

ISSN 1999-2629

**ПОЛИТИЧЕСКАЯ  
ЛИНГВИСТИКА**

---

*POLITICAL LINGUISTICS*

**4(46)'2013**

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



# ПОЛИТИЧЕСКАЯ ЛИНГВИСТИКА

---

## 4(46)'2013

**Научный журнал**

- Зарегистрирован Федеральной службой по надзору в сфере массовых коммуникаций, связи и охраны культурного наследия. Свидетельство о регистрации ПИ №ФС77-34838 от 25.12.2008
- Зарегистрирован Международным центром стандартной нумерации сериальных изданий (International Standard Serial Numbering – ISSN) с присвоением международного стандартного номера ISSN 1999-2629 от 14.05.2008
- Материалы журнала размещаются на сайте научных журналов Уральского государственного педагогического университета: [journals.uspu.ru](http://journals.uspu.ru)
- Материалы журнала размещаются на платформе Российского индекса научного цитирования (РИНЦ) Российской универсальной научной электронной библиотеки.
- Включен в каталог Роспечать. Индекс 81955
- Включен в Перечень ведущих рецензируемых научных журналов и изданий, в которых должны быть опубликованы основные результаты диссертаций на соискание ученой степени доктора и кандидата наук, Решением Президиума Высшей аттестационной комиссии Министерства образования и науки РФ от 19.02.2010 №6/6

Екатеринбург 2013

УДК 09.34  
ББК Ш107  
П50

### РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ:

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

**Заместители главного редактора:**

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

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

**Члены редакционной коллегии:**

доктор философии, профессор Р. АНДЕРСОН (Лос-Анджелес, США)

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

доктор философии В. М. БРИЦЫН (Киев, Украина)

доктор философии, профессор Д. ВАЙС (Цюрих, Швейцария)

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

доктор философии, профессор Дж. ДАНН (Глазго, Великобритания)

ректор УрГПУ, доктор пед.наук, профессор Б. М. ИГОШЕВ (Екатеринбург, Россия)

доктор философии, профессор И. ИНЬИГО-МОРА (Севилья, Испания)

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

доктор филол. наук, доцент Е. А. НАХИМОВА (Екатеринбург)

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

доктор философии, профессор П. СЕРИО (Лозанна, Швейцария)

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

доктор философии, профессор Л. ЦОНЕВА (Велико-Тырново, Болгария)

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

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

**Политическая лингвистика** / Гл. ред. А. П. Чудинов ; ФГБОУ ВПО  
**П50** «Урал. гос. пед. ун-т». – Екатеринбург, 2013. – Вып. 4 (46). – 283 с.  
ISSN 1999-2629

Журнал призван способствовать обмену новейшей информацией в области политической лингвистики, а также в сфере взаимоотношений языка, культуры и общества. Включает четыре основных раздела – «Теория политической лингвистики», «Политическая коммуникация», «Язык – политика – культура» и «Классика политической лингвистики». Предназначен для филологов, политологов, социологов и всех тех, кто интересуется проблемами политической коммуникации.

УДК 409.34  
ББК Ш107

**Благодарим Министерство образования и науки РФ за материальную поддержку проекта в рамках госзадания № 6.2985.2011 — «Политическая метафорология».**

НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ  
**ПОЛИТИЧЕСКАЯ ЛИНГВИСТИКА**  
ВЫПУСК 4 (46)

Подписано в печать 17.12.2013. Формат 60x84/8.  
Бумага для множительных аппаратов. Печать на ризографе.  
Усл. печ. л. — 28,3. Тираж 500 экз. Заказ 4268.  
Оригинал-макет отпечатан в отделе множительной техники  
Уральского государственного педагогического университета  
620017 Екатеринбург, пр. Космонавтов, 26  
E-mail: uspu@uspu.ru

© ФГБОУ ВПО «Уральский государственный педагогический университет», 2013  
© Политическая лингвистика, 2013

ISSN 1999-2629

Ural State Pedagogical University



# POLITICAL LINGUISTICS

---

**4(46)'2013**

**Editor-in-Chief**

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

**Deputy Editors-in-Chief:**

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

**Editorial Board**

Richard Anderson Jr., Ph.D., Prof. (Los Angeles, USA)  
Vladimir N. Bazylev Ph.D., Prof. (Moscow, Russia)  
Britsyn V. M., Ph. D. (Kiev, Ukraine)  
John Dunn, Ph.D., Prof. (Glasgow, the UK)  
Boris M. Igoshev, Ph.D., Prof. (Ekaterinburg, Russia)  
Isabel Iñigo-Mora, Ph.D., Prof. (Seville, Spain)  
Vasiliy V. Khimik, Ph.D., Prof. (Saint-Petersburg, Russia)  
Eleonora Lassan, Ph.D., Prof. (Kaunas, Lithuania)  
Elena A. Nakhimova, Ph.D., Assoc. Prof. (Ekaterinburg)  
Natalia B. Ruzhentseva, Ph.D., Prof. (Ekaterinburg, Russia)  
Patrick Seriot Ph.D., Prof. (Lausanne, Switzerland)  
Lilyana Tsoneva Ph.D., Prof. (Veliko Tarnovo, Bulgaria)  
Viktor A. Vinogradov, Ph.D., Prof. (Moscow, Russia)  
Daniel Weiss, Ph.D., Prof. (Zurich, Switzerland)

Ekaterinburg 2013

## СОДЕРЖАНИЕ

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

### РАЗДЕЛ 1. ТЕОРИЯ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ЛИНГВИСТИКИ

<b>Бабенко Л. Г.</b> <b>Конторских А. В.</b> Екатеринбург, Россия	Репрезентация образа России в программной речи кандидата в президенты (на материале предвыборной речи В. В. Путина).....	12
<b>Воркачев С. Г.</b> Краснодар, Россия	The kinds of lie: лукавство .....	17
<b>Голев Н. Д.</b> Кемерово, Россия	Обыденный политический дискурс: метаязыковой и металингвистический аспекты .....	30
<b>Гришаева Л. И.</b> Воронеж, Россия	Способы обозначения элементов инокультурной политической реальности в актуальных немецких медиатекстах .....	38
<b>Иванова С. В.</b> Уфа, Россия	Политический ребрендинг от противника как коммуникативная стратегия.....	42
<b>Ким Л. Г.</b> Кемерово, Россия <b>Мустайоки А.</b> <b>Пиетилийнен Ю.</b> Хельсинки, Финляндия	Восприятие <i>модернизации</i> русскими студентами как результат влияния образа автора на интерпретацию политического текста.....	47
<b>Краснова Т. И.</b> Санкт-Петербург, Россия	Социологическая лингвистика в политическом контексте (опыт эпистемологического обзора с концептом «Другой») .....	59
<b>Купина Н. А.</b> Екатеринбург, Россия	Идеология ОНФ в языковом представлении (по материалам текущей прессы) .....	71
<b>Руженцева Н. Б.</b> Екатеринбург, Россия	Интеграционные процессы в межнациональном взаимодействии: смена парадигм.....	77
<b>Чернявская В. Е.</b> Санкт-Петербург, Россия	Политизация истории как стратегия создания новой государственной идентичности: лингвистический анализ .....	85

### РАЗДЕЛ 2. ПОЛИТИЧЕСКАЯ КОММУНИКАЦИЯ

<b>Галинская Т. Н.</b> Оренбург, Россия	Контент-аналитическое исследование медийного образа российского политика (на материале комментариев интернет-пользователей о Б. Немцове) .....	91
<b>Григорьев А. В.</b> Астрахань, Россия	Роль прессы в формировании польского общественного мнения относительно российско-польских межгосударственных отношений.....	99
<b>Лащук О. Р.</b> Москва, Россия	Особенности вторичного редактирования новостных рерайтерских сообщений агентства «NEWSru.com».....	105

<b>Лесняк М. В.</b> Ростов-на-Дону, Россия	Тактика «Создание светлого будущего» в политической коммуникации.....	110
<b>Мохирева С. В.</b> Кемерово, Россия	Актуализация религиозно-политического контекста в дискурсе вербального события («Pussy Riot» в храме Христа Спасителя).....	117
<b>Мухортов Д. С.</b> Москва, Россия	Анализ лексико-семантической составляющей в переводах речей российских политических лидеров (на материале выступлений В. В. Путина в 2000 — 2012 гг.).....	122
<b>Никифорова О. О.</b> Кашира, Россия	Дискредитация противника в парламентских дебатах.....	129
<b>Островская Т. А.</b> Майкоп, Россия	Поведенческий дискурс элиты: признаки и функции.....	136
<b>Пономарева Т. М.</b> Москва, Россия Измир, Турция	Толерантность (или «необходимость приятия») как смыслообразующая идея рассказа Д. Рубиной «Туман» .....	141
<b>Ромашова И. П.</b> Омск, Россия	«Номо легитимирующий»: дискурсивные практики моделирования образа.....	145
<b>Тамерьян Т. Ю.</b> <b>Цаголова В. А.</b> Владикавказ, Россия	Номинативное поле социоперсонального концепта <i>Kanzlerin Angela Merkel</i> — канцлер Ангела Меркель .....	151
<b>Ханина Е. А.</b> Ростов-на-Дону, Россия Фленсбург, Германия	Формирование положительного имиджа политика при реализации коммуникативной стратегии превознесения .....	156

### РАЗДЕЛ 3. ЯЗЫК — ПОЛИТИКА — КУЛЬТУРА

<b>Барковская Н. В.</b> Екатеринбург, Россия	«Меж двух отчизн»: книга стихов Александра Кабанова «Бэтмен Сагайдачный. Крымско-херсонский эпос» .....	162
<b>Бондаренко Е. Д.</b> Екатеринбург, Россия	Советские сценарии имянаречения: диалог с традицией.....	166
<b>Васильева С. П.</b> <b>Ильина А. Г.</b> Красноярск, Россия	Эстетические ценности в языковом сознании жителей Приенисейской Сибири .....	172
<b>Ворошилова М. Б.</b> Екатеринбург, Россия	Креолизированный текст: принцип целостности или принцип заменяемости.....	177
<b>Гриценко Е. С.</b> Нижегород, Россия	Глобализация и маркетизация: рыночная метафора в различных видах дискурсивных практик.....	184
<b>Иванова Е. В.</b> Челябинск, Россия	Экологическая фантастика: метафоризация природных явлений .....	192
<b>Казаков Г. А.</b> Москва, Россия	Религиозный пафос советских гимнов.....	196
<b>Казимирчук А. Д.</b> Москва, Россия	Дихотомия «Восток — Запад» в произведениях Н. Н. Каразина .....	204

<b>Коновалова Н. И.</b> Екатеринбург, Россия	Мифологема как свернутый сакральный текст ..... 209
<b>Лазарева Э. А.</b> <b>Горина Е. В.</b> Екатеринбург, Россия	Композиционно-речевые средства дискурсивной защиты: семиотическое варьирование в Интернете ..... 216
<b>Садуов Р. Т.</b> Уфа, Россия	Прецедентные вербальные, визуальные и вербально-визуальные феномены в креолизованном тексте (на материале современного российского политического комикса) ..... 221
<b>Симбирцева Н. А.</b> Екатеринбург, Россия	Визуальное в современной культуре: к вопросу о визуальной грамотности ..... 230
<b>Терских М. В.</b> <b>Зайцева О. А.</b> Омск, Россия	Коммуникативные стратегии в дискурсе элитного туризма (на материале рекламных текстов) ..... 234
<b>Хрящева Н. П.</b> <b>Когут К. С.</b> Екатеринбург, Россия	Библейские мотивы в пьесе А. П. Платонова «Волшебное существо» ..... 245
<b>Хабибуллина М. Н.</b> Екатеринбург, Россия	Репрезентация «культурного Иного» в романе Д. А. Пригова «Катя китайская» ..... 251

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

<b>Карапетян А. А.</b> <b>Тагильцева Ю. Р.</b> Екатеринбург, Россия	Игра на понижение: последствия информационно-психологической войны и религиозный экстремизм ..... 256
---	---

#### РАЗДЕЛ 5. ИЗ ИСТОРИИ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ЛИНГВИСТИКИ

<b>Мазон А.</b> Страсбург, Франция <i>Пер. с фр. К. Л. Филатовой, Д. В. Спиридонова</i>	Лексика войны и революции в России (1914—1918). Именная и глагольная деривация. Словосложение ..... 262
---	--

#### РАЗДЕЛ 6. РЕЦЕНЗИИ. ХРОНИКА

<b>Веснина Л. Е.</b> Екатеринбург, Россия	Политическая коммуникация: расширяя границы ..... 269
<b>Красильникова Н. А.</b> Новоуральск, Россия	Христианские ценности и исследование американского образа жизни ..... 272
<b>Мардиева Л. А.</b> Казань, Россия	Визуальная метафора как объект и инструмент исследования семиотически осложненных политических текстов ..... 274
Правила представления авторами рукописей в журнал «Политическая лингвистика» ..... 277	

## CONTENTS

Editorial principles of the journal "Political Linguistics".....	10
--	----

## PART 1. THEORY OF POLITICAL LINGUISTICS

<b>Babenko L. G.</b> <b>Kontorskikh A. I.</b> Ekaterinburg, Russia	Representation of the image of Russia in the keynote speech of the presidential contender (on the material of the keynote speech of V. Putin).....	12
<b>Vorkachev S. G.</b> Krasnodar, Russia	The kinds of lie: slyness.....	17
<b>Golev N. D.</b> Kemerovo, Russia	Ordinary political discourse: metalanguage and metalinguistic aspects.....	30
<b>Grishayeva L. I.</b> Voronezh, Russia	Nomination of elements of foreign political reality in German media texts.....	38
<b>Ivanova S. V.</b> Ufa, Russia	Political adversary rebranding as a communicative strategy.....	42
<b>L. G. Kim</b> Kemerovo, Russia <b>Mustajoki A.</b> <b>Pietiläinen J.</b> Helsinki, Finland	Perception of <i>modernization</i> by Russian students as a result of the influence of the author's image on the interpretation of political text.....	47
<b>Krasnova T. I.</b> St. Petersburg, Russia	Sociological linguistics in a political context (the experience of the epistemic review).....	59
<b>Kupina N. A.</b> Ekaterinburg, Russia	The ideology of All-Russia People's Front in language reflection (on the basis of the current press).....	71
<b>Ruzhentseva N. B.</b> Ekaterinburg, Russia	Integration in intercultural interaction: the change of paradigm.....	77
<b>Tcherniavskaya V. E.</b> St-Petersburg, Russia	Politicized history as a strategy of constructing a new national identity: linguistic analysis.....	85

## PART 2. POLITICAL COMMUNICATION

<b>Galinskaya T. N.</b> Orenburg, Russia	A content analysis of the media image of a Russian politician (on the material of Internet users' comments about B. Nemtsov).....	91
<b>Grigoryev A. V.</b> Astrakhan, Russia	The role of the press in the public opinion formation concerning Russian-Polish political relations.....	99
<b>Lashukh O. R.</b> Moscow, Russia	Features of secondary editing of rewriter's Internet news reports of NEWSru.com agency.....	105

<b>Lesnyak M. V.</b> Rostov-on-Don, Russia	The tactics of “Making tomorrow better” in political communication ..... 110
<b>Mokhireva S. V.</b> Kemerovo, Russia	Updating the religious-political context in the discourse of verbal events («Pussy Riot» in Christ the Savior Cathedral) ..... 117
<b>Mukhortov D. S.</b> Moscow, Russia	Scrutinizing the lexical semantic component in translations of high-profile political speeches (as in Vladimir Putin’s utterances, 2000—2012)..... 122
<b>Nickiforova O. O.</b> Kashira, Russia	Discredit of the opponent at the parliamentary debates ..... 129
<b>Ostrovskaya T. A.</b> Maikop, Russia	Behavioral discourse of the elite: characteristics and functions..... 136
<b>Ponomareva T. M.</b> Moscow, Russia Izmir, Turkey	Tolerance (or “Necessity of acceptance”) as the central idea of D. Rubina’s story “The fog” ..... 141
<b>Romashova I. P.</b> Omsk, Russia	«Homo-legitimizing»: discursive practices of image modeling ..... 145
<b>Tameryan T. Yu.</b> <b>Tsagolova V. A.</b> Vladikavkaz, Russia	Nominative field of the socio-personal concept “Chancellor Angela Merkel” ..... 151
<b>Khanina E. A.</b> Rostov-on-Don, Russia Flensburg, Germany	Building of a positive political image by using self affirmation communication strategy ..... 156

### PART 3. LANGUAGE — POLITICS — CULTURE

<b>Barkovskaya N. V.</b> Ekaterinburg, Russia	«Between two motherlands»: a book of poetry by Alexander Kabanov «Batman Sagaidachny. Crimean Kherson epos» ..... 162
<b>Bondarenko Y. D.</b> Ekaterinburg, Russia	The Soviet naming scenarios: dialogue with tradition..... 166
<b>Vasilyeva S. P.</b> <b>Ilyina A. G.</b> Krasnoyarsk, Russia	Aesthetic values in the language consciousness of the inhabitants of the Yenisei Siberia..... 172
<b>Voroshilova M. B.</b> Ekaterinburg, Russia	Creolized text: principle of integrity or principle of replaceability ..... 177
<b>Gritsenko E. S.</b> Nizhny Novgorod, Russia	Globalization and marketization: market metaphor in different discourses ..... 184
<b>Ivanova Y. V.</b> Chelyabinsk, Russia	Ecological science fiction: metaphorization of natural phenomena ..... 192
<b>Kazakov G. A.</b> Moscow, Russia	Religious overtones in Soviet anthems..... 196
<b>Kazimirchuk A. D.</b> Moscow, Russia	East — West dichotomy in the prose of N. N. Karazin ..... 204

<b>Konovalova N. I.</b> Ekaterinburg, Russia	Mythologeme as a concise sacred text.....	209
<b>Lazareva E. A.</b> <b>Gorina E. V.</b> Ekaterinburg, Russia	Textual techniques of discursive protection: semiotic variation on the Internet .....	216
<b>Saduov R. T.</b> Ufa, Russia	Verbal, visual and verbal/visual cultural references in illustrated texts (a case study of modern Russian political comics).....	221
<b>Simbirtseva N. A.</b> Ekaterinburg, Russia	Visual aspect of modern culture: the problem of visual literacy .....	230
<b>Terskikh M. V.</b> <b>Zaytseva O. A.</b> Omsk, Russia	Communicative strategies in the discourse of elite tourism (on the material of advertising texts).....	234
<b>Khryashcheva N. P.</b> <b>Kogut K. S.</b> Ekaterinburg, Russia	The biblical themes in Platonov's play "The magical creature" .....	245
<b>Khabibullina M. N.</b> Ekaterinburg, Russia	Representation of the «Cultural differences» in Prigov's novel «The Chinese Kate» .....	251

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

<b>Karapetyan A. A.</b> <b>Tagiltseva Yu. R.</b> Ekaterinburg, Russia	Speculation for the fall: an aftermath of informational and psychological war and religious extremism .....	256
---	---	-----

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

<b>Mazon A.</b> Strasbourg, France <i>Translated from French by K. L. Filatova, D. V. Spiridonov</i>	Lexis of War and Revolution in Russia (1914—1918). Name and verbal derivation. Compounding.....	262
--	---	-----

#### PART 6. REVIEWS. CHRONICLE

<b>Vesnina L. E.</b> Ekaterinburg, Russia	Political communication: expanding the borders .....	269
<b>Krasilnikova N. A.</b> Novouralsk, Russia	Christian values and an examination of the American way of life .....	272
<b>Mardieva L. A.</b> Kazan, Russia	The visual metaphor — object and instrument of research of multimodal political texts .....	274
Manuscripts requirements .....		277

## РЕДАКЦИОННЫЕ ПРИНЦИПЫ ЖУРНАЛА «ПОЛИТИЧЕСКАЯ ЛИНГВИСТИКА»

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

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

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

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

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

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

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

Мы исходим из того, что сам факт анализа политических текстов, созданных политическими экстремистами, вовсе не свидетельствует о том, что автор публикации или редакционная коллегия в какой-либо степени солидарны с позицией соответствующего политического лидера или журналиста.

