилистическим средствам в текстах социальной рекламы нами отнесена визуальная аллюзия — интегрированный в текст

или фрагмент дискурса широко известный в глобальном мире образ из сферы политики, спорта, экономики и т. д., представленный в виде фотографии или рисунка, выполняющий в данном тексте или фрагменте дискурса ряд функций, среди которых, например, оценочная, функция интертекстуальности и текстовой связанности. Визуальная аллюзия — употребление широко известного в глобальном мире образа, известной личности или персонажа в текстах социальной интернет-рекламы как для привлечения внимания к определенной социальной проблеме, так и для аргументации оценки социальной проблемы. Анализ АСИР показал, что при помощи данного визуального приема поднимаются следующие темы: борьба с ВИЧ и СПИДом, борьба с курением, борьба с неграмотностью, пропаганда донорства.

Анализ текстов АСИР позволил установить следующую закономерность. Для апелляции к требуемой возрастной группе в текст социальной рекламы желательно включать актуальные и интересные для адресата образы, известных личностей или персонажей. Так, наличие таких персонажей, как Спящая красавица, Рапунцель, Принц Чарминг, в текстах социальной рекламы, направленной на борьбу с курением, позволяет яснее донести информацию о вреде курения именно для детской целевой аудитории. Образ Супермена на больничной койке под капельницей в рекламе по борьбе с распространением ВИЧ и СПИДа, скорее всего, будет веским аргументом для молодежи в пользу того, что подобные болезни не пощадят никого, кто не заботится о своем здоровье, употребляя наркотические средства или имея беспорядочные интимные связи.

Согласно проведенному исследованию, менее распространенными визуальными стилистическими средствами как в АСИР, так и в НСИР можно считать визуальную синекдоху, визуальную гиперболу / литоту, визуальный граффон.

К визуальной синекдохе в АСИР прибегают в текстах, таргетирующих проблемы защиты окружающей среды; в текстах, призывающих соблюдать правила дорожного движения водителей и пешеходов, в текстах, пропагандирующих здоровый образ жизни и агитирующих бороться с плохими привычками.

Визуальная гипербола / литота — намеренно увеличенное / уменьшенное изображение оцениваемого социального объекта или явления, используемое, как правило, для демонстрации масштаба таргетируемой социальной проблемы или бедствия / тщетности разрозненных действий по борьбе с определенными социальными проблемами.

АСИР чаще использует этот прием в рекламе, связанной с проблемами охраны окружающей среды.

Отобранные для сравнительного анализа нидерландскоязычные образцы социальной интернет-рекламы баннерного типа (далее НСИР) в количестве примерно 300 единиц были произведены в 2000—2017 гг. в Нидерландах или Фландрии, размещались на сайте компании-производителя, сайтах, посвященных социальной рекламе или таргетируемой ею социальной проблеме, и предназначены в первую очередь для голландской или фламандской аудитории. Соответственно вербальный текст выполнен на нидерландском языке. В круг таргетируемых социальных проблем вошли «Семейные проблемы», «Болезни и здоровый образ жизни», «Толерантность в обществе», «Жизнь общества и поведение в общественных местах», «Проблемы окружающей среды и защита», «Миграция и благотворительность», «Права женщин», «Нарушение правил дорожного движения».

В НСИР визуальные метафора и сравнение чаще всего использовались в презентации тем «Семейные проблемы», «Толерантность» и «Поведение в обществе». Однако яркие, емкие, лаконичные метафоры обнаруживались значительно реже. Так, в НСИР, таргетирующей глобальное потепление, земной шар на визуальном уровне изображен в виде вскипевшего чайника со свистком. Более оригинальный пример — баннерная реклама, направленная на борьбу с агрессией в адрес медицинского персонала, на которой автомобиль скорой помощи представлен в виде бронетранспортера. Реципиент сразу же опознает характерную расцветку машины, однако ее форма, в которой безошибочно распознается военная техника, вызывает когнитивный диссонанс, активизируя одновременно два семантических поля — медицины и войны. Вербальная часть текста сообщает: «Как далеко это должно зайти? Руки прочь от нашего персонала скорой помощи» («hulpverleners» — дословно «те, кто дает помощь»). Слияние двух понятийных сфер в одном объекте заставляет реципиента понять весь абсурд ситуации, в которой врачам городской скорой помощи требуется бронированный транспорт, используемый обычно в зоне боевых действий.

Другой пример — серия баннеров компании SIRE, пропагандирующих толерантность в обществе. Эта реклама целенаправленно использует прецедентную визуальную композицию, типичную для рекламы лекарственных препаратов: человек — представи-

тель целевой аудитории с улыбкой демонстрирует упаковку лекарства, которое ему помогло. Однако в данном случае на упаковке большими буквами написано «Толерантность», а вербальный компонент текста сообщает, что с тех пор, как протагонист начал(а) принимать «Толерантность», его (ее) самочувствие значительно улучшилось. Терпимость к представителям других культур описывается здесь в терминах сферы «Медицина», что позволяет реципиенту сделать простой вывод: проявлять толерантность так же легко и просто, как принять пилюлю, — и положительный эффект гарантирован.

Еще один пример НСИР из области проблем мигрантов заключает в себе визуальный образ, который на первый взгляд напоминает пару очков, но после более детального изучения оказывается, что оправа «очков» состоит из двух сидений для унитаза. Вербальная составляющая текста подтверждает визуальную метафору: *Er is een brilletje dat helpt tegen dysenterie, cholera, tyfus en diarree (Есть очки, которые помогают против дизентерии, холеры, тифа и диареи)*. Подпись мелким шрифтом поясняет, что деньги, которые реципиент пожертвует в фонд помощи беженцам, пойдут на приобретение базовых средств санитарной гигиены.

В НСИР визуальное сравнение обнаруживается в группах «Защита окружающей среды» и «Пропаганда терпимости». В качестве примера можно привести серию скандальных баннеров, распространяемых муниципалитетом Роттердама: на фоне знаменитого роттердамского моста изображены целующиеся пары представителей разных культур и рас, принадлежность к которым однозначно передается через элементы одежды или внешний вид. Например: иудей и мусульманка, индианка и африканец, европейка и арабка и т. д. Вербальный текст гласит: «В Нидерландах вы сами выбираете себе партнера». Другая серия баннеров из этой же области изображает представителей разных социальных/культурных групп, которые держат перед своим лицом фотографию представителей других социальных/культурных групп — тех, кем им приходится притворяться в жизни. Так, женщина в деловом костюме прикрывается фотографией мужчины, что напоминает реципиенту о такой проблеме современного общества, как сексизм. Женщине-начальнику приходится бороться с предрассудками своих подчиненных; темнокожий мужчина закрывает лицо фотографией белого европейца, мусульманка в хиджабе — фотографией женщины без головного убора и с вызывающим макияжем на лице. Визуальное сравнение заставляет

адресата такой рекламы задуматься о проблеме расизма.

В области НСИР, направленной на защиту окружающей среды, мы обнаруживаем социальную рекламу, пропагандирующую вегетарианство. На одном из таких баннеров изображены лежащие рядом теленок и щенок одного черно-белого окраса, вербальный компонент гласит: «Почему один из них — ваш друг, а другой — пища?» Реагируя на данное визуальное сравнение, реципиент видит в двух сравниваемых объектах больше сходства, чем различий: приходится внимательно всматриваться в изображение для понимания того, что представленные на баннере животные вообще относятся к разным видам. Другая реклама из этой серии использует прецедентную для современного человека композицию, часто встречающуюся в НСИР, таргетирующей проблему глобального потепления: на одинокой льдине посреди океана стоит белый медведь, чья естественная среда обитания разрушена в результате глобального потепления. Однако в данном случае вместо медведя на льдине стоит все та же черно-белая корова; вербальный текст, сопровождающий баннер, гласит: «Мясное животноводство вызывает глобальное потепление».

На материале НСИР достаточно сложно найти пример чисто визуальной метафоры или сравнения. Как правило, речь идет о создании метафоры или сравнения на основе взаимодействия вербального и визуального компонентов. Примером может послужить НСИР, направленная на привлечение внимания к тому вреду, который могут нанести пластические операции. Визуальная часть текста выполнена в виде разорванной пополам фотографии: на левой — левая половина лица симпатичной молодой девушки, на второй — правая половина ее лица, черты которого гипертрофированы, видимо, при помощи пластической хирургии. Однако разница между двумя этими образами не бросается в глаза, реципиент мог бы ее и не заметить, если бы не вербальный текст, также поделенный на две рифмованные половинки: *Jezelf mooier maken / kan lelijk uitpakken* (Улучшение собственной внешности / может кончиться некрасиво). Вербальный текст наводит реципиента на мысль о сравнении обеих половинок лица на разорванной фотографии. В результате он неизбежно приходит к выводу, что редупликация правого образа в единое целое приведет к плачевному результату, несмотря на то, что различия между двумя половинками визуального образа на первый взгляд не бросаются в глаза.

Другим примером создания эффекта сравнения на основе взаимодействия визуального и вербального текстов в НСИР может послужить фламандский постер, направленный на борьбу с агрессией со стороны пациентов. На нем крупным планом изображен мужчина, чье лицо покрыто синяками, а из носа течет кровь. Судя по воротнику белого халата и стетоскопу на шее, он врач. Образ страдающего доктора представляет собой соединение стереотипических образов врача и пациента, его можно описать как визуальный блендинг. Однако сопровождающее его вербальное сообщение содержит метафору «Медицина — война с болезнью»: *We vechten graag voor u, maar niet met u* (Мы лучше будем бороться за вас, чем с вами). Визуальный образ разрушает метафору, обнаруживаемую в первой части предложения, таким же образом, как эту метафору разрушает вторая часть предложения, где лексема «fight» употреблена в прямом смысле.

Несколько другой эффект вызывают внешне похожие постеры голландских железных дорог, таргетирующие агрессию на транспорте. Визуальная составляющая — крупным планом лицо сильно избитых мужчины или женщины в узнаваемой униформе кондуктора, вербальная — конвенциональная фраза *Retourje Amsterdam / Breda* (Один билет в оба конца Амстердам — Бреда), которая запускает в сознании реципиента мирный, будничные сценарий. Сила воздействия данной рекламы основана на контрасте между рутинной вербальной формулой и кровавым изображением.

Аналогичным образом многие образчики социальной рекламы, направленной на помощь беженцам, основаны на сравнении вербального и визуального. Почти все подобные баннеры изображают ужасные условия, в которых вынуждены жить беженцы и их дети. К примеру, это может быть изображение плохо одетых, перепачканных детей или лежащего прямо на земле одинокого малыша арабской внешности с игрушечным медведем в руках. Вербальный текст призван вызывать совершенно противоположные ассоциации: *Lang zal ze leven!* (Долгой ей жизни — типичное пожелание на день рождения), *Lieve Kerstman, krijg ik deze winter ook een pakketje?* (Дорогой Дед Мороз, а я получу подарок на Новый год?), *Deze prinsesjes verdienen ook een feestje* (Эти маленькие принцессы тоже заслуживают праздника). Все эти формулировки являются триггерами сценария благополучной жизни, когда маленькие девочки на день рождения наряжаются в принцесс и получают подарки.

Из сравнения визуального и вербального рождается действенное сообщение.

Похожий прием используется в социальной рекламе, направленной на привлечение внимания к гендерному неравенству. Визуальная составляющая текста представляет собой типичный для «глянцевого» рекламы образ темнокожей модели, покрытой шоколадными брызгами, в то время как вербальный компонент содержит следующее сообщение: *Van chocola worden vrouwen niet gelukkig* (Шоколад не делает женщину счастливой). Из-за контраста между вербальным и визуальным реципиент начинает подозревать, что у него отсутствует какой-то важный компонент информации, и поэтому читает написанное мелким текстом пояснение, где говорится о том, что женщины в странах третьего мира, занятые в производстве какао, регулярно подвергаются дискриминации.

Без вербального текста некоторые образцы метафор в НСИР не только сложно понять, но можно неправильно интерпретировать. Так, НСИР движения «Врачи без границ» демонстрирует шприц в виде автомата. Однако без вербального компонента *Wij blijven vechten in Dafur* (Мы все еще воюем в Дафуре) и символики «Врачей без границ» это изображение могло бы быть ошибочно интерпретировано как борьба с наркоманией. Другой пример — НСИР, изображающая женщину, которая бьется лицом о стеклянную стену. У глобального реципиента эта вербальная метафора вызвала бы ассоциации с проблемой «стеклянного потолка», т. е. дискриминацией женщин на рабочем месте. Однако вербальное сообщение выглядит следующим образом: *Met vloeken breekt er iets* (Бранные слова могут что-то разбить). При этом данный образчик НСИР оказывается не просто пропагандой вежливости, а кампанией против использования слова «kanker» (рак) в качестве обценной лексики или усилительной частицы (ср. аналогичное использование лексем «чума» или «холера» в русской лингвокультуре), что может быть неприятно для тех, кому пришлось так или иначе столкнуться с этим заболеванием.

В НСИР не удалось найти примеров деперсонификации и обнаружилось только два примера персонификации — в социальной рекламе, направленной на борьбу с насилием в семье (заклеенная пластырем мягкая игрушка) и нарушением правил дорожного движения (нарушитель изображен в виде медведя с мордой, также заклеенной пластырем в нескольких местах, и кровоточащим носом). Однако даже этот последний пример целиком

и полностью основан на вербальной составляющей текста: это буквальное прочтение идиоматического выражения «het beest uithangen» — «безобразничать, бесчинствовать», на котором строится сопровождающий баннер слоган «Hang het beest niet uit in het verkeer» (букв. «Не бесчинствуй на дороге», т. е. не нарушай правил).

Столь частотная для АСИР антропоморфизация бутылки или стакана — популярный прием в коммерческой нидерландской и бельгийской рекламе пива, но при этом не употребляющийся в визуальной части НСИР [Рабкина 2013].

В том, что касается визуальной аллюзии, можно сказать, что многие «медийные личности» Нидерландов и Бельгии участвуют в рекламных кампаниях, направленных на борьбу с вождением в нетрезвом виде, защите окружающей среды, однако эти образы теряют свойство аллюзии за пределами нидерландскоязычного сектора сети Интернет. Так, на пропаганду толерантности и привлечение внимания к Паралимпийским играм направлена НСИР, изображающая известного футболиста, черты лица которого слегка изменены, как если бы у него был синдром Дауна. Вербальная составляющая текста содержит вопрос: *Neужели теперь Де Брюйне заслуживает меньше болельщиков?* Глобальный реципиент сможет понять, что реклама таргетирует проблему соблюдения прав людей с синдромом Дауна, однако этот образ вряд ли будет для него прецедентным.

В качестве примера использования прецедентных феноменов англоязычной лингвокультуры на материале НСИР можно привести текст, направленный на борьбу с курением: визуальный образ представляет собой профиль мужчины, чей нос вытянут до необыкновенной длины и постепенно превращается в сигарету, что вызывает ассоциации с диснеевским мультфильмом «Пинноккио», где у главного персонажа начинал расти нос всякий раз, когда он лгал. Вербальная составляющая текста представляет собой прямую речь: «Я? Пять, максимум шесть сигарет в день». Вербально выраженная аллюзия на прецедентный феномен позволяет реципиенту сделать вывод о том, что персонаж на рекламном баннере лжет. Подпись внизу подтверждает этот вывод: *Neem jezelf niet bij de neus* (Не води сам себя за нос). Использованное идиоматическое выражение объединяет в себе лексему «neus», вербализующую визуальный образ, и значение «лгать».

Более тонкие аллюзии на всемирное художественное наследие в НСИР можно обнаружить на нидерландскоязычных банне-

рах «Врачей без границ» — это визуальные отсылки к каноническому изображению Богоматери с Младенцем, Пьеты или соприкосновения рук Адама и Бога-Творца на фреске Сикстинской капеллы.

В качестве примера визуальной синекдохи в НСИР можно привести довольно оригинальную рекламу, пропагандирующую усыновление. На визуальном уровне серия баннеров моделирует значимые для взаимодействия «взрослый — ребенок» бытовые ситуации: ребенок намеревается воткнуть столовую вилку в розетку, но его ручку перехватывает рука взрослого; ребенок засыпает в кровати, рядом — рука взрослого держит раскрытую книгу; ребенок сидит за столом в детском стульчике, рука взрослого протягивает ему ложку с кашей. На любом каноническом изображении подобного рода рука была бы символом присутствия взрослого, который кормит и оберегает ребенка, заботится о его воспитании. Однако во всех случаях вместо руки взрослого мы видим руку того же ребенка, который занимает основную часть изображения. Смысл визуальной составляющей усиливается вербальным компонентом: *Нельзя ожидать от ребенка, что он воспитает себя сам, если этого не могут сделать его родители.*

Визуальная гипербола / литота на материале НСИР обнаружена в социальной рекламе, направленной на привлечение внимания к проблеме детей-беженцев: огромная фигура солдата наставляет автомат на крохотную фигурку девочки, которая в свою очередь метит в него из водяного пистолета.

Визуальный граффон как в АСИР, так и в НСИР чаще всего связан с визуализацией коммуникативных особенностей людей с нарушениями речи и зрительного восприятия (дислексия) с целью привлечения внимания к проблеме толерантности к таким людям. В НСИР стилизация под особенности детского почерка, которую также можно отнести к граффону, используется в социальной рекламе, направленной на борьбу с насилием в семье. Так, одна серия подобных баннеров обеспечивает более высокую степень вовлеченности реципиента за счет необходимости преодолеть проблему восприятия. На рекламных материалах изображены испуганные дети, которые, на первый взгляд, находятся одни дома. Однако если присмотреться, можно увидеть, как окружающие их предметы интерьера складываются в фигуру взрослого, замахивающегося на ребенка ремнем. Вербальная часть текста передана шрифтом, имитирующим угловатый детский почерк: *Ik zie ik zie wat je niet ziet* (отсылка к детской игре «Я вижу то, чего ты не видишь»).

Таким образом, социальная реклама, направленная на пользователя определенного лингвокультурного сектора сети Интернет, демонстрирует более сильную степень креолизации текста, т. е. неразрывную взаимосвязь вербального и невербального компонентов, когда основное сообщение не представляется возможным «читать» только с визуального образа. Квинтэссенцией такого слияния можно считать серию НСИР, призывающую родителей сделать процедуру развода максимально щадящей для малышей. На баннерах изображены дети, у которых на открытых участках тела готической вязью вытатуированы надписи, воспроизводящие травмирующие детскую психику высказывания, например: «Твоя мать разрушила наш брак». Душевная травма, оставившая след в душе ребенка, метфоризируется здесь до состояния буквальной надписи — татуировки, которую нельзя стереть, и без прочтения данных вербальных текстов, инкорпорированных в визуальный текст, реципиент не в состоянии понять все сообщение в целом.

В большинстве же случаев визуальный образ является персонифицированной иллюстрацией вербального сообщения, своего рода приданием лица социальной проблеме. Зная эту особенность, нидерландские разработчики социальной рекламы начинают использовать ее для более глубокого вовлечения реципиента. Так, кажущееся отсутствие связи между вербальным и визуальным послужило причиной скандального успеха нескольких рекламных кампаний, направленных на борьбу с гендерной дискриминацией. Серия из четырех постеров представляет собой фотографию мужчин с какой-либо отличительной чертой (тучность, рыжие волосы, лысина, принадлежность к этническому меньшинству), при этом вербальное сообщение, помещенное крупным полупрозрачным шрифтом поверх этих изображений, содержит в себе явную провокацию: *Толстые / черные / лысые / рыжие должны получать меньше.* Предполагается, что реципиент, не веря своим глазам, захочет изучить баннер более тщательно и обнаружит приписку, сделанную мелким шрифтом: «Если вас так возмущает дискриминация толстых / лысых / черных / рыжих, почему это нормально по отношению к женщинам?» Другая серия постеров, изданная в Антверпене, в том числе и для размещения на улицах города, изображает крупным планом портреты женщин, принадлежащих к этническим меньшинствам. По прочтении вербального текста становится понятно, что данная социальная реклама направлена не на пропаганду толерантности в обществе и не на

борьбу за права женщин-иммигранток из стран Ближнего Востока. Адресатами сообщения оказываются мужчины-иммигранты, неспособные интегрироваться в западное общество и проявляющие агрессию по отношению к женщинам в общественных местах. При этом сами вербальные тексты имеют достаточно провокационное содержание: *Может ли кто-то обозвать твою мать проституткой на улице / лаптать твою сестру в автобусе / делать непристойные предложения твоей дочери в спортзале?* В целом вербальные тексты НСИР более интерактивны, чем тексты АСИР: в 75 примерах из 300 содержится прямое обращение с использованием местоимения второго лица единственного числа или прямой призыв к действию, риторический или нериторический вопрос, или инклюзивное использование местоимения первого лица множественного числа.

Таким образом, в ситуации с локальным адресатом социальной рекламы система визуально-когнитивных единиц оказывается менее востребованной, так как сохраняется языковая составляющая текста. Отсюда проистекает и отмеченное нами более тесное взаимодействие вербального и невербального компонентов текста. В англоязычной социальной рекламе использование визуальных стилистических средств позволяет более эффективно воздействовать на глобального реципиента и направлять процесс декодирования сообщения, избегая возможные потери смысла из-за незнания английского языка. Следовательно, можно сделать вывод о том, что формирование визуальной стилистики более активно протекает на глобальном уровне, и тем острее необходимость в совершенствовании терминологического аппарата, заключающаяся в уточнении и корректировке всего спектра понятий визуальных стилистических средств и введении новых терминов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Большакова Л. С. Метафора в англоязычном поликодовом тексте на материале британских и американских музыкальных видеоклипов : автореф. дис. ... канд. филол. наук. — Самара, 2008. 23 с.
2. Каменева В. А., Горбачева О. Н. Визуальные стилистические средства в социальной интернет-рекламе, или Зарождение визуальной стилистики текста // Политическая лингвистика. 2014. № 2. С. 124—127.

V. A. Kameneva, N. V. Rabkina, L. A. Araeva, O. N. Gorbacheva
Kemerovo, Russia

NOMENCLATURE OF VISUAL STYLISTICS: VISUAL STYLISTIC MEANS IN SOCIAL ADVERTISING

ABSTRACT. *The article summarizes and generalizes theoretical and practical data about visual stylistic means discussed by Russian and foreign scholars. These means include visual metaphor, visual simile, visual allusion, visual synecdoche, visual hyperbole, visual litotes, visual graphon, visual reification and visual gradation. The article studies the system of visual stylistic devices found in social Internet advertising addressing a global user. The target list of the global social Internet advertising includes the problems devoid of ethno-cultural specificity: environmental protection; road and workplace safety; prevention of crimes; anti-drug and alcohol efforts; propaganda of*

3. Каменева В. А., Горбачева О. Н. Глобальная социальная интернет-реклама. Воздействующий потенциал визуального олицетворения и овецствления в социальной интернет-рекламе // Политическая лингвистика. 2015. № 2. С. 144—149.

4. Рабкина Н. В., Каменева В. А. Визуальные метафоры голландской рекламы // Новое в когнитивной лингвистике XXI века. — Киев, 2013. С. 298—304. (Сер. «Концептуальные исследования»).

5. Рапуто А. Г. Дескриптивное моделирование образного мышления при репрезентации дидактических объектов // Уч. зап. ИИО РАО. — М., 2011. Вып. 34. С. 114—116.

6. Сарна А. Визуальная метафора в дискурсе идеологии // Институт палітычных даследаванняў «Палітычная сфера». 2005. № 4. С. 55—60.

7. Allan K., Burrige K. Euphemism and Dysphemism: Language Used as a Shield and Weapon. — Oxford Univ. Pr., 1991. 263 p.

8. Arnheim R. Visual Thinking. — Berkeley, CA : Univ. of California Pr., 1969. 345 p.

9. Averbukh V. L. Towards the Conceptions of Visualization Language and Visualization Metaphor Proceedings // IEEE Symposia on Human Centric Computing Languages and Environments (Sept. 5—7, 2001, Stresa, Italy). — IEEE, 2001. P. 390—391.

10. Averbukh V. L. The Specialized Systems of Scientific Visualization // AIP Conference Proceedings. 2006. Vol. 849. P. 481—486 (Zababakhin Scientific Talks — 2005: International Conference on High Energy Density Physics).

11. Beasley R., Danesi M. Persuasive Signs: the Semiotic of Advertising. — Berlin : Mouton de Gruyter, 2002. 193 p.

12. Bell S. Semiotics and Advertising Research: A Case Study // Marketing Signs. 1990. Vol. 8. P. 1—6.

13. Burrige K. Weeds in the Garden of Words: Further Observations on the Tangled History of the English Language. — Cambridge Univ. Pr., 2005. 196 p.

14. Farr J. The Passion of Emily Dickinson. — Cambridge : Harvard Univ. Pr., 1992. 390 p.

15. Feinstein H. Meaning and Visual Metaphor // Studies in Art Education. 1982. Vol. 23, No. 2. P. 45—55.

16. Forceville C. Pictorial Metaphor in Advertising. — London : Routledge, 1996. 233 p.

17. Freimuth V. S. Developing the public service advertisement for nonprofit marketing // Advances in Nonprofit Marketing / R. W. Belk (ed.). — Greenwich : JAI Press Inc., 1985. P. 55—93.

18. Johns B. Visual Metaphor: Lost and found // Semiotica. 1984. Vol. 52. P. 291—333.

19. Goldman R., Papson S. Sign Wars: The Cluttered Landscape of Advertising. — New York : The Guilford Pr., 1996. 323 p.

20. Lynn J. R. Effects of persuasive appeals in public service advertising // Journalism Quarterly. 1974. Vol. 51. P. 622—630.

21. Rotfeld H. J. Misplaced marketing. The social harm of public service advertising // Journ. of Consumer Marketing. 2002. Vol. 19. № 6. P. 465—467.

22. Salmon C. T., Atkin C. Using media campaign for health promotion // Handbook of Health Communication / T. L. Thompson, A. M. Dorsey, K. I. Miller, R. Parrot (ed.). — Mahwah ; New Jersey : Lawrence Erlbaum Associates, 2003. P. 449—472.

23. Wallack L., De Jong W. Mass media and public health: moving the focus from the individual to the environment // The Effects of the Mass Media on the Use and Abuse of Alcohol : Research Monograph / S. E. Martin (ed.). — Bethesda, MD : National Institute on Alcohol Abuse and Alcoholism, 1995. P. 253—268.

24. Wolburg J. M. Why television is the 'wrong' environment for public service advertising campaigns // Journ. of Consumer Marketing. 2001. Vol. 18. № 6. P. 471—473.

healthy eating; illnesses prevention; tolerance and peace propaganda; donation public campaign; attraction of attention to the problems of the poor, elderly and orphans; education promotion; proper behavior in public transport, family and society. The circle of target social problems in the Dutch language social ads includes the topics of "Family problems", "Illnesses and healthy lifestyle", "Tolerance in society", "Life of society and behavior in public places", "Environmental problems and protection", "Migration and charity", "Women's rights", "Road traffic offence". Comparative analysis of the visual stylistic devices of social Internet advertising with English and Dutch verbal components confirm the hypothesis that the development of visual stylistics is more dynamic on the global level than on the local level. Nomenclature of visual stylistics is specified.

KEYWORDS: *visual communication; visual code; visual cognitive units; pragmatic potential; social advertising; advertising discourse.*

ABOUT THE AUTHORS: *Kameneva Veronika Alexandrovna, Doctor of Philology, Professor of the English Philology Department of Kemerovo State University, Kemerovo, Russia.*

Nadezda Vladimirovna Rabkina, Candidate of Philology, Associate Professor, Department of Translation and Linguistics of Kemerovo State University, Kemerovo, Russia.

Liudmila Alekseevna Araeva, Doctor of Philology, Professor, Head Department of Stylistics and Rhetoric, Kemerovo State University, Kemerovo, Russia.

Gorbacheva Olga Nikolaevna, Candidate of Philology, Teacher of Foreign Languages, Comprehensive school № 19, Kemerovo, Russia.

REFERENCES

1. Bol'shakova L. S. Metafora v angloyazychnom polikodovom tekste na materiale britanskikh i amerikanskikh muzykal'nykh videoklipov : avtoref. dis. ... kand. filol. nauk. — Samara, 2008. 23 s.
2. Kameneva V. A., Gorbacheva O. N. Vizual'nye stilisticheskie sredstva v sotsial'noy internet-reklame, ili Zarozhdenie vizual'noy stilistiki teksta // Politicheskaya lingvistika. 2014. № 2. S. 124—127.
3. Kameneva V. A., Gorbacheva O. N. Global'naya sotsial'naya internet-reklama. Vozdeystvuyushchiy potentsial vizual'nogo olitsetvorenija i oveshchestvlenija v sotsial'noy internet-reklame // Politicheskaya lingvistika. 2015. № 2. S. 144—149.
4. Rabkina N. V., Kameneva V. A. Vizual'nye metafory gollandskoj reklamy // Novoe v kognitivnoj lingvistike XXI veka. — Kiev, 2013. S. 298—304. (Ser. «Kontseptual'nye issledovaniya»).
5. Raputo A. G. Deskriptivnoe modelirovanie obraznogo myshlenija pri reprezentatsii didakticheskikh ob'ektov // Uch. zap. IIO RAO. — M., 2011. Vyp. 34. S. 114—116.
6. Sarna A. Vizual'naya metafora v diskurse ideologii // Instytut palitychnykh dasledavannyaŭ «Palitychnaya sfera». 2005. № 4. S. 55—60.
7. Allan K., Burridge K. Euphemism and Dysphemism: Language Used as a Shield and Weapon. — Oxford Univ. Pr., 1991. 263 p.
8. Arnheim R. Visual Thinking. — Berkeley, CA : Univ. of California Pr., 1969. 345 p.
9. Averbukh V. L. Towards the Conceptions of Visualization Language and Visualization Metaphor Proceedings // IEEE Symposia on Human Centric Computing Languages and Environments (Sept. 5—7, 2001, Stresa, Italy). — IEEE, 2001. P. 390—391.
10. Averbukh V. L. The Specialized Systems of Scientific Visualization // AIP Conference Proceedings. 2006. Vol. 849. P. 481—486 (Zababakhin Scientific Talks — 2005: International Conference on High Energy Density Physics).
11. Beasley R., Danesi M. Persuasive Signs: the Semiotic of Advertising. — Berlin : Mouton de Gruyter, 2002. 193 p.
12. Bell S. Semiotics and Advertising Research: A Case Study // Marketing Signs. 1990. Vol. 8. P. 1—6.
13. Burridge K. Weeds in the Garden of Words: Further Observations on the Tangled History of the English Language. — Cambridge Univ. Pr., 2005. 196 p.
14. Farr J. The Passion of Emily Dickinson. — Cambridge : Harvard Univ. Pr., 1992. 390 p.
15. Feinstein H. Meaning and Visual Metaphor // Studies in Art Education. 1982. Vol. 23, No. 2. P. 45—55.
16. Forceville C. Pictorial Metaphor in Advertising. — London : Routledge, 1996. 233 p.
17. Freimuth V. S. Developing the public service advertisement for nonprofit marketing // Advances in Nonprofit Marketing / R. W. Belk (ed.). — Greenwich : JAI Press Inc., 1985. P. 55—93.
18. Johns B. Visual Metaphor: Lost and found // Semiotica. 1984. Vol. 52. P. 291—333.
19. Goldman R., Papson S. Sign Wars: The Cluttered Landscape of Advertising. — New York : The Guilford Pr., 1996. 323 p.
20. Lynn J. R. Effects of persuasive appeals in public service advertising // Journalism Quarterly. 1974. Vol. 51. P. 622—630.
21. Rottfeld H. J. Misplaced marketing. The social harm of public service advertising // Journ. of Consumer Marketing. 2002. Vol. 19. № 6. P. 465—467.
22. Salmon C. T., Atkin C. Using media campaign for health promotion // Handbook of Health Communication / T. L. Thompson, A. M. Dorsey, K. I. Miller, R. Parrot (ed.). — Mahwah ; New Jersey : Lawrence Erlbaum Associates, 2003. P. 449—472.
23. Wallack L., De Jong W. Mass media and public health: moving the focus from the individual to the environment // The Effects of the Mass Media on the Use and Abuse of Alcohol : Research Monograph / S. E. Martin (ed.). — Bethesda, MD : National Institute on Alcohol Abuse and Alcoholism, 1995. P. 253—268.
24. Wolburg J. M. Why television is the 'wrong' environment for public service advertising campaigns // Journ. of Consumer Marketing. 2001. Vol. 18. № 6. P. 471—473.

Н. В. Кудинова
Калининград, Россия

ОСОБЕННОСТИ ПОСТРОЕНИЯ АРГУМЕНТАЦИИ, НАПРАВЛЕННОЙ НА ПРИЗЫВ К ВОССТАНИЮ, В ТОТАЛИТАРНОМ ДИСКУРСЕ

АННОТАЦИЯ. В статье рассматриваются построение модели политической аргументации при тоталитарном режиме власти и влияние данной модели на слушателя с лингвистической и психологической точек зрения на примере сказки-притчи «Скотный двор» Джорджа Оруэлла. Писатель описывает процесс становления тоталитарного режима от появления идейного лидера до саморазрушения системы. Аргументативная речь в художественном произведении выполняет эстетическую функцию и позволяет писателю создать гротескную модель тоталитаризма. Описанными способами речевого и психологического манипулирования человеческим сознанием пользуются многие представители политической элиты. Целью данной статьи является выявление аргументативно-агитационной модели воздействия на слушателя, а именно того, какие стратегии, языковые средства и психологические приемы при этом используются. Новизна работы заключается в применении логического, когнитивного и коммуникативно-риторического подходов для анализа аргументации в агитационной речи. В результате анализа речи хряка Майора выявлена целая система аргументов для обоснования главного тезиса. Все указанные аргументы взаимосвязаны между собой и взаимозависимы, их происхождение и иллюкативная сила оказывают влияние на всех обитателей фермы. Намеренно вызванные чувства и эмоции порождают в уме адресата необходимые для агитатора мысли и в дальнейшем подталкивают к определенным действиям.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: политическая аргументация; политический дискурс; художественный дискурс; тоталитаризм; языковые средства; психологические приемы; британская литература; британские писатели.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ: Кудинова Наталья Владимировна, аспирантка 3-го курса, Балтийский федеральный университет имени Им. Канта; 236041, Калининград, ул. А. Невского, 14; e-mail: zhurova86@mail.ru.

Ученые исследуют воздействие политического дискурса на коллективное сознание и поведение со времен Аристотеля. Политическая аргументация, обладая четкой логической структурой, ориентируется на разум слушателя, при этом не менее важным оказывается психологический аспект, т. е. воздействие на чувства и эмоции людей. Если посмотреть на агитационные речи политиков, то можно отметить, что аргументационные пропагандистские модели напрямую зависят от конкретного политического режима, который они поддерживают.