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

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

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

Мы приглашаем к активному сотрудничеству всех, интересующихся проблемами политической лингвистики. В частности, мы будем благодарны за помощь в поиске материалов для раздела «Из истории политической лингвистики»: к сожалению, нам все труднее находить переводчиков-волонтеров, и мы будем благодарны всем, кто либо сам найдет и переведет интересный текст, либо предложит свои услуги в качестве переводчика для текста, подобранного редакцией. Как известно, публикация перевода, в соответствии с решением экспертного совета ВАК, приравнивается для переводчика к публикации научной статьи, что иногда бывает важным при представлении диссертации к защите. Также редакционная коллегия будет благодарна за присланные рецензии на новые интересные работы, соответствующие тематике нашего журнала.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Авторы не должны представлять в журнал рукопись, которая была отправлена в другой журнал и находится на рассмотрении, а также статью, уже опубликованную

в другом журнале. Подобные «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 82-54  
ББК Ш100.621

ГСНТИ 16.21.27; 16.21.51

Код ВАК 10.02.19

Л. Г. Бабенко L. G. Babenko

А. В. Конторских A. I. Kontorskikh

Екатеринбург, Россия Ekaterinburg, Russia

### РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ОБРАЗА РОССИИ В ПРОГРАММНОЙ РЕЧИ КАНДИДАТА В ПРЕЗИДЕНТЫ

(на материале предвыборной речи В. В. Путина)

**Аннотация.** Исследуются языковые и речевые средства создания образа России в программной речи кандидата в президенты В. В. Путина, выявляются особенности в репрезентации образа России прошлого, России настоящего и России будущего, отмечается поливекторная и антропологическая направленность анализируемой речи, роль эмоционально-оценочных и модальных значений в формировании ее содержания.

**Ключевые слова:** образ России; программная речь кандидата в президенты; языковые и речевые особенности.

**Сведения об авторе:** Бабенко Людмила Григорьевна, доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой современного русского языка.

**Место работы:** Уральский федеральный университет имени Первого Президента России Б. Н. Ельцина (Екатеринбург).

**Контактная информация:** 620083, Екатеринбург, пр-т Ленина, 51, к. 313.  
e-mail: lgbabenko@yandex.ru.

**Сведения об авторе:** Конторских Алена Владимировна, аспирант кафедры современного русского языка.

**Место работы:** Уральский федеральный университет им. Первого Президента России Б. Н. Ельцина (Екатеринбург).

**Контактная информация:** 620083, Екатеринбург, пр-т Ленина, 51, к. 313.  
e-mail: Kontorskikh.alena@yandex.ru.

Образ страны — ключевой концепт программной речи любого кандидата в президенты, избираемого в той или иной стране, но характер интерпретации этого текста, актуализируемые концептуальные смыслы и способы их репрезентации имеют специфику, обусловленную как национальными традициями построения подобных текстов, так и индивидуально-характерологическими особенностями их авторов. Если говорить об особенностях репрезентации образа России в программной речи кандидата в президенты В. В. Путина, то следует отметить прежде всего то, что в тексте создается образ многоликой России: различными языковыми средствами формируются представления о России далекого прошлого, России неда-

### REPRESENTATION OF THE IMAGE OF RUSSIA IN THE KEYNOTE SPEECH OF THE PRESIDENTIAL CONTENDER

(on the material of the keynote speech of V. Putin)

**Abstract.** The article studies language and speech means of creation of the image of Russia in the keynote speech of the presidential contender V. Putin and peculiarities of representation of the image of Russia in the past, Russia in the present and Russia in the future. Polyvectoral and anthropological orientation of the analysed speech and role of emotional, evaluation and modal components are described.

**Key words:** image of Russia; keynote speech of the presidential contender; language and speech peculiarities.

**About the author:** Babenko Liudmila Grigorievna, Doctor of Philology, Professor, Head of the Chair of the Modern Russian Language.

**Place of employment:** Ural Federal University named after B. N. Yeltsin (Ekaterinburg).

**About the author:** Kontorskikh Alena Igorevna, Post-graduate Student at the Chair of the Modern Russian Language.

**Place of employment:** Ural Federal University named after B. N. Yeltsin (Ekaterinburg).

лекого прошлого (термин В. В. Путина), России настоящего и будущей России. Таким образом, наблюдается поливекторная темпоральная направленность содержания программного выступления в репрезентации образа России, а аспект темпоральной направленности — это одна из важнейших характеристик политической речи [Седых 2011: 25].

Идеал великой сильной России В. В. Путин видит в ее историческом прошлом, в исторической судьбе, которые формировали национальный характер россиянина, его морально-нравственные ценности. Россия далекого прошлого характеризуется В. В. Путиным следующим образом: *Россия не раз в своей истории ставила перед собой великие цели и добивалась успеха и побеждала,*

объединяясь вокруг наших общих ценностей, которые составляют суть нашего национального характера. Что это за ценности, что это за истины? Это самые простые вещи, эти ценности — правда, достоинство и справедливость, победа над любой несправедливостью, уважение к достоинству каждого человека, правда в отношениях между обществом и государством. Именно перечисленные в данном фрагменте речи этические ценности, составляющие суть национального характера и частично утраченные сегодня, становятся в дальнейшем ключевыми идеями создания новой, будущей России.

Еще одна характерная тенденция программной речи В. В. Путина при интерпретации образа России — антропоцентризм. В тексте обнаруживаются четыре антропоцентра при репрезентации образа России недавнего прошлого и настоящего: сам кандидат в президенты (1), его соратники, ближайшее окружение (2), его оппоненты, противники и враги (3, 4) — и три антропоцентра при репрезентации образа России будущего: сам кандидат, партия «Единая Россия» и обобщенный образ населения России.

Весь пафос речи кандидата в президенты направлен на интерпретацию образа России в недалеком обозримом прошлом и формирование образа будущей России — такой, какой она видится кандидату.

Недалекое прошлое России В. В. Путин связывает с образами и действиями его противников (оппозиционные партии и их члены) и соратников (члены партии «Единая Россия»). В первом случае никто конкретно не называется, используются неопределенно-обобщенные, местоименные номинации лиц, оценочные слова с отрицательной коннотацией, способствующие внушению к ним отрицательного отношения. Приведем характерный пример: *Но, к сожалению, — сегодня об этом тоже говорили — многие и спекулируют, особенно в предвыборный период, на имеющихся у страны проблемах, на вполне законном недовольстве людей, которые часто, к сожалению, еще сталкиваются и с беспорядочностью, и с несправедливостью. Но те, кто спекулирует на известных язвах, болезнях нашего общества и ошибках, недоработках власти, те, кто это делает, — эти люди в разное время (давайте вспомним об этом) уже находились так или иначе во власти, уже порулили и поупражнялись, порулили страной. Какие были результаты? Одни довели ее до полного разрушения, имею в виду развал СССР, а другие, прорвавшись к власти, организовали ее беспрецедентное разраб-*

ление в 1990-е годы. Такого вообще в истории не было — по сути, „убили“ и промышленность, и сельское хозяйство, и социальную сферу. В самом сердце России вонзили нож гражданской войны, довели до крови на Северном Кавказе и тоже, по сути дела, поставили, подвели страну к катастрофе, к пропасти.

В данном фрагменте программной речи в полной мере эксплицирована оценочная семантика, что соответствует интенциональной направленности речи, которая заключается в стремлении дискредитировать противников и вызвать к ним отрицательное отношение. Кроме того, обращает на себя внимание еще одна особенность выступления В. В. Путина: ни один из противников — оппонентов В. В. Путина не называется по имени, однако избиратели могут догадаться, о ком идет речь, так как В. В. Путин сообщает, что *эти люди в разное время уже находились так или иначе во власти* и называет то, что было ими сделано: *порулили и поупражнялись, порулили страной*. Данное высказывание можно посчитать достаточно рискованным, так как именно В. В. Путин и никто другой из избираемых одновременно с ним кандидатов в недалеком прошлом руководил страной и в ранге президента, и в должности председателя правительства. Высказываясь негативно о своих оппонентах, автор речи стремится повлиять на мнение избирателей, манипулируя их сознанием, навязывая им суждение о своих оппонентах как о людях, стремящихся к развалу страны: *И пусть знают те, кто провозглашает лозунги социальной или национальной нетерпимости, вбрасывают разного рода популистские, провокационные идеи, которые на самом деле ведут к национальному предательству и в конечном итоге к развалу нашей страны: мы — многонациональное общество, но мы единый российский народ, единая и неделимая Россия!*

В данном фрагменте программной речи большую роль в создании негативного образа оппонентов играют метафоры с явно выраженной отрицательной семантикой, которые показывают разрушительный характер их деятельности. По утверждению автора речи, они *убили промышленность, вонзили нож гражданской войны, подвели страну к катастрофе, к пропасти*. Подобный ряд метафор в целом соответствует политическому дискурсу, в котором современная действительность, по утверждению Е. В. Бакумовой, зачастую «вербализуется в метафорах и образных номинациях, связанных с разрушительными явлениями, природными катаклизмами, катастрофами» [Ба-

кумова 2001: 99]. В приведенном фрагменте к тому же наблюдается градационное усиление ассоциативно-образного смысла уничтожения страны за счет последовательного употребления цепочки глагольных метафор, которое, по мнению Э. Лассан, типично для дискурса власти: «Кроме массивированного воздействия на реципиента оценочными смыслами, сила, эмфатичность дискурса власти определяется еще одним приемом воздействия, сущность которого мы назвали явлением неоднократной предикации. Частным случаем неоднократной предикации является использование в составе предложения метафор» [Лассан 1995: 143].

Кроме тех, кто уже «порулил страной» и не добился успехов в ее развитии, объектом гневной критики В. В. Путина становятся внешние враги, ведущие провокационную деятельность внутри страны по ее разрушению, советники из-за рубежа, финансирующие группы лиц внутри России и направляющие их на соответствующую работу: *... в эти дни — в преддверии выборов в Государственную думу, президента России — представители некоторых иностранных государств собирают тех, кому они платят деньги, так называемых грантополучателей, проводят с ними инструктажи, настраивают их на соответствующую „работу“, для того чтобы повлиять самим в конечном итоге на ход избирательной кампании в нашей стране. Бесплезный труд! Как у нас говорят в народе: деньги на ветер.* Особый интерес в данном контексте представляет использование фразеологизма *деньги на ветер*, который обозначает бесполезное расходование средств, зря потраченные деньги и подчеркивает никчемность и бесперспективность подобной затеи.

Интерпретируя подобным образом неудачное управление страной в недалеком прошлом, фокусируя внимание избирателей на ошибках власти, на существовании внутренних врагов, финансируемых из-за рубежа, кандидат в президенты при этом объясняет имеющееся в стране неуважение к партии «Единая Россия» именно ошибками власти: *Конечно, когда рядовой гражданин — и сейчас я буду говорить не очень приятные вещи для правящей силы, — когда рядовой человек в своей повседневной жизни сталкивается с бытовыми, финансовыми, другими проблемами, с мздоимством, с неуважением к себе, с унижением, он не вспоминает о глобальных проблемах недавнего прошлого. <...> Всё его раздражение накапливается и оборачивается в сторону действующей партии, действующей власти,*

*против власти вообще. Но это естественно, еще раз хочу подчеркнуть.*

Россия недалекого прошлого и настоящего связывается у В. В. Путина прежде всего с образами его соратников по партии «Единая Россия», к которым он относит и себя и которые сами, их действия в прошлом и планы на будущее характеризуются только положительно. Приведем типичный в целом для речи В. В. Путина пример: *И все-таки именно при поддержке „Единой России“ мы сделали в самый критический момент истории нашей страны важнейшие шаги вперед: смогли собрать страну воедино, обеспечить весьма высокие темпы ее экономического роста, сохранить суверенитет, избавиться от унизительного и разрушительного внешнего долга, отступить от края демографической пропасти, восстановить социальную сферу, поддержать материнство и детство. Многие сделали!* Данный фрагмент речи в целом противоречит приведенному выше примеру, где деятельность людей во власти оценивалась отрицательно. Здесь же кандидат чрезмерно высоко оценивает все, что осуществлено, судя по глобальности и масштабности перечисленного, вероятно правительством и предыдущим президентом при участии членов партии «Единая Россия». Подобная оценка деятельности партии «Единая Россия» неоднократно повторяется в тексте речи, при этом объект оценки конкретизируется за счет перечисления действий, совершенных в прошлом, и результатов этих действий, а завершаются рассуждения кандидата в президенты утверждением того, что прошлое — это *огромный по важности этап восстановления России, и он пройден.* Таким образом, В. В. Путин наряду с отрицательной оценкой недалекого прошлого, обусловленной деятельностью властных структур и людей во власти, одновременно придает большое значение недалекому прошлому как этапу развития России и называет этот этап восстановительным. Описывая проблемы, с которыми столкнулась власть в управлении страной в последние 20 лет, он особенно подчеркивает достижения этого периода: *И, наконец, впервые за последние 20 лет, на протяжении которых Россия не один раз сталкивалась с тяжелейшими социально-экономическими ударами, впервые за все эти годы, в период кризиса 2008—2009 годов власть показала свою состоятельность перед лицом экономических потрясений, способность защитить страну, защитить большинство людей, сохранить и выполнить все свои социальные обязательства, вернуть, наконец, стране силу,*

*уверенность в себе и уважение к ней в мире.* Смысл данного текстового фрагмента, противоречащего по своей сути ранее высказанной отрицательной оценке руководителей страны недавнего прошлого и содержащего высокую оценку всего осуществленного в предыдущие десятилетия, еще раз повторяется с усилением и повторами в последующих рассуждениях, в которых передается в очень обобщенном виде картина достижений: *За прошедшее десятилетие нам удалось создать необходимый фундамент для будущего нашей страны. Сделано действительно немало. <...> этап восстановления России пройден, создана основа для стабильного и устойчивого развития страны.* Эти глобально формулируемые достижения созидательной деятельности в стране завершаются, во-первых, формулировкой основной задачи на будущее: *Наша задача теперь — построить на этом фундаменте сильную, богатую, благополучную Россию, Россию XXI века.* Во-вторых, они напрямую соотносятся кандидатом в президенты с деятельностью партии «Единая Россия», что позволяет ему утверждать превосходство и преимущество этой партии в будущем России: *Всё это было сделано при участии и прямой поддержке „Единой России“. И это дает мне право сказать, что мы лучше, чем кто-либо другой, знаем, что и как нужно сделать на новом этапе развития нашего государства, развития России.*

Значимую роль в формировании смысловой организации программной речи В. В. Путина играет категория модальности, в которой традиционно выделяют два семантических центра, два оппозитивных блока: объективную и субъективную модальность. Идея разделения модальности на субъективную и объективную остается основополагающей до сих пор, при этом данные типы модальности рассматриваются иерархически и вершинным компонентом считается объективная модальность. По нашему мнению, «как только предметом рассмотрения становится текстовая модальность, стройность, четкость дифференциации модальных значений утрачивается, размываются их границы, наблюдается их пересекаемость» [Бабенко 2009: 134]. Обусловлено это ролью субъекта речи в порождении модальных значений, основу содержания которой, по утверждению Ю. С. Степанова, и составляет «представление действительности с точки зрения субъекта речи — „Я“-говорящего» [Степанов 1981: 241—242]. Именно субъект речи отображает действительность с точки зрения ее соответствия реальности/ирреальности, имея возможность интерпре-

тировать ее как нечто действительное, желательное, возможное, должное, необходимое и иное и выражать по отношению к изображенному оценочно-квалификационное отношение. В тексте позиция автора особо значима, так как содержание любого текста не только отображает действительность, а прежде всего выражает знания, в том числе оценочные, автора о мире. В политическом дискурсе именно модальные значения приобретают особую значимость, ибо они позволяют в полной мере выразить политические приоритеты, оценить прошлое и сформировать картину будущего в аспектах волеизъявления, предположения, аргументировать постановку задач социальной обусловленностью.