Трагические события мирового масштаба в начале XX в. привели к изменению мироощущения человечества — становится очевидной необходимость изучения общественно-политических процессов и их взаимосвязь с политической коммуникацией. Начинается изучение военной пропагандистской машины, механизмов влияния на общественное мнение и его формирования, методов политической агитации. Политическая лингвистика возникает как необходимая научная дисциплина в условиях быстро и кардинально изменяющейся политической картины мира. В этот период появляется дополнительный импульс к осмыслению роли языка в политике, обусловленный практикой тоталитаризма и новой, еще более разрушительной мировой войной. Рассматривая этот этап развития политической лингвистики, историки науки называют, помимо специалистов по коммуникации, английского писателя Джорджа Оруэлла, обратившегося к критическому изучению тоталитарного дискурса [Философия. Новое время: 11].

Произведения Джорджа Оруэлла «Скотный двор» и «1984» описывают методы и практики тоталитаризма, содержат модели приведения к тоталитарному режиму власти, его господства и последствий. Ученые, журналисты, политологи называют Оруэлла провидцем, его антиутопии — «азбукой тоталитаризма», проводят аналогии с современной политической ситуацией в мире. Писатель был идейным последователем учения Маркса. Воодушевленный идеями справедливого вознаграждения трудящихся и господства мирового пролетариата, Оруэлл отправился на освободительную войну в Испанию. Этот тяжелейший опыт жизни заставил его пересмотреть свои взгляды на социализм и коммунизм. На конкретных примерах Джордж Оруэлл описывает, какими способами речевого и психологического манипулирования человеческим сознанием пользуются политики в целях завоевания и удержания политической власти в тоталитарном государстве [Майерс 2015; Баранов http].

Политическая картина мира XX в. характеризуется процессом демократизации развитых стран, но с тенденцией ограничения и подчинения свобод в других странах, на которые более влиятельные государства имеют виды, связанные с извлечением выгоды. Во многих странах происходят восстания, изменения режима власти, носящие названия «цветные революции», «бархатные революции» и др. [Токарева, Шкуренко, Ковальский http; Недошивин http]. Схемы формирования в обществе революционных настроений схожи между собой. Например, «процесс установки повестки дня» — понятие, введенное У. Липпманом, когда в поли-

тической коммуникации высвечивается одно событие, которое оказывает влияние на слушателя, а состояние реальной действительности замалчивается [Хитченс 2017]. Тоталитарный режим власти характеризуется определенной модальностью политического языка, требовательными и эмоционально-настойчивыми монологическими речами с кричащими, порой истеричными интонациями, обвинениями в адрес «врага», виновного во всех бедах и несчастьях. Ограничения в сфере политической коммуникации являются причиной закрытого общения с огромным количеством штампов, устойчивых оборотов, которые, по Оруэллу, ограничивают мышление людей, поскольку когда существует какой-то штамп, он используется всегда, нельзя от него отойти [Моноклер [http](#)].

В качестве объекта исследования взят отрывок из сказки-притчи Джорджа Оруэлла «Скотный двор» — художественного произведения, демонстрирующего все признаки политического тоталитарного дискурса. Однако в рамках художественного произведения аргументативная речь выполняет особую, эстетическую функцию, а такой литературный жанр, как сказка-притча, позволяет писателю создать образную, в данном случае даже гротескную, модель тоталитарного режима, используя параллель или аналогию между миром людей и стадом животных. Этот прием позволяет, в частности, с большой выразительной силой и сарказмом изобразить сцену собрания скотного двора и эпизод речевого воздействия предводителя скотного двора, хряка Майора, на животную аудиторию с целью подвигнуть ее к восстанию против людей.

Цель настоящей статьи — выявить модель аргументативного воздействия на слушателя в ситуации тотального господства оратора над аудиторией в условиях тоталитарного режима, а также показать, как работает эта аргументативно-агитационная модель, какие стратегии воздействия на аудиторию, языковые средства и психологические приемы при этом используются.

В качестве теоретической базы для анализа используется системная модель аргументации, разработанная В. Н. Брюшинкиным, представляющая собой синтез логического, когнитивного и коммуникативно-риторического подходов к анализу текста. Первый этап, логический, включает выявление главного тезиса текста и системы аргументов, его обосновывающей. От главного тезиса исходят высказывания, которые являются ключевыми в убеждающей речи адресанта. Второй этап, когнитивный анализ, состоит в выявлении опор аргументации и особенно-

стей мировоззрения участников аргументативного процесса. Третий этап, коммуникативно-риторический анализ, учитывает аргументативную ситуацию, участников аргументативного взаимодействия и фактор адресата, в частности приемлемость предложенных ему аргументов, а также включает в себя рассмотрение различных тропов и фигур, служащих средством усиления иллюкативной силы аргументации [Брюшинкин 2012].

Старый хряк Майор в произведении Джорджа Оруэлла «Скотный двор» выступает в роли идейного лидера, авторитета, источника аргументации. Главным тезисом и предметом аргументации является положение о *несправедливом господстве людей над животными*. Адресат аргументативного воздействия — животные на ферме. Они же являются объектом аргументации.

В свое время И. Кант указал на различия между теоретическими и практическими аргументами и на способы обоснования того, что есть (существует, является фактом) и того, что должно быть (с точки зрения предпочтения или иных ценностей). Человек в процессе познания бытия создает свою картину мира, основываясь на своих чувственных переживаниях и впечатлениях [Руксперт [http](#)].

Условно речь Майора можно разделить на четыре части. Первая часть содержит вступление, теоретические аргументы (с точки зрения их логической природы дескриптивные), которые описывают тяжелую участь животных на ферме, унижительное господство людей, несправедливость и рабский труд.

Вторая часть содержит практические, прескриптивно-аксиологические аргументы, которые описывают тот привычный и ужасающий уклад вещей, который, по мнению Майора, останется без изменений, если не произойдет изгнание людей.

В третьей части снова используются теоретические аргументы (человек есть враг, а все животные равны), но что примечательно, основываются они на тех практических аргументах, которые были во второй части. В четвертой части практические аргументы, как следствие из третьей части теоретических аргументов, создают картину-мечту, тот вещий сон, о котором в начале своей речи упоминал Майор, некую утопию жизни без людей.

Для обоснования своего целевого убеждения Майор использует целую систему аргументов, происхождение и иллюкативная сила которых оказывает влияние на всех обитателей фермы.

1. Аргумент от важности предмета и личного жизненного опыта оратора, от его якобы

выдающейся личности, претендующей на авторитет и на право руководить собранием. В данном случае это жизнь самого хряка Майора: он ищет расположения к нему адресата, овладевает его вниманием. Перед мнимым авторитетом срабатывает такая психологическая реакция, как уважение, робость, страх, трепет. Этот аргумент занимает внимание слушателя, так как затрагивается такая тема, которая, несомненно, вызывает интерес у каждого разумного существа — смысл жизни. Текст начинается речью автора. Это метауровень текста, т. е. уровень метаречевых актов автора текста с функцией описания, интерпретации, оценки, замечаний, комментария того, что происходит на нижнем, событийном уровне, к которому относятся события и речь персонажей. Речевой акт метауровня выполняет функцию зачина повествования. Более того, поскольку в нашем случае речь идет о жанре сказки-притчи, автор текста выступает в роли режиссера-постановщика сценария тоталитарного воздействия отправителя речи на аудиторию. Картина мира тоталитарного режима власти людей подается сквозь призму самосознания и речевого поведения животных, имитирующих нравы и поведение людей, что придает тексту особую яркость и выразительность. С помощью гротескной метафоры Оруэлл наделяет животных манерами поведения людей, тем самым с сатирой и критикой показывая несостоятельность управленческой системы и разделения общества.

Субъектно-речевая структура данного текста имеет также отношение к стратегии построения аргументативного дискурса. В данном случае аргументативная речь на событийном уровне начинается эксклюзивным речевым актом от «я»-субъекта, т. е. оратора, соблюдающего пока дистанцию по отношению к адресату (оратор пока не включает себя в сферу адресата). Это необходимо для овладения вниманием аудитории и обоснования своего обращения к ней. Данное право обосновывается с помощью аргумента от личного жизненного опыта и возвышения оратором своей личности. Но обратимся к тексту:

— Первым делом я должен вам сказать вот о чем. Не думаю, что я проведу с вами еще много месяцев, чувствую, что перед смертью я должен поделиться приобретенной мудростью с вами. Я прожил долгую жизнь, у меня было достаточно времени для размышлений, когда я лежал один в загоне и, думаю, могу утверждать, что понимаю смысл жизни лучше, чем кто-либо из моих современников. Вот об этом я и хотел бы вам поведать.

Я дожил до двенадцати лет и произвел на свет более четырехсот детей. Для свины я прожил достойную жизнь [Оруэлл http].

2. Аргумент от смысла жизни и ее бытия, поиска правды и свободы. Вспомогательные аргументы от трудностей реальной жизни, с помощью которых пробуждаются такие чувства слушателя, как недовольство, несправедливость, унижительность и горечь бытия. Эмоциональное состояние чрезвычайно зависит от локальных изменений жизненных обстоятельств, от невозможности абсолютного удовлетворения жизнью. Инклюзивная форма речи, в которой говорящий включает уже себя в сферу адресата, — это риторический прием воздействия на адресата: картина мира адресанта подается как общая картина мира с адресатом. «Я» оратора переходит в обобщенное «Мы». Это психологический прием, способствующий выражению сопричастности оратора судьбе адресата — она подается как общая судьба. Здесь обобщение принимает форму мнимого диалога (квазидиалога), так как и вопросы, и ответы на них исходят от одного и того же лица — адресанта. Этим объясняется аргумент от несчастной совместной судьбы и участи:

— Итак, друзья, в чем смысл нашего с вами бытия? Давайте посмотрим правде в лицо: краткие дни нашей жизни проходят в унижении и тяжком труде. С той минуты, как мы появляемся на свет, нам дают есть ровно столько, чтобы в нас не угасла жизнь, и те, кто обладает достаточной силой, вынуждены работать до последнего вздоха; и, как обычно, когда мы становимся никому не нужны, нас с чудовищной жесткостью отправляют на бойню. Ни одно животное в Англии после того, как ему минет год, не знает, что такое счастье или хотя бы заслуженный отдых. Ни одно животное в Англии не знает, что такое свобода. Жизнь наша — нищета и рабство. Такова истина [Оруэлл http].

3. Аргумент от реального порядка вещей и каким он должен быть, от необходимости восхождения от преувеличенно ничтожных жизненных обстоятельств к преувеличенно комфортным и совершенным. В качестве средства воздействия на слушателя используется прием относительного сравнения, что особенно характерно для политической убеждающей речи. Этот прием описывает Карл Маркс: «Дома бывают большими и маленькими; пока все дома в округе — домики, они вполне удовлетворяют социальным запросам своих обитателей. Но как только рядом с ними вырастает дворец, эти домики скукоживаются до размеров лачуг» [Липпман 2004: 187]. Это такое намеренное срав-

нение, в котором эмоциональное состояние слушателя с помощью аргумента от трудностей реальной жизни опускается до самого тягостного и ничтожного, затем поднимается с помощью совершенно иного примера из жизни желаемого. Самое интересное в том, что чувства слушателя, такие как надежда, вера, гордость, начинают тонкой ниточкой постепенно тянуться вверх, но груз страданий не отпускает, ибо избавиться от него сложно. В агитационных речах эти чувства запускают процесс недовольства, подрывают основу реальной жизни, как модно сейчас говорить, «выводят из зоны комфорта»:

– Но таков ли истинный порядок вещей? Происходит ли это от того, что наша земля бедна и не может прокормить тех, кто обитает на ней и возделывает ее? Нет, товарищи, тысячу раз нет! Климат в Англии мягкий, земля плодородна, и она в состоянии досыта накормить гораздо большее количество животных, чем ныне обитают на ней [Оруэлл <http>].

Далее следует аргументация от конкретного примера (экземплификационный акт речи, подкрепляющий и конкретизирующий основную мысль):

– Такая ферма, как наша, способна содержать дюжину лошадей, двадцать коров, сотню овец — и жизнь их будет полна такого комфорта, такого чувства собственного достоинства, о которых мы сейчас не можем даже и мечтать [Там же].

4. Аргумент от необходимости поиска истинного врага и связанной с ним несправедливости. В политической аргументации он занимает особое место. Для большинства очень важно найти виновного в любых неприятностях, эту особенность сознания людей успешно используют политики. Они общаются с народом как с детьми: «Тот плохой, тот хороший», ведь настоящий взрослый человек, адекватно воспринимающий происходящие вокруг него ситуации, судит по поступкам, а не по словам. Но когда включаются эмоции, а они в данном случае запустились с помощью трех предыдущих аргументов, то взрослые люди начинают вести себя, как дети. И поиск виновного, на которого можно переложить всю ответственность, начинает занимать все силы, становится смыслом жизни. Снова начинается опросно-ответная форма рассуждения от инклюзивного «мы»-субъекта. Оратор продолжает оставаться в сфере адресата, но затем происходит переход к внешнему «он»-адресату (человеку) как врагу, источнику всех описанных выше несчастий животного мира. При этом и вопросы, и ответы на них производит сам оратор, подавая свои отве-

ты как ответы самой аудитории (адресата). Это — прагматическая функция «мы»-субъекта: картина мира адресанта навязывается адресату как его картина мира:

– Но почему же мы продолжаем жить в столь жалких условиях? Потому что почти все, что мы производим своим трудом на свет, разворовывается людьми. Вот, товарищи, в чем кроется ответ на все наши вопросы. Он заключается в одном-единственном слове — человек. Вот кто наш единственный подлинный враг — человек. Уберите со сцены человека, и навсегда исчезнет причина голода и непосильного труда. Человек — единственное существо, которое потребляет, ничего не производя. Он не дает молока, он не несет яиц, он слишком слаб для того, чтобы таскать плуг, он слишком медлителен для того, чтобы ловить кроликов. И все же он верховный владыка над всеми животными. Он гонит их на работу, он выделяет им на прокорм ровно столько, чтобы они не умерли с голоду — все же остальное остается в его владении [Там же].

5. Аргумент от незавидной жизненной участи адресата. Он точно с помощью примеров из его жизни убеждает каждого слушателя, отдельного или коллективного. Его цель — снять сомнения у возможных сомневающих в истинности выдвигаемых оратором положений. В таком случае эмоциональная реакция еще более сильная, чем на аргумент к аудитории. Когда человек находится в толпе, его захлестывают настроения, свойственные ей в данный момент, но как только человек остается наедине с самим собой, его интересы вновь занимают центральное место. Поэтому использование аргумента к личности подчеркивает важность каждого отдельно взятого индивида. Здесь следует эксклюзивный акт речи: обращение к адресату, вернее к «ты»-, «вы»-адресатам. Аргумент от «ты»-, «вы»-адресата — речевой акт с функцией экземплификации, дальнейшего развития и конкретизации основного тезиса аргументации:

– Наш труд возделывает почву, наш навоз удобряет ее, — и все же у каждого из нас есть всего лишь его шкура. Вот вы, коровы, лежащие сейчас передо мной, — сколько тысяч галлонов молока вы уже дали за прошлый год? И что стало с этим молоком, которым вы могли бы вспоить крепких телят? Все оно, до последней капли, было поглощено глотками наших врагов. А вы, куры, сколько яиц вы снесли в этом году и сколько взрастили цыплят? А остальные были отправлены на рынок, чтобы в карманах у Джонса и иже с ними

звенели денежки. Скажи и ты, Кловер, где твои четверо жеребят, которых ты выносила и родила в страданиях, жеребят, что должны были стать тебе опорой и утехой на старости лет? Все они были проданы еще в годовалом возрасте — и никого из них тебе не доведется увидеть вновь и после того, как ты четырежды мучилась в родовых муках, после того, как ты поднимала под пашню поля — что у тебя есть, кроме горсти овса и старого стойла? [Там же]

Далее опять следует эксклюзивный речевой акт устрашения, иллюкутивная сила аргументации нарастает — оратор выступает защитником интересов адресата, переходя вновь к эксклюзивному «я»:

— Но даже наша жалкая жизнь не может кончиться естественным путем. Я не говорю о себе, потому что мне повезло. Я дожил до двенадцати лет и произвел на свет более четырехсот детей. Для свиньи я прожил достойную жизнь. Но ни одно животное не может избежать в конце жизни безжалостного ножа [Там же].

Опять переход к «вы»-адресатам и к «они»-адресатам (лошадям, собакам и т. д.); «ты»-адресаты называются по имени, что придает интимность аргументативному воздействию:

Вот вы, юные поросята, что сидят передо мной, — все вы до одного, не пройдет и года, кончите свою жизнь в той загородке. И эта ужасная судьба ждет всех — коров, свиней, кур, овец, всех до единого. Даже лошадям и собакам достается не лучшая доля. Придет тот далекий день, когда могучие мускулы откажутся тебе служить, Боксер, и Джонс отправит тебя к живодеру, который перережет тебе горло и сделает из тебя собачью похлебку. Что же касается собак, то когда они состарятся и у них выпадут зубы, Джонс привяжет им на шею кирпич и пинком ноги швырнет в ближайший пруд [Там же].

6. Аргумент от главной причины и наличия условий для ее устранения. Поиск условий решения проблемы снимает со слушателя ответственность, и это естественно, ведь если настроение массы уже пошатнулось, начинаются недовольства и поиск виновных. Все эти чувства запускают мысль о необходимости поиска справедливости. В свою очередь, эта мысль дает толчок к действию, здесь оратор указывает не только на необходимые действия, но и на то вознаграждение, которое обязательно будет, если соблюдать все обсуждаемые условия. В поиске справедливости происходит сплочение групп людей, объединенных одной идеей, а идентификация виновного формирует от-

ношение «свой — чужой». В речи опять наблюдается возврат к инклюзивным речевым актам: риторический вопрос — обобщение и экспрессивная речь.

— И разве не стало теперь предельно ясно, товарищи, что источник того зла, которым пронизана вся наша жизнь, — это тирания человечества?

Стоит лишь избавиться от человека, и плоды трудов наших перейдут в нашу собственность! И уже этим вечером может загореться заря нашей свободы, которая сделает нас богатыми и независимыми. Что нам предстоит делать для этого? Работать день и ночь, отдавая и тело и душу для избавления от тирании человека! [Там же]

Вновь эксклюзивный речевой акт с побудительной модальностью — призывы к «ты»-, «вы»-адресату:

— И я призываю вас, товарищи, — восстание! Я не знаю, когда оно вспыхнет, через неделю или через сто лет, но столь же ясно, как я вижу эту солому под моими ногами, я знаю, что рано или поздно справедливость восторжествует. И сколько бы вам ни осталось жить, товарищи, посвятите свою жизнь этой идее! И кроме того, завещаю передать мое послание тем, кто придет после вас, чтобы будущие поколения могли продолжать борьбу до победного конца [Там же].

— И помните, товарищи, — ваша решимость должна оставаться непоколебимой. Пусть никакие доводы не собьют вас с пути. Не слушайте, когда вам начнут говорить, что у людей и у животных общие интересы, что процветание одной стороны означает благоденствие и для другой. Все это ложь! Людей не интересуют ничьи интересы, кроме их собственных. А среди нас, животных, пусть восторжествует нерушимое единство, крепкая дружба в борьбе. Все люди — враги. Все животные — друзья [Там же].

7. Аргумент от организационного совместного действия сторон, в частности, от необходимости голосования. Он работает, во-первых, на наделение слушателя особой значимостью и придает его мнению особую важность; во-вторых, он способствует еще большему сплочению толпы. Метаречевой акт с функцией описания реакции аудитории на пламенную речь хряка Майора:

— Едва только майор кончил говорить, поднялся ужасный гам. Пока длилась его речь, из своих нор выскользнули четыре большие крысы и, присев на задние лапы, внимательно слушали майора. В это время их увидели собаки, и только мгновенная

реакция крыс, юркнувших обратно в норы, спасла их жизнь [Там же].

Далее — метаречевой акт с функцией описания речи главного персонажа. Сцена голосования — это перлокуция: аудитория уже полностью завоевана Хряком и остается решить еще один организационный вопрос, который еще больше объединит слушателей.

– *Майор поднял ногу, призывая к молчанию.*

– *Товарищи, — сказал он, — нам необходимо обсудить еще один вопрос. Дикие звери, такие, как крысы и кролики — друзья или враги?* [Там же]

Вновь переход на событийный уровень повествования с использованием побудительной модальности.

– *Давайте проголосуем. Я выдвигаю этот вопрос на рассмотрение собрания: являются ли крысы нашими товарищами?* [Там же]

Метаречевой акт с функцией описания результатов голосования.

– *Голосование прошло безотлагательно, и подавляющим большинством голосов было решено, что крыс можно считать товарищами. Против голосовали лишь четверо — три собаки и кошка, относительно которой позже было выяснено, что голосовала она в обоих случаях* [Там же].

8. Аргумент от заключительного слова. Он в афористичной форме повторяет основные положения тезисной части, упорядочивает и закрепляет мысли слушателей, устраняет дополнительные вопросы. Текст заканчивается эксклюзивным речевым актом оратора от «я»-субъекта с функцией наставления и обобщения сказанного в форме кратких афористичных выражений.

– *Добавить мне осталось немного. Я лишь повторю: помните, что ваша обязанность — враждовать с людьми и со всеми их начинаниями. Каждый, кто ходит на двух ногах — враг. Каждый, кто ходит на четырех ногах или имеет крылья — друг. И помните также, что в борьбе против человека мы не должны ничем походить на него. Даже одержав победу, отвергните все, что создано человеком. Ни одно из животных не должно жить в доме, спать в постели, носить одежду, пить алкоголь, курить табак, притрагиваться к деньгам или заниматься торговлей. Все человеческие привычки — это зло! И, кроме всего, ни одно животное не должно тиранить своих сородичей. Слабые или сильные, умные или глупые — все мы братья! Ни одно животное не должно убивать других животных. Все животные равны* [Там же].

9. Аргумент к мечте, подкрепленный исполнением гимна, выражающего главную

идею аргументационной речи, приводит слушателей в состояние эйфории, возбуждения, способствует укреплению чувства единства и сплоченности. Возврат к речи оратора как эксклюзивного «я»-субъекта. Композиционно она завершает текст, образуя его рамку (рамочное построение всего текста). Упоминание сна в начале и откладывание его описания на потом создает интригу для аудитории, когнитивное напряжение. Обращение к сновидениям, как к потусторонним силам, к которым якобы причастен оратор, оказывает магическое воздействие на аудиторию.

– *А теперь, товарищи, я расскажу вам о своем сне, что привиделся мне прошлой ночью. Я не в силах описать вам эту мечту. Это была мечта о земле, какой она станет после того, как человек исчезнет с ее лица. И вспомнилось мне давно забытое. Много лет назад, когда я был совсем маленьким поросенком, моя мать и вся наша родня любили петь старую песню, из которой они знали только первые три строчки и мотив. Песню эту я помню с детства, но прошло столько времени, так что многое забылось. И вот прошлой ночью она вернулась ко мне как мечта. И, что самое удивительное, — всплыли те слова, которые, я уверен, пели животные в давно прошедшие времена и которые, казалось, были навсегда потеряны в памяти поколений. Я сейчас спою вам эту песню, товарищи. Я стар, и у меня хриплый голос, но когда я научу вас мотиву, вы ее споете лучше. Она называется „Скоты Англии“* [Там же].

Заключительная сцена — метаречевой акт с функцией апогея, кульминации всего действия. Гимн — воззвание к зверям Англии и мира в исполнении Майора (эксклюзивный патетический акт речи). Исполнение гимна как заключение является средством достижения перлокутивного эффекта, который описывается автором на метауровне, т. е. иллокутивная фаза аргументации переходит с гимном в фазу результативную, к возванию к целому миру.

– *Старый майор прочистил горло и начал. Как он и говорил, голос у него был хриплый, но волнующая мелодия, нечто среднее между „Клементиной“ и „Кукарачей“, звучала достаточно чисто.*

*Звери Англии и мира,
всех загонов и полей,
созывает моя лира
вас для счастья новых дней.
Он настанет, он настанет,
мир великой чистоты,
и людей совсем не станет —
будут только лишь скоты.*

*Кнут над нами не взовется,
и ярмо не нужно нам,
пусть повозка расшибется,
не возить ее коням!
Наше завтра изобильно,
клевер, сено и бобы,
и запасы так обильны,
что прекрасней нет судьбы.
Небо Англии сияет,
и чиста ее вода,
ветер песни напевает —
мы свободны навсегда!
Мы дадим друг другу слово -
отстоим судьбу свою!
Свиньи, куры и коровы,
будем стойкими в бою!
Звери Англии и мира,
всех загонов и полей,
созывает моя лира
вас для счастья новых дней [Там же].*

Заключительный речевой акт осуществляется на метауровне: автор описывает кульминацию всего действия и успешный результат агитационной речи Майора.

– *Совместное исполнение этой песни привело животных в дикое возбуждение. И едва только майор дошел до последних слов, они сразу же начали петь ее снова. Даже самые тупые из присутствующих уже уловили мотив и несколько слов, а что же касается самых умных, таких, как свиньи и собаки, то уже через пару минут песня как бы рвалась из глубин их сердец. Несколько попыток приноровиться друг к другу — и вот вся ферма, в потрясающем единстве, взревела „Да здравствуют Скоты Англии“ [Там же].*

Все указанные выше аргументы, обосновывающие главный целевой тезис в речи Майора, взаимосвязаны друг с другом и взаимозависимы, один вытекает из другого. Связывает их и эмоциональная реакция адресата. Аргументы изначально направлены на пробуждение определенных чувств и эмоций, затем формируют мысль и подталкивают к конкретным действиям. Проанализированный фрагмент демонстрирует призывную речь с ярко выраженной модальностью побуждения (приказ, воззвание, призыв). С точки зрения семантики используются средства усиления императивной модальности: модальные глаголы (*должен, может*), предложения в сослагательном и повелительном наклонении. Многочисленные вопросы в тексте тоже несут аргументативную нагрузку, они задают призывной тон всей речи. Риторические вопросы и восклицательные предложения придают речи торжественность, что тоже является характеристикой агитационных речей.

В политической аргументации в качестве аргументов часто привлекаются суждения, критикующие, осуждающие, высмеивающие личность оппонента и его действия.

Использование слова «товарищ» подчеркивает солидарность и взаимодоверие, верность идеалистическим принципам. Английское слово *comrade* не может в полной мере передать значение и смысловую нагрузку русского слова *товарищ*. Этимологически слово *товарищ* восходит к тюркской единице со значением «имущество, скот, товар»: изначально товарищами называли себя на Руси торговцы, которые торговали одинаковым товаром. Поэтому само по себе обращение *товарищ* объединяет людей, даже при условии, что общая идея еще не ясна.

Исследования коммуникативной практики тоталитарных режимов продолжают до настоящего времени. Специалисты выделили характерные черты тоталитарного дискурса, которому, как правило, свойственны централизация пропагандистской деятельности, претензии на абсолютную истину, идеологизация всех сторон жизни, лозунговость и пристрастие к заклинаниям. Среди признаков тоталитаризма выделяют также ритуальность политической коммуникации, превалирование монолога «вождей» над диалогичными формами коммуникации, пропагандистскую шумиху, резкую дифференциацию своих и чужих, пропаганду простых и в то же время кардинальных путей решения проблем [Чудинов 2006: 13]. Идеиные лидеры тоталитаризма называют себя носителями смысла, требуя бессмысленного подчинения. Это лжевласть, в которой искаженное представление о власти как возможности подчинять и применять силу, стремление обладать приводит к насилию. Тоталитарная власть по природе своей безгранична, нерациональна и поэтому бессмысленна.

ЛИТЕРАТУРА

1. Баранов А. Политическая лингвистика [Электронный ресурс] // Постнаука : сайт. Электронная видеозапись. 2015. 8 сент. URL: <https://postnauka.ru/video/52408>.
2. Брюшинкин В. Н. Когнитивные карты наборов аргументов // Модели рассуждений — 4. — Калининград : Изд-во Балтийск. федерального ун-та им. И. Канта, 2011. С. 161—181.
3. Брюшинкин В. Н. Аргументация: общество и сообщество // Модели рассуждений — 5. — Калининград : Изд-во Балтийск. федерального ун-та им. И. Канта, 2012. С. 43.
4. Брюшинкин В. Н. Когнитивный подход к аргументации // Модели рассуждений — 3 : Когнитивный подход. — Калининград : Изд-во РГУ им. И. Канта, 2010. С. 26.
5. Оруэлл Джордж. Скотный двор [Электронный ресурс]. URL: http://www.lib.ru/ORWELL/animalfarm.txt_with-big-picture.html.
6. Ивин А. А. Аргументация в процессах коммуникации. — М. : Проспект, 2017.
7. Липпман Уолтер. Общественное мнение. — М. : Ин-т фонда «Общественное мнение», 2004. 384 с.

8. Майерс Дэвид. Социальная психология. — СПб. : Питер, 2015.

9. Моноклер. Азбука тоталитаризма Джорджа Оруэлла. Перечитывая «1984» [Электронный ресурс]. URL: <https://monocler.ru/azbuka-totalitarizma-dzhordzha-oruella/>.

10. Недошивин В. Джордж Оруэлл обошел Нострадамуса по числу сбывшихся предсказаний [Электронный ресурс] // Российская газета. 2013. 25 июня. № 135 (6111). URL: <https://rg.ru/2013/06/25/oruell.html>.

11. Руксперт. Цветные революции. // https://ruxpert.ru/Цветные_революции

12. Токарева А., Шкуренко О., Ковальский М. Все переводы XXI века [Электронный ресурс] // Коммерсант. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/2821597>

13. Философия. Новое время. Немецкая классическая философия // <https://www.grandars.ru/college/filosofiya/nemeckaya-klassicheskaya-filosofiya.html>

14. Хитченс Кристофер. Почему так важен Оруэлл. — М. : Гранд Мастер, 2017.

15. Чудинов А. П. Политическая лингвистика. — М. : Флинта, 2006. 254 с.

16. Чудинов А. П. Современная политическая лингвистика: становление, теория, практика. — Екатеринбург : Урал. гос. пед. ун-т, 2011.

N. V. Kudinova
Kaliningrad, Russia

STRUCTURE OF ARGUMENTATION AIMED AT CALL FOR ARMS IN TOTALITARIAN DISCOURSE

ABSTRACT. *The article studies the construction of a model of political argumentation under the totalitarian rule and its influence on the listener from a linguistic and psychological point of view on the example of the allegorical novella "Animal Farm" by George Orwell. The writer describes the formation of a totalitarian rule from the emergence of an ideological leader to self-destruction of the system. Many representatives of the political elite use these methods of verbal and psychological manipulation of human consciousness. The purpose of this article is to identify the outreach argumentative model with its impact on the listener, strategies, linguistic means and psychological devices. The novelty of the research is in the application of logical, cognitive and communicative rhetorical approaches for the analysis of arguments in the outreach activities. The data obtained in the analysis of the speech of the boar Major reveal a whole system of arguments for supporting of the main thesis. All these arguments are interrelated and interdependent, their origin and illocutionary force affect the inhabitants of the farm. Intentionally evoked feelings and emotions generate in the recipient's mind the thoughts necessary for the speaker and they push to specific actions.*

KEYWORDS: *political argumentation; political discourse; art discourse; totalitarianism; language means; psychological tricks; British literature; British writers.*

ABOUT THE AUTHOR: *Kudinova Natalia Vladimirovna, Post-graduate Student, Immanuel Kant Baltic Federal University, Kaliningrad, Russia.*

REFERENCES

1. Baranov A. Politicheskaya lingvistika [Elektronnyy resurs] // Postnauka : sayt. Elektronnyaya videozapis'. 2015. 8 sent. URL: <https://postnauka.ru/video/52408>.

2. Bryushinkin V. N. Kognitivnye karty naborov argumentov // Modeli rassuzhdeniy — 4. — Kaliningrad : Izd-vo Baltiysk. federal'nogo un-ta im. I. Kanta, 2011. S. 161—181.

3. Bryushinkin V. N. Argumentatsiya: obshchestvo i soobshchestvo // Modeli rassuzhdeniy — 5. — Kaliningrad : Izd-vo Baltiysk. federal'nogo un-ta im. I. Kanta, 2012. S. 43.

4. Bryushinkin V. N. Kognitivnyy podkhod k argumentatsii // Modeli rassuzhdeniy — 3 : Kognitivnyy podkhod. — Kaliningrad : Izd-vo RGU im. I. Kanta, 2010. S. 26.

5. Oruell Dzhordzh. Skotnyy dvor [Elektronnyy resurs]. URL: http://www.lib.ru/ORWELL/animalfarm.txt_with-big-pictures.html.

6. Ivin A. A. Argumentatsiya v protsessakh kommunikatsii. — М. : Prospekt, 2017.

7. Lippman Uolter. Obshchestvennoe mnenie. — М. : In-t fonda «Obshchestvennoe mnenie», 2004. 384 s.

8. Mayers Devid. Sotsial'naya psikhologiya. — SPb. : Piter, 2015.

9. Monokler. Azbuka totalitarizma Dzhordzha Oruella. Perechityvaya «1984» [Elektronnyy resurs]. URL: <https://monocler.ru/azbuka-totalitarizma-dzhordzha-oruella/>.

10. Nedoshivin V. Dzhordzh Oruell oboshel Nostradamusa po chislu sbyvshikhsya predskazaniy [Elektronnyy resurs] // Rossiyskaya gazeta. 2013. 25 iyunya. № 135 (6111). URL: <https://rg.ru/2013/06/25/oruell.html>.

11. Rukspert. Tsvetnye revolyutsii. // https://ruxpert.ru/Tsvetnye_revolvyutsii

12. Tokareva A., Shkurenko O., Koval'skiy M. Vse perevoroty XXI veka [Elektronnyy resurs] // Kommersant. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/2821597>.

13. Filosofiya. Novoe vremya. Nemetskaya klassicheskaya filosofiya // <https://www.grandars.ru/college/filosofiya/nemeckaya-ya-klassicheskaya-filosofiya.html>

14. Khitchens Kristofer. Pochemu tak vazhen Oruell. — М. : Grand Master, 2017.

15. Chudinov A. P. Politicheskaya lingvistika. — М. : Flinta, 2006. 254 s.

16. Chudinov A. P. Sovremennaya politicheskaya lingvistika: stanovlenie, teoriya, praktika. — Ekaterinburg : Ural. gos. ped. un-t, 2011.