В программной речи В. В. Путина образ России будущего формируется как раз за счет использования императивных высказываний, окрашенных преимущественно модальностью долженствования и необходимости: *Сегодня очевиден главный запрос граждан России — обеспечить справедливость в самом широком смысле этого слова. Развитие страны должно происходить для людей, а не за счет людей. Каждое наше решение, каждый шаг должны отвечать интересам абсолютного большинства граждан нашей страны. Основополагающий принцип любых преобразований и реформ — беречь людей, а значит, сохранять, беречь будущее России, создавать будущее России.* Данный тезис содержит возврат к ценностям прошлого, возрождает нравственный идеал, основанный на справедливости, ценности каждого человека, на равноправии. В дальнейшем тексте речи этот тезис многократно повторяется, конкретизируется, при этом модальные смыслы превалируют, активную роль в их репрезентации играют модальные слова, употребление которых — важная лексическая особенность данной речи. Наиболее часто используется слово *должен* (23 раза), а также слова *нужно* (14 раз) и *необходимо* (4 раза). Многократно повторяясь, они фокусируют внимание слушателей на ключевых приоритетах развития России. В аспекте долженствования утверждаются следующие характеристики: сила и мощь России (*Нас должно быть больше, и мы должны быть сильными*); равноправие (*Массовый средний класс должен стать социальным большинством*; *<...> мы должны гарантировать реально равные возможности, возможность для каждого гражданина реализовать себя*); справедливость (*должен главенствовать принцип справедливости*), в том числе экономическая (*Налоги для простого гражда-*

нина не должны быть обременительными, а роскошь и сверхпотребление должны облагаться более высокими налогами, это очевидный факт) и социальная справедливость (Правоохранительные органы и судебная система должны быть способны обеспечить безопасность и защитить права каждого человека независимо от его должности, социального статуса и доходов). Как видим, в заключении речи вновь утверждаются морально-этические идеалы, вечные нравственные ценности, о которых говорилось в начале программной речи. Также в модальности необходимости говорится о политических задачах, которые предстоит решать (...нам нужны такие политические институты, которые эффективно послужат не только нам сегодня, но и нашим детям. Нам нужна устойчивая политическая система), об изменении устройства государственной власти (Нам необходимо изменить саму философию государственной службы, государственного аппарата на всех уровнях — от федерального до муниципального <...> нам нужны и сильные государственные институты, нацеленные на служение стране и ее народу), о необходимости эволюционного развития страны (для нас так необходимы эволюционность, стабильность и последовательность любых политических преобразований, поэтому мы обязаны относиться к развитию нашей политической системы бережно и в высшей степени ответственно). Отдельный абзац речи кандидата в президенты посвящен освещению особой роли образования и повышению значимости профессий, ставших непристижными в нашей стране (Необходимо повысить престиж труда рабочего, инженера, сельского труженика, ученого, учителя, врача — всех тех людей, на плечах которых, собственно говоря, и держится наша страна. Необходимо превратить образование и хорошую профессиональную подготовку в главный социальный „лифт“ в нашем обществе, в главный критерий уважения к человеку, в тот стартовый капитал, который позволяет людям добиваться успеха и, по сути, двигает всю страну вперед).

Таким образом, активно используя модальные слова, выражающие категорическое долженствование, в сочетании с инфинитивами,

преимущественно относящимися к классу социально-обобщенных глаголов (обеспечить справедливость, гарантировать реально равные возможности, беречь людей, беречь будущее России, создавать будущее России и т. п.), кандидат в президенты формирует у избирателей представление о неизбежности будущих преобразований России, но сама программа этих преобразований неконкретна, в ней выделены в качестве генеральных только основные направления и сферы деятельности будущего президента.

Итак, для программной речи кандидата в президенты В. В. Путина при репрезентации образа России характерны поливекторная темпоральная направленность, антропоцентризм, полярная оценочная квалификация оппонентов и соратников, неопределенно-обобщенная номинация лиц и действий, доминирующая модальность долженствования и необходимости при репрезентации образа будущей России. Частные модальные смыслы в совокупности порождают полимодальную семантику программной речи В. В. Путина, в которой сочетаются гневно-обличительная интонация с высокой эмоциональной тональностью. В целом данную речь можно отнести к эмоционально насыщенному типу политического дискурса.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Бабенко Л. Г. Оценочный фактор в формировании модального пространства текста // Оценки и ценности в современном научном познании : сб. науч. тр. / под ред. С. С. Ваулиной, В. И. Грешных. — Калининград : Изд-во РГУ им. И. Канта, 2009. Ч. 2.
2. Бакумова Е. В. Коммуникативные характеристики институциональных типов политиков // Социальная власть языка : сб. науч. тр. / отв. ред. Л. И. Гришаева. — Воронеж : Воронеж. гос. ун-т, 2001. С. 91—101.
3. Лассан Э. Дискурс власти и инакомыслие в СССР: когнитивно-риторический анализ : моногр. — Вильнюс : Изд-во Вильнюс. ун-та, 1995.
4. Седых А. П. Специфика речевого воздействия Жака Ширака // Политическая лингвистика. 2011. № 1 (35). С. 24—25.
5. Степанов Ю. С. Имена. Предикаты. Предложения (семиологическая грамматика). — М. : Наука, 1981.
6. Чудинов А. П. Очерки по современной политической метафорологии. — Екатеринбург, 2013.

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

УДК 81'27  
ББК Ш100.3

ГСНТИ 16.21.27; 16.21.51

Код ВАК 10.02.19

С. Г. Воркачев S. G. Vorkachev  
Краснодар, Россия Krasnodar, Russia

#### THE KINDS OF LIE: ЛУКАВСТВО

**Аннотация.** На материале библейских текстов и современного словоупотребления исследуются семантические и коммуникативные свойства глагола «лукавить».

**Ключевые слова:** лукавство; лукавить; ложь; полуправда; хитрость.

**Сведения об авторе:** Воркачев Сергей Григорьевич, доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры научно-технического перевода.

**Место работы:** Кубанский государственный технологический университет (Краснодар).

**Контактная информация:** 350006, г. Краснодар, ул. Красная, 135, к. 110.  
e-mail: svork@mail.ru.

#### THE KINDS OF LIE: SLYNESS

**Abstract.** On the material of the biblical texts and modern word usage the semantic and communicative properties of the verb "lukavit" are investigated.

**Key words:** slyness; to be sly; lie; half-truth; cunning.

**About the author:** Vorkachev Segey Grigorievich, Doctor of Philology, Professor of the Chair of Scientific and Technical Translation.

**Place of employment:** Kuban State Technological University (Krasnodar).

Omnis homo mendax (Пс. 115: 2), «Всякий человек лжец», — утверждает автор «Книги псалмов», и верности этих слов особенно не умаляет ссылка на опрометчивость, excessus (dixi in excessu meo). Вербальный обман представляет собой такой же обязательный инструмент межличностного взаимодействия, как и правда, а лживость не просто порок, но и часть интеллектуальных способностей.

Феномен лжи, входящей в состав «стратегического» [Карасик 2009: 346], манипулятивного дискурса, привлекал и продолжает привлекать исследовательский интерес лингвистов [См.: Болинджер 1987; Вайнрих 1987; Панченко 1999; Плотникова 2000; Морозова 2005 и пр.], и это совершенно естественно, поскольку считается, что ложь как вербально оформленное коммуникативное действие — это «проблема лингвистическая» [См.: Болинджер 1987: 46] и, более того, общесемиотическая, поскольку преднамеренно ложными могут быть сообщения, оформленные в любом «знаковом теле» — например, перенос дорожных указателей или перевод часовых стрелок.

Ложь — явление многоаспектное и сложное [См.: Карасик 2009: 346; Морозова 2005: 134], которое может исследоваться с логических, этических, психологических, культурологических и, естественно, лингвистических точек зрения. В человеческом общении ложь существовала «от века», представляя собой «диахроническую константу» [Панченко 1999: 3], отмеченную повсеместностью: она присутствует в обыденном и политическом общении, в сфере семейных, деловых и академических отношений [См.: Морозова 2005: 194—199], а в некоторых профессиях занимает доминантное ме-

сто [См.: Вайнрих 1987: 45]: без нее не могут обойтись политики, дипломаты, адвокаты, журналисты, проститутки, торговцы, врачи и военные.

Базовое определение лжи как коммуникативного действия, имеющего целью введение получателя речи в заблуждение, данное Св. Августином в трактате «De mendatio» («О лжи»): «Mendacium est enunciatio cum voluntate falsum enuntiandi» [См.: Вайнрих 1987: 47], содержит минимум дефиниционных признаков и воспроизводится практически во всех позднейших ее определениях [См.: Морозова 2005: 16—17; Кондаков 1975: 321; Психологический словарь 2004: 226 и пр.]. Этих признаков три: 1) принадлежность сфере коммуникации, 2) знание говорящего о ложности содержания высказывания и 3) намерение ввести получателя речи в заблуждение.

Отсутствием последнего из базовых дефиниционных признаков лжи — умысла обмана — характеризуются смежные с ней категории художественно-эстетического и эвристического вымысла [См.: Ильинова 2009: 17—18], вежливости и иронии, риторические приемы гиперболы и литоты, а его нейтрализацией — мифомания как стремление рассказывать о воображаемых приключениях [См.: Drever 1981: 180] и ее специфически российский аналог — вранье [См.: Знаков 1999: 245], не рассчитанное на то, что ему поверят: ведь «у нас могут лгать совершенно даром самые почтенные люди с самыми почтенными целями» [Достоевский 1989: 85].

Аксиологическое расширение «умысла обмана» дает собственно ложь — ложь, в терминах Св. Августина греховную, «во зло» кому-либо, дезинформацию и «белую ложь» — ложь во спасение, «во благо» ближнего.

© Воркачев С. Г., 2013

Расширение (конкретизация) коммуникативного признака дает такие разновидности лжи, как клевета, поклеп, очернение, у которых «зло» направлено против «третьего лица».

Типология лжи и смежных с ней явлений достаточно подробно представлена в лингвистике и психологии [См.: Панченко 1999: 15; Знаков 1999: 237—260; Карасик 2009: 348], хотелось бы, однако, уточнить аксиологические и праксиологические моменты этой коммуникативной категории.

*Mentiri turpe est* — лгать постыдно. Эта максима в полном объеме действительна лишь в рамках религиозной доктрины, утверждающей абсолютную греховность любой, в том числе и «святой» лжи, «во спасение» [См.: ЕСББ 2002: 538], и называющей дьявола ее отцом (Ин. 8: 44): «Злой порок в человеке ложь... Поведение лживого человека бесчестно, и позор его всегда с ним» (Сир. 20: 24, 26). В миру же отношение к лжи значительно терпимее и в определенных случаях она не только не порицается, но даже одобряется. Так, однозначно осуждаются собственно ложь как обман доверия (вероломство, лицемерие), направленная во вред своему ближнему, лесть, клевета и мифомания. Оправдываются и даже приветствуются ложь по отношению ко врагу (чужому) и «нравственная ложь» [Знаков 1999: 236] — ложь во спасение. Вполне терпимо отношение к вранью и лукавству как к простительным грехам.

В количественном аспекте ложь — величина скалярная, получающая свои значения в диапазоне от умолчания («пассивная ложь» [Панченко 1999: 15]) до «чудовищной лжи» пропагандистской доктрины Йозефа Геббельса. В середине этой шкалы находится полуправда — стремление обмануть, по возможности минимально искажая факты или же не искажая фактов вовсе, давая выборочно одни и умышленно утаивая другие, подталкивая слушающего к желаемым для лжеца выводам [См.: Свинцов 1990: 54; Знаков 1999: 251]. Именно в середину этой шкалы, как представляется, вполне органично «вписывается» лукавство.

В русском слове «правда» сопряжены на основании «принципа корреспонденции» четыре значения: 1) правда-истина как соответствие мысли действительности, 2) правда-достоверность как убежденность субъекта в соответствии его мысли действительности, 3) правда-искренность как соответствие речи и мысли — «правдивость» и 4) правда-справедливость как соответствие действительного положения дел в обществе идеальным нормам [См.: Воркачев 2009: 56; Шатуновский 1991: 31].

Название статьи Д. Болинджера «Truth is a Linguistic Question» в русском переводе выглядит как «Истина — проблема лингвистическая», что, видимо, не совсем верно, поскольку истина как соответствие мысли реальному положению дел — проблема логико-гносеологическая, и лингвистическая она лишь в той мере, в какой оценивается достоверность теоретических положений лингвистики. Антипод истины — заблуждение, а не ложь, поскольку преднамеренная фальсификация и дезинформация находятся за пределами этического кодекса науки.

Правда-достоверность как убежденность человека в подлинности собственных знаний принадлежит психологии [См.: Знаков 1999: 94—97], а с вербализацией этой убежденности входит и в лингвистику. Антиподом вербализованной правды представляется ложь.

Правда-искренность как соответствие правды-достоверности чего-либо словам, которыми это что-то передается, — категория скорее морально-психологическая, и противостоит она неискренности, лживости и лицемерию.

Ложь — коммуникативное действие и его результат; предрасположенность к лжи представляет собой однозначно отрицательное моральное качество — лживость, а способность успешно лгать — определенную интеллектуальную способность, способность к обману, которая с утилитарной точки зрения оценивается скорее положительно, поскольку обманное действие интеллектуально значительно более трудоемко и «затратно», чем прямое, не говоря уже о том, что ложь существует как атрибут профессии — дипломата, военного, лицедея, мошенника.

Способность к лжи и неискренность, связанные с «удвоением дискурсивной личности» [См.: Плотникова 2008], присутствуют в семантическом составе таких свойств личности, как хитрость и лицемерие, и особое место здесь, как представляется, занимает лукавство — собственно вербализация двуличия.

В русской лексикографии «лукавство» стоит в синонимическом ряду, открываемом «хитростью» [См.: Александрова 1986: 580; Евгеньева 2001б, т. 2: 652; Абрамов 1999], а его «соседом справа» здесь оказывается «коварство» [Абрамов 1999]. «Лукавый» — это прежде всего «хитрый и коварный» [Евгеньева 2001а: 623], склонный к обману и злонамеренный, однако прикрывающийся показным доброжелательством, а лукавство — «злонамеренное двуличие» [Даль 1998, т. 2: 272].

Словообразовательное гнездо от основы «лукав-» «укомплектовано» полностью: здесь представлены и прилагательные («лукавый», «лукавец/«лукавица»), и глаголы

(«лукавить», «лукавствовать»), и существительные («лукавство», «лукавость», «лукавинка»), и наречие («лукаво»).

«Внутренняя форма» основы «лукав-» («кривизна», «извилистость») в современном языке, очевидно, жива и поддерживается однокоренными лексическими единицами «лук» и «излучина». Этимологи также единодушно возводят «лукавый» к существительному «лука» в значении «хитрость, коварство», производному от «лука» — «изгиб, кривизна, извилистость» [См.: Черных 1999, т. 1: 495; Шанский, Боброва 2000: 173].

Наиболее частотной единицей этого словообразовательного гнезда выступает прилагательное «лукавый» (ранг 9804, частота 8.15 ipm), за ним идут существительное «лукавство» (ранг 21863, частота 2.34 ipm) и глагол «лукавить» (ранг 23620, частота 2.03 ipm). В то же самое время ранг и частота производных от основы «хитр-» демонстрируют такие значения: «хитрый» — ранг 3078, частота 34.53 ipm; «хитрость» — ранг 6203, частота 15.24 ipm; «хитрить» — ранг 10897, частота 7.01 ipm [См.: Шаров]. Тем самым хитрость оказывается где-то в четыре раза частотнее лукавства.

Наиболее частотная единица этого гнезда является и наиболее многозначной — словари приводят такие значения: 1) «хитрый, коварный, склонный к козням, интригам»; 2) «игривый, кокетливо хитрый, исполненный веселого задора»; 3) «преисполненный добродушно-веселого коварства, исполненный добродушно-невинной хитрости». Формально сюда же попадает 4) субстантивированное прилагательное «лукавый» как имя беса, дьявола, Сатаны с фразеологизмами «лукавый попутал», «от лукавого» [См.: СРЯ 1981, т. 2: 203; Ушаков 2000, т. 2: 96; Ожегов 1953: 291; Ефремова 2001, т. 1: 806; Кузнецов 1998: 507; СЯП 1957, т. 2: 511—512]. Два значения выделяются у имени «лукавство»: 1) «хитрость, коварство»; 2) «веселый задор, игривость» [См.: СРЯ 1981, т. 2: 203; Кузнецов 1998: 507; Ожегов, Шведова 1998: 334]. У глагола «лукавить» выделяется всего одно значение: «хитрить, притворяться с каким-либо умыслом, вести себя неискренне» [См.: СРЯ 1981, т. 2: 203; Ушаков 2000, т. 2: 96; Ожегов 1953: 291; Ефремова 2001, т. 1: 806; Кузнецов 1998: 507].

Как можно видеть, основной отличительной чертой, позволяющей отделить лукавство от хитрости, выступает неискренность: «...слово „лукавый“ характеризует человека, не только прибегающего к хитростям, уловкам, но и отличающегося неискренностью, лицемерием» [Евгеньева 2001б, т. 2: 652].

Наблюдения над использованием производных от основы «лукав-» в тексте русского перевода Библии (1876 г.) свидетельствуют о довольно существенных отличиях в их речевом употреблении и в семантике лукавства в языке того времени.

Прежде всего хитрость и лукавство меняются местами в частотном ряду: в тексте Писания производные от основы «лукав-» встречаются более чем в три раза чаще производных от основы «хитр-» и соотносятся как 89:24. Из 89 употреблений здесь только два приходятся на глагол «лукавствовать» (*Покорись Господу и надейся на Него. Не ревнуй успевающему в пути своем, человеку лукавствующему* (Пс. 36: 7); *Каждый обманывает своего друга, и правды не говорят: приучили язык свой говорить ложь, лукавствуют до усталости* (Иер. 9: 5)), глагол «лукавить» не встречается вовсе.

К обману и лжи Библия относится абсолютно ригористично (*Уста лживые — мерзость перед Господом* (Пр. 12: 22)), и, естественно, осуждение в полной мере распространяется на лукавство: *Есть лукавство, и это мерзость* (Сир. 19: 20). В библейском лукавстве нет современного оттенка добродушия и игривости, это всегда ложь и коварство: *Приблизились замышляющие лукавство; далеки они от закона Твоего* (Пс. 118: 150); *Человек лукавый замышляет зло, и на устах его как бы огонь палящий* (Пр. 16: 27); *Посему станем праздновать не со старою закваскою, не с закваскою порока и лукавства, но с опресноками чистоты и истины* (1 Кор. 5: 8).

«Лукавое» — это всегда грех перед Господом (*Тебе, Тебе единому согрешил я и лукавое пред очами Твоими сделал* (Пс. 50: 6); *Блажен и евнух, не сделавший беззакония рукою и не помысливший лукавого против Господа* (Сир. 3: 14)), а «лукавый» — это дьявол (*Но да будет слово ваше: да, да; нет, нет; а что сверх этого, то от лукавого* (Мф. 5: 37); *Пишу вам, юноши, потому что вы победили лукавого* (1 Ин. 2: 13); *А паче всего возьмите щит веры, которыми возможете угасить все раскаленные стрелы лукавого* (Еф. 6: 16)). Действительно, *лукавить — служить лукавому, его волю творить* (Мельников-Печерский).

«Ум имеет направление лукавое» (Макарий Египетский) — Библия с подозрением относится к любой разновидности интеллекта, если он, конечно, не Божественный, т. е. к уму, к мудрости: *Он (Бог — С. В.) уловляет мудрецов их же лукавством, и совет хитрых становится тщетным* (Иов 5: 13); *Ибо мудрость мира сего есть безумие пред Бо-*

гом, как написано: уловляет **мудрых** в **лукавстве** их (1 Кор. 3: 19).

В речевом ряду лукавство соположено всяческому злу и порокам: *Так что они (человеки — С. В.) исполнены всякой неправды, блуда, лукавства, корыстолюбия, злобы, исполнены зависти, убийства, распри, обмана, злонравия* (Рим. 1: 29); *Но Господь сказал ему: ныне вы, фарисеи, внешность чаши и блюда очищаете, а внутренность ваша исполнена хищения и лукавства* (Лк. 11: 39); *У дороги сидела ты для них, как Аравитянин в пустыне, и осквернила землю блудом твоим и лукавством твоим* (Иер. 3: 2). Однако чаще всего в тексте Библии лукавство появляется в одном речевом ряду с ложью и коварством: **Человек лукавый, человек нечестивый ходит со лживыми устами, мигает глазами своими, говорит ногами своими, дает знаки пальцами своими; коварство в сердце его** (Пр. 6: 12—14); **Слова уст его — неправда и лукавство** (Пс. 35: 4); **Отвергни от себя лживость уст, и лукавство языка удали от себя** (Пр. 4: 24); **Все слова уст моих спрavedливы; нет в них коварства и лукавства** (Пр. 8: 8); **Окружил Меня Ефрем ложью и дом Израилев лукавством** (Ос. 11: 12).

Атрибут «лукавый» в библейском тексте чаще всего приписывается отдельным человеческим особям и роду человеческому в целом: *С милостивым Ты поступаешь милостиво, с мужем искренним — искренно, с чистым — чисто, а с лукавым — по лукавству его* (Пс. 17: 26—27); **От человека лукавого и несправедливого избавь меня** (Пс. 42: 1); **Но Он сказал им в ответ: род лукавый и прелюбодейный ищет знамения** (Мф. 12: 39); **Господин сказал ему: твоими устами буду судить тебя, лукавый раб!** (Лк. 19: 22); **И, наблюдая за Ним, подослали лукавых людей, которые, притворившись благочестивыми, уловили бы Его в каком-либо слове, чтобы предать Его начальству и власти правителя** (Лк. 20: 20); **Лукавый свидетель издевается над судом, и уста беззаконных глотают неправду** (Пр. 19: 28).

Лукавыми являются прежде всего человеческие помыслы и намерения: *Ибо не о мире говорят они, но против мирных земли составляют лукавые замыслы* (Пс. 34: 20); *Ибо многих ввели в заблуждение их предположения, и лукавые мечты поколебали ум их* (Сир. 3: 24); *Кто учит иному и не следует здоровым словам Господа нашего Иисуса Христа и учению о благочестии, тот горд, ничего не знает, но заражен страстью к состязаниям и словопрениям, от которых происходят зависть, распри,*

*злоречия, лукавые подозрения* (1 Тим. 6: 3—4).

Метонимически лукавыми являются те места, где возникают подобные помыслы — душа и сердце: *В лукавую душу не войдет премудрость и не будет обитать в теле, порабощенном греху* (Прем. 1: 4); **Душа лукавая погубит своего обладателя и сделает его посмешищем врагов** (Сир. 6: 4); **Лукавое сердце причинит печаль, но человек многоопытный воздаст ему** (Сир. 36: 22); **Лукаво сердце человеческое более всего и крайне испорчено; кто узнает его?** (Иер. 17: 9); **Смотрите, братия, чтобы не было в ком из вас сердца лукавого и неверного, дабы вам не отступить от Бога Живаго** (Евр. 3: 12).

И, естественно, лукавыми являются те органы, с помощью которых создаются лживые речи — язык и уста, а также их продукт — слова и речи: *Ибо, кто любит жизнь и хочет видеть добрые дни, тот удерживай язык свой от зла и уста свои от лукавых речей* (1 Петр 3: 10); **Господи! избавь душу мою от уст лживых, от языка лукавого** (Пс. 119: 2); **Не дай уклониться сердцу моему к словам лукавым для извинения дел греховных вместе с людьми, делающими беззаконие** (Пс. 140: 4).

Лукавыми, обманчивыми и ложными могут быть артефакты и даже времена: *Не обольщает нас лукавое человеческое изобретение, ни бесплодный труд художников — изображения, испещренные различными красками* (Прем. 15: 4); **И сделались входы века сего тесными, болезненными, утомительными, также узкими, лукавыми, исполненными бедствий и требующими великого труда** (3 Ездр. 7: 12); **Итак, смотрите, поступайте осторожно, не как неразумные, но как мудрые, дорожа временем, потому что дни лукавы** (Еф. 5: 15—16).

Как представляется, высокая словоупотребительная активность основы «лукав-» в библейских текстах объясняется не в последнюю очередь тем фактом, что в ее «внутренней форме» воспроизводится корневая для Писания метафора прямого пути [См.: Воркачев 2009: 61], когда осуждаются «лукавые деятели» (2 Кор. 11: 13), «ходящие кривыми путями» (Пр. 28: 18) и «искривляющие все прямое» (Мих. 3: 9), а прямота («прямодушие») приравнивается к правде: **Непорочность прямодушных будет руководить их, а лукавство коварных погубит их** (Пр. 11: 3); **Выкупом будет за праведного нечестивый и за прямодушного — лукавый** (Пр. 21: 18); **У сына лукавого ничего нет доброго, а у разумного раба дела благоуспешны, и путь его прямой** (Пр. 13: 14).

Нужно заметить, что лукавство фигурирует в числе отрицательных черт русского национального характера [См.: Воркачев 2013: 68—60]: *Русский человек как ни склонен к лукавству, но любит, чтобы с ним поступали справедливо. Странное противоречие: сами обмануть готовы, а к себе требуют справедливости* (Дмитриев); *Кроме некультурности в европейском смысле, подтверждающей наше азиатство, огромнейшую роль в русской жизни играет лукавство, тоже чисто восточная черта* (Скальковский).

Как представляется, анализ современного речевого употребления глагола «(с)лукавить» позволит выяснить, кто перед кем, в чем, как и зачем лукавит в русской лингвокультуре, поскольку пропозициональная структура *actio mendax*, включающая субъект, объект, адресат, способ и мотив, наиболее явно эксплицируется в контекстах употребления предиката.

Глагол «(с)лукавить», безусловно, полисемант — синонимический ряд лексических единиц, значения которых он способен передавать, весьма представлен: «хитрить, мудрить, мудрствовать, вихлять, вилять, изворачиваться, увертываться, крутить, крутиться, лавировать, лисить, маневрировать, жилище, жильничать, мошенничать, плутовать, умничать, фальшивить, финтить, философствовать, фокусничать, юлить, вертеть (вилять) хвостом, употреблять увертки, кривить душой; отыгрываться словами, шутками» [См.: Абрамов 1999; Евгеньева 2001а, т. 2: 651]. Как можно видеть, здесь фигурируют в основном разновидности поведенческого, «предметного» обмана. Словарное толкование глагола «лукавить» как «прибегать к уловкам, притворяться с каким-либо умыслом» [Евгеньева 2001а, т. 2: 651], «притворяться, имея какой-либо умысел» [СРЯ 1981, т. 2: 203; Ушаков 2000, т. 2: 96; Ожегов 1953: 291; Кузнецов 1998: 507] вряд ли можно признать удовлетворительным, поскольку любой обман связан и с притворством, и с умыслом. Анализ речевого употребления этого глагола в текстах Национального корпуса русского языка ([www.ruscorpora.ru](http://www.ruscorpora.ru)), в печатных СМИ и Интернете, как представляется, как раз и позволит выявить его отличительные признаки.

Что касается динамики частоты речевого употребления глагола «(с)лукавить», то если по данным частотного словаря [См.: Шаров], как уже отмечалось, составленного на основе корпуса современного русского языка, включающего тексты, большинство из которых написаны между 1980 и 1995 гг., частотность глагола «лукавить» относительно не-

велика — 2.03 ipm (вхождений на миллион слов) при 7.01 ipm для глагола «хитрить» (т. е. соотношение 1 : 3,5) [См.: Шаров], в настоящий момент поисковая система «Yandex» уже дает для него 752 000 упоминаний при 501 000 упоминаний для глагола «хитрить» (т. е. соотношение 1,5 : 1), а поисковая система «Google» — 663 000 упоминаний при 456 000 упоминаний для глагола «хитрить» (т. е. соотношение 1,4 : 1). Тем самым, как можно видеть, «лукавить» и «хитрить» по частотному признаку меняются местами в синонимическом ряду, и «лукавить» занимает место доминанты.

Кроме того, если в текстах поэтического Национального корпуса русского языка глагол «(с)лукавить» по общей сумме словоформ (как личных, так и безличных) представлен 54 вхождениями, в текстах основного Национального корпуса — 592 вхождениями, то в текстах газетного Национального корпуса — 929 вхождениями, т. е. частотность речевого появления «(с)лукавить» в дискурсе СМИ по сравнению с основным, «усредненным» корпусом практически удваивается, и это при том, что объем словоупотреблений газетного корпуса превосходит аналогичный объем основного почти в два раза.

В то же самое время, если по данным «Национального корпуса» частота появления глагола «лукавить» в основном корпусе в XX в. практически совпадает с частотой его появления в тексте в XXI в., то в газетном корпусе, фиксирующем речевое употребление этого глагола исключительно в XXI в., эта частота, как уже отмечалось, увеличивается практически в 4 раза, что может указывать на тенденцию данной лексики к смене стилиевой окраски: замене книжно-литературной окраски на газетно-публицистическую, что придает ей особую экспрессивность, как это происходит, например, с лексемой «глумиться» в разговорной речи в контекстах «издеваться». Нечто подобное, например, произошло с лексемой «быдло» [См.: Воркачев 2012: 16].

Глагол «лукавить», как и все глаголы, иллюкутивной целью которых является введение в заблуждение и обман доверия [См.: Вендлер 1985], представляет собой некий «причудливый» [Вендлер 1985: 240] перформатив, который как раз в первом лице настоящего времени индикатива в обычной ситуации неупотребителен, поскольку здесь разрушается сам смысл его употребления: сказать «Я лукавлю» по сути означает разоблачить собственные намерения.

Тем не менее в такой позиции «лукавить» употребляется в специализированных

контекстах — признания и саморазоблачения: *Если честно, то так и хочется вслед за лектором из „Карнавальной ночи“ сказать, что науке это неизвестно. Лукавлю, конечно. Ей-то все известно* (Известия. 2007.08.17); *Хотя, безусловно, я немного лукавлю, мне обязательно нужно, чтобы у меня более или менее все было хорошо: чтобы были здоровы родители, успешен сын, в порядке мои животные, чтобы мой близкий человек был настроен со мной на одну волну* (Труд-7. 2005.12.15). Или же в ситуации отстраненности: *„Ну, что ж, так и не дала?“ — лукавлю я. Юля краснеет* (Новицкая); *Я лукавлю: делаю вид, что я равнодушен* (Бунин).

Свободно «лукавить» в первом лице употребляется в настоящем узуальном времени: *Мы не врем. Только, иногда, лукавим и недоговариваем* (Лукьяненко); *Мы здесь мудрствуем да лукавим, и так прикинем, и так примерим, а бог разом, в один момент, все наши планы-соображения в прах обратит* (Салтыков-Щедрин); *Я всегда говорю про себя, что очень счастлива, но при этом, разумеется, отчасти лукавлю* (Труд-7. 2001.11.13) — и во временных синтаксических единствах, где глагол «лукавить» не связан с моментом речи: *Пока она дрожит и стонет, / Лукавлю праздную душой* (Некрасов); *Называя рекламу информацией, мы, по сути дела, лукавим* (Адвокат. 2004.12.01); *Когда мы говорим, что преступность не имеет национальности, мы лукавим* (РБК Daily. 2004.03.15).

В то же самое время формальное или смысловое отрицание глагола «лукавить» в первом лице настоящего времени индикатива регулярно употребляется для эмфатизации откровенности, искренности, честности говорящего: *8 марта для меня — настоящий праздник, и я не лукавлю* (100 % здоровья. 2003.02.14); *Я не лукавлю, я все делал сам* (РБК Daily. 2010.06.29); *Честно, не лукавлю, даже не знаю об этом* (Комсомольская правда. 2005.09.02); *Я не лукавлю: наш закон о средствах массовой информации действительно самый демократичный в мире* (Труд-7. 2002.03.22); *Не буду лукавить перед читателем: мы с Евгением Берковичем знаем друг друга еще с далеких университетских времен* (Вестник США. 2003.12.10); *Впрочем, не буду лукавить — не всегда все получалось в строгом соответствии с расчетом* (Слипенчук); *Перед тобой дерзнули я лукавить?* (Пушкин); *Да и без этого, не хочу лукавить, ваши шансы на опекунство прозрачны* (Милованов); *Чего уж тут лукавить: он с некоторых пор стеснялся отца с матерью, стыдился своего стесне-*

*ния* (Гандлевский); *И что лукавить, конечно, думаешь: придет и твой черед* (Никулин); *Я вас люблю (к чему лукавить?)* (Пушкин).

Со стороны говорящего основная речевая функция глагола «(с)лукавить» во всех лицах и временах, отличных от 1-го лица настоящего времени, — разоблачение какого-либо обмана, предметного или вербального. Сам же обман, выступающий объектом лукавства, представлен в той или иной степени ложной ситуацией либо ложной вербализацией такой ситуации.

Нужно заметить, что «предметный» обман передается глаголом «лукавить» относительно редко, на порядок реже обмана вербального.

Это может быть обманная уловка, хитрость: *Говорит царевна: „Вора / Я поймала, да слукавил: / Хватя его, а он в руке мне / Руку мертвую оставил“* (Мей); *Лишь поздним субботним вечером, когда фаны окончательно потеряли надежду, Робби выехал поужинать через главный вход. Но и тут слукавил. Его машину загнали в ангар, наученные фанаты бросились к служебному входу, а Робби неторопливой походочкой вышел через парадный подъезд* (Комсомольская правда. 2003.11.10); *В музее пейзажа тоже есть весьма достойные работы лучших мастеров жанра, а поодаль стоит церковь, условно именуемая „Над вечным покоем“, по названию знаменитой левитановской картины — художник немного слукавил и перенес плесскую церковь, которую писал много раз, на излучину Нижней Волги, куда более полноводной* (Труд-7. 2009.01.22); *Правительство же лукавит: с одной стороны, выводит войска из Ирака, с другой, дает добро на расширение базы, которая была источником конфликтов еще во время войны в Косово* (РБК Daily. 2007.02.26).

Это может быть притворство, лицемерие, неискренность: *Те, от кого зависит это решение, лукавят, делая вид, что ничего не происходит* (РБК Daily. 2004.09.24); *Ну, а что если не поверят, подумают, что он просто боится, лукавит, играет двойную игру, заманивает их в ловушку, чтобы вернее уничтожить заговор?* (Мережковский); *Но мне нравилось ему подыгрывать, вот я и лукавил, разыгрывая простачка, такого городского балбеса, чем разжигал его страсти* (Окуджава); *А иногда лукавил, коварно позволял мне уйти, притворяясь спящим, и подслушивая, что я мелю* (Чуковская); *Однако не перебарщивайте с эмоциями — у собеседника это может создать превратное впечат-*

ление, что вы **лукавите** (Труд-7. 2009. 01.30).

Это может быть мелкое жульничество, обвес-обмер-обсчет: *Поэтому производитель твоих любимых семечек **лукавит**, более чем втрое занижая их углеводную „стоимость“* (Комсомольская правда. 2007. 01.17); *„Труду“ стало известно, как **лукавят** и наживаются на пересчете населения страны* (Труд-7. 2010.10.19); *Банк честнее, чем уличный обменник. Ни для кого не секрет, что в уличных обменных пунктах частенько **лукавят*** (Комсомольская правда. 2007.06.05); *Цены на товары изначально сильно завышают, а потом скидывают 20 процентов и кричат о распродаже. **Лукавят** наши дилеры* (Комсомольская правда. 2005.12.27). Как говорит русская поговорка, «Не обманешь — не продашь», и торговлю у нас лукавят: *И в этом, думается, не пришлось бы раскаиваться, а все-таки этот старинный кавалер **лукавил** торговлю, а землю не пахал, потому что отвык от нее* (Лесков).

В подавляющем же большинстве случаев речевого употребления глагол «лукавить» передает обман вербальный, о чем чаще всего свидетельствует присутствие в ближайшем его окружении лексических единиц со значением речевой (устной и письменной) деятельности — «говорить», «сообщать», «рассказывать», «утверждать», «уверять», «признаваться», «отрицать», «объяснять», «объявлять», «заявлять», «просить», «предлагать», «обещать», «называть», «писать», «клясться», «клеветать», «исповедоваться», «комментировать», «слова», «автор», «повесть», «язык», «уста» и пр.: *Он **лукавит**, когда **говорит**, „что только выполнял указания“: по-разному выполнялись они, да и разные были указания* (Аграновский.); ***Утверждая** это, Иван Григорьевич явно **лукавит** — по-видимому, в расчете на наивного читателя* (Щеглов); ***Лукавил** все-таки Сергей Лихачев, **сообщая**, что придумал, кем заменить Захарова* (Советский спорт. 2007.01.13); *Тот, кто **называл** Сталина посредственностью, **лукавил**. Это был очень талантливый человек* (Комсомольская правда. 2002.10.17); *Он все-таки немного **лукавил**, когда, улыбаясь, **уверял** меня, что такова жизнь — мол, воры и есть воры, были и будут, его этим не задеть* (Маканин); *Те, кто **уверяет**, что в Москве легче стать жертвой преступника, чем, скажем, в Нью-Йорке, Париже или Лондоне, **лукавят*** (Труд-7. 2005.03.23); ***Называя** рекламу информацией, мы, по сути дела, **лукавим*** (Адвокат. 2004.12.01); *Но здесь **язык мой лукавит**, и я оставляю*

*уловку текста как улику против автора* (Рецептер); *Смотрю я на Домну Платоновну: ни бровка у нее не морщит, **ни уста у нее не лукавят*** (Лесков).