Т. С. Макарова
Пермь, Россия

ПРОБЛЕМА ИНТЕРПРЕТАЦИИ ИСТОРИЧЕСКОГО ПОЛИТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА

АННОТАЦИЯ. В статье рассматривается исторический политический дискурс в качестве речемыслительной деятельности в прошлом, результатом которой становится политический текст. Исторический политический дискурс, представленный единством речемыслительной деятельности политических фигур и политического текста как результата этого дискурса, трактуется как письменный исторический источник. Совокупность исторических, а также лингвистических методов исследования позволяет реконструировать понятие «независимость», которое по-разному интерпретировалось политическими организациями, возникшими в Ирландии в середине XIX в. Утверждается, что вопрос ирландской независимости отображается в политических программах «Ассоциации репелеров», «Католической ассоциации», «Молодой Ирландии», «Ирландской конфедерации», «Ирландской конфедерации» правого крыла, «Ирландской конфедерации» левого крыла, а также «Протестантской ассоциации репелеров». В статье акцентируется внимание на содержании понятия «независимость», которое раскрывается посредством определения политических целей и методов представителей ирландского освободительного движения XIX в. Анализ политического дискурса выявляет политические цели аннулирования унии 1801 г., восстановления автономного ирландского парламента. Работа подчеркивает важность тактики ненасильственного сопротивления в революционных методах борьбы, используемых данными организациями. Научное исследование выявляет политические взгляды «Ирландской конфедерации» левого крыла, заключавшиеся в революционном перевороте и создании в Ирландии демократической республики. Иллюстрация деятельности «Католической ассоциации» позволяет реконструировать понятие «независимость», существовавшее в XIX в., в качестве общественно-политического движения за права католиков. Обращение к политическому дискурсу представителей «Молодой Ирландии» дает возможность интерпретировать понятие «независимость» в виде движения за реконструкцию ирландской культуры.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: ирландский язык; политический дискурс; семантические поля; отмена унии; автономный парламента; политические права; католики; методы ненасильственного сопротивления; революционные методы борьбы.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ: Макарова Татьяна Сергеевна, аспирант кафедры лингводидактики, Пермский государственный национальный исследовательский университет; старший преподаватель кафедры иностранных языков, Пермский государственный аграрно-технологический университет имени Академика Д. Н. Прянишникова; 614990, Россия, г. Пермь, ул. Петропавловская, д. 23; e-mail: TamaMk11@rambler.ru.

Одним из видов политического дискурса является исторический политический дискурс. Специфика исторического политического дискурса выводит его за рамки традиционного анализа политических дискурсов. Отсутствие возможности наблюдать за субъектами и объектами политической деятельности создает определенную сложность для исследователя. При обращении к историческому политическому дискурсу речемыслительная деятельность участников политической коммуникации реконструируется благодаря письменным материальным источникам, включающим в себя автобиографии, мемуары, дневники, письма. Анализируя исторический политический дискурс, необходимо соблюдать принцип историзма, заключающийся в максимально точном описании речемыслительной деятельности политиков, в которой отражаются наиболее важные общественно-политические события определенной исторической эпохи.

Цель статьи — рассмотреть особенности формирования понятия «независимость» в историческом политическом дискурсе XIX в.

Материалом исследования послужили 1137 номинаций на английском языке, представляющие понятие «независимость» в историческом политическом дискурсе. Исторический политический дискурс рассматривался нами как письменный исторический источник, представляющий собой дневники Джона Митчела (1814—1875), ирландского политического деятеля XIX в. и участника

национально-освободительного движения в Ирландии.

Мы склонны придерживаться когнитивной парадигмы в вопросе определения понятия «дискурс» [Красных 2002; Карасик 2004; Кибрик 1994; Арутюнова 1990; Кубрякова 2012; Алексеева 2013; Мишланова 2009]. Как справедливо подчеркивает В. В. Красных, дискурс есть «вербализованная речемыслительная деятельность, представляющая как совокупность процесса и результата и обладающая двумя планами: собственно-лингвистическим и лингво-когнитивным» [Красных 2002: 10]. Как мы видим, дискурс с позиции когнитивистики представляет собой речемыслительную деятельность, результатом которой является текст. Данную мысль разделяет Н. Д. Арутюнова, которая говорит о том, что дискурс является «речью, погруженную в жизнь» [Арутюнова 1990: 137]. Когнитивную природу дискурса отмечает Л. М. Алексеева. С ее точки зрения, когнитивная природа дискурса позволяет перерабатывать знания о внешнем мире, извлекая «выводные» знания и выводя за границы знака [Алексеева 2013: 49]. Итак, исходя из вышесказанного, мы предлагаем рассматривать дискурс в качестве вербализованной речемыслительной деятельности в специальной сфере.

В науке принято разделять дискурс по отдельным социальным институтам. К институциональным типам дискурса относятся педагогический, медицинский, юридический, исторический, военный, политический [Алек-

сеева, Мишланова 2002]. В рамках нашего исследования мы обращаемся к политическому дискурсу, т. е. дискурсу политической сферы жизни общества. Характерной чертой политического дискурса является его антропоцентричность. Политика, понимаемая нами в качестве «совокупности общественных отношений, связанная с понятиями власти и государственного устройства», ставит в центр внимания человеческую деятельность [Орачева, Подвинцев 1998: 179]. Антропоцентризм политического дискурса связан с политическими действиями людей, в результате которых реализуются общественно важные решения, влияющие на характер осуществления государственной власти.

В политическом дискурсе реализуется речемыслительная деятельность. Она осуществляется посредством политической коммуникации. О. И. Хвостунова связывает политический дискурс с политической коммуникацией, проявляющейся в «рациональном обмене мнениями граждан, в ходе которого вырабатываются общие позиции по социально важным вопросам» [Хвостунова 2010: 276]. Д. В. Шапочкин считает, что политическая коммуникация является основным средством в борьбе за власть [Шапочкин 2012: 57]. Политическая коммуникация требует наличия участников. Участники политической коммуникации, осуществляя политическую деятельность, выполняют коммуникативные, социальные, а также профессиональные роли [Шапочкин 2012: 42]. В политическом дискурсе, таким образом, отражаются когнитивные аспекты политической коммуникации. Помимо вышесказанного, необходимо подчеркнуть, что результатом политической коммуникации, т. е. речемыслительной деятельности, становится политический текст. Под политическим текстом мы понимаем продукт вербальной репрезентации речемыслительной деятельности участников политического дискурса. Изложив основные черты политического дискурса, мы пришли к выводу о том, что он представляет собой единое целое, состоящее из двух частей — речемыслительной деятельности участников политического дискурса и политического текста как результата осуществления политической коммуникации [Чудинов 2009: 58].

Исторический политический дискурс понимается нами в качестве речемыслительной деятельности в прошлом, результатом которого становится политический текст как письменный исторический источник. В историческом политическом дискурсе рассматривается какой-либо важный общественно-политический вопрос. Специфика историче-

ского политического дискурса такова, что о политической деятельности участников политического дискурса можно судить только из письменных материальных источников. Письменными материальными источниками, в которых поднимается важная общественно-политическая проблема, могут быть дневники, мемуары, письма политических деятелей определенной исторической эпохи. Отсутствие возможности наблюдать за политической деятельностью участников исторического политического дискурса создает трудности для анализа их речемыслительной деятельности. Исторический подход к политическому дискурсу позволяет реконструировать те фрагменты специального знания, которые были зафиксированы в речемыслительной деятельности политиков, живших в прошлом.

Исторический подход к анализу политического дискурса предполагает изучение политических отношений, явлений, феноменов, проявляющихся на конкретном этапе жизни общества. Изучение политического дискурса через призму истории требует применения нарративного, ретроспективного, историко-генетического, историко-биографического, хронологического методов исследования, а также метода контент-анализа.

Нарративный, или идеографический метод, используется для описания исторических событий, т. е. реальных фактов, повлиявших на характер политического дискурса. С точки зрения А. В. Лубского, исторический факт является неким «квантом» исторической информации о действительности, идеальным изображением исторического события...» [Лубский 2014: 505]. Мы склонны под историческим фактом понимать объективное научное знание об историческом событии, явлении. Нарративный метод позволяет рассматривать речемыслительную деятельность участников политического дискурса в тесной связи с историческими событиями той или иной исторической эпохи.

Ретроспективный метод научного исследования направлен на изучение хронологии политического события, явления. Как отмечает А. М. Мельникова, ретроспективный метод применяется в разных гуманитарных науках для «изучения исторических условий и предпосылок развития современных явлений» [Мельникова 2014: 442]. Ретроспективный метод, применяемый при изучении политического дискурса, следовательно, реконструирует политические события или явления по сохранившимся материальным письменным источникам, дошедшим до современной исследователю эпохи. В основе

ретроспективного метода лежит идея эволюционного развития общества, предполагающая усложнение политологического знания.

Не менее важным научным методом, раскрывающим особенности исторического политического дискурса, является историко-генетический метод. У историко-генетического метода, являющегося одним из основных методов исторического исследования, в центре внимания находится «происхождение конкретных исторических явлений, а также анализ причинности изменений» [Мазур 1990: 153]. И. Д. Ковальченко определил историко-генетический метод в качестве «последовательного раскрытия свойств, функций и изменений изучаемой реальности в процессе ее исторического движения...» [Мазур 1990: 153]. Если применить историко-генетический метод к исследованию исторического политического дискурса, мы сможем обнаружить причинно-следственные связи, а также основные этапы развития события политической важности.

Историко-биографический метод, применяемый в исторических исследованиях, позволяет реконструировать, описывать и анализировать «обстоятельства жизни, результаты деятельности, психологический портрет исторической личности благодаря личным документам (автобиографиям, письмам, дневникам, мемуарам)» [Мазур 1990: 151]. В историческом политическом дискурсе историко-биографический метод четко очерчивает позицию автора, который выступает в качестве важнейшей исторической фигуры, по вопросам политического устройства, механизмов осуществления государственной власти, факторов усиления или ослабления политических институтов.

Хронологический метод, понимаемый в исторической науке как метод последовательного описания исторических событий, помогает восстановить целостную картину общественно-политической жизни на историческом отрезке времени.

Наконец, метод контент-анализа дает возможность раскрыть важнейшие качественные признаки общественных событий и явлений политического характера. По мнению И. Д. Ковальченко, метод контент-анализа необходимо применять «при обработке больших по объему и разнообразных по содержанию видов или комплексов нарративных исторических источников...» [Ковальченко 1987: 350]. Метод контент-анализа в историческом политическом дискурсе состоит в том, что с помощью качественной и количественной обработки выделенных единиц анализа в исторических нарративных источниках можно судить о психологии по-

литического деятеля и о главных политических событиях, которые он описывает.

В историческом политическом дискурсе, представленном в дневниках Д. Митчела (1814—1875), речемыслительную деятельность осуществляют семь политических группировок: «Ассоциация репелеров», «Католическая ассоциация», «Молодая Ирландия», «Ирландская конфедерация», «Ирландская конфедерация» (правое крыло), «Ирландская конфедерация» (левое крыло), «Протестантская ассоциация репелеров». Каждая из них представляет свою политическую доктрину, свой способ осуществления борьбы ирландцев за независимость.

Политическая доктрина «Ассоциации репелеров» опиралась на идею отмены союза 1801 г., заключенного между Ирландией и Великобританией [Джексон 1949: 199]. Помимо этого, представители «Ассоциации репелеров» стремились восстановить автономный ирландский парламент [Афанасьев 1907: 184]. Политическая тактика борьбы репелеров за независимость предусматривала методы ненасильственного сопротивления, а также революционные методы борьбы.

Политическая программа «Католической ассоциации» строилась на борьбе за политические права католиков [Керженцев 1936: 28]. Методом политической борьбы была избрана тактика ненасильственного сопротивления.

Политическая организация «Молодая Ирландия» действовала в рамках движения за отмену унии 1801 г., восстановления автономного ирландского парламента, а также реконструкции самобытной ирландской культуры. Ирландские политики, состоявшие в данной организации, применяли как методы ненасильственного сопротивления, так и революционные методы борьбы.

«Ирландская конфедерация» также была вовлечена в общественно-политическое движение за отмену унии 1801 г. и восстановление автономного ирландского парламента. Методами политической борьбы, выбранные членами «Ирландской конфедерации», были метод ненасильственного сопротивления, а также революционные методы борьбы.

Политическая доктрина «Ирландской конфедерации» правого крыла и «Ирландской конфедерации» совпадала по целям и методам политической борьбы. Если говорить об «Ирландской конфедерации» левого крыла, то можно обнаружить, что она придерживалась крайне левых позиций. Представители «Ирландской конфедерации» левого крыла выступали за революционный переворот и создание демократической рес-

публики. Политическая программа базировалась на использовании революционных, а также ненасильственных методов политического сопротивления.

Ирландцы, примыкавшие к «Протестантской ассоциации репилеров», участвовали в движении за отмену унии 1801 г. и восстановлении автономного ирландского парламента и применяли как методы ненасильственного сопротивления, так и революционные методы борьбы.

Анализ исторического политического дискурса показал, что ирландские политические организации, возникшие в середине XIX в., по-разному трактовали идею свободы и независимости Ирландии. На основе представления об ирландской независимости, сложившегося в ирландском историческом политическом дискурсе, мы можем выделить семь дефиниций, которые будут репрезентировать понятие «независимость».

1. Независимость — это общественно-политическое движение за отмену унии, заключенной между Ирландией и Великобританией в 1801 г.

2. Независимость — это общественно-политическое движение за восстановление ирландского автономного парламента.

3. Независимость — это общественно-политическое движение за права католиков.

4. Независимость — это общественно-политическое движение за восстановление ирландской культуры.

5. Независимость — это политическая доктрина, предусматривающая использование методов ненасильственного сопротивления.

6. Независимость — это политическая доктрина, предусматривающая использование революционных методов борьбы.

7. Независимость — это общественно-политическое движение за установление в Ирландии демократической республики.

Проведенный нами контент-анализ исторического политического дискурса позволяет построить семантическое поле «ирландская независимость». Под семантическим полем мы подразумеваем совокупность номинаций, репрезентирующих понятие «независимость». Семантическое поле «ирландская независимость» будет состоять из лексико-семантических вариантов, объединенных отдельными семантическими компонентами. Семантическое поле «ирландская независимость» наполняется семью лексико-семантическими вариантами. Каждый лексико-семантический вариант представлен номинациями, объединенными общим семантическим компонентом. Нами были выделены следующие дифференциальные семантические компоненты: «отмена унии», «автоном-

ный парламента», «политические права католиков», «ирландская культура», «методы ненасильственного сопротивления», «революционные методы борьбы», «демократическая республика».

Языковой материал показал, что семантическое поле «ирландская независимость» состоит из 1137 номинаций. Обнаруженные нами номинации отражают основные политические цели и методы политической борьбы участников ирландского исторического политического дискурса. Классификация номинаций, репрезентирующих понятие «независимость», по принципу доминантной политической роли позволяет выявить наиболее значимые политические организации Ирландии, существовавшие в XIX в. В ходе анализа исторического политического дискурса было выявлено, что «Ассоциация репилеров» играла важнейшую роль в общественно-политическом движении за освобождение Ирландии, что подтверждает самое частое употребление номинаций, вербализирующих понятие «независимость» (56 %). На втором месте выступает политическая организация «Молодая Ирландия» (16 % употреблений), на третьем — «Ирландская конфедерация» левого крыла (15,6 % употреблений), на четвертом — «Ирландская конфедерация» (7,1 % употреблений), на пятом — «Католическая ассоциация» (5,6 % употреблений), на шестом — «Ирландская конфедерация» правого крыла (3,9 % употреблений), на седьмом — «Протестантская ассоциация репилеров» (1,2 % употреблений).

Как мы видим, идея ирландской независимости была отражена «Ассоциацией репилеров», «Католической ассоциацией», «Молодой Ирландией», «Ирландской конфедерацией», «Ирландской конфедерацией» (правым крылом), «Ирландской конфедерацией» (левым крылом), «Протестантской ассоциацией репилеров» в политических доктринах, обозначивших политические цели и методы общественно-политического движения, возникшего в Ирландии в середине XIX в.

В историческом политическом дискурсе одной из главных политических целей, связанных с освободительным движением в Ирландии XIX в., была отмена унии 1801 г. между Ирландией и Великобританией. В политическую борьбу за отмену унии между Ирландией и Великобританией были вовлечены «Ассоциация репилеров», «Молодая Ирландия», «Ирландская конфедерация». Политическая цель аннулирования союза между Ирландией и Великобританией была отображена Д. Митчелом посредством использования лексико-семантических вариан-

тов, объединенных общим семантическим компонентом «отмена унии». Самый высокий показатель номинаций, относящихся к лексико-семантическому варианту «отмена унии», был отмечен в описании политической деятельности «Ассоциации репилеров» (92 % употреблений). Доля номинаций, раскрывающих политические взгляды «Молодой Ирландии» по вопросу отмены унии 1801 г., равна 5 %. Объем номинаций, вербализующих аннулирование союза между Ирландией и Великобританией как политическую цель «Ирландской Конфедерации», составляет 3 %.

Не менее значимой политической целью, на которой акцентировал свое внимание Джон Митчел, было восстановление автономного ирландского парламента. Данная политическая цель вербализована с помощью лексико-семантического варианта с общим семантическим компонентом «автономный парламент». Анализ языкового материала показал, что политическая цель восстановления автономного ирландского парламента была актуализирована «Ассоциацией репилеров» (96 % употреблений), а также «Ирландской конфедерацией» (4,1 % употреблений).

В историческом политическом дискурсе также освещается общественно-политическое движение за эмансипацию католического населения Ирландии. Эмансипация католиков являлась доминантной политической целью «Католической ассоциации». Идея борьбы католиков за политические права в дневниках Д. Митчела вербализована посредством лексико-семантического варианта с общим семантическим компонентом «политические права католиков». Лексико-семантический вариант с объединяющим семантическим компонентом «политические права католиков» найден лишь при анализе речемыслительной деятельности представителей «Католической ассоциации» (100 % употреблений).

Отдельное место в списке политических целей, выдвигаемых политическими организациями Ирландии XIX в., занимает вопрос реконструкции ирландской культуры. Борьба ирландцев за восстановление ирландской культуры осуществлялась в рамках освободительного движения и реализовывалась политической организацией «Молодая Ирландия». Представители «Молодой Ирландии» в основу политической доктрины положили идею восстановления самобытной ирландской культуры. Языковой способ репрезентации политической цели, предусматривающей реконструкцию культуры Ирландии, осуществляется посредством номинаций, относящихся к лексико-семантическому варианту «ирландская культура». Лексико-

семантические варианты, группирующиеся вокруг интегрального семантического компонента «ирландская культура», найдены при анализе политической деятельности организации «Молодая Ирландия» (100 %).

Кроме описанных выше политических целей ирландского освободительного движения, в историческом политическом дискурсе выделялась еще одна значимая проблема. Она была обозначена «Ирландской конфедерацией» левого крыла и заключалась в создании в Ирландии демократической республики. Политическая цель — создание демократической республики — вербализуется с помощью лексико-семантического варианта с общим семантическим компонентом «демократическая республика». Номинаций, относящихся к лексико-семантическому варианту с общим семантическим компонентом «демократическая республика», в ирландском историческом политическом дискурсе не было обнаружено.

Основными методами политической борьбы за независимость, применяемыми «Ассоциацией репилеров», «Католической ассоциацией», «Молодой Ирландией», «Ирландской конфедерацией», «Ирландской конфедерацией» (правым крылом), «Ирландской конфедерацией» (левым крылом), «Протестантской ассоциацией репилеров», были метод ненасильственного сопротивления, а также революционные методы борьбы.

Политические методы борьбы ирландцев за независимость были вербализованы в лексико-семантическом варианте с общим семантическим компонентом «методы ненасильственного сопротивления», а также в лексико-семантическом варианте «революционные методы борьбы». Построение семантического поля «ирландская независимость» показало, что основным методом освободительного движения «Ассоциации репилеров», «Католической ассоциации», «Молодой Ирландии», «Ирландской конфедерации» правого крыла был метод ненасильственного сопротивления. Для «Ирландской конфедерации», «Ирландской конфедерации» левого крыла, а также «Протестантской ассоциации репилеров» метод ненасильственного сопротивления был дополнительным средством политической борьбы. Доли употреблений номинаций, относящихся к лексико-семантическому варианту с общим семантическим компонентом «методы ненасильственного сопротивления», освещающих речемыслительную деятельность представителей «Ассоциации репилеров», «Католической ассоциации», «Молодой Ирландии», «Ирландской конфедерации», «Ирландской конфедерации» правого крыла,

«Ирландской конфедерации» левого крыла, «Протестантской ассоциации репилеров», распределились следующим образом: «Ассоциация репилеров» — 52 %, «Молодая Ирландия» — 16,8 %, «Ирландская конфедерация» левого крыла — 13,6 %, «Ирландская конфедерация» — 6,6 %, «Католическая ассоциация» — 5,1 %, «Ирландская конфедерация» правого крыла — 5 %, «Протестантская ассоциация репилеров» — 1 %. В ходе исследования политических доктрин различных ирландских организаций нами было обнаружено, что номинации, примыкающие к лексико-семантическому варианту с общим семантическим компонентом «революционные методы борьбы», употреблялись при описании политической деятельности «Ирландской конфедерации», «Ирландской конфедерации» левого крыла, «Ассоциации репилеров», «Протестантской ассоциации репилеров». По частотности использования номинации, относящиеся к лексико-семантическому варианту с общим семантическим компонентом «революционные методы борьбы», распределились следующим образом: «Ирландская конфедерация» левого крыла — 53,2%, «Ассоциация репилеров» — 26,6 %, «Ирландская конфедерация» — 16 %, «Протестантская ассоциация репилеров» — 4,6 % употреблений. Количественные показатели демонстрируют, что революционный метод борьбы был доминантным у «Ирландской конфедерации» левого крыла, «Ирландской конфедерации», «Протестантской ассоциации репилеров» и вспомогательным — у «Ассоциации репилеров».

Как мы видим, историческая эпоха Нового времени формировала политические взгляды ирландских политиков, живших в XIX в. С помощью построения семантического поля «ирландская независимость» мы обнаружили доминантные политические доктрины ирландских политиков XIX в., состоящие из политических целей и способов политической борьбы. Языковой материал, а также контент-анализ исторического политического дискурса показал, что «Ассоциация репилеров», «Католическая ассоциация», «Молодая Ирландия», «Ирландская конфедерация», «Ирландская конфедерация» правого крыла, а также «Протестантская ассоциация репилеров» ставили перед собой политическую цель отмены унии 1801 г. Помимо этого, важными политическими целями у ирландских политических организаций были восстановление автономного ирландского парламента, реконструкция ирландской культуры, а также создание демократической республики. Вопросом восстановления автономии ирландского парламен-

та занимались «Ассоциация репилеров» и «Католическая ассоциация», реконструкцией ирландской культуры — «Молодая Ирландия», созданием в Ирландии демократической республики — «Ирландская конфедерация» левого крыла. Нами было выяснено, что методы политической борьбы, применяемые ирландскими политиками, включали в себя тактику ненасильственного сопротивления, а также революционные методы борьбы. Методы ненасильственного сопротивления использовали «Ассоциация репилеров», «Католическая ассоциация», «Молодая Ирландия», «Ирландская конфедерация», «Ирландская конфедерация» (правое крыло), «Ирландская конфедерация» (левое крыло), «Протестантская ассоциация репилеров». Что касается применения революционных методов борьбы, то они были выявлены в политической тактике «Ассоциации репилеров», «Молодой Ирландии», «Ирландской конфедерации», «Ирландской конфедерации» (правого крыла), «Ирландской конфедерации» (левого крыла), «Протестантской ассоциации репилеров».

ИСТОЧНИКИ

1. Mitchel J. The Crusade of the Period: And Last Conquest of Ireland (perhaps) [Electronic resource]. — New York : Lynch, Cole & Meehan, 1873. URL: https://books.google.ru/books?id=3bDSAAAAMAAJ&pg=PA7&hl=ru&source=gbs_toc_r&cad=3#v=onepage&q&f=false (date of access: 27.12.15).

ЛИТЕРАТУРА

- Алексеева Л. М., Мишланова С. Л. Медицинский дискурс: теоретические основы и принципы анализа. — Пермь : Изд-во Перм. ун-та, 2002.
- Арутюнова Н. Д. Дискурс // Лингвистический энциклопедический словарь / гл. ред. В. Н. Ярцева. — М. : Сов. энцикл., 1990. С. 136—137.
- Афанасьев Г. История Ирландии. — СПб., 1907.
- Джексон Т. А. Борьба Ирландии за независимость. — М., 1949.
- Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс / Науч.-исслед. лаб. «Аксиол. лингвистика». — М. : Гнозис, 2004 (ГУП Смол. обл. тип. им. В. И. Смирнова).
- Керженцев П. Ирландия в борьбе за независимость. — М. : Соцэкогиз, 1936.
- Кибрик А. А. Когнитивные исследования по дискурсу // Вопросы языкознания. 1994. № 5. С. 126—139.
- Ковальченко И. Д. Методы исторического исследования [Электронный ресурс]. — М. : Наука, 1987. URL: <https://www.twirpx.com/file/1071411/> (дата обращения: 18.05.2018).
- Красных В. В. Этнопсихоллингвистика и лингвокультурология : лекц. курс / В. В. Красных. — М. : Гнозис, 2002.
- Кубрякова Е. С. В поисках сущности языка : когнитив. исслед. : [сб. ст.]. — М. : Знак, 2012.
- Лубский А. В. Дискурс исторический [Электронный ресурс] // Теория и методология исторической науки : терминологический словарь. — М. : Аквилон, 2014. С. 93—95. URL: <http://www.twirpx.com/file/1902779/grant/> (дата обращения: 25.04.2017).
- Мазур Л. Н. Историко-биографический метод [Электронный ресурс] // Теория и методология исторической науки : терминологический словарь. — М. : Аквилон, 2014. С. 151—152. URL: <http://www.twirpx.com/file/1902779/grant/> (дата обращения: 25.04.2017).
- Мазур Л. Н. Историко-генетический метод [Электронный ресурс] // Теория и методология исторической науки : терминологический словарь. — М. : Аквилон, 2014. С. 153. URL:

<http://www.twirpx.com/file/1902779/grant/> (дата обращения: 25.04.2017).

15. Мельникова О. М. Ретроспективный метод [Электронный ресурс] // Теория и методология исторической науки : терминологический словарь. — М. : Аквилон, 2014. С. 442—443. URL: <http://www.twirpx.com/file/1902779/grant/> (дата обращения: 25.04.2017).

16. Метафора в дискурсе : учеб. пособие для студентов фак. соврем. иностр. яз. и лит., обучающихся по направлению подготовки магистров «Филология и коммуникация» / Л. М. Алексеева [и др.] ; МОиН РФ, ФГБОУ ВПО «Перм. гос. нац. исслед. ун-т». — Пермь : РИО ПГНИУ, 2013.

17. Мишланова С. Л., Хрусталева М. А. Интерференция: когнитивно-дискурсивный анализ синонимии : [моногр.] / Федер. агентство по образованию, Перм. гос. ун-т. — Пермь : ПГУ, 2009.

18. Орачева О. И., Подвинцев О. Б. Политическая мысль в терминах и лицах : учеб.-метод. пособие / Перм. ун-т ; Зап.-Урал. ин-т экономики и права. — Пермь, 1998.

T. S. Makarova
Perm, Russia

THE ISSUE OF INTERPRETATION OF HISTORICAL POLITICAL DISCOURSE

ABSTRACT. *The article considers historical political discourse as a verbal and cognitive activity of the past, the result of which becomes a political text. Historical political discourse, represented by the unity of the speech-activity of political figures and the political text as a result of this discourse, is treated as a written historical source. The totality of historical as well as linguistic research methods allows us to reconstruct the notion of "independence", which was interpreted differently by political organizations that arose in Ireland in the middle of the XIX century. It is argued that the issue of Irish independence is reflected in the political programs of the Association of Repealers, the Catholic Association, Young Ireland, the Irish Confederation, the Irish Confederation of the Right wing, the Irish Confederation of the Left wing, and the Protestant Association of Repealers. The article focuses on the content of the concept of "independence", which is revealed through the definition of political goals and methods of representatives of the Irish liberation movement in the XIX century. The analysis of political discourse reveals the political goals of annulling the union of 1801, and the restoration of the autonomous Irish parliament. The work emphasizes the importance of the tactics of non-violent resistance and the revolutionary methods of struggle used by these organizations. Scientific research reveals the political views of the Irish Confederation of the left wing, consisting in a revolutionary coup and the creation of a democratic republic in Ireland. Illustration of the activities of the Catholic Association restores the concept of "independence", which existed in the XIX century, as a social and political movement for the rights of Catholics. An appeal to the political discourse of the representatives of Young Ireland makes it possible to interpret the concept of "independence" in the form of a movement for the reconstruction of Irish culture.*

KEYWORDS: *Irish; political discourse; semantic field; Union Act; autonomous parliament; political rights; Catholics; methods of non-violent resistance; revolutionary struggle.*

ABOUT THE AUTHOR: *Makarova Tat'yana Sergeevna, Post-graduate Student, Department of Linguodidactics, Perm State National Research University, Senior Lecturer, Department of Foreign Languages, Perm State Agrarian and Technological University named after academician D.N. Pryanishnikov, Perm, Russia.*

REFERENCES

1. Mitchel J. The Crusade of the Period: And Last Conquest of Ireland (perhaps) [Electronic resource]. — New York : Lynch, Cole & Meehan, 1873. URL: https://books.google.ru/books?id=3bDSAAAAMAAJ&pg=PA7&hl=ru&source=gbs_toc_r&cad=3#v=onepage&q&f=false (date of access: 27.12.15).
2. Alekseeva L. M., Mishlanova S. L. Meditsinskiy diskurs: teoreticheskie osnovy i printsipy analiza. — Perm' : Izd-vo Perm. un-ta, 2002.
3. Arutyunova N. D. Diskurs // Lingvisticheskiy entsiklopedicheskiy slovar' / gl. red. V. N. Yartseva. — M. : Sov. entsikl., 1990. С. 136—137.
4. Afanas'ev G. Istoriya Irlandii. — SPb., 1907.
5. Dzhekson T. A. Bor'ba Irlandii za nezavisimost'. — M., 1949.
6. Karasik V. I. Yazykovoy krug: lichnost', kontsepty, diskurs / Nauch.-issled. lab. «Aksiol. lingvistika». — M. : Gnozis, 2004 (GUP Smol. obl. tip. im. V. I. Smirnova).
7. Kerzhentsev P. Irlandiya v bor'be za nezavisimost'. — M. : Sotsekogiz, 1936.
8. Kibrik A. A. Kognitivnye issledovaniya po diskursu // Voprosy yazykoznaniiya. 1994. № 5. S. 126—139.
9. Koval'chenko I. D. Metody istoricheskogo issledovaniya [Elektronnyy resurs]. — M. : Nauka, 1987. URL: <https://www.twirpx.com/file/1071411/> (data obrashcheniya: 18.05.2018).
10. Krasnykh V. V. Etnopsikholingvistika i lingvokul'turologiya : lekts. kurs / V. V. Krasnykh. — M. : Gnozis, 2002.
11. Kubryakova E. S. V poiskakh sushchnosti yazyka : kognitiv. issled. : [sb. st.]. — M. : Znak, 2012.
12. Lubskiy A. V. Diskurs istoricheskoy nauki : terminol. slovar' // Teoriya i metodologiya istoricheskoy nauki : terminol. slovar'.

19. Современная политическая коммуникация [Электронный ресурс] : учеб. пособие / отв. ред. А. П. Чудинов ; Урал. гос. пед. ун-т. — Екатеринбург, 2009. URL: file:///C:/Users/pk%20komp/Downloads/1chudinov_a_p_red_sovremennaya_politic_heskaaya_kommunikatsiya.pdf (дата обращения: 18.05.2018).

20. Хвостунова О. И. Политический дискурс как индикатор демократизации // СМИ в меняющейся России : коллектив. моногр. — М. : Аспект Пресс, 2010. С. 276—285.

21. Шапочкин Д. В. Политический дискурс: когнитивный аспект [Электронный ресурс] : моногр. — Тюмень : Изд-во Тюмен. гос. ун-та, 2012. URL: file:///C:/Documents%20and%20Settings/%D0%A7%D0%B8%D1%82%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%BB%D1%8C/Local%20Settings/Temporary%20Internet%20Files/Content.IE5/KEY8SREK/_jirbis_files_upload_book_s_PPS_Shapochkin_65%5B1%5D.pdf (дата обращения: 18.04.2018).

M. : Akvilon, 2014. S. 93—95. URL: <http://www.twirpx.com/file/1902779/grant/> (data obrashcheniya: 25.04.2017).

13. Mazur L. N. Istoriko-biograficheskiy metod [Elektronnyy resurs] // Teoriya i metodologiya istoricheskoy nauki : terminol. slovar'. — M. : Akvilon, 2014. S. 151—152. URL: <http://www.twirpx.com/file/1902779/grant/> (data obrashcheniya: 25.04.2017).

14. Mazur L. N. Istoriko-geneticheskiy metod [Elektronnyy resurs] // Teoriya i metodologiya istoricheskoy nauki : terminol. slovar'. — M. : Akvilon, 2014. S. 153. URL: <http://www.twirpx.com/file/1902779/grant/> (data obrashcheniya: 25.04.2017).

15. Mel'nikova O. M. Retrospektivnyy metod [Elektronnyy resurs] // Teoriya i metodologiya istoricheskoy nauki : terminol. slovar'. — M. : Akvilon, 2014. S. 442—443. URL: <http://www.twirpx.com/file/1902779/grant/> (data obrashcheniya: 25.04.2017).

16. Метафора в дискурсе : учеб. пособие для студентов фак. соврем. иностр. яз. и лит., обучаемых по направлению подготовки магистров «Филология и коммуникация» / Л. М. Алексеева [и др.] ; МОиН РФ, ФГБОУ ВПО «Перм. гос. нац. исслед. ун-т». — Перм' : РИО ПГНИУ, 2013.

17. Mishlanova S. L., Khrustaleva M. A. Interferentsiya: kognitivno-diskursivnyy analiz sinonimii : [monogr.] / Feder. agentstvo po obrazovaniyu, Perm. gos. un-t. — Perm' : PGU, 2009.

18. Oracheva O. I., Podvintsev O. B. Politicheskaya mysl' v terminakh i litsakh : учеб.-метод. пособие / Перм. ун-т ; Зап.-Урал. ин-т экономики и права. — Перм', 1998.

19. Sovremennaya politicheskaya kommunikatsiya [Elektronnyy resurs] : учеб. пособие / отв. ред. А. П. Чудинов ; Урал. гос. пед. ун-т. — Екатеринбург, 2009. URL: file:///C:/Users/pk%20komp/Downloads/1chudinov_a_p_red_sovremen

naya_politicheskaya_kommunikatsiya.pdf (data obrashcheniya: 18.05.2018).