Более того, глагол «лукавить», как и глагол «лгать», способен вводить прямую и косвенную речь: *Кстати, в том интервью президент **слукавил**: „Мы, мол, рухнули в пропасть после 1991 года“* (Советский спорт. 2004.05.04); *„Ну, как же, — **смиренно лукавил** Петр, — около воды, как говорится, быть, да не замочиться?“* (Малышкин); *„Извини, как-то неожиданно всё случилось“, — **слукавил** я, даже не успели позвонить* (Карапетян); *„Сорок — не много“, — **слукавил** Дюк, поскольку этот возраст казался ему безнадежно отдаленным, давно миновавшим станцию под названием „Любовь“* (Токарева); *Лицемеры **лукавят**, что временно севшие на мель рецессии развитые страны завидуют темпу роста российской экономики* (Завтра. 2003.07.17); *Значит, **лукавил** Скарриоло, что испанец пока еще не восстановился* (Комсомольская правда. 2009.01.30).

Количественный диапазон «вербального обмана», передаваемого глаголом «лукавить», достаточно широк.

Это может быть умолчание («пассивная ложь»): *Хотя я **слукавил**, **умолчав** про подвал, в моем хвастливом заявлении — неожиданная правда* (Петросян); *От ответа на вопрос, понравился ли кто-то больше остальных, Маэстро тактично **уклонился**, но чуть позже стало понятно, что он **слукавил*** (Комсомольская правда. 2005. 12.07); *Наше российское, советское население, включая наш славный рабочий класс, никак **не откликнулось**, не поддержало ни венгерскую революцию, ни пражскую весну, ни героизм восставших в 1980 году польских рабочих. Мы спали, **лукавили*** (Комсомольская правда. 1991); *Когда Владимир Путин, комментируя в эфире Russia Today скандал с АНБ, сказал: „Если это делается в рамках закона, которым регламентируются правила поведения спецслужб, это нормально“, он явно **лукавил**. Президент Путин **забыл упомянуть**, что процедуры прослушки, предусмотренные российским и американским законами, сильно отличаются друг от друга* (www.ej.ru. 18.06.2013).

Это может быть обычная, никак не квантифицированная ложь: *Кирилл Афанасьевич **лукавил**, комдив Виноградов вместе с начальником дивизии Волковым и начальником политотдела Пахоменко были расстреляны* (Солдат удачи. 2003.11.05); *Такая жара, а пиво никто не пьет. Тут босс **лукавил**. Пиво народ пил, и еще как* (Мясников);

*А красавицей хоть когда-то и была, но давно вся вышла. Маргарита Афанасьевна лукавит. Выглядит она на все сто* (Труд-7. 2007.08.23).

Однако чаще всего «лукавить» номинирует ложь частичную, «полуправду», которая вроде бы не совсем ложь и которой можно найти оправдание, о чем свидетельствует сопровождение глагола наречиями — смягчителями категоричности («несколько», «слегка», «немного», «малость» и пр.): *Но, наверное, здесь Веллер все-таки **немного лукавит*** (Молчанов-Сегура); *Наверное, он **немного лукавит**, когда **говорит**, что его жизненный опыт равнозначен опыту заброшенной в этот хаотический мир молекулы, которая не знает, куда ее вынесет* (Вестник США. 2003.12.10); *Например, при приеме на работу правила игры для всех очевидны: специалист блефует, так как старается продать себя подороже; одновременно **слегка лукавит** работодатель, так как ему надо купить услуги специалиста подешевле* (Шубин); *Что же касается одиночества, это оно выбирает нас. Лецкий меж тем **слегка лукавил**. Вечер его ожидал необычный* (Зорин); *Однако Блок в данном случае **несколько лукавил*** (Савельева-Полетаев); *Фернандо **несколько лукавил**. Назвать его семью вполне обычной трудно* (Формула. 2001.08.15); *Но когда тем не менее, выступая перед бывшими петлюровцами, считающими, что Петлюра хотя и знал, что такое „незалежність“, но, возможно, не все сумел учесть, я говорю, что все зависит от народа, он, мол, знает, какую систему правления надо выбрать, — здесь я, конечно, **малость лукавлю*** (Некрасов); *Лукавит **малость** Филипп Денисович. Партию создавали совместными усилиями* (Яковлев).

При всей нетерпимости к лукавству в религиозном дискурсе и в русской паремииологии, отражающей менталитет крестьянства («Кто лукавит, того черт задавит»; «Тот к добру не управит, кто в делах лукавит» и пр.), глагол «лукавить» в современном языке значительно слабее в своей обличительной силе, чем глаголы «лгать» или «врать»: *Получается, что американцы **нагло врут**, и все это знают? — Если **не врут, то лукавят — точно*** (Комсомольская правда. 2004.06.09); *Публикуя эти цифры, чиновники **не лгут — они просто лукавят*** (Труд-7. 2003.09.19).

«Лукавить» в современной речи чаще всего служит эвфемистической заменой глагола «лгать»: *Да **лукавит он, если интеллигентно говорить!** — когда режиссер Леонид Якушев комментировал высказыва-*

*ние своего шефа, он просто кипел от возмущения* (Комсомольская правда. 2008.12.24); *И Леонтьев в данном случае, **мягко говоря, лукавит*** (Новый регион 2. 2004.02.06); *Но тот, кто **утверждает**, что не могло такого быть в светлом коммунистическом обществе, **мягко говоря, лукавит*** (Труд-7. 2007.08.17); *Объявляя **смотрины невест, вы, мягко говоря, лукавите**, т. к. среди этих красоток одна — ваша жена (или как минимум коллега)* (Комсомольская правда. 2001.11.23).

Наблюдения над соположенностью «лукавить» в одном речевом ряду с другими категориально сопряженными с лукавством глагольными лексическими единицами позволяют подтвердить аксиологичность и «обманную» широкоохватность семантики этого глагола через повторяемость определенных семантических признаков.

Прежде всего, общая отрицательная оценка лукавства как характеристики межличностного общения определяет постановку «лукавить» в один ряд с глаголами отрицательно-этической семантики — «воровать», «убивать», «предавать», «придуряться», «подличать» и пр.: *Они **воруют, убивают, лукавят, дышат ненавистью и злобой**, они способны на все, и в их душе, ограниченной инстинктами, не возникает даже вопроса, зачем они так делают и вообще зачем они живут, как подобный вопрос не может возникнуть, например, у собаки* (Альбов); *И когда перед человеком ничего больше не остается, кроме грядущей смерти, тогда всё становится на свое место, тогда человек говорит себе: стоило ли подличать, стоило ли лицемерить, стоило ли обманывать, лукавить, предавать, пресмыкаться, быть недостойным себя самого?* (Антоний Блум); *Архитектура **лукавит, темнит, придуряется, скоморошничает*** (Вознесенский); *Ему противна навязанная ему лживая роль, и перед лицом возможной смерти он не может **лукавить и подличать*** (Рязанов).

Затем, в этом ряду регулярно появляются синонимы «предметного» и вербального обмана.

Чаще всего, естественно, здесь появляется ближайший синоним «лукавить» — «хитрить»: *Он **хитрил и лукавил** даже в самых пустых вещах, вовсе не требовавших никаких хитростей* (Засодимский); *Ему, похоже, тоже надоело **лукавить и хитрить**, и он говорил все как есть* (Иванова); *Безумная ревность влюбленной старухи заставляла бедного графа Эссекса **хитрить и лукавить** во всех тех случаях, когда судьба сталкивала его с моло-*

дыми, красивыми женщинами (Каратыгин); Однако, честно сказать, **лукавил** древорез, **хитрил** (Лукин).

Регулярно появляются «обманывать/вводить в заблуждение» (Мне кажется, большинство композиторов, которые работают сегодня в „авангарде“, попросту **лукавят и обманывают** слушателей (Известия. 2010.01.15); Он сейчас увидит Избранника, того, ради кого все это время совершал несправедные деяния, **лукавил, вводил в заблуждение**, губил репутации, рисковал своей и чужой жизнью (Проханов)), «притворяться/лицемерить» (Вы видите, вы чувствуете, что здесь человек доволен и счастлив, что он простодушен и открыт именно потому, что не для чего ему **притворяться и лукавить** (Салтыков-Щедрин); Да и сегодня, положа руку на сердце, нередко продолжаем и **лукавить сами с собой, и лицемерить** (Яковлев); По его мнению, говоря об объединении партий, **Сергей Миронов лукавит**, поскольку он **говорит одно, а делает совсем другое** (Новый регион 2. 2007.05.31)), «лгать/врать» (Я видел, как рушилось построенное веками здание, как люди **лукавили и лгали**, чтоб задержать уходившую от них жизнь, и как, назло всем усилиям, мир с ужасающей быстротой наполнялся могилами (Салтыков-Щедрин); Но если человек **врет или лукавит**, особенно в правовых вопросах, я это всегда замечаю, и мне это неприятно (Комсомольская правда. 2004.02.03)), «вилять/изворачиваться» (Такая уж природа: все — **надвое, все лукавит да виляет**, как **женщина** (Мережковский); Она видит, как суетится и колотится весь свой век мужчина, как он **лукавит и изворачивается** из-за куска насущного хлеба, и мысль о „несчастье“, которое как бы сетью какую опутало весь людской род, сама собой возникает в ее голове (Салтыков-Щедрин)), «умалчивать/недоговаривать» (Люди, которые нас обвиняют в таких серьезных и опасных вещах, жутких, биологических и к художественному фильму отношения не имеющих, либо чего-то **недоговаривают, либо лукавят, либо напуганы**, усмотрев в картине что-то другое, более существенное и более нежелательное для них (Комсомольская правда. 2000.12.27); Талантливый человек будет драться в открытую, идти напролом, будет при необходимости **лукавить и уклончиво отмалчиваться**, будет смел и решителен или осторожен и терпелив, но он найдет возможность выразить себя, как река пробивает русло (Кабо)).

Относительно нечасто «лукавить» появляется в одном ряду с «кокетничать» и «же-

маниться» (Точно так же невозможно представить себе, что Маринеско **лукавил или кокетничал** (Крон); Да и, наконец, к чему еще **жеманиться и лукавить**, когда все известно (Тургенев)), «церемониться» (Нам нечего **церемониться и лукавить**; мы здесь свои и можем говорить откровенно (Григорович)), «скромничать» (Она, подобно Владимиру Ивановичу, считала сад поистине райским, но сердилась больше оттого, что Тамара, не меньше ее влюбленная в сад, **лукавит и скромничает**, как если бы сад принадлежал ей (Дмитриев)), «выгодничать» (И никогда не чувствовал отчуждения — наоборот, абхазы были понимающими ребятами, братьями, хоть порой и **лукавили или выгодничали**, как, впрочем, все народы приморских областей, привыкших обирать туристов (Гиголашвили)), «политиканствовать» (Мы потеряли свой авторитет, потому что **лукавили и политиканствовали** (Эксперт. 2004.12.20)), «хвастаться» (В течение нескольких дней соседи, отец Сун Юй и его родственники, мать Сун Юй и ее родственники гуляли на свадьбе — объедались, дремали или, перекрикивая грохот гонимых и визг скрипок нанятого оркестра, прикидывали будущее молодоженов, **хвастались и лукавили**, опьяненные беззаботностью и ленью (Скворцов)), «умничать» (Все по-человечески **умничают и лукавят чиновники** разных степеней положения (Новый регион 2. 2007.01.05)), «финтить» (Эх, молодой человек, молодой человек, стыдно вам **финтить и лукавить**, стыдно не понять, какое горькое горе говорит теперь моими устами (Тургенев)).

Что касается мотивов лукавства, то, как представляется, они особенно не отличаются от мотивов лжи вообще — это страх, корысть, стыд, стремление манипулировать сознанием и т. д.: во все времена «человек лжет или для того, чтобы не укорить себя, или для того, чтобы исполнить свое желание, или ради приобретения» [Беседы о лжи]. В эксплицитной форме в тексте мотивы лукавства представляются достаточно редко: *В то же время как приходилось **лукавить и скрывать свои подлинные чувства, чтобы достичь цели без кровопролития** (Ладинский); От этого каждый старался **лукавить** перед сильным, **чтобы** добыть через него силу, и перед богатым, чтобы выжать из него взятку угнетением или доносом (Бестужев-Марлинский); Они всячески искушали Его, **лукавили** перед Ним, завидовали Ему, подыскивались под Него, **чтобы** уловить Его в слове и предать суду Римскому, и, наконец, после*

всяких издевательств и мучений, умертвили Его на кресте (Иоанн Кронштадтский); **Чтобы** сделать гостю приятно, я **немного слукавил** (Сенкевич); Тут я, конечно, **слукавил, чтобы** кружным путем польстить сванским обычаям (Искандер); Бабушка Игоря считает, что **полицейские лукавят, чтобы** получить от НТВ обещанную награду за поимку убийцы Ильи Зимины (Комсомольская правда. 2006.06.24); Зачастую **чтобы** сохранить при этом рентабельность, ритейлеры **несколько лукавят**, заранее повышая цены на свою продукцию (РБК Daily. 2005.12.27); Да я не себе — подруге покупаю, — **слукавил** я, **чтобы** настойчивая менеджер, скучающая в отсутствие других клиентов, показала мне самую дешевую машину в салоне (Комсомольская правда. 2008.12.16); **Слукавил**, конечно, сказав, что не ожидал такого аншлага, — для того **чтобы** оправдать жест, заготовленный для этой одноименной программы: руки, разведенные в стороны и вздетые вверх (Комсомольская правда. 2003.10.21); Своими отношениями к нему и матери молодой Эссекс отчасти напоминал Гамлета; та же бессильная ненависть к отчиму, негодование к матери, с той разницей, однако, что Эссекс **боялся Лейчестера, а потому** пред ним **хитрил и лукавил** (Каратыгин).

Относительно адресата лукавства можно отметить, что его «получателями» выступают либо отдельные личности, либо социальные группы — и тогда оно приобретает институциональный, массмедийный характер.

Субъектами лукавства в художественном и бытовом дискурсе выступают, как правило, отдельные личности вне своей социальной роли: Как разбойник, как злодей, / Над святынями людей / Беспрестанно он **лукавил** (Мятлев); Нет-нет, не верьте мне: я пред собой **лукавил**, / Когда я вас на спор безумно вызывал (Вяземский); „Да рази ж я смогу? — **лукавит** Акулина Ивановна. — Это ваше господское умение, а я ни в жисть не смогу“ (Окуджава); Она порывисто двинулась вперед и, встав с места, сказала, — я боюсь, что Висленев **лукавит** и не пойдет искать моего Бедуина (Лесков).

В массмедийном дискурсе лукавят уже представители профессиональных сообществ — продавцы, производители, страховщики, пивовары, банкиры, журналисты, нефтяники, сотовики, маркетологи и пр.: Однако, по мнению аналитиков и участников рынка, региональные **банкиры** слегка **лукавят** (РБК Daily. 2004.07.14); Стоит отметить, что **пивовары** несколько **лукавят** (Новый регион 2. 2004.07.02); Однако

простой расчет показывает, что „недовольные“ страховщики **лукавят** (Новый регион 2. 2009.07.06); Однако в вашей ситуации **продавцы лукавят**: применяется вовсе не эта норма (Комсомольская правда. 2007.10.04); Когда наши **нефтяники** уверяют, что бензин дорожает, потому что растут мировые цены на нефть, они **лукавят** (Труд-7. 2004.09.23); Говоря об экономике, **автопроизводители** немного **лукавят** (РБК Daily. 2007.06.09); Педалируя то, что они-де выражают настроения общества, **журналисты** (точней, медиа как институция) **лукавят** (Неприкосновенный запас. 2003.03.16).

Лукавят и коллективные субъекты — компании и организации: Иногда **видеофирмы** малость **лукавят**, вводят в заблуждение покупателя (Известия. 2001.08.17); И когда **профсоюзы** сравнивают коэффициент замещения заработка у нас и за рубежом, они несколько **лукавят** (Труд-7. 2007.05.25); Мы считаем, что **банк лукавит**, заявляя о том, что не понимает, чем вызван отказ в выплате возмещения (РБК Daily. 2007.01.30); Частные управляющие **компании**, конечно, **лукавят**: отказ от многомиллионной мелкой клиентуры — вынужденная мера (Газета. 2003).

Особой же «популярностью» в дискурсе СМИ пользуются «лукавые деятели» — представители всяческих элит и институтов власти, лукавящие перед своим «партнером» — народом.

Это прежде всего политическая элита — президент, правительство, министры, губернаторы, депутаты, мэры, префекты, чиновники всех уровней: Помогите, пожалуйста, разобраться, в чем **лукавит** наша **исполнительная власть?** (Мир & Дом. City. 2003.04.15); Между тем **правительство** сильно **лукавит**, связывая повышение ставки налогообложения дивидендов с борьбой по оптимизации гражданами своих доходов (РБК Daily. 2004.08.02); В очередной раз **правительство лукавит** в отношении прав граждан (Известия. 2006.04.20); Но если говорить о пользе для бюджета города, то **мэрия** как минимум **лукавит** (Богатей. 2003.09.11); Двусмысленность сложившейся ситуации невольно подталкивает к мысли, что **Президент лукавит**, перестраховывается, создает фигуру, которая могла бы оттягивать на себя возможное недовольство непопулярными или неграмотными действиями Кабинета (Огонек. 1991. № 4); Если наши **государственные органы**, которым поручена борьба с нелегальным алкоголем, говорят, что они не знают, где он производится и продает-

ся, то они, скорее всего, **лукавят** (РБК Daily. 2010.07.06); **Слукавил и губернатор Новосибирской области Василий Юрченко** (РБК Daily. 2011.02.04); Однако в Челябинской ассоциации солдатских матерей считают, что **министр лукавит** (Новый регион 2. 2004.12.24); **Министр Фурсенко лукавит**, отказываясь от планов платного образования (Новая газета. 04.11.2004); **Лукавил депутат Л. Маевский**, говоря, что поправки к Закону о рекламе лишь чуть-чуть ущемляют рекламщиков (Труд-7. 2001.02.15); **Префект слегка лукавит** (Труд-7. 2004.10.13); Когда столичные **чиновники** говорят, что нам не нужны трудовые мигранты, они **лукавят** (РБК Daily. 2008.01.16); Когда **чиновники** говорят о том, что мы затягиваем строительство, они **лукавят** (РБК Daily. 2004.08.23).

Это судебные институты, силовые и правоохранительные структуры, а также церковные власти: **Надо сразу сказать: господин прокурор явно лукавил** (Труд-7. 2003.07.16); **Позднее выяснится, что милиционеры слукавили**, — они действительно приехали на сигнализацию, но сработала она не в квартире, а в детском саду № 6, расположенном в том же доме, но в соседнем подъезде (Новый регион 2. 2006. 04.13); **Военное руководство утверждает, что переход к контрактной армии потребует немислимых денег, которых у России сегодня нет. Генералы, мягко говоря, лукавят** (Комсомольская правда. 2003. 07.01); **И когда министр обороны говорит, что 80 процентов частей и соединений российской армии не знакомы с таким явлением, как „дедовщина“, он, мягко говоря, лукавит или добросовестно заблуждается, пытается выдать желаемое за действительное** (РИА Новости. 2005.05.04); **Патриарх Московский и всея Руси Кирилл лукавил, когда говорил о готовности принять украинское гражданство** (Новый регион-2. 2009.08.05).

В массмедийном дискурсе регулярно появляются метонимизированные субъекты лукавства, связанные главным образом с коммуникативно-информативной деятельностью, — «статистика», «цифры», «социология», «реклама», «инструкция», «информация» и пр.: **Причем официальная статистика нередко лукавит, дабы больше аргументов было в пользу запретов** (Труд-7, 2004.09.21); **То ли цифры лукавят, то ли наши блюстители закона в наведении порядка усердствуют** (Уральский автомобиль. 2004.01.31); **Кроме того, информация, которую „Союз-Виктан“ разместил на своем электронном сайте, часто лукавит** (Ком-

сомольская правда. 2004.12.28); **Реклама опять лукавит** (Труд-7. 2002.02.11); **Инструкция лукавит: хозяевам террористов живые свидетели не нужны** (Комсомольская правда. 2003.07.16); **По мнению депутата Госдумы, члена фракции КПРФ Вадима Соловьева, социология лукавит** (РБК Daily. 2009.03.13).

В то же самое время метафоризированные, персонифицированные субъекты встречаются преимущественно в художественном дискурсе, в поэтической речи, где лукавят абстракции, органы чувств и неодушевленные предметы: **Это лукавит твоя угнетающая деликатность, из-за которой ты подробно отвечаешь даже на письма избретателей перпетуум мобиле** (Данин); **Душа притворствует, лукавит** (Блок); **Загадка с влюбленностью рядом / Лукавит в обличье пажа** (Вс. Рождественский); **Мир в гордом величьи лукавит** (Фофанов); **Но здесь язык мой лукавит, и я оставляю уловку текста как улику против автора** (Рецептер); **Идем правильно. Это глаз лукавит** (Шишков); **И неужели после бала / Твоей не лукавил томный взгляд** (Блок); **Мы попробовали диапозитивы — вполне удовлетворительны, только лукавит и портит все дело фонарь** (Козлов); **Такая уж природа: все — надвое, все лукавит да виляет, как женщина** (Мережковский); **Пальцы творят веселье, вокруг хохочут, лукавят, улыбаются куклы** (Кабо); **Нынче Двина лукавит, в устьях глубина обманная** (Шергин).

Теперь, очевидно, можно приступить к тому, что в жесткой структуре научной публикации обычно называется «обсуждением результатов», и попытаться объяснить причины и смысл изменения частотного ранга и дискурсного употребления глагола «лукавить».

Как известно, изменения в лексической части языковой системы не в последнюю очередь связаны с социально-историческими изменениями, симптомами которых они и выступают. В то же самое время изменения в лексике могут быть обусловлены и собственно языковыми, внутрисистемными причинами.

Изменения в российской политической системе — общая демократизация общества, гласность и свобода слова, позволившие критиковать власти, с одной стороны, и наследственная боязнь «обидеть» эту власть, с другой, — определили выбор в массмедиа для обозначения лжи в качестве вполне «политкорректного» глагола «лукавить». В то же самое время становление рыночных отношений, основанных на российском принципе «не обманешь — не продашь»,

вызвало количественный рост номинаций межличностной лжи и обмана, и тут весьма кстати пришелся глагол «лукавить».

Активизация «лукавить», очевидно, обусловлена еще и его собственно языковыми свойствами, такими, как словарная широкоохватность номинации обмана, возможность выступать в качестве эвфемизатора лжи и экспрессивность, порождаемая сменой стилового регистра.

Итак, выводы.

В русской лексикографии «лукавство» стоит в синонимическом ряду, открываемом «хитростью», а его «соседом справа» здесь оказывается «коварство». «Внутренняя форма» основы «лукав-» («кривизна», «извилистость») в современном языке, очевидно, жива и поддерживается однокоренными лексическими единицами «лук» и «излучина».

Наблюдения над использованием производных от основы «лукав-» в тексте русского перевода Библии свидетельствуют о довольно существенных отличиях в их речевом употреблении и в семантике лукавства в языке того времени. Прежде всего, хитрость и лукавство меняются местами в частотном ряду: в тексте Писания производные от основы «лукав-» встречаются более чем в три раза чаще производных от основы «хитр-». К обману и лжи Библия относится абсолютно ригористично и, естественно, осуждение в полной мере распространяется на лукавство.

Высокая словоупотребительная активность основы «лукав-» в библейских текстах объясняется не в последнюю очередь тем фактом, что в ее «внутренней форме» воспроизводится корневая для Писания метафора прямого пути, когда осуждаются «лукавые деятели», «ходящие кривыми путями» и «искривляющие все прямое», а прямота («прямодушие») приравнивается к правде.

Анализ современного речевого употребления глагола «(с)лукавить» позволяет выяснить, кто перед кем, в чем, как и зачем лукавит в русской лингвокультуре, поскольку позициональная структура *actio mendax*, включающая субъект, объект, адресат, способ и мотив, наиболее эксплицитно раскрывается в контекстах употребления предиката.

Частота речевого употребления глагола «(с)лукавить» в современном языке выросла, «лукавить» и «хитрить» в синонимическом ряду по частотному признаку поменялись местами, а в стиливых характеристиках «лукавить» просматривается тенденция к замене книжно-литературной окраски на газетно-публицистическую, что придает ей особую экспрессивность.

В подавляющем большинстве случаев речевого употребления глагол «лукавить»

передает обман вербальный — ложь, чаще всего он номинирует ложь частичную, «полуправду», которая вроде бы не совсем ложь и которой можно найти оправдание.

При всей нетерпимости к лукавству в религиозном дискурсе и в русском паремиологическом корпусе глагол «лукавить» в современном языке значительно слабее по своей обличительной силе, чем глаголы «лгать» или «врать». «Лукавить» чаще всего в современной речи — это эвфемистический вариант для «лгать».

Субъектами лукавства в художественном и бытовом дискурсах выступают, как правило, отдельные личности вне своей социальной роли, в массмедийном дискурсе лукавят уже представители профессиональных сообществ и коллективные субъекты — компании и организации. Особой же «популярностью» в дискурсе СМИ пользуются «лукавые деятели» — представители всяческих элит и институтов власти, лукавящие перед своим «партнером» — народом.

Изменения в российской политической системе определили выбор в массмедиа для обозначения лжи в качестве вполне «политкорректного» глагола «лукавить», а становление рыночных отношений вызвало количественный рост номинаций межличностной лжи и обмана.

Активизация «лукавить» в современной речи обусловлена еще и его собственно языковыми свойствами, такими, как словарная широкоохватность номинации обмана, возможность выступать в качестве эвфемизатора лжи и экспрессивность, порождаемая сменой стилового регистра.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. *Абрамов Н.* Словарь русских синонимов и сходных по смыслу выражений. — М., 1999. URL: <http://www.gramota>. 2003.
2. *Александрова З. Е.* Словарь синонимов русского языка. — М.: Русский язык, 1986.
3. *Беседы о лжи.* URL: [http://www.pravoslavje.ru/besedy/Greh\\_i\\_strast/o\\_lji.html](http://www.pravoslavje.ru/besedy/Greh_i_strast/o_lji.html).
4. *Болинджер Д.* Истина — проблема лингвистическая // Язык и моделирование социального взаимодействия. — М.: Прогресс, 1987. С. 23—43.
5. *Вайнрих Х.* Лингвистика лжи // Язык и моделирование социального взаимодействия. — М.: Прогресс, 1987. С. 44—88.
6. *Вендлер З.* Иллокутивное самоубийство // Новое в зарубежной лингвистике. — М.: Прогресс, 1985. Вып. 16 : Лингвистическая прагматика. С. 238—250.
7. *Воркачев С. Г.* Правды ищи: идея справедливости в русской лингвокультуре. — Волгоград : Парадигма, 2009.
8. *Воркачев С. Г.* «Быдло» как ключевое слово Рунета // Политическая лингвистика. 2012. № 3 (41). С. 16—26.

9. *Воркачев С. Г.* Singularia tantum: идеологема «народ» в русской лингвокультуре. — Волгоград : Парадигма, 2013.
10. *Даль В. И.* Толковый словарь живого великорусского языка : в 4 т. — СПб. : Диамант, 1998.
11. *Достоевский Ф. М.* Нечто о вранье // Дневник писателя. — М., 1989. С. 84—93.
12. *ЕСББ = Евангельский словарь библейского богословия.* — СПб. : Библия для всех, 2002.
13. *Евгеньева А. П.* Словарь синонимов русского языка. — М. : Астрель-Аст, 2001а.
14. *Евгеньева А. П.* Словарь синонимов русского языка : в 2 т. — М. : Астрель-Аст, 2001б.
15. *Ефремова Т. Ф.* Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный : в 2 т. — М. : Русский язык, 2001.
16. *Знаков В. В.* Психология понимания правды. — СПб. : Алетейя, 1999.
17. *Ильинова Е. Ю.* Концептуализация вымысла в языковом сознании и тексте : автореф. дис. ... канд. филол. наук. — Волгоград, 2009.
18. *Карасик В. И.* Языковые ключи. — М. : Гнозис, 2009.
19. *Кондаков Н. И.* Логический словарь-справочник. — М. : Наука, 1975.
20. *Кузнецов С. А.* Большой толковый словарь русского языка. — СПб. : Норинт, 1998.
21. *Морозова Е. И.* Ложь как дискурсивное образование: лингвокогнитивный аспект. — Харьков : Экограф, 2005.
22. *Национальный корпус русского языка.* URL: [www.ruscorpora.ru](http://www.ruscorpora.ru).
23. *Ожегов С. И.* Словарь русского языка. — М. : Госиздат иностранных и национальных словарей, 1953.
24. *Ожегов С. И., Шведова Н. Ю.* Толковый словарь русского языка. — М. : Азбуковник, 1998.
25. *Панченко Н. Н.* Средства объективации концепта «Обман» (на материале английского и русского языков) : автореф. дис. ... канд. филол. наук. — Волгоград, 1999.
26. *Плотникова С. Н.* Неискренний дискурс (в когнитивном и структурно-функциональном аспектах). — Иркутск, 2000.
27. *Потапова Р. К., Потапов В. В.* Язык, речь, личность. — М. : Языки славянской культуры, 2006.
28. *Психологический словарь.* — Ростов н/Д, 2004.
29. *Свинцов В. И.* Полуправда // Вопросы философии. 1990. № 6. С. 53—61.
30. *СРЯ = Словарь русского языка : в 4 т. — М. : Русский язык, 1981.*
31. *СЯП = Словарь языка Пушкина : в 4 т. — М. : Госиздат иностранных и национальных словарей, 1956.*
32. *Ушаков Д. Н.* Толковый словарь русского языка : в 4 т. — М. : Астрель-АСТ, 2000.
33. *Черных П. Я.* Историко-этимологический словарь современного русского языка : в 2 т. — М. : Русский язык, 1999.
34. *Шанский Н. М., Боброва Т. А.* Школьный этимологический словарь русского языка: происхождение слов. — М. : Дрофа, 2000.
35. *Шаров С. А.* Частотный словарь русского языка [Электронный ресурс] / Российский НИИ искусственного интеллекта.
36. *Шатуновский И. Б.* «Правда», «истина», «искренность», «правильность» и «ложь» как показатели соответствия/несоответствия содержания предложения мысли и действительности // Логический анализ языка. Культурные концепты. — М. : Наука, 1991. С. 31—37.
37. *Drever J.* The Penguin Dictionary of Psychology. — Aylesbury, Bucks : Hazall Watson & Viney Ltd., 1981.

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

**ОБЫДЕННЫЙ ПОЛИТИЧЕСКИЙ ДИСКУРС:  
МЕТАЯЗЫКОВОЙ  
И МЕТАЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ АСПЕКТЫ**

**ORDINARY POLITICAL DISCOURSE:  
METALANGUAGE  
AND METALINGUISTIC ASPECTS**

*Аннотация.* Анализируются метаязыковые и металингвистические проявления обыденного политического дискурса. Автор рассматривает многообразие метаязыкового содержания, обнаруживаемого в политическом дискурсе, и осуществляет его первичное структурирование в смысловом и функциональном планах. Непосредственным предметом анализа выступают тексты информационно-дискуссионного портала «Newsland», на котором обсуждают политические проблемы рядовые граждане России и других стран.

*Abstract.* The article deals with metalanguage and metalinguistic manifestations of ordinary political discourse. The author describes the diversity of discovered metalanguage content and carries out its primary structuring in terms of sense and function. The direct object of analysis are the texts from the information-discussion portal “Newsland” written by ordinary citizens from Russia and other countries.

**Ключевые слова:** политический дискурс; обыденное метаязыковое сознание; метаязыковая рефлексия; обыденная лингвополитология; народная политика; наивная лингвистика; дискуссия.

**Key words:** political discourse; ordinary metalanguage consciousness; metalanguage reflection; ordinary linguistic politology; folk politics; naïve linguistics; discussion.

**Сведения об авторе:** Голев Николай Данилович, доктор филологических наук, профессор кафедры русского языка, факультет филологии и журналистики.

**About the author:** Golev Nikolay Danilovich, Doctor of Philology, Professor of the Chair of the Russian Language, Faculty of Philology and Journalism.

Место работы: Кемеровский государственный университет.

Place of employment: Kemerovo State University.

**Контактная информация:** 650043, г. Кемерово, ул. Красная, 6.  
e-mail: ngolevd@mail.ru.

**1. ИСХОДНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ**

Настоящая статья продолжает построение и развитие особого направления в лингвистике, которое мы обозначили термином «**обыденная лингвополитология**» [Голев 2011; Голев, Шанина 2013]. Данное направление является, с одной стороны, аспектуальной разновидностью обыденной политологии (наряду с обыденной историей, обыденной географией, обыденной медициной и другими подобными отраслями наивного знания), с другой стороны, отраслевой разновидностью когнитивного языкознания — **наивной лингвистики** (теории обыденного метаязыкового сознания), проявляющей себя в разных отраслях знания, в том числе в политической. Взаимодействие политологии и лингвистики предполагает два разнонаправленных вопроса: «Что дает политика лингвистике?» (от политики к лингвистике) и «Что дает лингвистика политике?» (от лингвистики к политике) и соответственно два аспекта лингвополитологии — отражение политического сознания в текстах (языке, речи, дискурсивных практиках) и отражение метаязыкового сознания в политических текстах

(лексиконе, дискурсе). В настоящей статье основной акцент сделан на втором аспекте.

Обыденный политический дискурс, как всякая живая речь, многослоен и богат содержанием. Статья выделяет и рассматривает один из его слоев, образуемый **метаязыковым отношением** участников народных дискуссий о политике к политическому дискурсу. Главная задача для данной статьи — реконструкция обыденного метаязыкового сознания по его «продуктам», которые обнаруживаются в текстах рядовых носителей языка, обсуждающих политические проблемы на интернет-сайтах. Непосредственный материал для исследования был извлечен из текстов информационно-дискуссионного портала «Newsland» (<http://newsland.com>). Его выбор обусловлен тем, что на нем проявляется себя низовой уровень обыденности, редко становящийся предметом исследования как лингвистики, так и политологии.

Названный материал составили прямые высказывания участников портала «Newsland» на лингвистические темы. Они делятся на два типа: в одних случаях язык в разных своих проявлениях выступает непосредственным **предметом** высказываний

и дискуссий (металингвистический аспект), в других случаях высказывания осуществляются попутно, по ходу разворачивания дискуссии, выступая **средством** организации политического дискурса (метаязыковой аспект). В статье акцент делается на втором из названных аспектов.

Здесь принципиально важен предваряющий тезис. Материал показывает, что резкой границы между полюсами метаязыковости в обычной речевой практике нет, в ней разные типы метаязыкового отношения (теоретического и практического) к языковому материалу часто плавно переходят друг в друга. Это позволяет сделать вывод о том, что в речевой деятельности, помимо традиционно выделяемых осей типа «план содержания — план выражения», «диктум — модус» и т. п., существует и **ось метаязыкового отношения** говорящих к говоримому и процессу говорения; ее полюсами выступают **проявленная и непроявленная метаязыковость**, или, иными словами, сугубо практическое отношение к говоримому и отношению с той или иной степенью «теоретизма». Так, в примере *У них ОТДЕЛЬНАЯ квартира!* Сейчас это выражение практически исчезло из обихода (язык умница, не даст соврать), говорят просто «квартира». Наоборот, желая описать бедственную ситуацию, говорят: «живет в коммуналке» автор переходит от реалий к отражающим их фактам языка и далее к более общему (по сути, теоретическому) суждению-метафоре о языке (язык — умница, не даст соврать).

Попытаемся проиллюстрировать нарастание теоретичности примерами из обозначенного выше материала (правописание и стилистика оригинала сохраняются; выделения жирным шрифтом — наши).