20. Khvostunova O. I. Politicheskiy diskurs kak indikator demokratizatsii // SMI v menyayushcheysya Rossii : kolektiv. monogr. —M. : Aspekt Press, 2010. S. 276—285.

21. Shapochkin D. V. Politicheskiy diskurs: kognitivnyy aspekt [Elektronnyy resurs] : monogr. — Tyumen' : Izd-vo Tyumen. gos. un-ta, 2012. URL: file:///C:/Documents%20and%20Settings/%D0%A7%D0%B8%D1%82%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%BB%D1%8C/Local%20Settings/Temporary%20Internet%20Files/Content.IE5/KEY8SREK/_jirbis_files_upload_books_PPS_Shapochkin_65%5B1%5D.pdf (data obrashcheniya: 18.04.2018).

О. В. Михина, А. Н. Михин
Магнитогорск, Россия

**ОТ КУЛЬТУРЫ ГОСТЕПРИИМСТВА К КУЛЬТУРЕ ИНТЕГРАЦИИ.
ТОЛЕРАНТНОСТЬ ИЛИ ПОТЕРЯ САМОИДЕНТИЧНОСТИ НЕМЦЕВ?**

АННОТАЦИЯ. Авторы рассматривают положительные и отрицательные стороны миграции, оказавшей влияние на жизнь, культуру и язык Германии. С одной стороны, Германия нуждается в дешевой рабочей силе и приросте населения, с другой — беженцы принесли с собой массу проблем: от неграмотности до криминала. Анализ лозунгового арсенала политических партий отражает неоднозначное отношение политиков к данной проблеме. Толерантность проявляется как в коммуникативном поведении, так и в социальных гарантиях, предоставляемых мигрантам правительством Германии. Немцы стремятся облегчить процесс аккультурации для беженцев, однако последние не всегда хотят выучить язык и принять обычаи другой страны, изолироваться в рамках родной культуры. Немецкая же нация растворяется в многообразии культур, представленных в современной Германии. Часть населения выступает за приоритет интересов собственного народа и сохранение чистоты нации. Миграция меняет не только жизнь, но и язык немцев. Незграмотная немецкая речь воспринимается многими как норма, представляется некоторыми филологами как нечто уникальное. Вопрос стоит о сохранении немцами собственной культуры и языка в условиях глобальной интеграции и значительного влияния культуры мигрантов на немецкую социокультурную среду.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: толерантность; национальная идентичность; лингвокультурология; этнолингвистика; беженцы.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ: Михина Ольга Викторовна, кандидат педагогических наук, доцент, кафедра романо-германской филологии и перевода, Институт гуманитарного образования, Магнитогорский государственный технический университет им. Г. И. Носова; 455000, Россия, г. Магнитогорск, пр-т Ленина, 26, к. А16, 224; e-mail: olga-sinyueva@yandex.ru.

Михин Артем Николаевич, кандидат филологических наук, старший научный сотрудник, научно-исследовательская словарная лаборатория, Магнитогорский государственный технический университет им. Г. И. Носова; 455000, Россия, г. Магнитогорск, пр-т Ленина, 26, к. А9; e-mail: fraz2014@yandex.ru.

Экономический и политический кризис в странах Ближнего Востока привел в Европу огромное количество беженцев. Еврокомиссия считает этот приток самым большим со времен Второй мировой войны. Вероятно, что чувство вины за огромные лишения и последствия, которые принесла фашистская Германия всему миру, боязнь обвинений в ксенофобии, а также нормы политкорректности побудили Германию взять на себя миссию миротворца в решении этого конфликта. Груз ответственности, покаяния за жертвы войны и холокоста неоднократно признавался и признается современной ФРГ, ее руководством. Пример тому — речь канцлера А. Меркель на праздновании 70-летия Победы над фашистской Германией: *...wichtig, dass man diesen Teil der Geschichte würdigt und vor allen Dingen auch den Menschen in Russland sagt, dass wir uns dessen bewusst sind und dass wir wissen, wie viel Leiden wir über die Welt und gerade auch über die Sowjetunion gebracht haben*» [Pressekonferenz... http] / *Важно оценивать эту часть истории и прежде всего сказать людям в России, что мы осознаем, сколько страданий мы принесли миру и Советскому Союзу.*

В урегулировании ближневосточного кризиса Германия как ведущая страна Евросоюза призывает к толерантности по отношению к беженцам. Первые волны мигрантов тепло принимались немецкими политиками и рядовыми гражданами. *Wir schaffen das / Мы справимся*, — сказала канцлер А. Меркель (см. подробнее: [Biermann 2013: 209—210; Дайте миру шанс! 2016: 278—

279]). Ее поддержали Свободная демократическая партия Германии, социал-демократы, «Левые» и Партия зеленых: *Die Freien Demokraten stehen für ein weltoffenes Deutschland! / Свободные демократы за открытую Германию; Deutschland heißt heute für viele Flüchtlinge Hoffnung / Германия означает сегодня для многих надежду; Asyl ist ein Recht und keine Gnade / Убежище — это право, а не милость; Von der Willkommenskultur zur Integrationskultur / От культуры гостеприимства к культуре интеграции; Mehr Hilfe für Syrien — Flüchtlinge in der Region! / Больше помощи Сирии — беженцев в регионы!* Лозунговый арсенал политических партий подробно анализировался нами в ряде работ [Михина 2016а, 2016б; Ossipova, Michina, Pozdnjakova 2016; Дайте Миру шанс! 2016].

Рассмотрим понятие толерантности. Что оно в себя включает?

В толковом словаре иноязычных слов приведена следующая дефиниция: «Толерантность — это свойство толерантного. Толерантный [фр. *tolérant* < лат. *tolerāns* (*tolerantis*) терпеливо переносящий]. Терпимый, снисходительный к кому — чему-н. Он толерантен к недостаткам других» [Крысин 2007: 778].

«Толерантность — это принятие и предоставление права на другие или инаковые убеждения, действия или обычаи, признания равноправия. Сам глагол *tolerieren* является производным от латинского *tolerare* (*erduiden, ertragen* / претерпевать, терпеть, выносить)» (aus Wikipedia) [Toleranz http].

«Толерантность — это не уступка, снисхождение или потворство. Толерантность — это прежде всего активное отношение, формируемое на основе признания универсальных прав и основных свобод человека. Ни при каких обстоятельствах толерантность не может служить оправданием посягательств на эти основные ценности, толерантность должны проявлять люди, группы и государства» [Декларация принципов толерантности 1995].

По результатам социологического опроса, проведенного учеными из Красноярска, немцы назвали среди синонимов толерантности доброту, сдержанность, уважение, сочувствие и способность понять другого независимо от пола, национальности и умственного развития [Фенько 2001].

Все вышесказанное позволяет определить немцев как нацию, занимающую активную жизненную позицию и стойко переносящую трудности, связанные с притоком в страну большого количества мигрантов, находящихся в трудном положении. Они вызывают у коренного населения жалость, сочувствие, готовность к оказанию помощи и межкультурному диалогу.

Германия — страна с развитой экономикой и социальными гарантиями для незащищенных слоев населения — стала одним из самых желаемых мест для мигрантов. Первые три месяца в Германии беженцы получают бесплатное жилье, питание, одежду и медицинскую помощь. Им выплачиваются социальные пособия, предоставляется возможность выучить язык, интегрироваться в социум.

Толерантное коммуникативное поведение нацелено на диалог культур [Пути пре-

одоления конфликтогенных ситуаций... 2016]. В последнее время в Германии издан ряд пособий для мигрантов и для взаимодействия с ними: S. Wagner, «Förderung bei kulturellen Differenzen» / Помощь в культурных различиях (2017 г.), N. Schirilla, «Migration und Flucht. Orientierungswissen für die Soziale Arbeit» / Миграция и бегство. Ориентировочные знания для социальной работы (2016 г.), G. Irdem, U. Bauer, «Psycho-soziale Beratung von Migranten» / Психосоциальное консультирование мигрантов (2013 г.), J. Mand, «Lese-/Rechtschreibförderung für Migrantenkinder» / Помощь в чтении и правописании для детей мигрантов (2012 г.), T. Haх-Schoppenhorst, S. Jünger «Seelische Gesundheit von Menschen mit Migrationshintergrund» / Душевное здоровье мигрантов (2010 г.), E. Heinemann, «Männlichkeit, Migration und Gewalt» / Мужественность, миграция и насилие (2008 г.), W. Machleidt, «Migration, Kultur und psychische Gesundheit» / Миграция, культура и психическое здоровье (2008 г.), U. Fuhrer, H.-H. Uslucan, «Familie, Akkulturation und Erziehung (Migration zwischen Eigen- und Fremdkultur)» / Семья, аккультурация и воспитание (миграция между собственной и чужой культурой) (2005 г.), I. Diehm, F.-O. Radke, «Erziehung und Migration» / Воспитание и миграция (1999 г.). Названия книг говорят сами за себя. Исходя из их тематики, можно выделить круг проблем, которые принесли мигранты в Германию: это неприятие ценностей неродной культуры, неграмотность, насилие, агрессия, безработица. Но немцы объявили себя толерантными и делают все возможное, чтобы облегчить мигрантам процесс аккультурации.

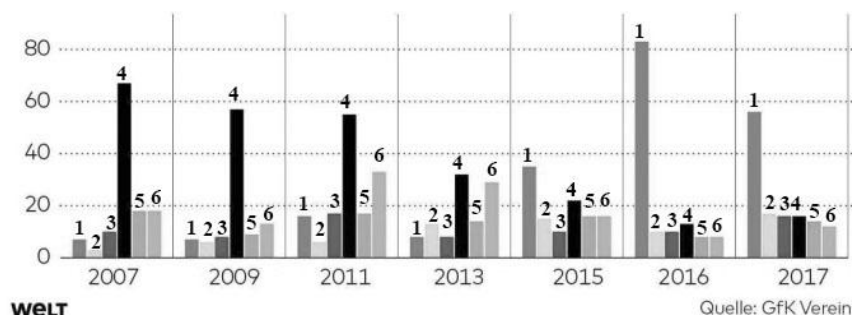


Рис. Das bereitet den Deutschen die größte Sorge
Herausforderung in Deutschland: 1 — Zuwanderung/Integration; 2 — Armut; 3 — Kriminalität; 4 — Arbeitslosigkeit; 5 — Renten/Altersversorgung; 6 — Preis-/Kaufkraftentwicklung.

По результатам ежегодного опроса, проводимого Обществом маркетинговых исследований (GfK Verein), на тему *Какие задачи должны быть решены в кратчайшие сроки?* (см. диаграмму на рис. [Infografik Die Welt [http](http://)]) очевидно, что начиная с 2015 г. тема миграции и интеграции доставляет немцам самые большие заботы. Больше половины опрошенных, 56 %, считают эту проблему и ее последствия самой большой общественной проблемой, стоящей перед Германией [Eckert [http](http://)].

Нельзя не отметить, что и сама Германия нуждается в мигрантах, так как в стране остро стоит вопрос демографии и нехватки дешевой рабочей силы. Приток мигрантов в страну начался с начала 90-х гг. прошлого столетия. Но никогда неопределенность будущего не волновала население так остро, как сейчас. Примечательно, что проблема безработицы, которая была ключевой проблемой последние десятилетия, отошла на второй план.

В последнее время все чаще говорят о неграмотности беженцев. Многие из них не ходили в школу в родной стране. Если их устная речь находится на достаточном для коммуникации уровне, то письменная речь «хромает» даже на родном языке, поэтому говорить о том, что многие хотят и могут выучить немецкий язык, можно с известной степенью условности. Адаптироваться в новых условиях, не зная языка, достаточно сложно.

Одним из путей аккультурации в инокультурной среде является геттоизация / сепарация, т. е. сохранение идентификации с родной культурой при отрицании чужой и минимизация контактов с неродной культурой, т. е., по сути, непринятие или изоляция от господствующей культуры страны пребывания [Грушевицкая... 2002]. Для многих мигрантов аккультурация в Германии проходит именно этим путем.

Язык, сокровищница и кладовая культуры, хранит в себе ценности народа и память цивилизации. Незнание языка становится одним из самых серьезных барьеров на пути к аккультурации, принятию европейских норм поведения и уважения религиозных канонов. Беженцами попираются фундаментальные европейские ценности, такие как неприкосновенность личности, равноправие между мужчинами и женщинами, свобода вероисповедания, что идет вразрез с Декларацией принципов толерантности, принятой ЮНЕСКО. Неуважение к традициям той страны, в которой они находятся, продемонстрировали тысячи арабов и выходцев из Северной Африки в новогоднюю ночь в

Кёльне в 2016 г., когда немецкие женщины подверглись сексуальным домогательствам со стороны беженцев, тепло принятых Германией [Гресько].

Миграция не только меняет облик Германии, но и оказывает влияние на ее язык, особенно разговорный. Язык общения сознательно упрощается. Так, например, молодежный язык жилых мультиэтнических кварталов называется *Kiezdeutsch*. Филолог У. Хинрих в своей книге «Multi Kulti Deutsch. Wie Migration die deutsche Sprache verändert» замечает, что все, что мешает пониманию, устраняется; упрощаются грамматические структуры: например, *Was ø denn los hier?* вместо *Was ist denn los hier?* *Ja, ich ø aus Wedding* вместо *Ja, ich bin aus Wedding*; опускаются падежные окончания: *auf kein Fall* вместо *auf keinen Fall*; *die Wärme aus mein Land* вместо *die Wärme aus meinem Land*; дательный падеж часто употребляется вместо родительного: *das Haus von meinem Vater* вместо *das Haus meines Vaters*; употребляются кальки с английского: *eine Maßnahme machen* вместо *durchführen, einen Film machen* вместо *drehen, ein Tor machen* вместо *schließen*. Разница между разговорным и письменным языком становится все больше.

В язык входят многие заимствования, например, *lan* (türkisch Typ/Kerl), *wallah* (arabisch, wörtlich bei Gott); по мнению некоторых филологов, тем самым обогащается лексика [Kiezdeutsch: [http](http://)]. В 2007 г. Гете-институт в Москве провел интернациональный конкурс на лучшее заимствованное слово, которым обогатился немецкий язык. В пятерку вошло слово *Döner*, обозначающее блюдо турецкой кухни, которое настолько популярно в Германии, что его название не требует перевода и поиска аналога в немецком языке [Wörter mit Migrationshintergrund [http](http://)].

У. Хинрих прогнозирует, что в будущем ошибки не будут считаться таковыми и не будут исправляться. В центре внимания находится коммуникация, а не правильная грамматика. Лингвист ратует за толерантность и в языке, так как существует вариативность в передаче смысла высказывания [Hinrich 2013; Bruckner [http](http://)]. Сайт Центра политического образования причисляет *kiezdeutsch* к феномену языковой вариативности [Wiese [http](http://)]. Однако все это вызывает некоторые сомнения. Вряд ли некорректный/неграмотный немецкий язык представляет собой языковой феномен, к которому его пытаются причислить сторонники продвижения толерантности в языке. Этот некорректный язык теряет немецкое звучание, немецкий грамматический строй, немецкую куль-

туру. Он не несет в себе культурных ценностей, передававшихся из поколения в поколение. Кроме того, процесс глобализации приводит к стиранию различий между культурами, потере культурных кодов наций, внедряя, по мнению В. И. Карасика, «паттерны, выработанные в эволюции того социума, который стал лидером глобализации на данном историческом этапе» [Карасик 2015: 89]. На современном этапе истории английский как язык международного общения, язык компьютерного и интернет-сообществ, безусловно, доминирует. Сами же США взяли на себя миссию «мирового судьи», который диктует остальным странам свою волю и рассматривает их исключительно в роли неразумных вассалов.

Не все политические силы Германии согласны с курсом федерального канцлера А. Меркель, которая выстраивает внутреннюю и внешнюю политику государства в соответствии с американской доктриной. Ультраправая Партия национал-демократов Германии (НДПГ) выступает против раболепия перед США: *Schluss mit der Unterwürfigkeit gegenüber den USA!* [Zasowk с http]; *Herr Obama, zündeln Sie nicht in Europa!* [Voigt http] / *Господин Обама, не играйте с огнем в Европе!* — и недальновидной политики, навязываемой Америкой: *Schluss mit der Sanktions- und Eskalationspolitik der G7-Staaten!* [Schluss mit der Sanktions... http] / *Конец политике санкций и эскалационной политике государств — участников „Семерки“!*

Национал-демократы резки в своих оценках политики гостеприимства по отношению к беженцам. Категоричность проявляется в их лозунгах: *Ihr seid hier nicht willkommen!* / *Вас здесь не ждём!*; *Deutschland ist kein Einwanderungsland!* / *Германия не страна для эмиграции*; *Wir arbeiten, Fremde kassieren — Asylbetrug macht uns arm!* / *Мы работаем, чужие получают деньги — мошенничество беженцев нас обедняет!*; *Wir sind nicht das Sozialamt der Welt!* / *Мы — не социальная служба мира* [Ossipova... 2016]; *Hartz IV ist kein Selbstbedienungsladen für arbeitslose Einwanderer!* [Zasowk b http] / *Социальное пособие Гарц-4 — не универсам для безработных иммигрантов!* НДПГ считает, что гигантский поток беженцев, который захлестнул Германию, вызвал не только непомерные расходы, но и большие риски для безопасности страны. Рядом с местами поселения беженцев происходят массовые драки, нападения и преступления, инициированные криминальными структурами. *Konfliktimport durch Asylbewerber verhindern!* [Zasowk d http] / *Предотвращать возникно-*

вление конфликтов из-за беженцев! Политика толерантности по отношению к беженцам отодвинула многие насущные проблемы немцев на второй план. НДПГ призывает правительство заботиться не обо всем и не обо всех, а помнить в первую очередь о собственном народе: *Soziale Absicherung für das eigene Volk!* / *Социальная защита для собственного народа!*; *Das eigene Volk zuerst!* / *Сначала собственный народ!* [Zasowk a http].

Выражая свое несогласие с предоставлением убежища для мигрантов с Востока, видя в этом угрозу для самоидентификации немецкого народа, партия НДПГ призывает в своей программе сохранить чистоту нации: *Deutsche Kinder braucht das Land!* — *Volkstod stoppen!* / *Немецкие дети нужны стране!* — *Остановить смерть нации!*; *Abwanderung stoppen — deutsche Familien fördern!* / *Остановить эмиграцию — поддерживать немецкие семьи*; *Identität: Überfremdung stoppen!* / *Идентичность: остановить проникновение чужих влияний.*

Как становится ясно из лозунгов партии, оппозиционной правительству, народ обеспокоен потерей собственной идентичности и засильем «культуры» мигрантов. На выборах канцлера в 2017 г. правящая партия ХДС потерпела поражение. Многие связывают этот крах именно с курсом А. Меркель, политикой гостеприимства по отношению к мигрантам. А ультраправая партия «Альтернатива для Германии» набирает популярность своей программой за закрытие границ и резкое ограничение приема беженцев. В парламенты многих федеральных земель были избраны представители партий, выступающих против политики протекционизма по отношению к беженцам из стран Ближнего Востока [Гресько http]. Чтобы победить во втором туре выборов на пост федерального канцлера, А. Меркель пришлось создать коалицию, в которую вошли представители «Альтернативы для Германии», СДПГ, «Левых» и «Зеленых». Одним из ключевых вопросов, которые должна была согласовать новая коалиция, стал вопрос миграции. Упомянутые партии сошлись во мнении: приток беженцев, который может принять Германия в год, не должен превышать 220 тысяч. Воссоединение с семьями беженцев будет временно приостановлено [Меркель одной ногой... http]. Такое решение вполне объяснимо, учитывая, что «драматичная ситуация» 2015 г. привела в Германию только по официальным подсчетам более 900 000 мигрантов.

Так сможет ли Германия сохранить свою идентичность? При плюрализме культур, представленных в современной Германии, сделать это все труднее. Объединению

немцев вокруг национальной идеи мешает страх перед обвинениями в нацизме, поскольку политики и журналисты спекулируют на этой теме. Простые граждане уже не чувствуют себя в Германии дома, больше похожи на гостей. Попытка толерантного отношения к другим культурам привела к потере доминирования своей культуры. Немцы все больше отождествляют себя не с самой Германией, а с Европой. Глобализация стирает различия в культурных полях. Перспектива состоит в создании мультикультуры глобального масштаба, интегрировании собственной культуры с культурами мигрантов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Гресько Т. Мигранты в Германии: жизнь после переезда [Электронный ресурс] // FB.ru. 23.06.2016. URL: <http://fb.ru/article/253413/migranti-v-germanii-jizn-posle-pereezda> (дата обращения: 15.04.2018).
2. Грушевицкая Т. Г., Попков В. Д., Садохин А. П. Основы межкультурной коммуникации : учеб. для вузов / под ред. А. П. Садохина. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2002. 352 с.
3. Дайте Миру шанс! Словарь современных политических лозунгов России и Германии / русская часть: С. Г. Шулежкова, А. А. Осипова, О. Е. Чернова, Н. В. Позднякова, А. Н. Михин; немецкая часть: Х. Вальтер, О. В. Михина ; науч.-исслед. словарная лаборатория НИИ исторической антропологии и филологии МГТУ им. Г. И. Носова ; Грайфсвальдский университет им. Эрнста Морица Арндта ; под ред. С. Г. Шулежковой (гл. ред.), А. А. Осиповой. — Магнитогорск : Магнитогорский Дом печати ; Greifswald : Ernst-Moritz-Arndt-Universität, 2016. 300 с. +16 с. цв. ил.
4. Декларация принципов толерантности [Электронный ресурс]. 1995. 16 окт. URL: <http://www.tolerance.ru/toler-deklaracija.php> (дата обращения: 22.04.2018).
5. Карасик В. И. Языковое проявление личности. — М. : Гнозис, 2015. 384 с.
6. Крысин Л. П. Толковый словарь иноязычных слов. — М. : Эксмо, 2007. 994 с. (Библиотека словарей).
7. Меркель одной ногой в «большой коалиции» [Электронный ресурс] // BFM.RU. 2018. 13 янв. URL: <https://www.bfm.ru/news/374835> (дата обращения: 23.04.2018).
8. Михина О. В. Сопоставительный анализ публицистических арсеналов общественных движений России и Германии // Публицистический арсенал общественных движений России и Германии : коллектив. моногр. / Х. Вальтер, Д. В. Жигулина, А. Н. Михин, О. В. Михина, А. А. Осипова, Н. В. Позднякова, О. Е. Чернова, С. Г. Шулежкова ; Науч.-исслед. словарная лаб. ИТЦ Магнитогорск. гос. техн. ун-та им. Г. И. Носова ; Грайфсвальдский ун-т им. Эрнста Морица Арндта ; отв. ред. С. Г. Шулежкова. — Магнитогорск : Дом печати ; Greifswald : Ernst-Moritz-Arndt-Universität, 2016a. С. 249—289.
9. Михина О. В. Социальная составляющая лозунгового арсенала общественных движений России и Германии (сопоставительный анализ) // Германия — Россия: вербальные и визуальные средства современного публицистического дискурса : коллектив. моногр. — Грайфсвальд : ун-т им. Эрнста Морица Арндта. — Грайфсвальд (Германия), 2016b. С. 101—111.
10. Пути преодоления конфликтогенных ситуаций: толерантные стратегии и тактики : учеб. пособие / О. Е. Чернова, А. Н. Михин, О. В. Михина, А. А. Осипова, С. Г. Шулежкова ; М-во образования и науки РФ, ФГБОУ ВО «Магнито-

горский гос. техн. ун-т им. Г. И. Носова ; науч.-исслед. словарная лаборатория ; отв. ред. С. Г. Шулежкова. — Магнитогорск : Магнитогорский Дом печати, 2016. 125 с.

11. Фенько А. Не дура, а девушка с особым типом мышления [Электронный ресурс] // Коммерсантъ Власть. 2001. URL: <http://www.kommersant.ru/doc-rss.aspx?DocsID=254914> (дата обращения: 22.04.2016).
12. Biermann K., Haase M. SPRACH-LÜGEN. Unworte und Neusprech. Von „Atomruine“ bis „Zeitnah. — Frankfurt a.M. : Fischer Taschenbuch Verl., 2013. 235 S.
13. Bruckner J. Die deutsche Sprache stößt Teile der verkrusteten Grammatik ab [Electronic resource] // SZ. 7.10.2016. URL: <http://www.sueddeutsche.de/kultur/deutsche-sprache-die-deutsche-sprache-stoesst-teile-der-verkrusteten-grammatik-ab-1.3193295> (date of access: 15.04.2018).
14. Eckert D. Zuwanderung verunsichert die Deutschen wie kein anderes Thema [Electronic resource] // Welt. 25.08.2017. URL: <https://www.welt.de/wirtschaft/article167987546/Zuwanderung-verunsichert-die-Deutschen-wie-kein-anderes-Thema.html> (date of access: 10.04.2018).
15. Hinrich U. Multu Kulti Deutsch. Wie Migration die deutsche Sprache verändert. — C. H. Beck, 2013. 294 S.
16. Kiezdeutsch. Infoportal zu Jugendsprache [Electronic resource]. URL: <http://www.kiezdeutsch.de/sprachlicheneuerungen.html#neueaus> (date of access: 15.04.2018).
17. Ossipova A. A., Michina O. V., Pozdnjakova N. V. = Осипова А. А., Михина О. В., Позднякова Н. В. Repräsentation der Konzepte RUSSLAND und DEUTSCHLAND in den publizistischen Texten // Вопросы когнитивной лингвистики. 2016. № 3 (48). С. 34—41.
18. Pressekonferenz von Bundeskanzlerin Merkel und Staatspräsident Putin am 10. Mai 2015 in Moskau [Electronic resource] // Die Bundeskanzlerin. 10.05.2015. URL: <https://www.bundeskanzlerin.de/Content/DE/Mitschrift/Pressekonferenzen/2015/05/2015-05-10-pk-merkel-putin.html> (date of access: 24.08.2017).
19. Schluss mit der Sanktions- und Eskalationspolitik der G7-Staaten! [Electronic resource] // NPD. 9.06.2015. URL: <https://npd.de/schluss-mit-der-sanktions-und-eskalationspolitik-der-g7-staaten/> (date of access: 24.08.2015).
20. Toleranz [Electronic resource] // Wikipedia. URL: <https://de.wikipedia.org/wiki/Toleranz> (date of access: 9.04.2018).
21. Voigt U. Herr Obama, zündeln Sie nicht in Europa! [Electronic resource] // NPD. 14.02.2015. URL: <https://npd.de/meldungen/page/17/> (date of access: 9.04.2015).
22. Wiese H. Kiezdeutsch — ein neuer Dialekt [Electronic resource] // Bundeszentrale für politische Bildung. 16.2.2010. URL: <http://www.bpb.de/apuz/32957/kiezdeutsch-ein-neuer-dialekt?p=all> (date of access: 15.04.2018).
23. Wörter mit Migrationshintergrund [Electronic resource] / Goethe Institut. URL: <http://www.goethe.de/lhr/prj/mig/de3286446.htm> (date of access: 15.04.2018).
24. Zasowk R. Die Armut ist ein Teil Deutschlands [Electronic resource] // NPD. 24.01.2015a. URL: <https://npd.de/die-armut-ist-ein-teil-deutschlands/> (date of access: 15.04.2015).
25. Zasowk R. Hartz IV ist kein Selbstbedienungsladen für arbeitslose Einwanderer! [Electronic resource] // NPD. 27.03.2015b. URL: <https://npd.de/hartz-iv-ist-kein-selbstbedienungsladen-fuer-arbeitslose-einwanderer/> (date of access: 15.04.2015).
26. Zasowk R. Schluss mit der Unterwürfigkeit gegenüber den USA! [Electronic resource] // NPD. 18.05.2015c. URL: <https://npd.de/schluss-mit-der-unterwuerfigkeit-gegenueber-den-usa/> (date of access: 25.06.2015).
27. Zasowk R. Konfliktimport durch Asylbewerber verhindern! [Electronic resource] // NPD. 2.10.2015d. URL: <https://npd.de/konfliktimport-durch-asylbewerber-verhindern/> (date of access: 15.12.2015).

O. V. Mikhina, A. N. Mikhin
Magnitogorsk, Russia

FROM THE CULTURE OF HOSPITALITY TO THE CULTURE OF INTEGRATION. TOLERANCE OR A LOSS OF THE NATIONAL IDENTITY OF THE GERMANS?

ABSTRACT. *The authors consider positive and negative sides of migration which has influenced the life, culture and language of Germany. On the one hand, Germany needs cheap labor force and population growth; on the other hand, refugees have brought a lot of*

problems: from illiteracy to crime. The analysis of the slogan arsenal used by political parties reflects the ambiguous attitude of the politicians towards this issue. Tolerance is shown both in the communicative behavior and in social guarantees which the government of Germany provides to migrants. The Germans are striving to facilitate the process of acculturation for the refugees, but the latter do not always want to learn the German language or adopt the customs of the new country, preferring to isolate within the borders of their native culture. The German nation seems to dissolve in the diversity of new cultures presented in modern Germany. Part of the population supports the priority of interests of the native people and preservation of the purity of the nation. The migrants change not only the lifestyle, but also the language of the Germans. The illiterate German speech is perceived by many as a norm; it is referred to by some philologists as something unique. The question is how the Germans can preserve their own culture and language given the global integration and a considerable influence of the migrants' culture on the German sociocultural environment.

KEYWORDS: tolerance; national identity; linguoculturology; ethno-linguistics; refugees.

ABOUT THE AUTHORS: *Mikhina Olga Viktorovna, Candidate of Pedagogy, Senior Lecturer, Department of Romano-Germanic Philology and Translation, Institute of Humanities, Nosov Magnitogorsk State Technical University, Magnitogorsk, Russia.*

Mikhin Artem Nikolaevitch, Candidate of Philology, Senior Research Associate, Lexicographic Research Laboratory, Nosov Magnitogorsk State Technical University, Magnitogorsk, Russia.

REFERENCES

- Gres'ko T. Migranty v Germanii: zhizn' posle perezeda [Elektronnyy resurs] // FB.ru. 23.06.2016. URL: <http://fb.ru/article/253413/migranti-v-germanii-jizn-posle-perezeda> (data obrashcheniya: 15.04.2018).
- Grushevitskaya T. G., Popkov V. D., Sadokhin A. P. Osnovy mezhkul'turnoy kommunikatsii : ucheb. dlya vuzov / pod red. A. P. Sadokhina. — M. : YUNITI-DANA, 2002. 352 s.
- Dayte Miru shans! Slovar' sovremennykh politicheskikh lozungov Rossii i Germanii / russkaya chast': S. G. Shulezhkova, A. A. Osipova, O. E. Chernova, N. V. Pozdnyakova, A. N. Mikhin; nemetskaya chast': Kh. Val'ter, O. V. Mikhina ; nauch.-issled. slovarnaya laboratoriya NII istoricheskoy antropologii i filologii MGTU im. G. I. Nosova ; Grayfsval'dskiy universitet im. Ernsta Moritsa Armdta ; pod red. S. G. Shulezhkovoy (gl. red.), A. A. Osipovoy. — Magnitogorsk : Magnitogorskiy Dom pečati ; Greifswald : Ernst-Moritz-Armdt-Univer., 2016. 300 s. +16 s. tsv. il.
- Deklaratsiya printsipov tolerantnosti [Elektronnyy resurs]. 1995. 16 okt. URL: <http://www.tolerance.ru/toler-deklaraciya.php> (data obrashcheniya: 22.04.2018).
- Karasik V. I. Yazykovie proyavlenie lichnosti. — M. : Gnozis, 2015. 384 s.
- Krysin L. P. Tolkovyy slovar' inoyazychnykh slov. — M. : Eksmo, 2007. 994 s. (Biblioteka slovarey).
- Merkel' odnoy nogoy v «bol'shoy koalitsii» [Elektronnyy resurs] / BFM.RU. 2018. 13 yanv. URL: <https://www.bfm.ru/news/374835> (data obrashcheniya: 23.04.2018).
- Mikhina O. V. Sopostavitel'nyy analiz publitsisticheskikh arsenalov obshchestvennykh dvizheniy Rossii i Germanii // Publitsisticheskii arsenal obshchestvennykh dvizheniy Rossii i Germanii : kolektiv. monogr. / Kh. Val'ter, D. V. Zhigulina, A. N. Mikhin, O. V. Mikhina, A. A. Osipova, N. V. Pozdnyakova, O. E. Chernova, S. G. Shulezhkova ; Nauch.-issled. slovarnaya lab. ITTs Magnitogors. gos. tekhn. un-ta im. G. I. Nosova ; Grayfsval'dskiy un-t. im. Ernsta Moritsa Armdta ; otv. red. S. G. Shulezhkova. — Magnitogorsk : Dom pečati ; Greifswald : Ernst-Moritz-Armdt-Universität, 2016a. S. 249—289.
- Mikhina O. V. Sotsial'naya sostavlyayushchaya lozungovogo arsenal obshchestvennykh dvizheniy Rossii i Germanii (sopostavitel'nyy analiz) // Germaniya — Rossiya: verbal'nye i vizual'nye sredstva sovremennogo publitsisticheskogo diskursa : kolektiv. monogr. — Grayfsval'd : un-t. im. Ernsta Moritsa Armdta. — Grayfsval'd (Germaniya), 2016b. S. 101—111.
- Puti preodoleniya konfliktogennykh situatsiy: tolerantnye strategii i taktiki : ucheb. posobie / O. E. Chernova, A. N. Mikhin, O. V. Mikhina, A. A. Osipova, S. G. Shulezhkova ; M-vo obrazovaniya i nauki RF, FGBOU VO «Magnitogorskiy gos. tekhn. un-t im. G. I. Nosova» ; nauch.-issled. slovarnaya laboratoriya ; otv. red. S. G. Shulezhkova. — Magnitogorsk : Magnitogorskiy Dom pečati, 2016. 125 s.
- Fen'ko A. Ne dura, a devushka s osobym tipom myshleniya [Elektronnyy resurs] // Kommersant" Vlast". 2001. URL: <http://www.kommersant.ru/doc-rss.aspx?DocsID=254914> (data obrashcheniya: 22.04.2016).
- Biermann K., Haase M. SPRACH-LÜGEN. Unworte und Neusprech. Von „Atomruine“ bis „Zeitnah. — Frankfurt a.M. : Fischer Taschenbuch Verl., 2013. 235 S.
- Bruckner J. Die deutsche Sprache stößt Teile der verkrusteten Grammatik ab [Electronic resource] // SZ. 7.10.2016. URL: <http://www.sueddeutsche.de/kultur/deutsche-sprache-die-deutsche-sprache-stoesst-teile-der-verkrusteten-grammatik-ab-1.3193295> (date of access: 15.04.2018).
- Eckert D. Zuwanderung verunsichert die Deutschen wie kein anderes Thema [Electronic resource] // Welt. 25.08.2017. URL: <https://www.welt.de/wirtschaft/article167987546/Zuwanderung-verunsichert-die-Deutschen-wie-kein-anderes-Thema.html> (date of access: 10.04.2018).
- Hinrich U. Multu Kulti Deutsch. Wie Migration die deutsche Sprache verändert. — C. H. Beck, 2013. 294 S.
- Kiezdeutsch. Infoportal zu Jugendsprache [Electronic resource]. URL: <http://www.kiezdeutsch.de/sprachliche-neuerungen.html#neueaus> (date of access: 15.04.2018).
- Ossipova A. A., Mikhina O. V., Pozdnyakova N. V. = Osipova A. A., Mikhina O. V., Pozdnyakova N. V. Repräsentation der Konzepte RUSSLAND und DEUTSCHLAND in den publizistischen Texten // Voprosy kognitivnoy lingvistiki. 2016. № 3 (48). S. 34—41.
- Pressekonferenz von Bundeskanzlerin Merkel und Staatspräsident Putin am 10. Mai 2015 in Moskau [Electronic resource] // Die Bundeskanzlerin. 10.05.2015. URL: <https://www.bundeskanzlerin.de/Content/DE/Mitschrift/Pressekonferenzen/2015/05/2015-05-10-pk-merkel-putin.html> (date of access: 24.08.2017).
- Schluss mit der Sanktions- und Eskalationspolitik der G7-Staaten! [Electronic resource] // NPD. 9.06.2015. URL: <https://npd.de/schluss-mit-der-sanktions-und-eskalationspolitik-der-g7-staaten/> (date of access: 24.08.2015).
- Toleranz [Electronic resource] // Wikipedia. URL: <https://de.wikipedia.org/wiki/Toleranz> (date of access: 9.04.2018).
- Voigt U. Herr Obama, zündeln Sie nicht in Europa! [Electronic resource] // NPD. 14.02.2015. URL: <https://npd.de/meldungen/page/17/> (date of access: 9.04.2015).
- Wiese H. Kiezdeutsch — ein neuer Dialekt [Electronic resource] // Bundeszentrale für politische Bildung. 16.2.2010. URL: <http://www.bpb.de/apuz/32957/kiezdeutsch-ein-neuer-dialekt?p=all> (date of access: 15.04.2018).
- Wörter mit Migrationshintergrund [Electronic resource] / Goethe Institut. URL: <http://www.goethe.de/lhr/prj/mig/de3286446.htm> (date of access: 15.04.2018).
- Zasowk R. Die Armut ist ein Teil Deutschlands [Electronic resource] // NPD. 24.01.2015a. URL: <https://npd.de/die-armut-ist-ein-teil-deutschlands/> (date of access: 15.04.2015).
- Zasowk R. Hartz IV ist kein Selbstbedienungsladen für arbeitslose Einwanderer! [Electronic resource] // NPD. 27.03.2015b. URL: <https://npd.de/hartz-iv-ist-kein-selbstbedienungsladen-fuer-arbeitslose-einwanderer/> (date of access: 15.04.2015).
- Zasowk R. Schluss mit der Unterwürfigkeit gegenüber den USA! [Electronic resource] // NPD. 18.05.2015c. URL: <https://npd.de/schluss-mit-der-unterwuertigkeit-gegenueber-den-usa/> (date of access: 25.06.2015).
- Zasowk R. Konfliktimport durch Asylbewerber verhindern! [Electronic resource] // NPD. 2.10.2015d. Режим доступа: <https://npd.de/konfliktimport-durch-asylbewerber-verhindern/> (date of access: 15.12.2015).