Метаязыковые ремарки и комментарии по ходу дискуссий разного содержания, разной формы и разной глубины теоретичности рассыпаны по всему portalу. Несколько примеров:

*Да ладно спутниковые каналы и кабельное телевидение указами не украинизируешь. Блин какое противное слово-украинизация.*

*Комсомольская правда — если можно её так назвать напечатала омерзительную статью о протестах против сфальсифицированных выборах....обвиняя во всём протестующих...*

*Голову никогда не надо терять, ни в прямом, ни в переносном смысле (иногда первое тянет за собой второе)*

*Пишу слово «реформа» в кавычках, поскольку реформа — это нечто созидательное. То, что делают с образованием в РФ — это разрушение, сознательное или по глупости, некомпетентности и непрофессионализму, но разрушение. Отсюда — кавычки.*

Комментарии по ходу легко (и часто органично) переходят в теоретическую плоскость:

- Почему Вы пишете русская земля с большой буквы? Это же не по правилам русского языка. Мне кажется это не опечатка, а просто Вы сознательно искажаете русский язык.

- Просто Русская Земля очень большая и заслуживает написания с большой буквы. Как Родина, как Отечество, как Третий Рим.

## 2. МЕТАЯЗЫКОВЫЕ АСПЕКТЫ ОБЫДЕННОЙ ЛИНГВОПОЛИТОЛОГИИ

Участники дискуссий в своих метаязыковых суждениях затрагивают едва ли не все стороны языка, речи и речевой деятельности и тем самым актуализируют многие отрасли лингвистического знания. Далее мы проиллюстрируем сказанное, приведя примеры актуализации разных планов и уровней языка (не ставя задачи дифференцировать эти векторы).

### ФУНКЦИОНАЛЬНЫЙ ПЛАН

Функции метаязыковых высказываний в обыденно-политическом дискурсе весьма разнообразны. Помимо информативно-аргументативной функции (состоит в уточнении смысла, комментировании и т. п., примеры чего приводятся далее в подразделе «Семантика»), они выполняют функцию суггестивную (манипулятивную, в том числе через софистический дискурс, игровую, в том числе фатическую, художественную). Особую роль в дискурсе политических дискуссий метарефлексивы играют в качестве средства провокации конфликта (на языке сетевой коммуникации эта функция обозначается словом «троллинг»).

### Троллинг, взаимная агрессия или защита от нее

Агрессивный дискурс имеет давнюю традицию в политической жизни, в том числе официально-политической; см., например, следующее исследование: [Жельвис 2005] (В этом плане принципиально отметить органическую связь народной политики и наивной политологии с официальной политикой, обыденного лингвополитологического дискурса с дискурсом профессиональным. Но это уже другая тема, контуры которой, однако, просматриваются и в данных мате-

риалах.) В обыденной лингвополитологии агрессивный дискурс менее изоциренен, но тем не менее весьма разнообразен, и мета-языковой план в народных политических дискуссиях активно задействуется для нападения на противника или защиты от него.

*У тебя хоть есть свое мнение, инфузория? А то из тебя прут сплошняком заезженные до безобразия примитивные солвечки.*

*Вы хотите сказать, что территория под названием Русь (не Московия) была безязыкой и глухонемой? Вы очень безграмотный индивидум! Это не удивительно так как в РФ по статистике 73% выпускников школы не набирают минимальных 32 балла, т. е. это двоечники.*

*Т. е. все, кто уличает вас во лжи — хамы? ))))))))))) Аррригинальная трактовка определения "хам"!*

*Тон моего коммента полностью соответствует вполне хамскому тону вашей статьи.*

*Как вы полагаете, после ваших наглых, оскорбительных и убогих (по стилистике) перлов, я имею моральное право высказать в подобной же манере нечто аналогичное в ваш адрес?*

*Есть такое слово ХУЦПА (гуэл в помощь) — оно очень точно характеризует Ваше поведение здесь, и намекает на Вашу национальность.*

*На рисовался, надерзил и свободен! Ищите себе другого собеседника! Общаться в таком "стиле" — себя не уважать!*

*Ну это понятно, а что люди с комбайна это по твоему быдло, но если судить по твоей речи то слово интелектуал явно не из твоего лексикона хоть ты и не деревенщина (наши материалы подтверждают вывод С. Г. Воркачева о том, что слово быдло является ключевым для обыденного политического сознания [Воркачев 2012]).*

#### **Суггестивная (игровая, фатическая) функция**

В ряде наших более ранних публикаций [Напр.: Голев 2013] мы отмечали, что пуристическая идея в сетевой коммуникации вытесняется прагматической (весьма популярен, например, тезис о том, что замечания относительно грамотности в онлайн-общении неуместны, они отвлекают от сути обсуждаемых вопросов и т. п.). Напротив, креативное отношение к речи приветствуется (в том числе «плюсованием каментов»), и языковая игра (как элемент суггестии и манипуляции) представлена в народных дискуссиях о политике широко и многообразно.

*Кто такая Чирикова, пусть сидит себе и не чирикает!*

• *А Путин только и может — мочить в сортире и изображать из себя альфа-самца!*

• *Не мочить, а мочиться.*

*Специально зарегистрировался, чтобы здесь смердеть? Не многовато ли здесь смердюковых развелось?*

*ПУТИН — НИТУПой, ТИПУН, НИПУТё-вуй — короче ПИТУН. ..*

*Это не чудо выборы, а ЧУРО выборы.*

• *Наши политики могут считать себя посланцами народа, поскольку народ их действительно посылает.*

• *Даже и не посланцами, а ЗАСЛАНЦАМИ или, если развить тему- зас\*анцами*

#### **СЕМАНТИКА**

##### **Диктумная семантика слова**

На портале «Ньюсланд» легко находятся примеры актуализации семантико-стилистического плана слов, которые с трудом можно отделить от их лингвистического анализа (иногда вполне грамотного и тонкого).

*Дружище, ты бы как-то определился со словосочетанием "либерал-фашистская". Это очень странное словосочетание, какое-то неправильное, вроде как — чёрно-белое. С другой стороны, оно — всеобъемлющее, охватывает весь политический спектр от либеральных (libery-свобода), до диктаторских, фашистских, лишённых всякой свободы режимов.*

• *Не аферист, провокатор!*

• *ну, в данном случае это в общем-то одно и то же....*

*Не совсем, но будем считать почти равнозначными.*

*Ближе всего к сути скорее понятие "манипулятор"...*

*Для меня Ваше определение популизма ново. Буду знать, что кто-то понимает этот термин так.*

##### **Диктумная семантика высказывания**

*Всё же нужно отличать разные вещи. Ведь одно дело, когда Навальный говорил: "Что встали, как бараны. Вперёд !" (сразу укажу, что я не являюсь сторонником Навального, но разделяю его взгляды на Путина как на врага нашей Родины). Другое дело, когда В. В. Путин утверждает, будто Навальный призывал: "Бараны — вперёд !". Те, кто достаточно хорошо знает русский язык, поймёт, что эти утверждения выдернуты из контекста и являются ложью.*

##### **Модальная семантика**

Многие участники обнаруживают хорошее чувство модуса и реагируют на довольно тонкие его модуляции.

Меня, например, удивляет, что мы часто комментируем... воздух "Путин считает", "Медведев не считает", "Матвиенко видит", "Миронов не видит...", "Дума хочет", "Правительство намерено".

• Вы спрашиваете или восклицаете?) Вас не научили на летучках барабанного боя, различиям между знаком вопроса и восклицания?

• Если это вопрос ,то барабан у вас вместо головы)

Это даже не новости... Это "хотелки", за которыми часто ничего не стоит и ничего не происходит...

Квачков не сможет стать кандидатом в президенты, если бы смог — вопросов нет, но увы, если бы, да кабы — все это сослагательное наклонение

• И, заметьте, нигде не сказано "я сделаю", "я добьюсь", "я гарантирую", "я обещаю"! Только "должны", "необходимо", "предлагается" и тд.

• Он ничего и никому не обещает, поэтому ему и преъявить-то нечего! Скажет — я Вам ничего не обещал!

Для нас простых смертных слово "Кремль"- это что то сокращенное или памятник архитектуры.:)Для других кремль-это господин Сурков, Медведев или завхоз президентского полка. Таки Вы с кем ведете дело?

#### Аксиологическая семантика

Дорогая Ласточка, в русском языке слово "национализм" последнее время имело отрицательный оттенок (см. Ушаков 1937 г., БСЭ, Энциклопедический словарь 1954 г., Ожегов 1990 г.а.). Сейчас пытаются это исправить, говоря "национализм в хорошем смысле слова". Но лучше подобрать другое слово для понятия "гордость за свою нацию, любовь к ней", чтобы исключить возможность неправильного понимания.

#### СТИЛИСТИКА

Народ не представляет, что может быть иной путь преобразований в обществе, а слова "толерантность" и "либерал" трансформировались в ругательства "толерастия" и «ЛИБЕРАСТЫ».

Но вот \*господином\* Вы его зря назвали. Да и вообще — \*господа\* — у рабов. Я даже по службе не могу (язык не вертится) называть \*господин пахомов\* — я обычно: товарищ (это если с издевкой) или \*гражданин\* — а кто и что мне сделает, если я самовлюбленного жабиана не назову \*господином\*?:).

Наверное потому же почему украинцам не нравится название "хохол", а русским когда их называют "иванами". все эти назва-

ния унижают, помоему это понятно и Вам просто вые....есь, зачем?

Допустим, можно быть физическим уродом, можно духовным. Ожегов это поясняет. НО, пардон, ССЫКЛО в моральном плане как-то непривычно русскому уху. Поэтому Вы были неправы, употребив это слово.

#### РИТОРИКА

Ироническая инструкция: По чьей милости мы в поле сейчас. Крикливые, много говорящие, слово "народ" часто употребляющие. К месту и не к месту. Запомни, мой юный друг, есть несколько выражений, которые "цивилизованный человек" ни в коем случае не должен употреблять. Ну во первых для тебя запрещены слова "Россия, Российская Федерация, СССР, Советский Союз". Их обязательно следует заменять словами "рашка, сраная рашка, совок". Соответственно людей, проживающих на территории "рашки" (сраной рашки, совка) следует называть "совки", "рашкобыдло", "русское быдло". Запомни это накрепко

#### СЕМИОТИКА

В названии партии "ЯБЛОКО" ("ЯБЛУКО" на Украине), как СЛОВЕ Бога, для Покаяния, через Признание в Любви к Богу же.. "Я Бога Люблю Очень Как Отца!!!" - Начальные буквы ПРИЗНАНИЯ и Покаяния в Любви к Богу, и дают СЛОВО "ЯБЛОКО", - здесь, на этом месте написания, чтения появилось какое-то непонятное волнение и смятение чувств Души, - не могу, да и невозможно это описать,.. чуть ли не слезы на глазах тела и совести Души.

Слово Аминь, есть практически во всех языках народов мира : Аминь, Amen, Amin, Амин, От, Аит и тд. Слово слегка видоизменяется, но тем самым не меняет своего смыслового значения. Главное в его сути это звук... А звук пиндосовский какой то, не по-нашему короче говоря, и тон никак не был православный.

#### ЭТИМОЛОГИЯ (НАРОДНАЯ)

Слово КАЦАП — искаженное КАК ЦАП (цап в переводе с украинского -козел). Появилось после прихода на Украину (Малороссию ) дьячков с их козлиной бородкой, к которым большинство населения испытывало неприязнь, как к любым чиновникам. Позже так называли все представителей великорусского сословия.

Возможно кацапы это — КАЦ — АПЫ . Примерно как: стартап — Раскрутка фирмы — (аналоги в английском языке — start-up, spin, untwist) — процесс продвижения новой компании «с нуля» методами PR,

маркетинга и рекламы, которые быстро проявляют свою эффективность.

Когда то назованем "хохол" гордились. Это слово к украинцам не имело ни какого отношения. Так звали беглых крепостных, которые оседали за днепровскими порогами. Они брили голову и оставляли на макушке прядь волос, - хохолок по русски, по украински-осэлздець.

Мне больше нравится объяснение слова жид тем что на французском жид это воробей, есть даже французский писатель Андрэ Жид. Поэтому когда представишь эту маленькую но очень наглую и вороватую птичку, то сравнения напрашиваются... откуда это слово...

- Прочитайте по смыслу букв хотя бы слово БОГ. Этот смысл в него заложили славянские мыслители своего времени. Не верю, что люди так деградировали за пару тысяч лет.

- Уж извините, с моей точки зрения БУК-ВА смысла не имеет. Вполне произвольная закорючка, обозначающая звук. Пишите кодами ANSI -- там одни нули и единицы; меньше будет простора для неограниченного полета фантазии.

Водка это не русское изобретение. Водку завезли. Само слово водка означает водить, то есть пьяный народ можно было вести куда угодно

Слово "татары" у меня ассоциируется со словом "тараканы". А Слово "Татария" со словом "Таракания". А, вообще, Россия, она, потому Россия, что создали её великороссы, а не татары-тараканы.

Я о том, что вы украинское слово Украина рассусоливаете на своем московитском произношении. В украинском языке имеются термины: "Мий край", "Моя країна", "Моя Батьківщина". Поэтому — Край — это не околица, Країна — это не окраина. Окраєць — в укр. языке обозначает краешек хлеба.

#### ОРТОЛОГИЯ ПИСЬМЕННОЙ РЕЧИ

По частотности метаязыковые комментарии письменных текстов с точки зрения их грамотности многократно превосходят все другие, что подтверждает наш вывод об орфографоцентризме русского обыденного метаязыкового сознания [Голев 1999]. При этом, как и в эксперименте в названной статье, тексты комментариев касаются в основном культурно-знаковой функции правописания, орфографии и пунктуации, которым участники дискуссий охотно приписывают моральные и политические смыслы. "Меч" пишется без мягкого знака. И не "не кто", а "никто". Вот так вы любите Россию,

квасные патриоты. Читать невозможно — так издеваетесь над русским языком

Федя, тебе многое можно простить за ум и красноречие, но когда ты пишешь с ошибкой наше святое слово "просерает" — это непростительно.

"Куминактивности" -- это что за штука такая? Извините, но Вы несколько... неграмотны. Совет профессионала: купите Орфо. Это недорого, и там неплохая учебка. А то буквально все слова длиннее четырех букв пишете с ошибками.

Темой № 1, которая возникает при обсуждении самых разных тем и перерастает в жанр боковых дискуссий, несомненно является тема необходимости соблюдения норм на портале «Newsland». Ср.: А по сути статьи можете что-то сказать? Это ведь дурная манера — отсылать людей от статьи. Это флуд. Вы не находите? Совершенно очевидна поляризация участников политических дискуссий по вопросу, отмеченному нами ранее, — стоит ли соблюдать на портале нормы правописания, грамматические и стилистические нормы, стоит ли обращать внимание на неграмотность и т. п. Десять лет назад упрекающему в неграмотности дискусанту почти всегда позволяли встать в позицию «свысока»; для обвиненного обычной была позиция оправдывающегося (мы университетов не кончали), сейчас все более обычным является наступательный пафос антипуризма. Ограничимся одним примером такой дискуссии.

- Прежде чем с важным видом на всю Россию изображать борца за грамотность, научитесь писать слов "дебил", а то читатели еще что-нибудь про Вас подумают.....

- упрёки в грамотности в интернете — просто смешны и свидетельствуют о недолёкости ума упрекающего. Во-первых, можно пропустить букву; во-вторых, промахнуться — ткнуть не в нужную букву; в третьих, можно просто машинально набрать неправильную букву; в четвёртых — у Вас самого вместо слова "слово", указано слово — "слов". Я-то поймаю, что Вы ошиблись машинально, но если Вы позволяете себе кого-то упрекать в неграмотности, вместо того, чтобы по существу комментировать посты, Вас тоже можно тыкать носом в Вашу полуграмотность ТОЛЬКО на основании указанность описки.

- Господа не ругайтесь, ваша неграмотность — результат того, что в годы вашей молодости не было ещё ЕГЭ

- То ли ещё было бы, будь в ваши младые годы ЕГЭ.

• А в-пятых, надо сначала прочитать, что хочешь опубликовать, а потом "тыкать" на кнопку. А то можно предположить о "недОлёкости" ума. ПоГимаете?

• Для этого слова, как и для гАвна, пЕдара и др. их аналогов правила не обязательны.

### 3. МЕТАЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОБЫДЕННОЙ ЛИНГВОПОЛИТОЛОГИИ

«Гиперметаязыковые» дискуссии имеют направленность движения от языка к политической лингвистике и далее к политике. Объектом обсуждения в них становятся собственно языковые проблемы, которые нередко невозможно оторвать от проблем политических, исторических, этнокультурных. Наиболее часто становятся предметом таких дискуссий ситуация с русским языком в республиках бывшего СССР и вопросы, связанные с происхождением русского языка. Нередко эти проблемы пересекаются и смыкаются. Так, например, всегда происходит, когда дискутируются вопросы о перспективах объединения России и Украины; в этих случаях дискуссия часто уходит в историю российско-украинской общности/различности, и апелляция к языковому фактору здесь звучит громко и постоянно. Интерес к истории народов и их языков велик, знатоков, псевдознатоков на народных политических порталах собирается немало. Для исследователей народной лингвистики такие дискуссии предоставляют обширный и интереснейший материал. В настоящее время активным исследователем наивной лингвистики является Д. Ю. Полинченко, проанализировавший творчество многих известных представителей любительского языкознания: М. Н. Задорнова, Ю. Д. Петухова, А. Н. Драгункина и др.

Вопросы лингвистики на народных порталах естественным образом перетекают в вопросы политики, промежуточным звеном такого перехода выступают суждения участников дискуссий о проблемах, имеющих социолингвистическое, юрислингвистическое, этнолингвистическое содержание.

*Ну не может быть такого языка, в котором В одну страну (один случай) и НА другую страну (другой случай). Я объясняю это только имперским происхождением этого термина.*

*Другое — это время появления русского языка более позднее чем украинского. Когда-то Украина занимала территорию от р. Сян и до р. Дон. И везде на одном языке разговаривали (балакалы) граждане этих территорий. Это не была страна в те времена.*

*Вот у Юли Тимошенко вообще непонятно, какой. Смесь западноукраинского с гуцульским, венгерским и польским... Литературный украинский язык — Ивана Франка, Леси Украинки, отчасти Тараса Шевченко... На каком говорит и пишет Кравчук — неизвестно. Мой Вам, извините, совет. — Не поддавайтесь на провокации ющенок с их америкосскими женами.*

*Вот — удивительное дело: у нас, что ни русофил — так непременно полуграмотный. Казалось бы, если родину любишь, так потрудись, выучи родной язык, ведь это — важнейший элемент национальной культуры!*

*А свят — это украденное у славян слово СВЕТ. Бойтесь света. Так что сдулась ваша лживая, трусливая и рабская системка, с..ду..ла..сь! Ура!*

*Кстати, ты никогда не задавал себе вопроса, почему все без исключения названия народов в самом русском языке отвечают на вопрос кто? (поляки, чехи, грузины, румыны и т.д) и только русские отвечают на вопрос -какие?или чьи?:-) в этом есть особый смысл- слово русские не существительное, а прилагательное, и прилагалось оно вероятно по смыслу к другому слову.*

Далее представим уровне-плановое структурирование языка уже не в онтологическом, как в предыдущем подразделе, а в гносеологическом аспекте, выделив отрасли научного лингвистического знания, в которых актуализируется обыденное метаязыковое и обыденное политическое сознание.