Н. В. Потапова, В. А. Каменева
Кемерово, Россия

АДРЕСАТ АМЕРИКАНСКИХ НОВОСТНЫХ ГИПОТЕКСТОВ КАК ФАКТОР ДЕКОНСТРУКЦИИ ПОНЯТИЯ «НОВОСТЬ»

АННОТАЦИЯ. В настоящее время благодаря техническому прогрессу практически любой гипер- и гипотекст является доступным любому пользователю, имеющему выход в Интернет и обладающему знаниями того языка, на котором текст написан. Вместе с тем любой текст создается с ориентацией на определенную аудиторию, выделяемую по социальному статусу, половой принадлежности, расе, уровню образования, религиозным воззрениям и т. д. На наш взгляд, возраст целевой аудитории играет важную роль в определении лингвистических особенностей новостных гипотекстов. Объектом данного исследования послужили содержательные особенности англоязычных гипотекстов, входящих в новостной гипертекст, размещенный на американском сайте CNN, и предназначенных для взрослой и детской целевых аудиторий. Материалом исследования послужили две группы новостных англоязычных гипотекстов: 1) ориентированных на взрослых и 2) учащихся средних и старших классов. В каждой группе количество проанализированных гипотекстов составило 50. Целью работы было выявление возможной дифференциации плана содержания новостных гипотекстов, ориентированных на разновозрастных адресатов. При выполнении исследования применялся понятийно-терминологический аппарат и методы теории текста и теории интернет-коммуникации. Проведенный анализ показал, что новостные гипотексты, ориентированные на детскую целевую аудиторию, в значительной степени отличаются от гипотекстов, ориентированных на взрослую целевую аудиторию, как в использовании лексических и грамматических языковых единиц, стилистической нормы, так и изначально в определении темы новостного гипотекста. В отношении новостных гипотекстов для детской аудитории мы можем говорить о деконструкции понятия «новость». Полученные результаты могут быть использованы для дальнейшего развития теории текста и теории интернет-коммуникации.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: новости; гипотексты; гипертексты; целевая аудитория; СМИ; средства массовой информации; медиадискурс; медиатексты; американские СМИ.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ: Потапова Наталья Вадимовна, соискатель кафедры английской филологии, старший преподаватель кафедры английской филологии, Институт филологии, иностранных языков и медиакоммуникаций, Кемеровский государственный университет; 650000, Россия, г. Кемерово, ул. Красная, 6, корп. 6, к. 6409; e-mail: nv_potapova@mail.ru.

Каменева Вероника Александровна, доктор филологических наук, профессор кафедры английской филологии, Кемеровский государственный университет; 650000, Россия, г. Кемерово, ул. Красная, 6, корп. 6, к. 6409; e-mail: russia_science@mail.ru.

На протяжении многих десятилетий новости находятся в центре актуальных объектов научных изысканий как в России, так и за рубежом. Изучению данного явления посвящено большое количество работ, среди которых отметим исследования А. Амзина, Ю. С. Воротниковой, Т. С. Дроняевой, О. С. Иссерс, А. А. Негрышева, А. Р. Утяшева, Н. С. Цыбиковой, Т. В. Шмелёвой, Ю. А. Юровой, А. Bell, F. Cascais, T. Dijk, C. Ihlstrom [Ihlstrom 2004] и других [Воротникова 2005; Иссерс 2008; Негрышева 2014; Цыбикова 2011; Шмелева 2010; Dijk 1989; Dijk 2000; Ihlstrom 2004]. Несмотря на довольно большое количество работ, посвященных изучению данного явления, в этой области все еще остаются «белые» пятна. Например, до сих пор не было работ, направленных на изучение того, как возраст целевой аудитории может повлиять на содержание, структуру и подачу новостей. Предположительно содержание новостных гипотекстов будет меняться в зависимости от того, кому они адресованы. Даже выражая свое личное мнение в отношении происходящих в обществе событий и процессов, автор вынужден ориентироваться на особенности своей целевой аудитории. В контексте новостного гипотекста ориентация на адресата еще более значима, поскольку автор должен ясно осознавать возраст, пол, статус читателя для того, чтобы материал достиг своей цели.

Прежде всего отметим, что в литературе нет однозначного определения понятия «новость». Часто эти определения противоречивы и поверхностны [Lage 2001]. В медиадискурсе «новость» определяется следующим образом: информационное сообщение о произошедших недавно или происходящих в данный момент событиях, представляющих политический, социальный или экономический интерес для адресата своей свежестью, оперативно распространяемое в воспринимаемом адресатом виде преимущественно через СМИ, оказывающее влияние на адресата [Бусыгина 2016].

Новостной канал CNN (аббр. от англ. *Cable News Network* — Кабельная новостная сеть) представляет собой круглосуточный источник международных новостей, предлагающий «взрослой» аудитории (от 25 лет и старше) актуальную и свежую информацию различного характера. Как и весь современный медиадискурс, медиадискурс CNN структурируется вокруг определенных тематических блоков. К тематическим блокам, или тематическим доминантам, новостных гипотекстов исследуемого сайта можно отнести политику, экономику, бизнес, экологию, спорт, культуру.

Новостной сайт CNN публикует новости не только для взрослой аудитории, но и для учащихся средних и старших классов. Для детского канала CNN10 (бывший CNN

Student News), помимо перечисленных выше тематических блоков, актуальными становятся темы здоровья и технического прогресса. Каждый выпуск CNN10 — это десятиминутная новостная программа, содержащая краткое изложение последних международных событий и освещение актуальных вопросов, имеющих значение для страны. Программа создается группой журналистов, которые руководствуются Едиными государственными образовательными стандартами (the Common Core State Standards). Стандарты требуют, чтобы учащиеся систематически приобретали знания в дисциплинах, изучаемых в школе, посредством чтения, письма, говорения и аудирования. Отсюда основная задача журналистов — четкое объяснение, почему освещаемые ими события становятся новостями, кто вовлечен в эти события и как эти события вписываются в сложное международное сообщество. Наиболее важным оказывается детальное рассмотрение сложившейся ситуации, выявление причин ее возникновения и определение возможных путей развития. Имея своей целью развитие у школьников аналитического и критического мышления, выработку навыков решения проблем, журналисты CNN10 прежде всего стараются объяснить, изложить, рассмотреть, исследовать суть освещаемого события. Отсюда и определенный выбор лексических единиц: *we explain, we're examining, we explore, we'll also show you, we take a historic look at, today's show gives you an in-depth look at, CNN 10 reports on, today's show begins by explaining, today's show explores, we're also covering, today's explanatory coverage centers on* и др.

Являясь источником свежей актуальной информации, новостные гипотексты описывают события, произошедшие недавно, и чаще всего в течение последних суток. Рассматривая временную соотнесенность описанных событий с действительностью, мы выделили три типа новостных гипотекстов, адресованных взрослой аудитории.

Первый тип имеет отношение к событиям уже свершившимся, к тому, что уже произошло. Так, в новостном гипотексте от 26 июля 2017 г. (среда) говорится о событии, произошедшем накануне, а именно о принятии законопроекта, дающего Конгрессу право блокировать любые попытки Белого дома ослабить санкции в отношении России, Сирии и Северной Кореи. Маркерами уже свершившегося события выступают глагольные формы прошедшего времени и обстоятельства времени (названия дней недели): *The House of Representatives overwhelmingly passed a bill; the vote was 419-3; Bob Corker*

indicated Monday; which was negotiated between the House and Senate; told reporters Tuesday; the three votes against the bill came from Republicans [Walsh, Herb 2017].

Второй тип новостных гипотекстов для взрослой аудитории с точки зрения временной соотнесенности описанного события с действительностью включает гипотексты о событиях, происходящих в данный момент времени, в настоящем. В этом случае используется обстоятельство времени (*прямо сейчас*) ((*right now*)) и глагольные формы длительного времени Present Continuous (*is going on, is looking at*). Например, в новостном гипотексте от 19 января 2017 г. сообщается о ежегодном Всемирном экономическом форуме в Давосе (Швейцария): *the meeting that's going on right now is looking at the uncertainty of the year ahead, like an investor or a skier might look at risk and then try to minimize it* [CNN 10 — January 19, 2017].

К **третьему** типу относятся новостные гипотексты о событиях, которые произойдут в ближайшем будущем. Например, новостной гипотекст от 25 июля 2017 г. (вторник) посвящен событию, которое должно произойти этим же днем чуть позже, а именно о предстоящем возвращении в Вашингтон во вторник сенатора Джона Маккейна, у которого недавно диагностировали агрессивную форму рака мозга, для участия в голосовании по законодательству в области здравоохранения: *McCain, recently diagnosed with an aggressive form of brain cancer, will make a dramatic return to the Senate Tuesday to cast a critical vote on health care legislation* [Klein 2017]. Выбор временных форм глаголов соответствует описанию событий, запланированных на будущее: Future Simple (*will make a dramatic return*), Future in the Past (*McCain's office announced Monday night that he would return Tuesday*), Present Continuous (*so great that John McCain is coming back to vote*), настоящее со значением будущего (*McCain is expected to get, Senator McCain looks forward to returning to the United States Senate tomorrow to continue working on important legislation <...>*). Обстоятельство времени **завтра** (tomorrow) также указывает на предстоящее событие.

Журналисты детского канала CNN10, как и журналисты взрослого канала, стараются преподнести новость как актуальное, привлекающее своей новизной, до сих пор неизвестное событие, произошедшее совсем недавно. Однако, говоря о временной соотнесенности описанных событий с действительностью, важно отметить, что в детских новостных гипотекстах часто говорится о событиях, которые не происходят здесь и

сейчас и, следовательно, не являются новостью как таковой. С этой точки зрения все новостные гипотексты детского канала можно разделить на три типа:

1) собственно новость (в прошлом, настоящем, будущем), т. е. событие, отобранное согласно критериям «новостийности»: актуальность, объективность, свежесть, оперативность, значимость, достоверность, конкретность, релевантность, масштабность, конфликтность [Беленькая 2015];

2) новость + обширный фоновый план (чаще прошлого);

3) фоновый план (прошлого), преподносимый как новость.

Примером **первого** типа новостных гипотекстов может послужить новость от 31 января 2017 г. [CNN 10 — January 31, 2017]. Данное новостное сообщение полностью соответствует понятию «новость», так как отвечает трем основным требованиям: предмет, функция и метод. Во-первых, предмет данного сообщения — событие, которое соответствует всем вышеперечисленным критериям «новостийности». Во-вторых, анализируемое сообщение выполняет функцию новости, а именно привлекает внимание общественности к акцентуемым аспектам действительности. В-третьих, событие представлено характерным методом: краткое оперативное изложение сути происшествия при минимальном объеме фоновой информации.

К новостным гипотекстам **второго** типа будут относиться новостные сообщения, которые содержат непосредственно саму новость + довольно объемный фоновый материал (часто прошлого плана). Так, в новостном гипотексте от 18 января 2017 г. предметом новости является следующее событие: силы 4-тысячных американских войск с 2400 единицами военной техники, включая танки, артиллерию и бронетранспортеры, находятся в Восточной Европе в рамках девятидневных военных учений (*it's a force of 4,000 U.S. troops, plus 2,400 pieces of military equipment, including tanks, artillery and armored trucks. It's all part of a deployment lasting nine months and it's moving throughout Eastern Europe on training exercises*).

Далее в тексте разворачивается довольно обширный фоновый план с изложением причины проведения данных учений. Ниже приводится историческая справка относительно того, когда был создан НАТО и с какой целью. Также приводится точка зрения относительно возможной опасности, которую представляет собой Россия для стран Восточной Европы [CNN 10 — January 18, 2017]. Однако и такого рода информацию, по нашему мнению, можно считать новостью, так

как она отражает изменения или фрагмент действительности, ценный и актуальный для большого количества людей.

В качестве примера **третьего** типа новостных гипотекстов, которые представляют собой факт прошлого, преподносимый как новость, приведем гипотекст от 17 января 2017 г., в котором говорится о прошедшем накануне в США празднике Мартина Лютера Кинга. Журналисты обходятся одним предложением для представления данного события: *For many people in America, yesterday was a day off school or work* [CNN 10 — January 17, 2017]. При этом не приводятся какие-либо подробности празднования этого дня. Но далее следует экскурс в историю, из которого читатели узнают, что праздник считается официальным с 1986 г. после подписания соответствующего закона президентом Рональдом Рейганом. Однако в последние годы правительство США призывает сделать этот день рабочим, что отразило бы суть одного из главных высказываний Мартина Лютера Кинга: самый важный вопрос жизни — что вы делаете для других? Мартин Лютер Кинг выступал за ненасильственные методы борьбы против расовой дискриминации, физического насилия и сегрегации. Последовавший за бойкотами и забастовками марш на Вашингтон имел своей целью принятие десяти требований протестующих в отношении рабочих мест, свободы и равенства. Несмотря на то, что многое было достигнуто с момента марша, страну тогда охватило насилие: взрыв в бирмингемской церкви, Кровавое воскресенье (1965 г.) и убийство лидера движения.

Подобные новостные сообщения не могут быть названы «новостью», поскольку не отвечают трем основным вышеуказанным требованиям: предмет, функция и метод. Предмет сообщения — прошедший праздник Мартина Лютера Кинга и история его возникновения — не является событием, отобранном согласно критериям «новостийности», а именно не является актуальным, свежим, оперативным, значимым, релевантным, масштабным, конфликтным. Также рассмотренное выше новостное сообщение не оказывает какого-либо серьезного влияния на своего читателя (помимо расширения его кругозора) и не акцентирует его внимание на событии, представляющемся значимым для большого количества людей. Что касается метода представления события, то данное сообщение не является кратким оперативным изложением сути происшествия. Происшествие как таковое здесь отсутствует, а все сообщение суть фоновая информация. Возможная цель такого сообщения

образовательная, состоящая в расширении кругозора учащихся. В данном случае уместно говорить о деконструкции понятия «новость».

Кроме этого, необходимо отметить, что в большинстве случаев для журналистов детского новостного канала не столько важным оказывается, когда конкретно произошло или произойдет то или иное событие, сколько почему оно происходит и каковы его последствия. По этой причине в детских новостных гипотекстах наравне с названиями дней недели и словами *yesterday* и *tomorrow* часто используются такие временные обстоятельства, как *в выходные, в прошлом году, до недавнего времени, в апреле, после Рождества, недавнее потепление, вскоре после этого* и др. (*over the weekend, last year, until recently, in April, after Christmas, the recent warm spell, shortly afterwards*).

Для стилистико-языкового оформления новостных гипотекстов как для взрослых, так и для детей характерны следующие черты.

1. Стремление к **нейтральности**. Этим объясняется широкая распространенность пассивных глагольных форм (*22 bodies were found, a building is damaged, people were told not to return*). Наличие безличных конструкций (*it is thought that, it is said that*) и распространенность конструкции *there is* (*there is no racial discrimination in Orania, there's been an apparent chemical weapons attack in the Middle Eastern nation of Syria, there are a lot of programs*) также свидетельствует о намеренном дистанцировании создателей новостного гипотекста от его содержания и получателей. Несмотря на то, что личное отношение может быть выражено скрыто разными способами — при выборе темы статьи, развитии этой темы, использовании структурных категорий, выборе лексики — корреспондент все же играет роль беспристрастного наблюдателя, посредника при передаче фактов.

2. **Высокая степень клишированности**. Так, количество словосочетаний, в той или иной мере обладающих свойством клишированности, согласно Т. Г. Добросклонской, в английских новостных текстах может достигать до 30—40 % от общего числа синтагматических единиц [Добросклонская 2005]. К часто используемым клише можно отнести следующие: *according to the governor of the hard-hit state of Oaxaca, officials said, Dorothy Munoz told CNN, high concern over, to shake hands, to take place, to make a move, nuclear weapons program, a top level meeting* и др.

3. Наличие большого количества цитат и ссылок на различные источники информации, призванные придать новостному сообщению

большую **достоверность**, например: *officials said, a fire department spokeswoman said, President Peña Nieto told citizens, according to the US Geological Survey, based on Judge Gorsuch's record at the Department of Justice* и т. п.

4. Стремление к **фактологичности** (наличие большого количества цифр): *that takes 60 votes, 100,000 nurses, a 12 percent reduced risk of early death*.

Согласно классификации новостных сообщений по содержанию, новостные гипотексты, адресованные взрослой аудитории, можно отнести к группе «hard news». «Hard news» представляют собой сообщения с твердой фактологической основой, отвечающие на вопросы *что, где, когда* и ориентированные в первую очередь на информирование [Добросклонская 2008].

Иначе дело обстоит с новостными гипотекстами для детской целевой аудитории: во-первых, адресат и адресант в них не обезличены. Каждый выпуск начинается с приветствия ведущего (*Hi. I'm Carl Azuz. Thank you for watching CNN 10*) и заканчивается его остроумным прощанием (*I'm Carl Azuz with enlightening and colorful puns on CNN 10; Hope to see you tomorrow*). Также ведущий выступает и от лица всей корпорации CNN, используя местоимение «мы» (*we*): *we're explaining how... we're looking at the potential risk, we're introducing the people* и т. п. Кроме этого в гипотексте может содержаться прямое обращение к адресату, выраженное местоимением «ты/вы» (*you*): *Thank you for using CNN 10; wherever and however you're watching CNN 10, we welcome you*.

Во-вторых, в отличие от «взрослых» новостных гипотекстов, стиль «детских» несколько иной. Здесь беспристрастная интерпретация фактов умело переплетается с экспрессивной лексикой (*Thursday's attack so horrible, enraged responses, sheer horror, incredibly expensive*), фразеологией (*tenure on the bench — за время пребывания в должности (судьи), the cat in the hat — кот в мешке, to do well in life — преуспеть в жизни*), риторическими вопросами (*So, what happens now? What's the value in this?*), эмоциональными междометиями (*Yeah! Heh! oh my!*), игрой слов (*to shroud a shroud — скрыть саван, to cloak a cloak — скрыть плащ*) и др. Процесс чтения носит поверхностный, поисковый характер. Онлайн-новости не пишутся для вдумчивого чтения, пользователь легко может переходить с одного новостного сайта на другой [Uotila 2011]. Чтобы привлечь внимание к своему сообщению, новостным веб-сайтам необходимо выработать особые

стратегии [Reis 2015]. По определению О. С. Иссерс, стратегия представляет собой некоторую «последовательность действий, организованных в зависимости от цели взаимодействия», а также «от конкретных условий общения и личностей коммуникантов...» [Иссерс 2008].

Карл Азуз превращается из простого ведущего в непосредственного участника дискуссии, со своими мнениями и взглядами. Современные требования конкурентной медиасреды «размывают» привычные стандарты деперсонализации информации, порождая новые формы подачи новостей и «диалогизации» коммуникативных отношений с читателем [Назарова 2008].

Таким образом, в отличие от взрослых «hard news», детские новости скорее можно отнести к разряду «soft news». Основанные на факторе человеческого интереса, они ориентированы на то, чтобы вызвать сочувствие, восхищение, удивление и т. п. Такие сообщения дополняют, «разбавляют» факты обращением к общечеловеческим ценностям и эмоциям. Помимо первостепенной функции информирования, новостные гипотексты (и в большей степени для детской целевой аудитории) ориентированы на оказание определенного воздействия на своего адресата.

Итак, проанализировав новостные гипотексты, размещенные на одном и том же сайте (CNN), но ориентированные на разные возрастные целевые аудитории (взрослую и детскую), можно сделать следующий вывод: излагаемый журналистами материал в полной мере соответствует определению понятия «новость». Это оперативно распространяемые информационные сообщения о произошедших недавно, происходящих в данный момент или в ближайшем будущем событиях, представляющих политический, социальный или экономический интерес для адресата своей свежестью. Сравнительный анализ тематики новостных сообщений для взрослой и детской аудитории показал, что тематическими доминантами взрослых новостей являются политика, экономика, экология, культура, спорт. В то время как для детских новостей, помимо вышеперечисленных тем, актуальными также являются темы здоровья и новинок технического прогресса.

Для временной соотнесенности описанных событий с действительностью в текстах обеих групп используются одни и те же обстоятельства времени и временные формы глаголов. Однако в случае с новостными гипотекстами для детей частотными оказываются и обстоятельства неопределенного времени (*after Christmas, the recent warm spell, shortly afterwards*).

Необходимо заметить, что понятие «новость» в случае с детской целевой аудиторией подвергается деконструкции, а именно: в детских новостных гипотекстах часто сообщается не столько о самом событии, которое отличается актуальностью, свежестью и новизной, сколько приводится фоновая информация, знакомящая читателей с историей возникновения этого события, его причинами и возможными последствиями. В связи с этим нами выделены три типа новостных гипотекстов для детской аудитории: 1) собственно новость, 2) новость + обширный фоновый план (чаще прошлого), 3) фоновый план (прошлого), преподносимый как новость.

Существенные различия наблюдаются и в стилистико-языковом оформлении новостных гипотекстов для анализируемых возрастных групп: помимо свойственных для текстов обеих групп нейтральности, клишированности, достоверности, фактологичности, в «детских» новостных гипотекстах наблюдается смешение стилей, что обуславливает использование экспрессивной лексики, фразеологии, риторических вопросов, эмоциональных междометий, игры слов. Тексты написаны с элементами разговорного стиля, и можно сказать, что в «детских» новостных гипотекстах стили смешиваются: здесь присутствуют публицистический стиль, разговорный (риторические вопросы и восклицания), официально-деловой (выдержки из официальных документов). В общем, эти тексты просты для детского понимания.

Таким образом, среди всех социальных и антропоцентрических параметров, определяющих лингвистические особенности новостных гипертекстов, возраст целевой аудитории играет значимую роль. Именно ориентация на конкретного адресата определяет выбор стилистической нормы, лексических и грамматических языковых единиц и изначально определяет само содержание новостного гипотекста.

ИСТОЧНИКИ

1. CNN 10 — January 19, 2017 [Electronic resource] // CNN. 2017. 19 Jan. URL: <https://edition.cnn.com/2017/01/18/studentnews/ten-content-thurs/index.html>.
2. Klein B. Trump welcomes 'American hero' McCain back to Washington [Electronic resource] // CNN Politics. 2017. 25 July. URL: <https://edition.cnn.com/2017/07/25/politics/donald-trump-john-mccain-american-hero/index.html>.
3. CNN 10 — January 31, 2017 [Electronic resource] // CNN. 2017. 31 Jan. URL: <https://edition.cnn.com/2017/01/30/studentnews/ten-content-tues/index.html>.
4. CNN 10 — January 18, 2017 [Electronic resource] // CNN. 2017. 19 Jan. URL: <https://edition.cnn.com/2017/01/17/studentnews/ten-content-weds/index.html>.
5. CNN 10 — January 17, 2017 [Electronic resource] // CNN. 2017. 19 Jan. URL: <https://edition.cnn.com/2017/01/16/studentnews/ten-content-tues/index.html>.
6. Walsh D., Herb J. House overwhelmingly passes Russia sanctions bill [Electronic resource] // CNN Politics. 2017. 26 July.

URL: <https://edition.cnn.com/2017/07/25/politics/iran-sanctions-bill/index.html>.

ЛИТЕРАТУРА

7. Бельская Ю. П. Телевизионные новости как средство формирования региональной информационной повестки дня в электоральный период : автореф. ... канд. филол. наук. — Воронеж, 2015. 23 с.

8. Бусыгина М. В., Желтухина М. Р. Медиажанр «пресс-релиз» : учеб. пособие / Волгогр. гос. соц.-пед. ун-т, науч.-исслед. лаб. «Дискурсивная лингвистика» ; Ин-т. иностранных языков, каф. англ. филол. — Волгоград : ПринТерра-Дизайн, 2016. 108 с.

9. Воротникова Ю. С. Реализация новостного дискурса в электронных англоязычных СМИ : автореф. дис. ... канд. филол. наук. — СПб., 2005.

10. Дейк Т. А. ван. Язык. Познание. Коммуникация. — М. : Прогресс, 1989. 311 с.

11. Дейк Т. А. ван. Анализ новостей как дискурса // Язык. Познание. Коммуникация. — Благовещенск : БГК им. И. А. Бодуэна де Куртенэ, 2000. С. 111—160.

12. Добросклонская Т. Г. Вопросы изучения медиатекстов (опыт исследования современной английской медиаречи). Изд. 2-е, стер. — М. : Едиториал УРСС, 2005. 288 с.

13. Добросклонская Т. Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ (современная английская медиаречь). — М. : Флинта, 2008. 263 с.

14. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. Изд. 5-е. — М. : Изд-во ЛКИ, 2008. 288 с.

15. Назарова Т. В. Персонализация новости в «Известиях» // Вестн. Волгогр. гос. ун-та. Сер. 8, Литературоведение. Журналистика. 2008. № 7. С. 161—166.

16. Негрышев А. А. К вопросу о жанровом статусе новостей // Медиалингвистика. Вып. 3. Речевые жанры в массмедиа : сб. статей / под ред. Л. П. Дускаевой ; отв. ред. Н. С. Цветова. — СПб. : С.-Петербург. гос. ун-т, ин-т «Высш. шк. журн. и масс. коммуникаций», 2014. 228 с.

17. Цыбикова Н. С. Заголовок как диктменное имя текста интернет-новостей // Вестн. ЧитГУ, 2011. № 2 (69). С. 45—50.

18. Шмелёва Т. В. Авторское начало в стилистике медийного текста // Русский язык как фактор стабильности государства и нравственного здоровья нации : труды и материалы 2-й Всерос. науч.-практ. конф. (30 сент. — 2 окт. 2010 г.) : в 2 ч. / РОПРЯЛ ; Союз журналистов Тюмен. обл. ; под ред. О. В. Трофимовой. — Тюмень : Мандр и К°, 2010. Ч. 2. С. 207—215.

19. Ihlstrom C. The Evolution of a New(s) Genre : Doctoral Dissertation / School of Information Science, Computer and Electronic Engineering, Halmstad Univ. ; Department of Informatics, Goteborg Univ. // Gothenburg Studies in Informatics. 2004. 164 p.

20. Lage N. Ideologia e técnica da notícia. 3ª ed. — Florianópolis, Santa Catarina, Brazil : Ufsc-Insular, 2001. 106p.

21. Reis J., Benevenuto F., Olmo P., Prates R., Kwak H., An J. Breaking the News: First Impressions Matter on Online News // Proceedings of the Ninth Intern. AAAI Conference on Web and Social Media, 2015. P. 357—366.

22. Dijk T. A. van. News as discourse. — Hillsdale, New Jersey : Lawrence Erlbaum Associates, Inc., 1988.

23. Uotila P. Changing news formats in online newspapers and in the print media : Proceedings of Nordic Conference on Media and Communication Research. — NordMedia, 2011.

N. V. Potapova, V. A. Kameneva
Kemerovo, Russia

THE ADDRESSEE OF AMERICAN NEWS HYPOTEXTS AS A FACTOR IN THE DECONSTRUCTION OF THE “NEWS” CONCEPT

ABSTRACT. *At present, thanks to technological progress, almost any hypertext and hypotext is available to any user who has access to the Internet and who is able to understand the language in which the text is written. At the same time, any text is created with a focus on a certain audience, allocated to social status, gender, race, level of education, religious beliefs, etc. In our opinion, the age of the target audience plays an important role in determining the linguistic features of news hypotexts. The object of this study is the content features of English-language hypotexts, included the news hypertext, published on the American site of CNN, and aimed at adult and children target audiences. The material of the study is two groups of news English-language hypotexts oriented towards: 1) adults and 2) students in the middle and upper classes. The number of hypotexts analyzed in each group was 50 units. The aim of the work is to identify possible differences in the content of news hypotexts targeted at recipients of different ages. In the research the conceptual and terminological apparatus, methods of the theory of text and the theory of Internet communication were used. The analysis showed that the news hypotexts targeted at children differ significantly from the hypotexts targeted at adults, both in the use of lexical and grammatical linguistic units, the stylistic norm, and in the choice of the topic of news hypotexts. Thus, in relation to news hypotexts for children it is possible to speak about the deconstruction of the concept of “news”. The obtained results can be used for further development of the theory of text and the theory of Internet communication.*

KEYWORDS: *news; hypotext; hypertext; target audience; mass media; media; media discourse; media text; American mass media.*

ABOUT THE AUTHORS: *Potapova Natalia Vadimovna, Degree Applicant, Senior Lecturer, English Philology Department, Kemerovo State University, Kemerovo, Russia.*

Kameneva Veronica Alexandrovna, Doctor of Philology, Professor, English Philology Department, Kemerovo State University, Kemerovo, Russia.

REFERENCES

1. CNN 10 — January 19, 2017 [Electronic resource] // CNN. 2017. 19 Jan. URL: <https://edition.cnn.com/2017/01/18/student-news/ten-content-thurs/index.html>.

2. Klein B. Trump welcomes 'American hero' McCain back to Washington [Electronic resource] // CNN Politics. 2017. 25 July. URL: <https://edition.cnn.com/2017/07/25/politics/donald-trump-john-mccain-american-hero/index.html>.

3. CNN 10 — January 31, 2017 [Electronic resource] // CNN. 2017. 31 Jan. URL: <https://edition.cnn.com/2017/01/30/studentnews/ten-content-tues/index.html>.

4. CNN 10 — January 18, 2017 [Electronic resource] // CNN. 2017. 19 Jan. URL: <https://edition.cnn.com/2017/01/17/studentnews/ten-content-weds/index.html>.

5. CNN 10 — January 17, 2017 [Electronic resource] // CNN. 2017. 19 Jan. URL: <https://edition.cnn.com/2017/01/16/studentnews/ten-content-tues/index.html>.

6. Walsh D., Herb J. House overwhelmingly passes Russia sanctions bill [Electronic resource] // CNN Politics. 2017. 26 July. URL: <https://edition.cnn.com/2017/07/25/politics/iran-sanctions-bill/index.html>.

7. Belen'kaya Yu. P. Televizionnye novosti kak sredstvo formirovaniya regional'noy informatsionnoy povestki dnya v elektronal'nyy period : avtoref. ... kand. filol. nauk. — Voronezh, 2015. 23 s.

8. Busygina M. V., Zheltukhina M. R. Mediazhanr «press-reliz» : ucheb. posobie / Volgogr. gos. sots.-ped. un-t, nauch.-issled. lab. «Diskursivnaya lingvistika» ; In-t. inostrannykh yazykov, kaf. angl. filol. — Volgograd : PrinTerra-Dizayn, 2016. 108 s.

9. Vоротnikova Yu. S. Realizatsiya novostnogo diskursa v elektronnnykh angloyazychnykh SMI : avtoref. dis. ... kand. filol. nauk. — SPb., 2005.

10. Deyk T. A. van. Yazyk. Poznanie. Kommunikatsiya. — M. : Progress, 1989. 311 s.

11. Deyk T. A. van. Analiz novostey kak diskursa // Yazyk. Poznanie. Kommunikatsiya. — Blagoveshchensk : BGK im. I. A. Boduena de Kurtene, 2000. S. 111—160.
12. Dobrosklonskaya T. G. Voprosy izucheniya mediatekstv (opyt issledovaniya sovremennoy angliyskoy mediarechi). Izd. 2-e, ster. — M. : Editorial URSS, 2005. 288 s.
13. Dobrosklonskaya T. G. Medialingvistika: sistemnyy podkhod k izucheniyu yazyka SMI (sovremennaya angliyskaya mediarech'). — M. : Flinta, 2008. 263 c.
14. Issers O. S. Kommunikativnye strategii i taktiki russkoy rechi. Izd. 5-e. — M. : Izd-vo LKI, 2008. 288 s.
15. Nazarova T. V. Personifikatsiya novosti v «Izvestiyakh» // Vestn. Volgogr. gos. un-ta. Ser. 8, Literaturovedenie. Zhurnalistika. 2008. № 7. S. 161—166.
16. Negryshev A. A. K voprosu o zhanrovom statusе novostey // Medialingvistika. Vyp. 3. Rechevye zhanry v massmedia : sb.statey / pod red. L. R. Duskaevoy ; otv. red. N. S. Tsvetova. — SPb. : S.-Peterb. gos. un-t, in-t «Vyssh. shk. zhurn. i mass. komunikatsiy», 2014. 228 s.
17. Tsybikova N. S. Zagolovok kak diktemnoe imya teksta internet-novostey // Vestn. ChitGU, 2011. № 2 (69). S. 45—50.
18. Shmeleva T. V. Avtorskoe nachalo v stilistike mediynogo teksta // Russkiy yazyk kak faktor stabil'nosti gosudarstva i npravstvennogo zdorov'ya natsii : trudy i materialy 2-y Vseros. nauch.-prakt. konf. (30 sent. — 2 okt. 2010 g.) : v 2 ch. / ROPRYaL ; Soyuz zhurnalistov Tyumen. obl. ; pod red. O. V. Trofimovoy. — Tyumen' : Mandr i K^o, 2010. Ch. 2. S. 207—215.
19. Ihlstrom C. The Evolution of a New(s) Genre : Doctoral Dissertation / School of Information Science, Computer and Electronic Engineering, Halmstad Univ. ; Department of Informatics, Gothenburg Univ. // Gothenburg Studies in Informatics. 2004. 164 p.
20. Lage N. Ideologia e técnica da notícia. 3^a ed. — Florianópolis, Santa Catarina, Brazil : Ufsc-Insular, 2001. 106 p.
21. Reis J., Benevenuto F., Olmo P., Prates R., Kwak H., An J. Breaking the News: First Impressions Matter on Online News // Proceedings of the Ninth Intern. AAAI Conference on Web and Social Media, 2015. P. 357—366.
22. Dijk T. A. van. News as discourse. — Hillsdale, New Jersey : Lawrence Erlbaum Associates, Inc., 1988.
23. Uotila P. Changing news formats in online newspapers and in the print media : Proceedings of Nordic Conference on Media and Communication Research. — NordMedia, 2011.

А. В. Хренова
Новокузнецк, Россия

ПРОИСХОЖДЕНИЕ КОНЦЕПТОВ «PRESIDENT» И «ПРЕЗИДЕНТ»

АННОТАЦИЯ. Статья посвящена вопросу происхождения современных концептов «*president*» и «президент» в американской и российской концептуальных системах. Исследование выполнено с опорой на основные положения Санкт-Петербургско-Кемеровской научной школы концептуальных исследований и достижения западных лингвистов-когнитологов в описании теоретических конструкций. Анализ репрезентантов концептов «*president*» и «президент», потребовавший изучения внутренних форм однокоренных латинских лексем *praesidēns*, *praesēs*, *praesidēo* на материале текстов классической латинской литературы, работ историков о социокультурном пространстве Древнего Рима, показал, что формирование концептов в историческом и культурном контекстах обусловлено следующими когнитивными механизмами: процессом концептуализации (перспектива / включенность в ситуацию), метонимическим и метафорическим сдвигами. При этом ключевым словом для понимания концептов выступает глагол *praesidēo*. В своем прямом значении он является результатом такого процесса концептуализации, как «перспектива / включенность в ситуацию». Переносные значения глагол *praesidēo* приобретает в результате метафорического сдвига: область-источником служит физическое действие, выполняемое римскими должностными лицами (физическая область), область-целью — действия, носящие социальный характер (социальная область). Метонимический сдвиг описывается моделью ДЕЙСТВИЕ / СОБЫТИЕ / ПРОЦЕСС → АГЕНС. В целом главным фактором появления латинских концептов «*praesidēns*», «*praesēs*» и соответственно современных концептов «*president*» и «президент» послужило существование особой категории государственных служащих Древнего Рима, обладавших верховной властью и выполнявших ряд важных политических функций.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: происхождение концептов; концепты; концептосфера; президенты; когнитивная лингвистика; английский язык; русский язык; сопоставительное языкознание.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ: Хренова Анна Викторовна, старший преподаватель кафедры социально-гуманитарных дисциплин, Сибирский государственный индустриальный университет, 654007, Россия, г. Новокузнецк, ул. Кирова, д. 42; e-mail: nvkz-anna@yandex.ru.

За последние несколько десятилетий концепт «президент» занял прочное место в нашем политическом сознании. Ни один новостной выпуск по телевидению или номер общественно-политической газеты не обходится без информации о Президенте Российской Федерации или о президенте какого-либо другого государства.

Сегодня президент — это главная фигура на политической арене, что вполне объясняет то внимание, которое он получает от ученых из самых различных областей, будь то политология, теория государства и права, история, социология, философия, образование, психология, лингвистика, экономика и т. д. В целом политические сообщества, в которых существует пост президента, насчитывают 150 стран [Халипов, Халипова 2006: 272], во многих из них само слово имеет схожую форму, ср.: англ. *president*, фр. *président*, нем. *Präsident*, итал. *presidente*, португ. *presidente*, голл. *president*, фин. *presidentti*, чеш. *prezident*, болг. *президент* и т. д.

В центре нашего исследования находятся концепты «*president*» и «президент» в американской и российской концептуальных системах. В данной работе мы ставим целью, опираясь на разработки Санкт-Петербургской (Кемеровской) научной школы концептуальных исследований и достижения западных лингвистов-когнитологов, предложить версию происхождения этих концептов и попытаться на их примере ответить на вопрос, поставленный Е. С. Кубряковой в своих трудах: почему то или иное содержание облекается в конкретную языковую форму?

Для этого необходимо дать этимологическое описание лексем *president* и *президент*, рассмотреть понятийные и мотивирующие признаки латинских концептов «*praesidēns*» / «*praesēs*», выявить когнитивные механизмы их формирования с учетом социокультурных и исторических условий.

Вслед за М. В. Пименовой, под *концептом* мы понимаем целостную ментальную единицу концептуальной системы, объективируемую различными языковыми средствами и содержащую структурированное знание об окружающем мире [Пименова 2005: 16]. Важнейшее значение для понимания факторов, повлиявших на формирование современных концептов «*president*» и «президент», имеют их мотивирующие признаки. *Мотивирующие признаки* — это признаки, закрепленные во внутренней форме слова, служащие основой для формирования и развития дальнейших понятийных признаков. *Понятийные признаки* — семантические компоненты лексемы, репрезентирующей концепт [Пименова, Кондратьева 2011: 114—117].

Как пишет Н. К. Рябцева, слова употребляются в различных контекстах и имеют несколько значений. Из контекста новое значение может быть восстановлено и закреплено за словом. Предугадать, какое новое значение закрепится за словом, нельзя. Но и нельзя утверждать, что это значение будет случайным. Сущность концепта заключается в том, что каждый новый смысл, который может быть выражен при помощи соответствующего слова или группы слов, мотивиро-

ван [Рябцева 1991: 73]. При этом поиск мотивирующих признаков осложняется естественными процессами «эрозии внутренней формы» слова, обозначающего концепт, и постепенной утратой связи ее со смыслом. Однако в языках античности, подобных древнегреческому и латинскому, где языковой узус и языковое творчество неразделимы, «а слово в сознании человека наделено едва ли не верховно-устроительной ролью», связь внутреннего содержания концепта и его внешнего бытия ощущается намного сильнее [Гринцер 1991: 38].

Концепты «*president*» и «*президент*» являются опосредованными заимствованиями и относительно молодыми концептами. В английскую концептуальную систему концепт «*president*» вошел в среднеанглийский период (XI—XIV вв.). Репрезентант концепта «*president*» был заимствован из англо-нормандского и среднефранцузского языков. В письменных источниках старофранцузского языка первое употребление слова *président* со значением «назначенный или выборный глава любого собрания» датируется 1296 годом [Oxford English Dictionary Online].

Как следует из этимологического словаря, составленного Д. Харпером, в среднеанглийский период лексема *president* заимствовалась не только из французского языка, но и напрямую из латинского языка [Online Etymology Dictionary]. В качестве примера можно взять Вульгату Иеронима Стридонского и ее перевод с латинского на английский язык, выполненный Джоном Уиклифом: *et venerunt ex sacerdotibus et Levitis et praesidentibus secundum pagos senioribus qui viderant pristinam domum* (Eusebius Sophronius Hieronymus. Vulgata, 382—405 г. н. э.) — *Per camen of preestis & of leuytis & of presidentis after þe townes to þe elderes þat hadden seen þe raper hous* (J. Wycliffite. Bible, 1384 г.).

В русской концептуальной системе концепт «*президент*» впервые фиксируется во времена Петра I в начале XVIII в. — в период становления русского литературного языка. По данным этимологического словаря русского языка М. Фасмера, слово *президент* было заимствовано из немецкого языка [Фасмер 1987: 358]. Как отмечается в словаре Якоба и Вильгельма Гриммов [Grimm 1854: 17], а также этимологическом словаре Фридриха Клуге [Kluge 1899: 303], в немецкий язык слово *Präsident* попало из французского, и первый случай его употребления в литературе в значении «председатель» относится к 1534 году.

Для эпохи правления Петра I характерно бурное развитие научно-технической, военной, мореходной, административной и дру-

гой терминологии, что вызывало большой приток в русский язык слов и выражений из западноевропейских языков [Филин 1975]. Обращаясь к истории, мы находим упоминания о таких должностях, как президенты и вице-президенты коллегий (коллегия чужестранных дел, камер-коллегия, ревизион-коллегия, берг-коллегия и др.), введенных по приказу Петра I «О штате коллегий и времени их открытия» в 1717 г. [Балязин 2007: 205]. В 1720 г. учреждены выборные городские управления — магистраты, ведавшие судебно-административными и податными делами города. В магистраты входили: президент, 2—4 бурмистра, 2—8 ратманов [Ушаков 1935—1940]. В результате церковной реформы, проводимой Петром I, взамен упраздненного патриаршества в 1721 г. создается коллегиальный орган государственной власти — Святейший правительственный синод. Председательствовал в нем президент в епископском сане [Чубарьян 2008: 241]. В 1725 г. в Петербурге начинает работу Академия наук и художеств (Российская академия наук), должность руководителя которой получила наименование «президент» [Осипов 1999].

Первый в мировой истории президент — глава государства был избран в 1789 г. в США. Им стал Джордж Вашингтон, под чьим руководством двумя годами ранее Конституционным конвентом был разработан текст Конституции Соединенных Штатов, закрепивший определение слова *president* и во многом определивший существующее понимание деятельности и обязанностей, которые выполняет президент суверенного государства. Слово *президент* для обозначения реалии нашей страны — главы государства — используется с 1990 г. (изменение статуса президентов: март 1990 г. — Президент СССР, июнь 1991 г. — Президент РСФСР, декабрь 1991 г. — Президент РФ).

В соответствии с «Oxford English Dictionary Online» и «Этимологическим словарем русского языка» М. Фасмера, этимон слов *president* и *президент* имеет латинское происхождение: *praesidēns* (*praesidentis*) — субстантивированное причастие настоящего времени, образованное от глагола *praesidēo* [Oxford English Dictionary Online; Фасмер 1987: 358].

Praesidēns — председательствующий, глава [Дворецкий 1996: 611], назначенный наместник, глава христианской общины (в произведениях Тертуллиана, начало III в. н. э.) [Oxford English Dictionary Online]. В латинско-английском словаре Т. Льюиса и Ч. Шорта «A Latin Dictionary» от 1879 г. словарная единица *praesidēns* отсутствует.

В этом же словаре находим такой комментарий к глаголу *praesidēo*: «от глагола *praesidēo* образовано субстантивированное существительное *praesidēns*, *-entis*, которое вошло в употребление после эпохи правления римского императора Августа (63 г. до н. э. — 14 г. н. э.) и использовалось вместо слова *praesēs* в значениях: председатель, правитель, наместник» [A Latin Dictionary 1879].

Также рассмотрим значения слова *praesēs* (*praesidēs*), которое, как и *praesidēns*, образовано от глагола *praesidēo*, поскольку, как указывают авторы словаря «A Latin Dictionary», слово *praesidēns* появляется несколько позднее *praesēs* и перенимает его значения. Помимо этого, в переводах с латинского языка англоязычные авторы часто использовали слово *president* для латинского *praesēs*: *Make be ready iumentis, or hors, that thei puttinge Poule vpon, schulden lede him saf to Felix, president* [лат. *praesidem* (вин. п., ед. ч.)] (J. Wycliffite. Bible, 1384 г.). Или: *And ther my Lord of Chester, the Presedent* [лат. *Praeses* (им. п., ед. ч.)] of your Nation, hadd his Wordis to hym in swych a wyse (T. Rymer. Foedera, 1417 г.) [Oxford English Dictionary Online].

Praesēs: I. Прилагательное. Сидящий впереди, с целью охраны, защиты, заботы, управления чем-либо; управляющий, защищающий, охраняющий, обороняющий [A Latin Dictionary 1879]: *locus praesidis* (Maccius Plautus. Casina, ок. 185 г. до н.э.) [убежище]. *di praesides imperii* (Cornelius Tacitus. Historiae, 69—96 гг. н.э.) [охраняющие боги].

II. Субстантивированное существительное. 1) Хранитель, покровитель, защитник [Там же]: *senatum rei publicae custodem, praesidem, propugnatorem conlocaverunt* (Tullius Cicero. Pro P. Sestio oratio, 56 г. до н.э.) [Они учредили сенат в качестве стража, хранителя и защитника государства]. 2) Тот, кто правит — назначенный наместник, глава, правитель, божество [Там же]: *Armipotens, praeses belli, Tritonia virgo, frange manu telum Phrygii praedonis...* (Publius Vergilius. Aeneid, 29-19 гг. до н.э.). [Воинственная дева Минерва, богиня войны! Сломай копье фригийских разбойников...]; *hac nuntiata excubias per urbem indixit, ne quis tumultus existeret, et praesidibus prouinciarum propagauit imperium...* (Suetonius Tranquillus. Divus Augustus, ок. 121 г. н. э.) [Он распорядился, чтобы за городом внимательно наблюдали, дабы не допустить любое нарушение общественного порядка, и продлил сроки службы наместников провинций...].

Таким образом, представляется возможным выявить следующие признаки, входящие в структуру латинских концептов

«*praesidēns*» и «*praesēs*» во времена Древнего Рима: «*praesidēns*» — ‘глава религиозной общины’, ‘правитель’, ‘глава’, ‘председатель’, ‘глава административно-территориального образования»; «*praesēs*» — ‘хранитель / покровитель / защитник’, ‘тот, кто управляет, руководит поступками других’, ‘глава административно-территориального образования’, ‘правитель’, ‘глава’, ‘председатель’, ‘высшее божественное существо в политеизме’. При этом перечисленные признаки латинских концептов «*praesidēns*» и «*praesēs*» являются понятийными и для определения их мотивирующих признаков необходимо более пристально изучить сам глагол *praesidēo*, от которого лексемы *praesidēns* и *praesēs* и были образованы.

И. Х. Дворецкий приводит следующие значения глагола *praesidēo*: 1) восседать впереди (редкое); 2) председательствовать, стоять во главе, руководить, управлять, командовать (*praesideo rebus urbanis* — ведать городскими делами; *praesideo exercitum* — командовать армией; *praesideo Pannoniam* — командовать войсками Паннонии; *praesideo ad iudicandum* — заседать в суде), председательствовать в сенате (*praesideo in senatu*); 3) защищать, охранять, оборонять (*praesideo agros suos, urbi, rei publicae, libertas* — защищать свою деревню, город, государство, свободу) [Дворецкий 1996: 611].

Отсюда, мотивирующими признаками, послужившими основой формирования латинских концептов «*praesidēns*» и «*praesēs*», выступают: ‘восседать впереди’, ‘председательствовать’, ‘править / управлять’ и ‘защищать’.

Семантическая эволюция происходит под влиянием трех взаимообусловленных факторов: когнитивного, лингвистического и социокультурного. Семантические сдвиги значений, изменения лексического состава, семантической структуры языка и лексических полей происходят в результате когнитивных процессов. При этом в языке, который служит материалом для данных процессов, закрепляются новые категории, и только те категории, которые являются культурно и социальными значимыми, сохраняются и получают распространение. Поскольку язык служит инструментом моделирования реальности, то любые факторы, воздействующие на данную модель, будут иметь экстралингвистический характер, т. е. «изменения значений не происходят в вакууме, но всегда в рамках социокультурного контекста» [Györi 2002: 147—148].

По мнению Дж. Тейлора, так как язык является неотъемлемой частью человеческого познания, то и анализ любых явлений в язы-

ке должен строиться на знаниях о когнитивной деятельности человека [Taylor 2002: 9].

Во времена Античности мир мыслился прежде всего в категориях пространства, где для каждого понятия стремились «найти свое место в иерархии космоса» [Гринцер 1991: 41]. Очевидная структура латинского глагола *praesīdĕo* представлена сочетанием приставки *prae-* и позиционного глагола *sedeo*. Само употребление здесь локативной приставки *prae-* со значением «нахождения впереди» свидетельствует об определенной пространственной локализации.

Словари латинского языка указывают на прямое и несколько переносных значений глагола *praesīdĕo*. В прямом значении данный глагол использовался для описания местоположения сидящего человека [A Latin Dictionary 1879], например: *secudum uero paucissims horis <...> cum mane pro aede Capitolini louis paululum curili sella praesedisset, honore abiit suffecto alio in locum suum* (Suetonius Tranquillus. Divus Augustus, ок. 121 г. н. э.). [Утром <...> **посидев** некоторое время в курульном кресле **перед** храмом Юпитера Капитолийского, он назначил другого на свое место]. Если принять во внимание один из процессов концептуализации, а именно перспективу (включенность в ситуацию), предполагающую наличие точки обзора, то можно предположить, что сидящий человек воспринимается в пространстве другим человеком или группой людей относительно их собственного местоположения.

Понятие перспективы, неотъемлемой чертой которой служит ее зависимость от относительного расположения и точки зрения говорящего, часто используется для описания когнитивных процессов концептуализации пространства. «Однако перспектива присутствует и в непространственных областях: у нас имеется перспектива, основанная на нашем знании, мнении и отношении, наряду с пространственно-временным местоположением. Одним из свойств перспективы, рассматриваемой с философских позиций, является включенность в ситуацию, локализованную в пространстве, где пространство предполагает временной, эпистемологический, культурный контекст и, конечно же, само расположение в пространстве» [Croft, Cruse 2005: 58]. Сводя воедино несколько смыслов, заключенных в древнелатинском глаголе *praesīdĕo*, и учитывая исторический и социокультурный контексты, мы предлагаем одну из возможностей понимания глагола *praesīdĕo*, позволяющую согласовать внутреннюю форму слова с содержанием современных концептов «*president*», «*президент*».

В Древнем Риме существовала система государственного управления, в которой исполнительная власть принадлежала выборным государственным чиновникам — магистратам. Из них лишь курульные магистраты (*magistratus curules*) — консулы и преторы обладали верховной властью (*imperium*) [Long 1875a: 723]. Дадим им краткую характеристику.

Ежегодно в центуриатных комициях избирались два консула, власть которых включала в себя высшие военные, судебные и административные полномочия [Большая энциклопедия Кирилла и Мефодия 2010]. Они осуществляли надзор за остальными магистратами, проводили их выборы, выдвигали проекты законов, приводили в исполнение постановления сената и народных собраний, служили посредниками между иностранными послами и сенатом, вели переговоры с иностранными государствами, выступали в роли судей на процессах по особо сложным уголовным преступлениям. Вторая часть их обязанностей включала в себя обеспечение внешней и внутренней безопасности республики, защиту от военной угрозы, командование армией, ведение завоевательских войн. После появления римских провинций назначались их наместниками [Schmitz 1875a: 352—357].

Преторы — высшие после консулов римские магистраты, ведали судопроизводством по гражданским и уголовным делам. Как и консулы, выполняли административные обязанности и командовали армией [Long 1875b: 956—957]. Во времена империи преторы, назначавшиеся управлять провинцией, получали название «*provinciarum praesides*» (*praesides* от *praesēs*) [A Dictionary of Greek and Roman Antiquities 1890].

Помимо этого, созывать собрания сената, центуриатных и трибутных комиций (*comitia* — собрание граждан), проходивших в специальных сенатских помещениях, куриях или храмах, имели право консулы или преторы. Председательствовали на заседаниях и руководили прениями также курульные магистраты [Schmitz 1875b: 1016]. В пространственном отношении они занимали места на трибунале в курульных креслах (*sella curulis*): «Будучи председательствующим консулом, Цицерон располагался в курульном кресле на трибунале с другого конца центрального прохода. Очень часто его сопровождал второй консул, который также восседал в курульном кресле; в случае, если отсутствовали сразу два консула, городской претор занимал их место. Сенаторы сидели по обе стороны центрального прохода на скамьях...» [Taylor, Scott 1969: 531]. Куруль-

ное кресло являлось сакральным символом власти и занимаемой высокой должности. Любой человек, которому выпадала честь сидеть в этом кресле, получал право действовать в интересах всей Римской империи [Weinstock 1957: 147].

Таким образом, правом «восседать впереди» обладали люди, наделенные властью и особыми полномочиями. Далее рассмотрим вопрос появления метафорических значений глагола *praesidēo*.

В познании мира человеком важное место занимает понимаемый буквально физический, телесный опыт, в основе которого лежат пять чувств. Многие абстрактные концепты являются расширением физических концептов [Ченки 2002: 346]. Посредством метафорических сдвигов отелесненный опыт структурирует многие другие нефизические (например, психологические, социальные и межличностные) области [Sinha, De Lopez 2000: 21]. Как указывают исследователи в области когнитивной семантики, абстрактное мышление по большей части строится на концептуальных метафорах, имеющих в своей основе различные когнитивные механизмы и структуры. «В целом их можно разделить на две группы: в первой группе образные схемы проецируются на эмпирические области; вторая группа предполагает наличие более специфичной или конкретизированной области-источника. Чем значимее становится область-источник в жизни человека, тем выше вероятность ее использования для метафорического проецирования» [Boers 1997: 47].

Во всякой метафоре имеется область-источник и область-цель. Область-источник «конкретна и антропоцентрична — широко используется человек, его части тела, местонахождение в пространстве и движение» [Рахилина 2002: 381]. Основой перехода из области-источника в область-цель служат скорее соответствия в нашем опыте, нежели прямое сходство между различными объектами и явлениями [Grady 1997: 97]. Т. е. по существу область-источник и область-цель обладают определенными общими чертами, ассоциативно связанными между собой в сознании человека, эксплицирующего их в языке [Алешина 1991: 100].

Исходя из когнитивных свойств метафоры, мы можем предположить, почему и каким образом появляются такие переносные значения глагола *praesidēo*, как «председательствовать», «стоять во главе», «руководить», «управлять», «командовать», «защищать», «охранять», «оборонять». Областью-источником выступает физическое действие, выполняемое курульными магистратами

(физическая область), областью-целью — действия, носящие социальный характер (социальная область). Основанием для метафорического сдвига будет служить присутствие в физической и социальной областях такого фактора, как особая категория государственных служащих Древнего Рима, которые играли определенную роль в жизни общества и выполняли ряд важных функций: *M. Claudius pro consule ad eum exercitum qui supra Suessulam Nolae praesideret missus; praetores in Siciliam ac Sardiniam profecti* (Titus Livius. *Ab urbe condita libri*, ок. 27—25 гг. до н. э.). [*М. Клавдия отправили проконсулом в армию, расположившуюся выше Свессулы, защищать город Нола; преторы отправились в Сицилию и Сардинию*]. *Bellum civile motum a L. Antonio, superioris Germaniae praeside...* (Suetonius Tranquillus. *Domitianus*, ок. 121 г. н. э.). [*Гражданская война была начата Л. Антонием, управляющим Верхней Германией...*]. *...et iudices vel praesidentes magistratus appellando frequentius, ut loquendi vices serventur* (Fabius Quintilian. *Institutio Oratoria*, ок. 95 г. н. э.). [*...часто обращаясь к председательствующим магистратам с призывом соблюдать порядок выступлений*]. (*In senatu princeps praesidebat* — *erat enim consul* (Gaius Plinius Caescilius Secundus. *Epistulae*, 97—109 гг. н. э.). [(*в сенате председательствовал принцепс — ибо был консулом*)]. *Quia igitur Iulius comes, per Thracias copiis militaribus praesidens...* (Ammianus Marcellinus. *Rerum Gestarum*, ок. 353—378 гг. н. э.). [*Поскольку боялись, что Юлий, который командовал вооруженными силами во Фракии...*]. *legati ab Orico ad M. Valerium praetorem venerunt, praesidentem classi Brundisio Calabriaeque circa litoribus* (Titus Livius. *Ab urbe condita libri*, ок. 27—25 гг. до н. э.). [*Легаты прибыли из города Орик к М. Валерию, претору, который со своим флотом охранял Брундизий и соседний берег Калибрии*]. *...sortitus est et de altero consulatu in quartum annum, praeseditque nonnumquam spectaculis in Gai uicem...* (Suetonius Tranquillus. *Divus Claudius*, ок. 121 г. н. э.). [*По истечении четвертого года его опять выбрали консулом. Иногда он председательствовал на публичных зрелищах в качестве представителя Кая...*].

В ходе своей эволюции глагол *praesidēo* теряет привязку к курульным магистратам и употребляется для обозначения действий независимо от того, кто их выполняет: *hic ego tibi praesidebo, ne interbitat quaestio* (T. Maccius Plautus. *Mostellaria*, ок. 205—184 гг. до н. э.). [*Я здесь посторожу его для тебя, чтобы допрос все-таки состоялся*].

...quam ob rem vos, di patrii ac penates, qui huic urbi atque huic rei publicae **praesidetis**... (M. Tullius Cicero. Pro Sullae, 62 г. до н. э.) [И поэтому я призываю вас в свидетели, о боги моей страны и домашнего очага, вы, кто **правит** этим городом и этой империей...]. Mars Latio venerandus erat, quia **praesidet** armis... (P. Ovidius Naso. Fasti, 8 г. н. э.) [Марса почитали, ибо он **командовал** армией...]. ...me — testor et vos et populum Romanum et omnis deos qui huic urbi **praesident** (Tullius Cicero. Philippicae orationes, 44—43 гг. до н. э.). [...я призываю вас, римлян и богов, **охраняющих** город, в свидетели...]. Gallia que quae semper **praesidet at que praesedit** huic imperio libertatique communi merito vereque laudetur, quod se suasque viris non tradidit, opposuit Antonio (M. Tullius Cicero. Philippicae orationes, 44—43 гг. до н. э.). [Галлия, которая всегда **защищала и защищает** эту империю и свободу, заслуживает похвалы за то, что не сдается Антонию, а сопротивляется ему]. ...**praesedit** et asticis ludis et Troiam circensibus lusit ductor turmae puerorum maiorum (Suetonius Tranquillus. Tiberius, ок. 121 г. н. э.). [**Председательствовал** он и на городских играх, а в троянских играх, смешанных с цирковыми, командовал отрядом самых старших мальчиков].

Появление существительных *praesidēs* и *praesēs*, образованных от глагола *praesīdēo*, связано с метонимическим сдвигом внутри социальной области, который может быть описан при помощи модели ДЕЙСТВИЕ → УЧАСТНИК (см.: Н. Paul [1975], A. Waag [1901], K. Nyrop [1913], N. R. Norrick [1981]) и для которой, как указывают И. Пирсман и Д. Геерэртс, характерны такие грамматические явления, как субстантивация и вербализация [Peirsman, Geeraerts 2006: 292], например: *igitur per conciliabula et coetus seditiosa disserebant de continuatione tributorum, gravitate faenoris, saevitia ac superbia **praesidentium***... (Cornelius Tacitus. Annales ab excessu divi Augusti, ок. 110 г. н. э.) [Эти люди выступали на различных собраниях и подстрекали к мятежу, рассказывая о бесконечных поборках, высоких налогах, жестокости и высокомерии своих **правителей**...]. *Et iumentapraeparate ut inponentes Paulum salvum perducerent ad Felicem **praesidem*** (Eusebius Sophronius Hieronymus. Vulgata, 382—405 гг. н.э.). [Он попросил им дать вьючных животных, на одного из которых они могли бы посадить Павла и доставить его в безопасности к **наместнику Феликсу**].

Данная модель была уточнена И. Пирсманом и Д. Геерэртсом в рамках разработанной учеными трехмерной модели мето-

нимических переносов, где каждое измерение — это совокупность определенных когнитивных характеристик метонимических процессов, например: часть — целое, вместимость (свойства контейнера), наличие или отсутствие физического контакта, ограниченность — безграничность, концептуальные области пространства, времени, действия, различных категорий. Концептуальная область действия была дополнена событиями и процессами. К участникам были отнесены агент, пациент, место, время и инструмент. Применительно к рассматриваемому случаю с глаголом *praesīdēo* данный перенос приобретает вид ДЕЙСТВИЕ / СОБЫТИЕ / ПРОЦЕСС → АГЕНС, где «контейнером является не место или время, но действие, событие или процесс с их участниками в качестве содержимого. Действие — это „функциональный“ контейнер. Даже если большинство участников существовало до, так же как и будет существовать после действия, они тем не менее концептуализируются как содержимое данного действия... Активный участник может метонимически обозначать действие, которое он выполняет, или наоборот» [Peirsman, Geeraerts 2006: 292—293].

Таким образом, происхождение латинских концептов «*praesidēs*» и «*praesēs*» и, соответственно, современных концептов «*president*» и «*президент*» связано с деятельностью особой категории государственных служащих Древнего Рима, обладавших верховной властью. Данные концепты оформились в результате когнитивных процессов категоризации и концептуализации, реализованных посредством перспективы (включенности в ситуацию), последовательной комбинации метафорического и метонимического сдвигов.

Исследование с позиций когнитивной семантики этимологии слов *president* и *президент* на предмет мотивирующих признаков и понимание факторов, оказавших влияние на развитие концептов в историческом и культурном контекстах, позволяют проникнуть в суть первоначального строения бытия и миропонимания древних, в том виде, в котором оно нашло свое отражение в концептах, а также дают представление о когнитивных механизмах, имеющих место в процессе их генезиса.

ЛИТЕРАТУРА

1. Алешина О. Н. Метафоризация неодушевленных существительных современного русского литературного языка : дис. ... канд. филол. наук. — Томск, 1991.
2. Балязин В. Н. Неофициальная история России. — М. : ОЛМА Медиа Групп, 2007. 608 с.
3. Большая энциклопедия Кирилла и Мефодия. — М. : NMG, 2010. 1 DVD-ROM.

4. Гринцер Н. П. Греческая ἀλήθεια: очевидность слова и тайна значения // Логический анализ языка. Культурные концепты / отв. ред. Н. Д. Арутюнова. — М.: Наука, 1991. С. 38—45.
5. Дворецкий И. Х. Латинско-русский словарь. — М.: Русский язык, 1996. 846 с.
6. Осипов Ю. С. Академия наук в истории Российского государства. — М.: Наука, 1999. 208 с.
7. Пименова М. В. Методология концептуальных исследований // Антология концептов / под ред. В. И. Карасика, И. А. Стернина. — Волгоград: Парадигма, 2005. Т. 1. С. 15—19.
8. Пименова М. В., Кондратьева О. Н. Концептуальные исследования. Введение: учеб. пособие. — М.: Флинта, 2011. 176 с.
9. Рахилина Е. В. Основные идеи когнитивной семантики // Современная американская лингвистика: фундаментальные направления / под ред. А. А. Кибрика, И. М. Кобозевой, И. А. Секериной. — М.: Едиториал УРСС, 2002. С. 370—389.
10. Рябцева Н. К. «Вопрос»: прототипическое значение концепта // Логический анализ языка. Культурные концепты / отв. ред. Н. Д. Арутюнова. — М.: Наука, 1991. С. 72—78.
11. Толковый словарь русского языка [Электронный ресурс]. Т. 3 / под ред. Б. М. Волина, Д. Н. Ушакова. — М.: Гос. изд-во иностр. и нац. словарей, 1935—1940. URL: <http://dict.t-mm.ru/ushakov> (дата обращения: 20.10.2016).
12. Фасмер М. Этимологический словарь русского языка. В 4 т. Т. 3. — М.: Прогресс, 1987. 832 с.
13. Филин Ф. П. Русский язык // Большая советская энциклопедия: в 30 т. / под ред. А. М. Прохорова. — М.: Советская энциклопедия, 1975. Т. 22. 628 с.
14. Халипов В. Ф., Халипова Е. В. Власть. Политика. Государство и государственная служба: аналитический словарь-справочник. — М.: Академический проект, 2006. 384 с.
15. Ченки А. Семантика в когнитивной лингвистике // Современная американская лингвистика: фундаментальные направления / под ред. А. А. Кибрика, И. М. Кобозевой, И. А. Секериной. — М.: Едиториал УРСС, 2002. С. 340—369.
16. Чубарьян А. О. Религии мира: история, культура, верование. — М.: ОИМА Медиа Групп, 2008. 398 с.
17. A Dictionary of Greek and Roman Antiquities [Electronic resource] / ed. by W. Smith, W. Wayte, G. E. Marindin. — London, 1890. URL: <http://www.perseus.tufts.edu/hopper/text?doc=Perseus:text:1999.04.0063:entry=hermae-cn> (date of access: 15.10.2016).
18. A Latin Dictionary: Founded on Andrews' Edition of Freund's Latin Dictionary [Electronic resource] / ed. by C. T. Lewis, C. Short. — Oxford: Clarendon Pr., 1879. URL: <http://www.perseus.tufts.edu/hopper/text?doc=Perseus:text:1999.04.0059> (date of access: 15.10.2016).
19. Boers F. When a bodily source domain becomes prominent. The joy of counting metaphors in the socio-economic domain // Metaphors in cognitive linguistics / ed. by R. W. Gibbs, G. J. Steen. — Amsterdam-Philadelphia: J. Benjamins Publ. Comp., 1997. P. 47—56.
20. Croft W., Cruse A. Cognitive linguistics. — Cambridge: Cambridge Univ. Pr., 2005. 356 p.
21. Grady J. A typology of motivation for conceptual metaphor // Metaphors in cognitive linguistics: selected papers from the 5th International cognitive linguistics conference / ed. by R. W. Gibbs, G. J. Steen. — Amsterdam-Philadelphia: J. Benjamins Publ. Comp., 1997. P. 79—101.
22. Grimm J., Grimm W. Deutsches Woerterbuch von Jacob und Wilhelm Grimm (1854) [Electronic resource]. URL: <http://woerterbuchnetz.de/DWB> (date of access: 25.12.2017).
23. Györi G. Semantic change and cognition // Cognitive linguistics. — Berlin: Walter de Gruyter, 2002. № 13—2. P. 123—166.
24. Kluge F. Etymologisches Woerterbuch der deutscher Sprache von Friedrich Kluge. — Strassburg: Verl. Karl J. Trubner, 1899. 510 S.
25. Long G. Magistratus // A Dictionary of Greek and Roman Antiquities / ed. by W. Smith. — London: John Murray, 1875a. P. 723—724.
26. Long G. Praetor // A Dictionary of Greek and Roman Antiquities / ed. by W. Smith. — London: John Murray, 1875b. P. 956—957.
27. Norrick N. R. Semiotic principles in semantic theory. — Amsterdam-Philadelphia: J. Benjamins Publ. Comp., 1981. 252 p.
28. Nyrop K. Grammaire historique de la langue française. — Copenhagen: Gyldendalske Boghandel Forlag, 1913. Т. 4. 496 p.
29. Online Etymology Dictionary [Electronic resource]. URL: <http://www.etymonline.com> (date of access: 25.12.2017).
30. Oxford English Dictionary Online [Electronic resource]. URL: <http://www.oed.com> (date of access: 25.12.2017).
31. Paul H. Prinzipien der Sprachgeschichte. — Tübingen: Max Niemeyer, 1975. 428 S.
32. Peirsman Y., Geeraerts D. Metonymy as a prototypical category // Cognitive linguistics. — Berlin: Walter de Gruyter, 2006. № 17—3. P. 269—316.
33. Schmitz L. Consul // A Dictionary of Greek and Roman Antiquities / ed. by W. Smith. — London: John Murray, 1875a. P. 352—357.
34. Schmitz L. Senatus // A Dictionary of Greek and Roman Antiquities / ed. by W. Smith. — London: John Murray, 1875b. P. 1016—1022.
35. Sinha C., Lopez De J. Language, culture and the embodiment of spatial cognition // Cognitive linguistics. — Berlin: Walter de Gruyter, 2000. № 11—1/2. P. 17—41.
36. Taylor J. R. Cognitive grammar. — New York: Oxford Univ. Pr., 2002. 621 p.
37. Taylor L., Scott R. Seating space in the Roman senate and the senatores pedarii // Transactions and proceedings of the American philological association. — Johns Hopkins Univ. Pr., 1969. Vol. 100. P. 529—582.
38. Waag A. Bedeutungsentwicklung unseres Wortschatzes. — Lehr: Moritz Schauenburg, 1901. 192 S.
39. Weinstock S. The image and the chair of Germanicus // The journal of Roman studies. 1957. Vol. 47. № 1/2. P. 144—154.

A. V. Khrenova
Novokuznetsk, Russia

THE ORIGIN OF CONCEPTS “PRESIDENT” AND “ПРЕЗИДЕНТ”

ABSTRACT. *The article is devoted to the origin of modern concepts “president” and “президент” in American and Russian conceptual systems. The research is carried out in accordance with the main provisions of St. Petersburg and Kemerovo scientific school of conceptual research and the achievements of Western cognitive linguistics in description of theoretical constructs. The analysis of representations of the concepts, which required the study of the internal forms of cognate Latin lexemes praesidēs, praesēs, praesidēo on the basis of classical Latin texts and the works of historians about the socio-cultural space of Ancient Rome, showed that the formation of concepts in the historical and cultural contexts was due to the following cognitive mechanisms: the construal operation (perspective / situatedness), metonymic and metaphorical shifts. The key word for understanding the concepts is the verb praesidēo. The verb in its direct meaning is the result of such conceptualization process as perspective/situatedness. The figurative meanings of the verb praesidēo appear after the metaphorical shift: the source domain is the physical action performed by the Roman officials (physical domain), the target domain — actions of a social nature (social domain). The pattern ACTION / EVENT / PROCESS → AGENT is observed in the metonymical transfer. Basically, the main factor that influenced the genesis of the Latin concepts “praesidēs”, “praesēs” and the modern concepts “president”, “президент” was the existence of a special category of civil servants in Ancient Rome who had supreme power and performed a number of important political functions.*

KEYWORDS: *origin of concepts; concepts; concept sphere; presidents; cognitive linguistics; English; Russian; comparative linguistics.*

ABOUT THE AUTHOR: *Khrenova Anna Viktorovna, Senior Lecturer, Department of Social and Humanitarian Disciplines, Siberian State Industrial University; Novokuznetsk, Russia.*

REFERENCES

1. Aleshina O. N. Metaforizatsiya neodushevlennykh sushchestvitel'nykh sovremennogo russkogo literaturnogo yazyka : dis. ... kand. filol. nauk. — Tomsk, 1991.
2. Balyazin V. N. Neofitsial'naya istoriya Rossii. — M. : OLMA Media Grupp, 2007. 608 s.
3. Bol'shaya entsiklopediya Kirilla i Mefodiya. — M. : NMG, 2010. 1 DVD-ROM.
4. Grintser N. P. Grecheskaya ἀλήθεια: ochevidnost' slova i tayna znacheniya // Logicheskyy analiz yazyka. Kul'turnye kontsepty / otv. red. N. D. Arutyunova. — M. : Nauka, 1991. S. 38—45.
5. Dvoret'skiy I. Kh. Latinsko-russkiy slovar'. — M. : Russkiy yazyk, 1996. 846 s.
6. Osipov Yu. S. Akademiya nauk v istorii Rossiyskogo gosudarstva. — M. : Nauka, 1999. 208 s.
7. Pimenova M. V. Metodologiya kontseptual'nykh issledovaniy // Antologiya kontseptov / pod red. V. I. Karasika, I. A. Ster'nina. — Volgograd : Paradigma, 2005. T. 1. S. 15—19.
8. Pimenova M. V., Kondrat'eva O. N. Kontseptual'nye issledovaniya. Vvedenie : ucheb. posobie. — M. : Flinta, 2011. 176 s.
9. Rakhilina E. V. Osnovnye idei kognitivnoy semantiki // Sovremennaya amerikanskaya lingvistika: fundamental'nye napravleniya / pod red. A. A. Kibrika, I. M. Kobozevoy, I. A. Sekerinoy. — M. : Editorial URSS, 2002. S. 370—389.
10. Ryabtseva N. K. «Vopros»: prototipicheskoe znachenie kontsepta // Logicheskyy analiz yazyka. Kul'turnye kontsepty / otv. red. N. D. Arutyunova. — M. : Nauka, 1991. S. 72—78.
11. Tolkovyy slovar' russkogo yazyka [Elektronnyy resurs]. T. 3 / pod red. B. M. Volina, D. N. Ushakova. — M. : Gos. izd-vo inostr. i nats. slovarey, 1935—1940. URL: <http://dict.t-mm.ru/ushakov> (data obrashcheniya: 20.10.2016).
12. Fasmer M. Etimologicheskyy slovar' russkogo yazyka. V 4 t. T. 3. — M. : Progress, 1987. 832 s.
13. Filin F. P. Russkiy yazyk // Bol'shaya sovetskaya entsiklopediya : v 30 t. / pod red. A. M. Prokhorova. — M. : Sovetskaya entsiklopediya, 1975. T. 22. 628 s.
14. Khalipov V. F., Khalipova E. V. Vlast'. Politika. Gosudarstvo i gosudarstvennaya sluzhba : analiticheskyy slovar'-spravochnik. — M. : Akademicheskyy proekt, 2006. 384 s.
15. Chenki A. Semantika v kognitivnoy lingvistike // Sovremennaya amerikanskaya lingvistika: fundamental'nye napravleniya / pod red. A. A. Kibrika, I. M. Kobozevoy, I. A. Sekerinoy. — M. : Editorial URSS, 2002. S. 340—369.
16. Chubar'yan A. O. Religii mira: istoriya, kul'tura, verouchenie. — M. : OLMA Media Grupp, 2008. 398 s.
17. A Dictionary of Greek and Roman Antiquities [Electronic resource] / ed. by W. Smith, W. Wayte, G. E. Marindin. — London, 1890. URL: <http://www.perseus.tufts.edu/hopper/text?doc=Perseus:text:1999.04.0063:entry=hermae-cn> (date of access: 15.10.2016).
18. A Latin Dictionary: Founded on Andrews' Edition of Freund's Latin Dictionary [Electronic resource] / ed. by C. T. Lewis, C. Short. — Oxford : Clarendon Pr., 1879. URL: <http://www.perseus.tufts.edu/hopper/text?doc=Perseus:text:1999.04.0059> (date of access: 15.10.2016).
19. Boers F. When a bodily source domain becomes prominent. The joy of counting metaphors in the socio-economic domain // Metaphors in cognitive linguistics / ed. by R. W. Gibbs, G. J. Steen. — Amsterdam-Philadelphia : J. Benjamins Publ. Comp., 1997. P. 47—56.
20. Croft W., Cruse A. Cognitive linguistics. — Cambridge : Cambridge Univ. Pr., 2005. 356 p.
21. Grady J. A typology of motivation for conceptual metaphor // Metaphors in cognitive linguistics: selected papers from the 5th International cognitive linguistics conference / ed. by R. W. Gibbs, G. J. Steen. — Amsterdam-Philadelphia : J. Benjamins Publ. Comp., 1997. P. 79—101.
22. Grimm J., Grimm W. Deutsches Woerterbuch von Jacob und Wilhelm Grimm (1854) [Electronic resource]. URL: <http://woerterbuchnetz.de/DWB> (date of access: 25.12.2017).
23. Györi G. Semantic change and cognition // Cognitive linguistics. — Berlin : Walter de Gruyter, 2002. № 13—2. P. 123—166.
24. Kluge F. Etymologisches Woerterbuch der deutscher Sprache von Friedrich Kluge. — Strassburg : Verl. Karl J. Trubner, 1899. 510 S.
25. Long G. Magistratus // A Dictionary of Greek and Roman Antiquities / ed. by W. Smith. — London : John Murray, 1875a. P. 723—724.
26. Long G. Praetor // A Dictionary of Greek and Roman Antiquities / ed. by W. Smith. — London : John Murray, 1875b. P. 956—957.
27. Norrick N. R. Semiotic principles in semantic theory. — Amsterdam-Philadelphia : J. Benjamins Publ. Comp., 1981. 252 p.
28. Nyrop K. Grammaire historique de la langue francaise. — Copenhagen : Gyldendalske Boghandel Forlag, 1913. T. 4. 496 p.
29. Online Etymology Dictionary [Electronic resource]. URL: <http://www.etymonline.com> (date of access: 25.12.2017).
30. Oxford English Dictionary Online [Electronic resource]. URL: <http://www.oed.com> (date of access: 25.12.2017).
31. Paul H. Prinzipien der Sprachgeschichte. — Tübingen : Max Niemeyer, 1975. 428 S.
32. Peirsman Y., Geeraerts D. Metonymy as a prototypical category // Cognitive linguistics. — Berlin : Walter de Gruyter, 2006. № 17—3. P. 269—316.
33. Schmitz L. Consul // A Dictionary of Greek and Roman Antiquities / ed. by W. Smith. — London : John Murray, 1875a. P. 352—357.
34. Schmitz L. Senatus // A Dictionary of Greek and Roman Antiquities / ed. by W. Smith. — London : John Murray, 1875b. P. 1016—1022.
35. Sinha C., Lopez De J. Language, culture and the embodiment of spatial cognition // Cognitive linguistics. — Berlin : Walter de Gruyter, 2000. № 11—1/2. P. 17—41.
36. Taylor J. R. Cognitive grammar. — New York : Oxford Univ. Pr., 2002. 621 p.
37. Taylor L., Scott R. Seating space in the Roman senate and the senatores pedarii // Transactions and proceedings of the American philological association. — Johns Hopkins Univ. Pr., 1969. Vol. 100. P. 529—582.
38. Waag A. Bedeutungsentwicklung unseres Wortschatzes. — Lahr : Moritz Schauenburg, 1901. 192 S.
39. Weinstock S. The image and the chair of Germanicus // The journal of Roman studies. 1957. Vol. 47. № 1/2. P. 144—154.

Н. М. Шутова
Ижевск, Россия

ПЕРЕВОД И КУЛЬТУРНЫЙ КОНТЕКСТ: ПРОБЛЕМЫ ПЕРЕВОДА АНГЛОЯЗЫЧНОЙ ПРЕДВЫБОРНОЙ ПОЛИТИЧЕСКОЙ РЕКЛАМЫ

АННОТАЦИЯ. В статье рассматриваются культурологические проблемы, с которыми сталкивается переводчик при переводе политической предвыборной рекламы. Несмотря на то что в связи с общей политизацией общества и процессами глобализации политическая реклама в настоящее время привлекает все большее внимание как отечественных, так и зарубежных исследователей, она изучена крайне мало. Интерес представляют как ее лингвистические характеристики, так и вопросы коммуникативной эффективности. Перевод любого вида рекламы ставит весьма сложные задачи перед переводчиком; политическая реклама в этом плане создает дополнительные трудности, так как у ее составителей есть определенные прагматические задачи, которые весьма сложно решить, ориентируясь на представителей совершенно иной культурной среды. Переводческие проблемы анализируются на примере предвыборных кампаний британских политиков, претендовавших на пост премьер-министра Великобритании в 2010 и 2015 годах (Д. Кэмерона, Г. Брауна, Н. Клегга, Э. Миллибэнда), а также кандидатов в президенты США в 2016 году (Д. Трампа и Х. Клинтон). Целью исследования являлось рассмотрение культурного контекста как неотъемлемой составляющей процесса перевода. Под культурным контекстом в данном исследовании понимается систематизированное пространство культурных смыслов и импликаций, обеспечивающих успешную коммуникацию членов определенного социума. Результаты исследования могут иметь практическую значимость при рассмотрении путей достижения прагматической адекватности при переводе предвыборной политической рекламы.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: политический дискурс; политическая реклама; переводы; культурный контекст; лексические единицы; предвыборные кампании; политическая коммуникация; политические деятели.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ: Шутова Нелла Максимовна, доцент, кандидат филологических наук, доцент кафедры перевода и прикладной лингвистики (английский и немецкий языки), Удмуртский государственный университет; 426034, Россия, г. Ижевск, ул. Университетская, 1; e-mail: Nella_Shutova@mail.ru.

В настоящее время реклама приобрела огромное значение, охватив все сферы жизни современного общества. Особую роль она играет и в политике, так как политика, по сравнению с другими видами общественной деятельности, пожалуй, больше всего нуждается в установлении и поддержании постоянных связей с обществом. Политическая реклама является особенно популярным видом коммуникативной деятельности в период предвыборных кампаний, она значительно отличается от других видов рекламы. Особый интерес представляет анализ этой рекламы с точки зрения ее переводимости, так как для современного общества очень важна информированность населения всех стран о происходящих политических процессах в других государствах.

Материалом для исследования послужила реклама предвыборных кампаний британских политиков, претендовавших на пост премьер-министра Великобритании в 2010 и 2015 гг. (Д. Кэмерона, Г. Брауна, Н. Клегга, Э. Миллибэнда), и кандидатов в президенты США в 2016 г. (Д. Трампа и Х. Клинтон). Нами была рассмотрена реклама из интернет-источников: сайтов вышеперечисленных политиков, электронных версий британских газет *The Telegraph*, *The Guardian*, *The Daily Mail* и американских *USA Today*, *The New York Times*.

Рекламная коммуникация в целом имеет свои отличительные характеристики, это один из видов передачи информации, целью которого, как замечает исследователь Ю. К. Пирогова, является спланированное воздейст-

вие на знания (когнитивный уровень), реакцию, намерения и поведение адресата в нужном для адресанта направлении (прагматический уровень). Когнитивный компонент связан с тем, как рекламная информация воспринимается человеком, он предполагает анализ процессов переработки информации, а это очень важно для осуществления адекватного перевода рекламного текста [Пирогова 2001].

На связь когнитивной и прагматической парадигм знаний уже давно указывали такие отечественные ученые, как Е. С. Кубрякова [Кубрякова 2012] и Ю. С. Степанов [Степанов 2007]. Существует мнение, что в последнее время формируется некая новая мегапарадигма — когнитивно-прагматическая, объединяющая достижения двух отдельных парадигм научного знания [Заботкина 2015: 15—38].

Политическая реклама является особым, сложным, полиаспектным объектом научного исследования. В самом названии «политическая реклама», как отмечает О. Н. Морозова, заключены сразу два понятия: определенный вид коммуникации (реклама) и конкретная сфера деятельности (политика). Любая реклама представляет собой важный инструмент речевого воздействия, так как основная цель любого рекламного сообщения — убедить и побудить объект к совершению запрограммированного в нем действия [Морозова 2012: 4].

Л. Д. Подгорная, в свою очередь, отмечает, что политическая реклама представляет собой дифференцированную, многоцелевую,

многофункциональную форму политической коммуникации в условиях осуществления политического выбора [Подгорная 2006: 96].

Известно, что современная модель перевода ориентирована в значительной степени на внеязыковую реальность, которую должен хорошо знать и очень тщательно изучать переводчик [Сдобников 2008; Минченков 2008]. Как отмечает Г. Д. Воскобойник, перевод изначально подразумевает когнитивный диссонанс, т. е. несоответствие в системе знаний носителей языка оригинала и перевода. Для переводчика когнитивный диссонанс — это осознание сложности подбора в принимающем языке средств выражения смысла, заложенного в тексте на языке оригинала. В целом когнитивный диссонанс возникает в точке, в которой переводчик должен соединить значение и выражение, пропозицию и иллюзию [Воскобойник 2002]. Переводчик все время делает выбор — либо строго соответствовать каким-то лингвистическим параметрам текста, либо соответствовать общей коммуникативной цели, основной прагматической задаче определенного воздействия на адресата.

Очень важной чертой рекламной коммуникации является то, что информация должна быть обработана получателем оптимальным образом, она должна быть релевантной для адресата и не должна требовать слишком высоких когнитивных усилий на свою обработку. В случае же перевода рекламного сообщения, напротив, переводчику нередко приходится производить достаточно сложную когнитивную обработку информации, чтобы понять заложенный в рекламе смысл. В политической рекламе, как правило, много культурно маркированных лексических единиц и аллюзий, они представляют особую трудность для перевода, так как ориентированы прежде всего на носителей языка оригинала, реалии их жизни, соответствующий культурный контекст. Любую культуру можно рассматривать как информационный процесс, как мир артефактов (продуктов и результатов человеческой деятельности, включая рожденные ими мысли), мир инноваций и новых смыслов; совокупность норм, ценностей, убеждений, разделяемых членами соответствующих культурных групп и сообществ [Куликова 2004: 16].

Таким образом, процесс перевода является процессом вхождения в иную культуру, а задача переводчика как посредника заключается в том, чтобы понять культурно обусловленные компоненты текста и способы его построения, аллюзии, визуальные образы, особенности воздействия на мышление, поведение носителей этой культуры

и передать их средствами, доступными для понимания носителей языка перевода. Рассмотрим конкретные примеры из англоязычной политической рекламы.

В одном рекламном тексте Гордона Брауна (кандидата от Лейбористской партии), направленном против Дэвида Кэмерона (кандидата от Консервативной партии), была использована аллюзия на известный британский юмористический сериал *“Little Britain”*:

*“They’ll turn Great Britain into **Little Britain.**”*

Данный сериал в комическом ключе рассказывает о повседневной жизни рядовых граждан Великобритании. Гордон Браун пытается донести до избирателей мысль о том, что их ждет в случае победы Дэвида Кэмерона. Использование названия сериала привлекает внимание англоязычной аудитории и, более того, действует убеждающе: многие британцы не хотели бы превращения своей мощной страны в страну, изображенную в этом сериале. При переводе данной рекламы, во-первых, есть опасность, что переводчик может воспринять сочетание *Little Britain* как обычное сочетание «прилагательное + существительное», так как в оригинале отсутствуют кавычки. Однако в России есть аналог данного сериала, известный как «Наша Раша». В этой связи можно предложить два варианта перевода:

1) *Они превратят Великобританию в „Маленькую Британию“ известного сериала.*

2) *Они превратят Великобританию в „Нашу Бриташу“.*

В другой рекламе Лейбористской партии использованы две реалии: название традиционного десерта, популярного в частной школе Итон — *“Eton Trifle”* (фрукты, перемешанные с кремом и кусочками бисквита) — и название одного из типов британских привилегированных школ — *Grammar Schools*:

*“Eton Trifle. He’s more interested in **Grammar Schools** than an education system that’s fair for all.”*

Название десерта в политической рекламе сразу привлекает внимание. Более того, Браун использовал название именно этого десерта, чтобы дать читателям понять, против кого направлена его реклама. Избиратели в Великобритании знают, что Дэвид Кэмерон учился в Итоне. При переводе мы должны передать те коннотации, которые известны англоязычному читателю:

«Типичное угощение выпускника Итона. Он больше заинтересован в школах для избранных, чем в образовательной системе, доступной для всех».

В одном из своих рекламных текстов лейбористы использовали аллюзию на из-

вестный британский мультфильм *“Postman Pat”* («Почтальон Пэт»):

“I’ve never voted Labour before, but Mrs Smith sends sackfuls of postal votes for them.”

В этой рекламе использовано изображение самого почтальона, а в тексте говорится об одном из персонажей мультфильма. И сам почтальон, и миссис Смит — положительные персонажи этого фильма, которые вызывают у британцев полное доверие. При переводе данного текста нужно передать русскому читателю, что упоминаемый персонаж заслуживает доверия:

«Я никогда не голосовал за лейбористов, но моя уважаемая соседка миссис Смит постоянно голосует за них по почте».

Персонажи мультфильмов достаточно активно привлекаются к политической рекламе. На одном рекламном постере Дэвида Кэмерона был изображен герой современного американского мультфильма «Кот в сапогах». Изображение «умоляющего кота» сопровождалось текстом:

“Oh please. Go on. Vote for me.”

Всем известное изображение Кота в сапогах сразу бросается в глаза, цель данной рекламы — «мягко» повлиять на выбор избирателей, можно предложить такой перевод:

«Ну, пожалуйста, не пропустите этот важный момент, проголосуйте за меня».

В другой рекламе Лейбористской партии присутствует ссылка на главного персонажа научно-фантастического телесериала Би-би-си «Доктор Кто» и представителей расы героя Повелителей Времени:

“I’ve never voted Tory before, because I’m The Doctor and I can see what horrific timeline that would take you down.”

Вторая часть данного текста будет понятна, если читатель знает историю Доктора Кто, который обладал способностью путешествовать во времени и пространстве. Этот образ использован для того, чтобы показать, что Браун предвидит отрицательные последствия победы Кэмерона. Если просто сохранить имя героя «Доктор Кто», то многие русские читатели не поймут, о ком идет речь, несмотря на то, что текст сопровождается его изображением. В данном случае снова необходимо сделать пояснение в самом тексте или в комментарии к нему:

«Я никогда не голосовал за тори, потому что я Док из известного телесериала „Доктор Кто“ и я-то уж знаю, какие ужасные события уничтожат вас».

В одном рекламном постере Г. Брауна, направленном против консерваторов, использован кадр из фильма «Аватар», на его фоне размещен следующий текст:

“We’ve never voted Tory before, but we really hope they don’t now want to come over and destroy our country too.”

Читатели, знакомые с сюжетом фильма, поймут намек на то, что, если к власти придет Дэвид Кэмерон, то он может разрушить страну, так же как те люди, которые пытались разрушить страну иноземных существ.

В период предвыборной кампании Лейбористская партия выпустила против Кэмерона еще один интересный рекламный постер. На нем Кэмерон был изображен сидящим на капоте автомобиля в образе героя-детектива по имени Джин Хант из британского телесериала «Жизнь на Марсе». Надпись гласила:

“Don’t let him take Britain back to the 1980s.”

Лейбористы напоминали о ситуации в Великобритании 1980-х гг., когда происходили общественные беспорядки в связи с высокой безработицей. Реклама предостерегала избирателей от очередной ошибки. Чтобы понять ее, необходимо знать историю Великобритании соответствующего периода времени, но, даже не обладая такой информацией, можно предположить, что в указанное время в государстве была не самая лучшая ситуация, поэтому в данном случае при переводе нет необходимости что-то объяснять:

«Не позволяйте ему вернуть Великобританию в 1980-е».

Интересно, что данная аллюзия на известный сериал была позаимствована позднее самими консерваторами, они сохранили изображение Д. Кэмерона на капоте автомобиля в образе известного детектива, но изменили текст:

*“Fire up the Quattro
It’s time for change.”*

Vote for change. Vote conservative.”

Фраза *fire up the Quattro* часто произносится героем телесериала «Жизнь на Марсе», он имеет в виду свою машину *Audi*. Дело в том, что система полного привода «Кватро» позволяет совершать моментальный разгон, достигать хорошей управляемости автомобилем, сохраняя устойчивость при совершении маневра и расхождении со встречным автомобилем на больших скоростях. При переводе данного рекламного сообщения снова необходимо сделать уточнение:

«Подключи систему полного привода „Кватро“, как детектив Хант из известного сериала „Жизнь на Марсе“».

Настало время перемен.

Голосуй за перемены. Голосуй за консерваторов».

Позднее эта идея была подхвачена представителями Шотландской национальной партии, которые разместили на капоте

того же автомобиля своего политика — Алекса Салмонда, снабдив фото следующей надписью:

"Fire up the Quattro?

Only by voting SNP for fair fuel prices...

Drive down fuel prices: elect a local champion."

Можно предложить следующий перевод:

«Подключить систему полного привода „Кватро“?»

Только голосуя за Шотландскую национальную партию и справедливые цены на горючее...

Уменьшим цены на горючее: выбирайте местного защитника своих интересов».

На одном из рекламных постеров Д. Кэмерон чем-то (в основном причешкой) напоминал Элвиса Пресли. Надпись гласила:

"We can't go on like this. With suspicious minds."

В данном случае просматривается аллюзия на песню Э. Пресли **"Suspicious Minds"** («Подозрения»). Можно предложить такой перевод:

«Больше так жить нельзя, нельзя, как героям песни Э. Пресли, жить в западне подозрений».

В целях привлечения внимания своего адресата лейборист Гордон Браун использовал также аллюзию на известный фильм «Терминатор». Он был изображен на постере как терминатор, который произносит следующие слова:

"I'll be back. Because I'll never go away."

Так как образ терминатора известен во всем мире, в переводе нужно только передать убеждающую силу этих слов, уверенность политика в себе, его стремление к победе:

«Я обязательно вернусь. Я ведь никогда не уйду».

Интересен и следующий пример из рекламной кампании Гордона Брауна, в котором присутствует аллюзия на известный праздник Хэллоуин:

"All trick, no treat. Tomorrow should have been election day. Your chance to end the horror."

Как известно, на праздник Хэллоуин дети обычно стучатся в двери, требуют угощения и говорят *"Trick or Treat"*; буквально это словосочетание означает: «Неприятность или угощение». Дети грозятся подшутить над хозяином дома в случае отказа угостить их. Можно перевести это рекламное сообщение так:

«Никаких угощений, одни неприятности. Завтра день выборов. У вас есть шанс покончить с этим кошмаром».

Один из постеров во время британской предвыборной кампании 2015 г. содержал

изображение лейбориста Эда Милибэнда за завтраком. Он, судя по всему, ел бутерброд с беконом, но лицо его выражало явное отвращение. Надпись гласила:

"Ed Milliband hears about piggate."

Для понимания этой надписи необходимо было провести целое расследование. Дело в том, что в период этой предвыборной кампании всплыло участие Д. Кэмерона в обряде посвящения в студенты в Оксфорде, который якобы включал интимный контакт с головой свиньи. Фотография Кэмерона с несчастной свинкой в итоге не появилась, но по аналогии с американским Уотергейтом уже стали поговаривать о «Пиггейте». В данном случае можно только предложить дословный перевод с комментарием:

«Эд Милибэнд услышал о пиггейте».

Во время предвыборной кампании Дональда Трампа в США появился постер, где на фоне изображения самого Трампа было написано:

"Things I trust more than Donald Trump

1. *Flint Michigan tap water*
2. *Bill Gosby's drinks*
3. *Elevator rides with Ray Rice."*

В данной рекламе присутствуют 3 аллюзии на важные факты из жизни США последних лет. Дело в том, что в городе Флинт (штат Мичиган), расположенном в 100 километрах к северо-западу от Детройта, в начале 2016 г. обнаружили, что водопроводная вода была заражена свинцом, этот факт наделал много шума в средствах массовой информации. Вторая аллюзия касается Билла Косби — американского актера, режиссера, продюсера, сценариста, музыканта и политического активиста. Он первым среди темнокожих актеров приобрел статус телезвезды и вошел в сотню самых знаменитых афроамериканцев. Имидж добродушного родителя (а он действительно является отцом большого семейства и состоит в браке уже более пятидесяти лет) принес знаменитому комику прозвище «американский папа». Косби является обладателем премий «Грэмми», «Золотой глобус», «Эмми», звезды на Аллее славы в Голливуде, его шоу были стартовой площадкой для многих телевизионных знаменитостей. Кроме того, он защитил докторскую диссертацию о воспитании детей и входил в состав попечительского совета университета. На фоне всех этих заслуг громом среди ясного неба прозвучало обвинение легендарного шоумена в многочисленных сексуальных домогательствах, причем стало известно, что он предварительно обманным путем давал женщинам наркотические вещества в предлагаемых им напитках. Одной из жертв на момент совер-

шения преступления было всего лишь 15 лет. Что касается последней аллюзии, то речь идет о знаменитом американском футболисте Рэе Райсе, выступающем за футбольную команду НФЛ «Балтимор Рэйвенс». Он избил свою невесту в лифте. Можно предложить следующий вариант «развернутого» перевода с применением конкретизации в самом тексте:

«Есть вещи, в которых я уверен больше, чем в Трампе:

1. *В заражении воды свинцом в городе Флинт.*

2. *В том, что звезда телеэкрана Билл Косби подсыпал девочкам наркотики в напиток перед их соблазнением.*

3. *В том, что с футболистом Рэем Райсом нельзя ездить в лифте, он даже невесту там избил».*

На другой рекламе мы видим слева изображение Деда Мороза, под ним надпись — *“Macy’s men”*, справа — изображение Дональда Трампа с весьма свирепым выражением лица и надпись *“Macy’s now”*, надпись посередине гласит:

“Bring back the old Macy’s. DUMP TRUMP.”

Невозможно перевести данное рекламное сообщение без пояснения реалии *“Macy’s.”* Оказывается, что это одна из крупнейших в США компаний розничной торговли. Она приняла решение отказаться от деловых связей с миллиардером Дональдом Трампом. Поводом для этого решения стали жесткие высказывания Трампа в адрес иммигрантов из Мексики. Компания заявила, что американские граждане мексиканского происхождения и выходцы из Латинской Америки внесли очень значительный вклад в процветание страны. Учитывая данный культурный контекст, можно предложить следующий перевод:

«„Мэйси вчера, Мэйси сегодня“

Верните нам прежние магазины Мэйси.

ДОЛОЙ ТРАМПА».

На одном из рекламных проспектов, направленных против кандидата в президенты Хиллари Клинтон, можно было увидеть ее далеко не комплиментарное изображение (морщинистое лицо, волосатая рука с мужскими часами) с бутылкой водки, на которой написано *“Absolut failure”*. В верхней части рекламы была размещена надпись: *“I don’t always get 4 Americans killed,”* в нижней: *“But when I do I get drunk as a skunk and fall down... I don’t remember much after that.”*

Для правильного понимания данного рекламного сообщения необходимо знать, что в результате террористического нападения на американское консульство в ливийском городе Бенгази в сентябре 2012 г. по-

гибли 4 гражданина США. Существует мнение, что именно Хиллари Клинтон виновна в случившемся, так как не приняла в нужный момент необходимых мер для безопасности сотрудников страны за рубежом. В итоге можно предложить такой перевод:

«Не всегда из-за меня погибают американцы, как те четверо в Бенгази. Но если погибают, я напиваюсь в стельку, падаю... И потом уже ничего не помню».

Подводя итог, необходимо отметить, что политическая реклама является важной составляющей жизни современного общества. Она позволяет создать картину политической, социальной и экономической ситуации в той или иной стране. Рассмотрение фактического материала свидетельствует о том, что тексты политической рекламы насыщены культурологическими элементами. В рекламе присутствуют ссылки на известные в той или иной стране события, личности, персонажи кинофильмов, мультфильмов и т. д. Самое главное то, что политическая реклама направлена на убеждение адресата, поэтому все средства, используемые в ней, имеют ту же цель. Наше исследование доказывает, что лингвистические средства в сочетании с визуальным рядом играют значительную роль при воздействии на адресата политической рекламы, поэтому удачная предвыборная кампания является в значительной степени результатом их правильного использования и сочетания. Процесс создания эквивалентного текста рекламного характера на языке перевода требует от переводчика значительных когнитивных усилий, решения проблемы лингвокультурной и социолингвистической адаптации текста в другой реальности. При переводе необходимо учитывать, что многие культурные реалии могут быть неизвестны или непонятны для носителей языка перевода, они требуют объяснения в самом тексте, в сносках или даже в пространном дополнительном комментарии.

ЛИТЕРАТУРА

1. Воскобойник Г. Д. Когнитивный диссонанс как проблема теории и практики перевода: основные концептуальные положения. — Иркутск, 2002. 31 с.
2. Заботкина В. И. От интеграционного вызова в когнитивной науке к интегрированной методологии // Методы когнитивного анализа семантики слова: компьютерно-корпусный подход / под общ. ред. В. И. Заботкиной. — М.: Языки славянской культуры, 2015. С. 15—38.
3. Кубрякова Е. С. В поисках сущности языка: когнитивные исследования / Ин-т. языкознания РАН. — М.: Знак, 2012. 208 с.
4. Куликова Л. В. Межкультурная коммуникация: теоретические и прикладные аспекты. На материале русской и немецкой лингвокультур: монография. — Красноярск: РИО КГПУ, 2004. С. 16.
5. Минченков А. Г. Когнитивно-эвристическая модель перевода (на материале английского языка): автореф ... д-ра филол. наук. — СПб., 2008. 45 с.

6. Морозова О. Н. Политическая реклама в интернет-пространстве Великобритании (на материале персональных сайтов членов парламента Великобритании) : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04. — СПб., 2012. 347 с.

7. Пирогова Ю. К. Стратегии коммуникативного воздействия в рекламе: опыт типологизации [Электронный ресурс] // Труды Междунар. семинара «Диалог». 2001. URL: http://www.dialog-21.ru/Archive/2001/volume1/1_31.htm (дата обращения: 19.04.2018).

N. M. Shutova
Izhevsk, Russia

TRANSLATION AND THE CULTURAL CONTEXT: PROBLEMS OF TRANSLATING ENGLISH PRE-ELECTION ADVERTISEMENTS

ABSTRACT. *The paper discusses the problems faced by translators when dealing with political advertisements. Although general politicization of contemporary society and the processes of globalization have made the scholars both in Russia and abroad pay more attention to advertising in political sphere, it needs to be studied more thoroughly. Both its linguistic characteristics and the ways of achieving communicative efficiency deserve a careful study. Translation of any type of advertising is very challenging for a translator, but political advertisements pose special difficulties as their creators pursue specific pragmatic goals, which are hard to achieve if the addressee belongs to a quite different cultural environment. Analysis of translation difficulties is based on the election campaigns of British politicians — candidates for the post of Prime-Minister in 2010 and 2015 (D. Cameron, G. Brown, N. Clegg, E. Milliband) and candidates for US presidency in 2016 (D. Trump and H. Clinton). The study is aimed at considering the cultural context as part and parcel of the translation process. The cultural context in the present study is perceived as a framework of cultural concepts and implications which ensure effective communication among the members of a definite society. The results of the conducted research may be useful for those who are interested in the ways of achieving pragmatic adequacy in pre-election advertisements translation from English into Russian.*

KEYWORDS: *political discourse; political advertising; translation; cultural context; lexical units; election campaigns; political communication; political leaders.*

ABOUT THE AUTHOR: *Shutova Nella Maximovna, Candidate of Philology, Associate Professor, Department of Translation and Applied Linguistics (English and German Languages), Udmurt State University, Izhevsk, Russia.*

REFERENCES

1. Voskoboynik G. D. Kognitivnyy dissonans kak problema teorii i praktiki perevoda: osnovnye kontseptual'nye polozheniya. — Irkutsk, 2002. 31 s.

2. Zabotkina V. I. Ot integratsionnogo vyzova v kognitivnoy nauke k integrirovannoy metodologii // Metody kognitivnogo analiza semantiki slova: komp'yuterno-korpusnyy podkhod / pod obshch. red. V. I. Zabolotnikov. — M. : Yazyki slavyanskoy kul'tury, 2015. S. 15—38.

3. Kubryakova E. S. V poiskakh sushchnosti yazyka: kognitivnye issledovaniya / In-t. yazykoznaniya RAN. — M. : Znak, 2012. 208 s.

4. Kulikova L. V. Mezhkul'turnaya kommunikatsiya: teoreticheskie i prikladnye aspekty. Na materiale russkoy i nemetskoy lingvokul'tur : monografiya. — Krasnoyarsk : RIO KGPU, 2004. S. 16.

5. Minchenkov A. G. Kognitivno-evristicheskaya model' perevoda (na materiale angliyskogo yazyka) : avtoref ... d-ra filol. nauk. — SPb., 2008. 45 s.

8. Подгорная Л. Д. Политическая реклама как форма коммуникации современного общества // Вестн. Рос. ун-та дружбы народов. Сер.: Политология. 2006. № 8. С. 95—102.

9. Сдобников В. В. Переводческие несоответствия: коммуникативно-функциональный подход // Язык, коммуникация и социальная среда. — Воронеж : ВГУ, 2007. Вып. 7. С. 47—58.

10. Степанов Ю. С. Концепты. Тонкая пленка цивилизации. — М. : Языки славянских культур, 2007. 248 с.

6. Morozova O. N. Politicheskaya reklama v internet-prostranstve Velikobritanii (na materiale personal'nykh saytov chlenov parlamenta Velikobritanii) : dis. ... kand. filol. nauk : 10.02.04. — SPb., 2012. 347 s.

7. Pirogova Yu. K. Strategii kommunikativnogo vozdeystviya v reklame: opyt tipologizatsii [Elektronnyy resurs] // Trudy Mezhdunar. seminar "Dialog". 2001. URL: http://www.dialog-21.ru/Archive/2001/volume1/1_31.htm (data obrashcheniya: 19.04.2018).

8. Podgornaya L. D. Politicheskaya reklama kak forma kommunikatsii sovremennogo obshchestva // Vestn. Ros. un-ta druzhby narodov. Ser.: Politologiya. 2006. № 8. S. 95—102.

9. Sdobnikov V. V. Perevodcheskie nesootvetstviya: kommunikativno-funktsional'nyy podkhod // Yazyk, kommunikatsiya i sotsial'naya sreda. — Voronezh : VGU, 2007. Vyp. 7. S. 47—58.

10. Stepanov Yu. S. Kontsepty. Tonkaya plenka tsivilizatsii. — M. : Yazyki slavyanskikh kul'tur, 2007. 248 s.

РАЗДЕЛ 4. ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ

УДК 811.111'42
ББК ШП43.21-51

ГСНТИ 16.21.27; 16.21.51

Код ВАК 10.02.19

Цзи Сяосяо
Москва, Россия

ДИНАМИЧЕСКОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МЕТАФОРЫ В ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

АННОТАЦИЯ. В статье рассматривается динамическое использование метафоры в политическом дискурсе с двух точек зрения: феномена кластеризации, или взаимосвязей метафор в конкретном дискурсе, и феномена использования одних и тех же метафор в разных типах дискурса. Исследование кластеров метафор в речи Билла Клинтона по поводу принятия им решения баллотироваться на второй президентский срок от Демократической партии в 1996 году показывает, что кластеризация метафор как важная особенность политического дискурса способствует обеспечению логико-понятийных связей текста и структурно-композиционной, коннотативной, прагматической и супrasegmentной когезии речевого произведения. Анализ метафоры «bridge» в указанной речи Билла Клинтона в 1996 году и его инаугурационной речи в 1997 году показывает, что коллокации и функции одной и той же метафоры различны в разных типах политического дискурса. Полученные данные свидетельствуют о том, что метафора является не статичной единицей с точки зрения когнитивных процессов и лингвистических особенностей речи, а динамическим инструментом, который активно используется политиками для достижения различных целей.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: кластеризация метафор; когерентность дискурса; контексты; метафоры; швейцарский сыр; политическая метафорология; политический дискурс.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ: Цзи Сяосяо, аспирант, кафедра английского языкознания, филологический факультет, Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова; 119234, Россия, г. Москва, Ленинские горы, 1, стр. 51, ауд. 1045/46; e-mail: rabbitjixiao@mail.ru.

Introduction

At the Republican presidential candidates debate in Houston, Texas on 25th February 2016, Donald Trump called on the need for more border security with a vivid metaphor “You look at our borders, they’re like **Swiss cheese**, everybody pours in”. According to the Merriam-Webster online dictionary, Swiss cheese is a type of hard cheese characterized by elastic texture, mild nutlike flavor, and large holes that form during ripening.

Donald Trump emphasized the feature “large holes” in his use of this metaphor. The holes of Swiss cheese are used to conceptualize the insecurity of American border. This metaphor reflects Trump’s basic understanding of the security problems in American borders. It is no surprise that later he urged to build a wall along the US border with Mexico. A wall is definitely securer than Swiss cheese riddled with holes. The Swiss cheese metaphor in Trump’s discourse has its explanatory function and framing function of the border problem. It reveals the speaker’s ways of thinking about the problem and at the same time how the speaker “set the directions of problem solving” [Schön 1979: 255].

Donald Trump is not the first person to use Swiss cheese metaphor in political discourse. Back to the end of the last century, George H.W. Bush adopted this metaphor to deride his democratic opponents in his Acceptance Address at the Republican National Convention on 18th August 1988:

“There are the facts. And one way you know our opponents know the facts is that, to attack our record, they have to misrepresent it. They call it **a Swiss cheese economy**. Well,

that’s the way it may look to **the three blind mice**. But, when they were in charge, it was **all holes and no cheese**”.

The Swiss cheese metaphor was actually not created by Bush himself, instead, he borrowed it from his democratic opponent Michael Dukakis, the democratic presidential nominee, who in turn borrowed it from his running-mate Bentsen. Michael Dukakis and Lloyd Bentsen attacked the Reagan-Bush economy as Swiss cheese riddled with holes. Bush wittily developed the metaphor and told a more complete and vivid cheese story than his opponents did. Three blind mice were introduced into the cheese story, and the ending of the story is that no cheese was left but holes. The three blind mice were not someone else but his democratic opponents. It can be argued that the development of the metaphor enabled Bush to achieve his purpose of rebutting and deriding his opponents.

This all is to suggest that the same source domain could be used to understand totally different target domains according to the speaker’s cognition and purpose. Trump in his presidential debate used the Swiss cheese to explain and frame the border problem in America, while Bush Senior in his Acceptance Address borrowed his democratic opponents’ Swiss cheese metaphor to rebut their criticism of the Reagan-Bush economy. The same source domain “Swiss cheese” is used to conceptualize different target domains, border security and economy in this case, in different contexts. Metaphor is thus not a static linguistic feature but a dynamic tool exploited by politicians according to different contexts and purposes. The use and reuse of certain metaphorical expres-

sions in different genres and registers communicate new meanings and serve new functions [Semino & Deignan & Littlemore 2013].

Metaphor functions in its context. The interpretation of metaphor should take into consideration how metaphor is used within a discourse and in different contexts. The varied contexts affect how metaphors are produced and interpreted. Even the so-called “dead” metaphor may “come to life” when its context is changed [Гаврилов, Зарипов & Романов 2017: 92].

In this paper, we will explore the dynamic use of metaphor from two aspects: intradiscursive use of metaphor and interdiscursive use of metaphor. The intradiscursive use of metaphor refers to how metaphors are used within a discourse, including how the same or different metaphors are connected within a discourse and crowd together to form metaphor clusters. The interdiscursive use of metaphor refers to how the same metaphors are used within different contexts.

1. Metaphor clustering as a prominent feature in political discourse

In discussing the relationships between metaphors, a few questions may arise. How are metaphors, same or different in form and/or content, related to each other within a discourse or within different types of discourse? Do metaphors reinforce or attenuate each other within a discourse? Do metaphors change their meanings and grow in force when they are used across different types of discourse? The first question has already been widely discussed by scholars from different aspects, yielding some insightful findings.

Jamieson analyzed metaphor use in the rhetoric of a Pope and a politician and found that the recurrent patterns of metaphoric networks in the surface language do reflect deeper rhetorical consistencies and the appearance of clusters of related metaphors made the speaker's rhetoric significant [Jamieson 1980].

Baranov's notion “metaphor constellation” [2014] focuses on the relationship between similar metaphors, i.e. , the totality of metaphoric models that are interrelated in terms of approximation in profiling certain properties of the source domain and the target domain.

More recently, a relevant systematic studies of the distribution of metaphor within a discourse have been done in different contexts, e.g., college lectures, Baptist sermons, conciliation conversations, business media discourse [Cameron & Stelma 2004; Cameron & Low 2004; Koller 2003; Corts & Meyer 2002; Corts & Meyer 1999]. It is found that the crowding of metaphors within a discourse contributes to both the structure and purpose of the discourse.

Metaphor clustering within a discourse concerns the distribution of metaphors. In this sense, there are two types of metaphor clustering. “The first one refers to the phenomenon that different kinds of metaphors occur together in adjacent metaphorical sentences. Within this clustering, three additional phenomena may occur: the phenomenon that a target domain is metaphorically understood in terms of different source domains, the phenomenon that a source domain is used to understand different target domains, or the phenomenon that different source domains are used to understand different target domains. The second type refers to the phenomenon that one metaphor is repeated several times in consecutive metaphorical sentences [Mukhortov & Ji 2018 in press].

The crowding of metaphors may form a relative complete cognitive scenario, in which metaphors are combined to elaborate certain topics of the discourse. The cognitive scenarios “reflect the speaker or writer's deliberate or subconscious focus in a discourse and are usually closely related to the important topics of the discourse” [Mukhortov & Ji 2018 in press].

In this section we seek to explore how metaphors are related to each other within a discourse, specifically, the phenomenon of metaphor clustering in political discourse. Take an instance of metaphor clustering in Bill Clinton's Acceptance Address in 1996.

(1) *Let us commit ourselves this night to rise up and **build the bridge we know we ought to build all the way to the 21st century**. Let us have faith, American faith that we are not leaving our greatness behind. We're going **to carry it right on with us into that new century**, a century of new challenge and unlimited promise. Let us, in short, do the work that is before us, so that when our time here is over, **we will all watch the sun go down, as we all must, and say truly, we have prepared our children for the dawn**.* (August 29, 1996)

In example (1), several metaphors such as bridge metaphor, journey metaphor, and sunset and dawn metaphor are crowded together in one paragraph to create a cognitive scenario that presents the audience with a picture of men building bridges, walking forward, and facing the unavoidable destiny of everyone — death. This picture is about devotion, sacrifice and hope.

The bridge metaphor that appears in this address about twenty times is a dominant model [Чудинов 2003: 113] that binds other metaphors and contributes to the structural coherence of the address. The bridge metaphor is used by the speaker to describe his solutions to the challenges and problems that may happen during the journey. It is common in political discourse that the development of a country is un-

derstood in terms of journey. A bridge can carry a pathway or roadway over a depression or obstacle. Thus, it helps travellers to continue their journey when they meet these obstacles.

The sunset and dawn metaphor refers to the end for one generation and the beginning for another. The speaker calls on everyone to fulfill their duties and leave a better world for the next generation.

The analysis of the instance of metaphor clustering reveals that this metaphor cluster is topically related, describing one of the main topics of the Acceptance Address: the promise for bright future. Besides, the metaphor cluster is formed based on one dominant metaphor — bridge metaphor, which binds other metaphors to make a coherent metaphor system in the discourse.

Metaphor clustering as a dynamic linguistic and cognitive tool in political discourse deserves further attention and exploration. It attempts to answer the question about how metaphors are dynamically related to each other within a discourse. The crowding of metaphors within a discourse is not a random and meaningless phenomenon but instead may reflect some deep relationships between these metaphors and the speaker's deliberate or subconscious organization of his temporary mental metaphorical reality.

2. The use of the same metaphor in different contexts

As was stated before, metaphor is a linguistic and cognitive tool that can be dynamically used in different discourse contexts and for different purposes. The same or similar metaphorical expressions may function differently even within the same discourse [Cameron & Low 2004; Cameron 2011], let alone across different types of discourse. In this section, we will mainly focus on the use and reuse of the same or similar metaphor in different contexts, or more specifically, different genres and registers.

Different genres and registers account for different linguistic and discursive patterns, including patterns of metaphor use. In different contexts, the same metaphor may be varied in its use and functions. Let us take bridge metaphor in Bill Clinton's rhetoric for example. We will analyze bridge metaphor in his Acceptance Address, i.e., the address accepting the presidential nomination at the Democratic National Convention on 29th August 1996 and his second inaugural address on 20th January 1997.

On the basis of register and genre theory [Halliday 1985: 12; Eggins & Martin 1997; Martin & Rose 2008], we shall discuss the differences between the two addresses from the following aspects: what is happening (field); who is taking

part (tenor); what part language is playing (mode); and what purposes they fulfill (purpose).

First, the inaugural address is the speech given by a newly sworn-in president during the inauguration ceremony to mark the beginning of a new four-year term. The inauguration ceremony takes place for each new presidential term and has taken place on January 20 regularly. The presidential Acceptance Address is made by the presidential nominee on the final day of the United States presidential nominating convention that is held every four years by most of the political parties in order to select their nominees for the upcoming U.S. presidential election. The Democratic National Convention and the Republican National Convention are the two major parties' quadrennial events.

Second, the inaugural address is made by newly sworn-in presidents to the attendees of the inauguration ceremony and to televised audiences all over the world. The Acceptance Address is given by a presidential nominee to the immediate partisan audiences and larger televised audiences. The halls of the convention are usually filled with many party loyalists.

Third, the similarity between the two types of addresses is that both addresses are given in spoken form. Besides, it is well-known that formal political speech like inaugurals and acceptances are usually written in advance. They are not spontaneous discourse, instead, they are prepared with the help of professional speechwriters.

Fourth, the two types of addresses fulfill different purposes. The inaugural address usually presents the president's vision of America, his or her agendas and goals for the nation, and his or her intention of unifying the two parties after a severe campaign. The Acceptance Address, as the highlight of the convention, is made "to unify the party, rally the troops, and set the issue agenda for the general campaign" [Benoit 2001: 70]. According to Holbrook [1996, cit. in Benoit 2001], the address is also "the highpoint of a very important component of the campaign process, for approximately 25% of the electorate decides how to vote during the party nominating conventions".

From the above comparisons, the two addresses are quite different in many aspects. Now, see how the bridge metaphor was used in Bill Clinton's Acceptance Address.

This address was made on 29th August 1996 at the Democratic National Convention in Chicago. Bill Clinton used the bridge metaphor frequently in almost twenty paragraphs in the address, relating his bridge metaphor to a variety of topics.

(1) *Now, here's the main idea. I love and revere the rich and proud history of America,*

and I am determined to take our best traditions into the future. But with all respect, **we do not need to build a bridge to the past; we need to build a bridge to the future.** And that is what I commit to you to do. (August 29, 1996)

(2) So tonight, tonight **let us resolve to build that bridge to the 21st century**, to meet our challenges and protect our values. **Let us build a bridge to help our parents raise their children, to help young people and adults to get the education and training they need, to make our streets safer, to help Americans succeed at home and at work, to break the cycle of poverty and dependence, to protect our environment for generations to come, and to maintain our world leadership for peace and freedom. Let us resolve to build that bridge.** (August 29, 1996)

(3) Tonight, my fellow Americans, I ask all of our fellow citizens to join me and to join you in **building that bridge to the 21st century.** Four years from now, just 4 years from now—think of it—we begin a new century, full of enormous possibilities. We have to give the American people the tools they need to make the most of their God-given potential. We must make the basic bargain of opportunity and responsibility available to all Americans, not just a few. That is the promise of the Democratic Party. That is the promise of America. (August 29, 1996)

(4) **I want to build a bridge to the 21st century** in which we expand opportunity through education, where computers are as much a part of the classroom as blackboards, where highly trained teachers demand peak performance from our students, where every 8-year-old can point to a book and say, "I can read it myself." (August 29, 1996)

(5) Now, folks, if we do these things, every 8-year-old will be able to read, every 12-year-old will be able to log in on the Internet, every 18-year-old will be able to go to college, and all Americans will have the knowledge they need **to cross that bridge to the 21st century.** (August 29, 1996)

(6) **I want to build a bridge to the 21st century** in which we create a strong and growing economy to preserve the legacy of opportunity for the next generation, by balancing our budget in a way that protects our values and ensuring that every family will be able to own and protect the value of their most important asset, their home. (August 29, 1996)

(7) Do we want **to weaken our bridge to the 21st century?** (August 29, 1996)

(8) **I want to build a bridge to the 21st century** that ends the permanent under class, that lifts up the poor and ends their isolation, their exile. (August 29, 1996)

(9) **I want to build a bridge to the 21st century** where our children are not killing other

children anymore, where children's lives are not shattered by violence at home or in the schoolyard, where a generation of young people are not left to raise themselves on the streets. (August 29, 1996)

(10) There is more we will do. We should say to parolees: We will test you for drugs; if you go back on them, we will send you back to jail. We will say to gangs: We will break you with the same antiracketeering law we used to put mob bosses in jail. You're not going to kill our kids anymore or turn them into murderers before they're teenagers. My fellow Americans, **if we're going to build that bridge to the 21st century** we have to make our children free, free of the vise grip of guns and gangs and drugs, **free to build lives of hope.** (August 29, 1996)

(11) **I want to build a bridge to the 21st century** with a strong American community, beginning with strong families, an America where all children are cherished and protected from destructive forces, where parents can succeed at home and at work. (August 29, 1996)

(12) **I want to build a bridge to the 21st century** with a clean and safe environment. (August 29, 1996)

(13) We should make it easier for families to find out about toxic chemicals in their neighborhoods so they can do more to protect their own children. These are the things that **we must do to build that bridge to the 21st century.** (August 29, 1996)

(14) My fellow Americans, **I want to build a bridge to the 21st century** that makes sure we are still the nation with the world's strongest defense, that our foreign policy still advances the values of our American community in the community of nations. **Our bridge to the future must include bridges to other nations**, because we remain the world's indispensable nation to advance prosperity, peace, and freedom and to keep our own children safe from the dangers of terror and weapons of mass destruction. (August 29, 1996)

(15) My fellow Americans, let me say one last time, **we can only build our bridge to the 21st century if we build it together and if we're willing to walk arm in arm across that bridge together.** I have spent so much of your time that you gave me these last 4 years to be your President worrying about the problems of Bosnia, the Middle East, Northern Ireland, Rwanda, Burundi. What do these places have in common? People are killing each other and butchering children because they are different from one another. They share the same piece of land, but they are different from one another. They hate their race, their tribe, their ethnic group, their religion. (August 29, 1996)

(16) *Look around this hall tonight—and to our fellow Americans watching on television, you look around this hall tonight—there is every conceivable difference here among the people who are gathered. **If we want to build that bridge to the 21st century** we have to be willing to say loud and clear: If you believe in the values of the Constitution, the Bill of Rights, the Declaration of Independence, if you're willing to work hard and play by the rules, you are part of our family and we're proud to be with you. [Applause] You cheer now, because you know this is true. You know this is true. When you walk out of this hall, think about it. Live by it.* (August 29, 1996)

(17) *So look around here, look around here: Old or young, healthy as a horse or a person with a disability that hasn't kept you down, man or woman, Native American, native born, immigrant, straight or gay, whatever, the test ought to be, I believe in the Constitution, the Bill of Rights, and the Declaration of Independence; I believe in religious liberty; I believe in freedom of speech; I believe in working hard and playing by the rules; I'm showing up for work tomorrow; **I'm building that bridge to the 21st century.** That ought to be the test.* (August 29, 1996)

(18) *My fellow Americans, 68 nights from tonight the American people will face once again a critical moment of decision. We're going to choose the last President of the 20th century and the first President of the 21st century. But the real choice is not that. The real choice is whether **we will build a bridge to the future or a bridge to the past**, about whether we believe our best days are still out there or our best days are behind us, about whether we want a country of people all working together or one where you're on your own.* (August 29, 1996)

(19) *Let us commit ourselves this night **to rise up and build the bridge** we know we ought to build all the way to the 21st century. Let us have faith, American faith that we are not leaving our greatness behind. We're going to carry it right on with us into that new century, a century of new challenge and unlimited promise. Let us, in short, do the work that is before us, so that when our time here is over, we will all watch the sun go down, as we all must, and say truly, we have prepared our children for the dawn.* (August 29, 1996)

The first time he used bridge metaphor in the address is in example (1). Clinton's declaration of being a bridge to the future is juxtaposed with one of his opponent, Dole's offer to be a bridge to the past [Benoit 2001: 75]. Dole in his Acceptance Address on 15th August 1996 declared that "Age has its advantages. **Let me be the bridge to** an America that only the unknowing call myth. **Let me be the bridge to** a time of

tranquility, faith, and confidence in action. To those who say it was never so, that America has not been better, I say, you're wrong, and I know, because I was there. I have seen it. I remember."

Clinton's claim of building a "bridge to the future" thus rejected what Dole proposed to be "bridge to the past". In this sense, Clinton used the bridge metaphor to favorably frame himself and unfavorably interpret Dole [Benoit 2001:70]. The bridge metaphor in this instance served as a covert tool used by Clinton to attack his opponent, as well as in instance (18). When he said "The real choice is whether **we will build a bridge to the future or a bridge to the past**, about whether we believe our best days are still out there or our best days are behind us, about whether we want a country of people all working together or one where you're on your own", he provided voters with two different perspectives that he and his opponent could offer. The distributions of instance (1) and (18) in the address reveals that Clinton began and ended his use of the bridge metaphor both in comparing his bridge to the future and his opponent's bridge to the past and in rejecting his opponent's claims.

The bridge metaphor in other instances was used to interpret his agendas for education (instances 2, 4, 5), poverty (instance 8), crime and juvenile crime (instances 9, 10), community (instance 11), environment (instances 12, 13), foreign affairs (instance 14), nation unity (instances 15, 16). Instance 13 is for an appeal for the unity of the whole country. Instance 7 was used by Clinton to interact with his audiences.

We can see that Bill Clinton used bridge metaphor not only to interpret his agendas for the upcoming presidential campaign, but also to reject his opponent's claims and thus attack him. Clinton's use of the bridge metaphor effectively functioned as "frames for favorably interpreting himself and his agenda, as well as for unfavorably interpreting Dole and his agenda" [Benoit 2001: 70]. The interpreting function and an attacking function of the bridge metaphor is consistent to the nature and purposes of the Acceptance Address, which is to set agendas, to rally the troops, to boost morale, and to prepare to attack opponents in order to win the campaign.

In his presidential inaugural, in terms of the frequency of bridge metaphor, Bill Clinton used it only once at the end of the address:

(1) *And so, my fellow Americans, we must be strong, for there is much to dare. The demands of our time are great, and they are different. Let us meet them with faith and courage, with patience and a grateful, happy heart. Let us shape the hope of this day into the noblest*

chapter in our history. Yes, let us build our bridge, a bridge wide enough and strong enough for every American to cross over to a blessed land of new promise. (January 20, 1997)

What's more, this time he did not unfold bridge metaphor as he did in the Acceptance Address. The bridge metaphor did not function as an interpretative or an attacking tool. Instead, it was used to call on every American to unite for realizing the promising future. It can be seen that the same metaphor in the two different addresses was manifested differently and served different functions.

Conclusion

In this article we have explored the dynamic use of metaphor in political discourse from two perspectives: metaphor clustering in terms of how metaphors are related to each other within a discourse, and how the same metaphor are used in different contexts. The instance of metaphor clustering in Bill Clinton's Acceptance Address in 1996 reflects that several metaphors may crowd together to form a cognitive scenario that contributes to the elaboration of the topics and the structural coherence of the address. The analysis of the bridge metaphor in Bill Clinton's inaugural address and Acceptance Address shows that its specific forms and functions are varied depending on discourse context use, i.e., genre and register. This is to suggest that metaphor is used dynamically by speakers to fulfill different purposes in different contexts. The same metaphor may function differently within a discourse for different purposes. And the discussion of the Swiss cheese metaphor at the beginning of the article shows that the same source domain may be mapped into total different target domains due to the speaker's specific needs. The image of Swiss cheese with its unique characteristic — riddled with holes — vividly exposes problems in economy and border security.

Ji Xiaoxiao
Moscow, Russia

THE DYNAMIC USE OF METAPHOR IN POLITICAL DISCOURSE

ABSTRACT. *The paper explores the dynamic use of metaphor in political discourse from two perspectives: how metaphors are related to each other within a discourse — the phenomenon of metaphor clustering, and how the same metaphors are used across different types of discourse. Research into metaphor clustering in Bill Clinton's Acceptance Address in 1996 shows that metaphor clustering, as a prominent feature in political discourse, it contributes to the cognitive and discursive coherence of the address and the elaboration of major topics. The analysis of bridge metaphor in Bill Clinton's Acceptance Address in 1996 and Inaugural Address in 1997 reveals that the collocates and functions of the same metaphor are varied in different types of political discourse. These findings suggest that metaphor is not a static cognitive and linguistic feature, but a dynamic tool that can be used by speakers to fulfill different purposes in different contexts.*

KEYWORDS: *metaphor clustering; discourse coherence; contexts; metaphors; Swiss cheese; political metaphorology; political discourse.*

ABOUT THE AUTHOR: *Ji Xiaoxiao, Post-graduate Student, Department of English Linguistics, Faculty of Philology, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia.*

REFERENCES

1. Гаврилов Л. А., Зарипов Р. И., Романов А. С. Об экспрессивности «мертвых» метафор // Политическая лингвистика. 2017. № 4 (64). С.91—94.
2. Мухортов Д. С., Цзи Сяосяо. Metaphor clustering in American presidential inaugurals —from George H. W. Bush to Donald Trump // Вестн. Москов. ун-та. Сер. 9, Филология. 2018. № 3. (in press).
3. Чудинов А. П. Метафорическая мозаика в современной политической коммуникации : моногр. / Урал. гос. пед. ун-т. — Екатеринбург, 2003. 248 с.
4. Benoit W. L. Framing through temporal metaphor: The “bridges” of Bob Dole and Bill Clinton in their 1996 acceptance addresses // Communication Studies. 2001. Vol. 52. № 1. P. 70—84.
5. Cameron L. Metaphor and Reconciliation: The Discourse-Dynamics of Empathy in Post-Conflict Conversations. — London : Routledge, 2011.
6. Cameron L., Low G. D. Figurative variation in episodes of educational talk and text // European Journ. of English Studies. 2004. № 8 (3). P. 355—373.
7. Cameron L., Stelma J. Metaphor clusters in discourse // Journ. of Applied Linguistics. 2004. № 1 (2). P. 107—136.
8. Corts D., Meyers K. Conceptual clusters in figurative language production // Journ. of Psycholinguistic Research. 2002. № 31 (4). P. 391—408.
9. Corts D., Pollio H. Spontaneous production of figurative language and gesture in college lectures // Metaphor and Symbol. 1999. № 14 (1). P. 81—100.
10. Eggins S., Martin J. R. Genres and Registers of Discourse // Discourse as Structure and Process / T. van Dijk (ed.). — London : Sage, 1997. P. 230—257.
11. Halliday M. A. K. Spoken and Written Language / Geelong, Vic. : Deakin Univ. Pr., 1985. (Republ. by Oxford Univ. Pr., 1989)
12. Holbrook T. M. Do campaigns matter? — Thousand Oaks, CA : Sage, 1996.
13. Koller V. Metaphor clusters in Business Media Discourse: A Social Cognition Approach : Dissertation. — Vienna Univ., 2003.
14. Martin J. R., Rose D. Genre Relations. Mapping Culture. — London : Equinox, 2008.
15. Schön D. A. Generative metaphor: A perspective on problem-setting in social policy // Metaphor and thought / Andrew Ortony (ed.). — Cambridge : Cambridge Univ. Pr., 1993. P. 164—201.
16. Semino E., Deignan A., Littlemore J. Metaphor, genre and recontextualisation // Metaphor and Symbol. 2013. № 28. P. 41—59.
17. Clinton W. J. Inaugural address. Jan. 20, 1997 [Electronic resource] // The American Presidency Project. URL: <http://www.presidency.ucsb.edu>.
18. Clinton W. J. Address Accepting the Presidential Nomination at the Democratic National Convention in Chicago. Aug. 29, 1996 [Electronic resource] // The American Presidency Project. URL: <http://www.presidency.ucsb.edu>.

REFERENCES

1. Gavrilov L. A., Zarirov R. I., Romanov A. S. Ob ekspressivnosti «mertvykh» metafor // Politicheskaya lingvistika. 2017. № 4 (64). С.91—94.
2. Mukhortov D. S., Tszj Syaosyao. Metaphor clustering in American presidential inaugurals —from George H. W. Bush to Donald Trump // Vestn. Moskov. un-ta. Ser. 9, Filologiya. 2018. № 3. (in press).
3. Chudinov A. P. Metaforicheskaya mozaika v sovremennoy politicheskoy kommunikatsii : monogr. / Ural. gos. ped. un-t. — Ekaterinburg, 2003. 248 s.
4. Benoit W. L. Framing through temporal metaphor: The “bridges” of Bob Dole and Bill Clinton in their 1996 acceptance addresses // Communication Studies. 2001. Vol. 52. № 1. P. 70—84.
5. Cameron L. Metaphor and Reconciliation: The Discourse-Dynamics of Empathy in Post-Conflict Conversations. — London : Routledge, 2011.
6. Cameron L., Low G. D. Figurative variation in episodes of educational talk and text // European Journ. of English Studies. 2004. № 8 (3). P. 355—373.
7. Cameron L., Stelma J. Metaphor clusters in discourse // Journ. of Applied Linguistics. 2004. № 1 (2). P. 107—136.
8. Corts D., Meyers K. Conceptual clusters in figurative language production // Journ. of Psycholinguistic Research. 2002. № 31 (4). P. 391—408.
9. Corts D., Pollio H. Spontaneous production of figurative language and gesture in college lectures // Metaphor and Symbol. 1999. № 14 (1). P. 81—100.
10. Eggins S., Martin J. R. Genres and Registers of Discourse // Discourse as Structure and Process / T. van Dijk (ed.). — London : Sage, 1997. P. 230—257.
11. Halliday M. A. K. Spoken and Written Language / Geelong, Vic. : Deakin Univ. Pr., 1985. (Republ. by Oxford Univ. Pr., 1989)
12. Holbrook T. M. Do campaigns matter? — Thousand Oaks, CA : Sage, 1996.
13. Koller V. Metaphor clusters in Business Media Discourse: A Social Cognition Approach : Dissertation. — Vienna Univ., 2003.
14. Martin J. R., Rose D. Genre Relations. Mapping Culture. — London : Equinox, 2008.
15. Schön D. A. Generative metaphor: A perspective on problem-setting in social policy // Metaphor and thought / Andrew Ortony (ed.). — Cambridge : Cambridge Univ. Pr., 1993. P. 164—201.
16. Semino E., Deignan A., Littlemore J. Metaphor, genre and recontextualisation // Metaphor and Symbol. 2013. № 28. P. 41—59.
17. Clinton W. J. Inaugural address. Jan. 20, 1997 [Electronic resource] // The American Presidency Project. URL: <http://www.presidency.ucsb.edu>.
18. Clinton W. J. Address Accepting the Presidential Nomination at the Democratic National Convention in Chicago. Aug. 29, 1996 [Electronic resource] // The American Presidency Project. URL: <http://www.presidency.ucsb.edu>.

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 «Зарубежный опыт» публикуются впервые переведенные на русский язык работы, которые, хотя и написаны много десятилетий назад, сохраняют свою значимость для теории и истории науки, а также работы современных исследователей, написанные на иностранных языках.

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 в Объединенный каталог «Пресса России». **Индекс 81955.**

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/дьюм 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).

Цена свободная

**НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ
ПОЛИТИЧЕСКАЯ ЛИНГВИСТИКА
2018. ВЫПУСК 3 (69)**

Адрес редакции:

620017, Екатеринбург, пр-т. Космонавтов 26, Уральский государственный педагогический университет, кафедра межкультурной коммуникации, риторики и русского языка как иностранного (каб. 285).

Для детей старше 16 лет.

Свидетельство о регистрации ПИ №ФС77-34838 от 25.12.2008.

Подписано в печать 28.06.2018. Формат 60x84/8.

Бумага для множительных аппаратов. Печать на ризографе.

Уч.-изд. л. — 18,0. Усл. печ. л. — 18,5. Тираж 500 экз. Заказ 4957.

Оригинал-макет отпечатан в отделе множительной техники

Уральского государственного педагогического университета

620017, Екатеринбург, пр. Космонавтов, 26

E-mail: uspu@uspu.me