#### СОЦИОЛИНГВИСТИКА

*Раньше, при Сталине(отец рассказывал) за слово жид,кацап,хохол,чурка можно было схлопотать червонец,потому,что ГОСУДАРСТВЕННОСТЬ державы была выше всего...*

*Что касается свободы слова, то здесь, вообще, дремучий лес. В стране,где 80% предпочитают русский язык, этот язык негосударственный, что влечет за собой, отказ в обучении на русском языке, запрет иностранных(нерусских) фильмов с переводом на русский язык, обязательная адаптация телевизионных российских каналов, даже в кабельных сетях. Этих примеров дискриминации в языковой сфере на Украине достаточно? Если нет я продолжу*

#### ЛИНГВОПЕРСОНОЛОГИЯ

*Вообще есть другое слово, созвучное Вашему предложению — провокатор. Перерос свою ипостась и теперь провоцирует народ на самоуничтожение в войне за кремль. А что и кто там будет после бун-*

та — ни народу ни ему самому не ведомо **Пытающаяся манипулировать личностью**. Как видим, автор создает пассаж в духе типологии языковых личностей.

#### ЛИНГВОЭКОЛОГИЯ

Так что, господа комментаторы, следите за своей речью. Слово «формирует» нашу среду обитания. Как говорим так и живём. Обязательно было употреблять непонятное никому слово "Хейтерство" со сноской — и в конце объяснять его значение? Русский язык богаче. И словосочетание "тотальной дикой **НЕНАВИСТИ**" звучит понятнее, и убедительнее, нежели "тотального дикого хейтерства". Пусть даже и со звездочкой.

В настоящем русском языке, который жиды изгадили донельзя, вообще знаков препинания не было. Не спотыкалась Русская мысль, ибо задней думки, как у вас, не было.

А насчёт смирения языка — что-то из области богоборчества и гордыни. Смирятся человек (что правильно, по Православию), смиряется племя, народ, — под ударами захватчиков, **ЯЗЫК** к этим лексико-грамматико-семантическим группам **НЕ ОТНОСИТСЯ**. За сим жду Вашего ответа.

Патриот, ответьте, а почему *Lada Granta* и всякая прочая иностранщина? Названия должны быть исконно русскими, патриотичными, не зря же говорят — как вы лодку назовёте, так она и поплывёт.

1. Праймериз 2. Аккаунт 3. Модернизация 4. Инновации 5. Нанотехнологии 6. Драйв 7. Бренд 8. Тренд 9. Айфон 10. Твиттер 11. Контент 12. Ипотека 13. "Хедлайн" 14. Далее можно продолжить... И это президент России?! Это уже пример не просто теоретизирования или морализирования (как в предыдущем примере), но лингвистического мини-исследования политических речей президента Д. Медведева.

Почитайте блоги, почитайте тех, кто призывает к митингам, а это есть штатные и заштатные единицы блогеров, и вы поймете, что значит испытать отвращение. Отвращение из за сознания прикосновения к явлению деградации. Как личности, так и просто языковой. Ощущение, что блогеры, взявшие на себя роль совести нации-это бывшие троичники общеобразовательных школ, которые, оказываются еще и оркеструются из-за бугра, по их(НИМ) технологиям и на их(НИЕ)деньги. Подядочные люди писать всякие пошлости, подобные тем, что мы читаем в блогах, никогда не будит

#### ЮРИСЛИНГВИСТИКА

Кому понадобилось вписать это "подряд" в проект российской Конституции, с какой целью? Этим вопросом еще четыре года назад, когда впервые всплыла тема третьего путинского срока, занимался специалист по конституционному праву Кирилл Коротеев. Он установил, что в 1993 году Конституционному совещанию были представлены два проекта Конституции — конституционной комиссии и президентский. Президентский проект содержал положение о "двух сроках подряд", а в проекте комиссии "подряд" не было.

Информация для Вас и больше половины поселка: Во всей Конституции нет слов «партия» или «партии», и всего одно слово с корнем «парт» в статье 13: «В Российской Федерации признаются политическое многообразие, многопартийность».

То, что произошло с Эстонией в 1940-м году не имеет ничего общего с тем, что понимает международное право под термином «оккупация». Если в бытовом обиходе смешение понятий «оккупация» и «принудительная инкорпорация» может быть как-то понятен, то некорректное использование юридических терминов главе государства непозволительно.

\* \* \*

Таким образом, народ «говорит» не только на «языке», но и на «метаязыке». Метаязыковое отношение к речи проявляется во всех типах дискурса, в том числе политическом и политологическом. Народ не только автоматически использует язык, но и думает о языке, рефлектирует по поводу его сущности и даже теоретизирует, как «настоящий лингвист». Важным объектом науки о языке является не только история и современное состояние профессиональной лингвистики, но лингвистика народная (наивная, обыденная, любительская). В статье представлено многообразие метаязыкового содержания в политическом дискурсе и проведено его первичное структурирование в смысловом и функциональном планах.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Воркачев С. Г. «Быдло» как ключевое слово Рунета // Политическая лингвистика. 2012. № 3 (41). С. 16—26.

2. Голев Н. Д. Обыденная лингвополитология: проблемы и перспективы // Современная политическая лингвистика : тез. Междунар. науч. конф. (Екатеринбург, 29.06 — 6.10.2011) / гл. ред. А. П. Чудинов ; ФГБОУ ВПО «Урал. гос. пед. ун-т». — Екатеринбург, 2011. С. 66—69.

3. *Голев Н. Д.* «Казнить нельзя помиловать»: мифология обыденного метаязыкового сознания и коммуникативная реальность современной русской пунктуации // V Междунар. науч. конф. «Современные проблемы славянской филологии: славянские языки в современном мире» = The 5th International Conference of Slavic Languages, Literatures and Cultures — Contemporary Slavic Languages. — Тайпэй, 2013. С. 107—118.

4. *Голев Н. Д.* Когнитивный аспект русской орфографии: орфографоцентризм как принцип обыденного метаязыкового сознания // Отражение русской языковой картины мира в лексике и грамматике : межвуз. сб. науч. трудов / под ред. Т. И. Стексовой. — Новосибирск, 1999. С. 97—107.

5. *Голев Н. Д., Шанина А. В.* Обыденный политический дискурс на сайтах Рунета с фашистским и антифашистским содержанием // Политическая лингвистика. 2013. № 2 (41). С. 178—186.

6. *Полиниченко Д. Ю.* Политические мифологемы фолк-лингвистики // Политическая лингвистика. 2010. № 4. С. 196—202.

7. *Полиниченко Д. Ю., Бурханова М. С.* Любительские лингвистические концепции в современной России (на примере творчества М. Н. Задорнова) // NB : филологические исследования. 2013. № 2. С. 67—81.

8. *Полиниченко Д. Ю.* Фольк-лингвистика как объект научного изучения // Обыденное метаязыковое сознание: онтологические и гносеологические аспекты / отв. ред. Н. Д. Голев. — Кемерово, Барнаул, 2009. Ч. 1. С. 67—87.

9. *Жельвис В. И.* Инвектива как «наука убеждать»: брань в арсенале политиков и философов // «Злая лая матерная...». — М. : Науч.-изд. центр «Ладомир», 2005. С. 288—305.

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

Л. И. Гришаева L. I. Grishayeva  
Воронеж, Россия Voronezh, Russia

**СПОСОБЫ ОБОЗНАЧЕНИЯ  
ЭЛЕМЕНТОВ ИНОКУЛЬТУРНОЙ  
ПОЛИТИЧЕСКОЙ РЕАЛЬНОСТИ  
В АКТУАЛЬНЫХ НЕМЕЦКИХ  
МЕДИАТЕКСТАХ**

**NOMINATION OF ELEMENTS  
OF FOREIGN POLITICAL REALITY  
IN GERMAN MEDIA TEXTS**

**Аннотация.** Анализируются обозначения соперников В. В. Путина на президентский пост и политической оппозиции в России на материале публикаций немецкой прессы 2012 г. Языковые средства, номинирующие противников В. В. Путина, распределяются по нескольким группам (стилистически нейтральные и окрашенные, обозначающие единичного и коллективного субъекта, прямой и косвенной идентификации, изображения с позиции наблюдателя и изнутри (цитация)). Подчеркивается особая роль стереотипов при восприятии инокультурной реальности.

**Abstract.** The article analyses the nominations of V. V. Putin's competitors to presidency and the political opposition in Russia on the material of the German media publications of 2012. Linguistically, the means of nomination of V. V. Putin's competitors are subdivided into several groups — stylistically neutral and stylistically marked, denoting singular and collective subject, of direct and indirect identification, description from inside (citation) and outside. The specific role of stereotypes in understanding the realities of a foreign culture is underlined.

**Ключевые слова:** медиатекст; политический дискурс; коммуникативная задача; коммуникативное условие; предвыборная кампания; номинация; культурный стереотип.

**Key words:** media text; political discourse; communicative aim; communicative condition; election campaign; nomination; cultural stereotype.

**Сведения об авторе:** Гришаева Людмила Ивановна, доктор филологических наук, профессор, кафедра немецкой филологии, факультет романско-германской филологии.

**About the author:** Grishayeva Liudmila Ivanovna, Doctor of Philology, Professor of the Chair of German Philology, Faculty of Romance and Germanic Philology.

**Место работы:** Воронежский государственный университет.

**Place of employment:** Voronezh State University.

**Контактная информация:** 394006, г. Воронеж, пл. Ленина, 10.  
e-mail: vladimir@4unet.ru.

Устойчивый и неугасающий на протяжении нескольких десятилетий интерес лингвистов к медиапространству самому по себе и к отдельным его проявлениям в разных условиях вполне понятен. Назовем лишь некоторые — очевидные — характеристики изучаемого феномена.

Эта среда чрезвычайно разнородна, что показывает высокую вариативность в использовании языковых средств в конкретной языковой культуре. В одном тексте, который фиксирует результаты взаимодействия коммуникантов в медиапространстве, представлены практически все стилистические возможности использования языка. В медиапространстве весьма оперативно фиксируются разнообразные языковые новации, что, несомненно, способствует изменению нормы в соответствующей языковой культуре. Поэтому ясно, почему именно язык медиатекстов принял от художественной литературы эстафетную палочку для выполнения весьма важной задачи — задавать образцы решения разных коммуникативных задач с помощью языковых средств. Тем самым

язык медиа легитимизирует многие тенденции использования языка, которые ранее по вполне понятным причинам не получили бы «права гражданства» в стилистическом разнообразии языкового употребления.

В современных исследованиях в области политического дискурса особое значение приобретает описание конкретных текстов, а также анализ единичных решений адресантом конкретной коммуникативной и когнитивной задачи.

Это обусловлено рядом обстоятельств.

Во-первых, обобщения в теории политического дискурса и теории текста достигли такого уровня, что соответствующие — общие и более или менее частные — положения оказываются справедливыми как для отдельных типов текстов и/или коммуникативных ситуаций, так и при объяснении особенностей функционирования разнообразных и разноуровневых языковых средств в известных коммуникативных условиях и/или способов концептуализации и категоризации сведений о политической действительности в изучаемых коммуникативных

ситуациях. По этой причине актуальным становится изучение (медиа)текстов, отобранных по четко сформулированным критериям, с целью выявления своего рода точек роста для дальнейшего развития теории политического дискурса.

Во-вторых, особый интерес для исследования диалектики общих и частных проявлений отдельных свойств политического дискурса, непосредственно и/или опосредованно отражающихся в семантической и синтаксической структуре (медиа)текста, представляет тщательный многоаспектный лингвистический анализ вербальных и невербальных средств решения коммуникативных и когнитивных задач определенного типа. Поэтому так важно установить применительно к конкретной языковой культуре потенциальный набор вербальных и/или невербальных средств решения конкретной коммуникативной и когнитивной задачи, вероятную вариативность этих средств в зависимости от того или иного когнитивного, коммуникативного, текстолингвистического и иного фактора.

В-третьих, сопоставление изофункциональных средств, задействованных в конкретной языковой культуре при решении коммуникантами определенной когнитивной и коммуникативной задачи, позволяет получить валидные, лингвистически верифицированные данные о взаимодействии личностной и коллективной идентичности носите-

лей языка и культуры в процессе их дискурсивной деятельности. Это связано с тем, что при реализации политического дискурса особая роль принадлежит коллективному субъекту и коллективной идентичности единичного субъекта, что неизбежно предопределяет апелляцию к сведениям, разделяемым всеми членами соответствующего социума, и выбор прежде всего конвенциональных средств решения когнитивных и коммуникативных задач с целью быть адекватно понятым партнерами по коммуникации. В то же время успешность и эффективность реализации интенции адресанта во многом зависит от нестандартного выбора вербального и/или невербального средства в тех или иных коммуникативных условиях.

В-четвертых, описанный подход позволяет определить, как взаимодействуют когнитивные, номинативные и дискурсивные стратегии, специализирующиеся на решении конкретных когнитивных и коммуникативных задач.

Изложенные соображения предопределили ход исследования, результаты которого представлены в данной статье. Материалом для исследования послужили 8 из 85 публикаций, извлеченных в процессе сплошной выборки 6 июля 2012 г. из издания «Spiegel online» за период с конца сентября 2011 по конец июня 2012 г., которые раскрывались по гиперссылке «Выборы президента России».

Дата	Заголовок, подзаголовок	Авторство	Тип текста
04.03.2012	Abstimmung über Putin. <b>Opposition zählt viele Verstöße bei Russland-Wahl</b>	ric/AP/dpa	Сообщение
04.03.2012	Besuch in Moskaus Gagarin-Viertel. <b>Putins Nachbarn mögen Putin nicht</b>	Bejamin Bidder	Сообщение
04.03.2012	Wahl in Russland. <b>Putin kehrt ins Präsidentenamt zurück</b>	heb/Reuters/dpa/AP/dapd/AF	Сообщение
04.03.2012	Rückkehr in den Kreml. <b>Die falsche Mehrheit</b>	Matthias Schepp	Комментарий
04.03.2012	Zum dritten Mal Präsident. <b>Wladimir Putin feiert seinen „sauberen Sieg“</b>	heb/dpa/AFP/dapd	Сообщение
04.03.2012	Reaktionen auf Putin-Wahl. <b>„Das ist keine Wahl, das ist eine Imitation“</b>	heb/dpa/dapd/AFP	Сообщение
04.03.2012	Putins Triumph. <b>Der Zar weint</b>	Benjamin Bidder	Сообщение
04.03.2012	Presseschau zur Putin-Wahl. <b>„Der Zar ist plötzlich nicht mehr unantastbar“</b>	heb/dpa	Сообщение

В отобранных для анализа в данной статье публикациях речь идет о ходе голосования и о первой реакции участников избирательной кампании, оппозиционеров, избирателей, а также российских и зарубежных наблюдателей на результаты голосования. Адресанты, судя по анализу изученных текстов, преследовали триединую цель: максимально полно информировать своего читателя, носителя немецкой культуры, оценить ход и результаты предвыборной кампании в России, выразить свое (личное) отношение к разным политическим силам в России, тем

самым охарактеризовать баланс последних и умонастроения россиян.

Из этих статей мы выписали средства обозначения соперников и противников В. В. Путина, тем самым собрав разные способы решения одной когнитивной и коммуникативной задачи. Сопоставление содержания реальных событий и сведений о соперниках по выборам и противниках В. В. Путина, а также о его шансах на победу, активированных разнообразными средствами обозначения, убедительно показывает, что читатель, даже если он ознакомился только

с публикациями за 4 марта 2012 г., получает дифференцированное знание об актуальной политической ситуации в России.

Так, уже в статье «Abstimmung über Putin. Opposition zählt viele Verstöße bei Russland-Wahl» говорится о слабости соперников В. В. Путина и об их числе (*schwache Gegenkandidaten — seine vier Gegenkandidaten*), о том, что у В. В. Путина имеется оппозиция и что в стране проводятся разные протестные акции (*Oppositionelle — die regierungskritische Zeitung „Nowaja gaseta“ — die unabhängige russische Wahlbeobachterorganisation Golos — Oppositionspartei Jabloko — sechs Punk-Musiker nach einer spektakulären Protestaktion — Massenproteste — Aktivisten-gruppen*). Эти же сведения подтверждает и статья «Besuch in Moskaus Gagarin-Viertel. Putins Nachbarn mögen Putin nicht», в которой говорится о негативном отношении соседей В. В. Путина к нему, причем для этого используется стилистически возвышенная лексика (*Hochburg seiner (= Путин) Gegner*), а также позитивно коннотированные лексические единицы (*diese Demos*).

В статье «Wahl in Russland. Putin kehrt ins Präsidentenamt zurück» соперники В. В. Путина получают дополнительные характеристики: *der Kommunist Gennagij Sjuganow — als zweitstärkster Kandidat — der Nationalist Schirinowskij — der Milliardär Michail Prochorow — der frühere Vorsitzende des Föderationsrates Sergej Mironow*, аттестующие их как слабых (*nur schwache Gegenkandidaten*), а также говорящих о наличии в России значительного числа несогласных с политикой правительства: *Massenkundgebungen, Kritiker*.

Статья «Rückkehr in den Kreml. Die falsche Mehrheit» информирует немецкого читателя о качестве участников протестного движения (*die junge Elite — gut ausgebildete Spezialisten*). При этом позитивно коннотированные средства сопоставляются с дословными цитатами с очевидно негативной оценкой, многократно использовавшимися в период предвыборной кампании (*Demonstranten als „Verräter“ und „Scheiße der Nation“*). На фоне нейтральных средств (*Anti-Putin-Demonstranten — Putin-Gegner*) стилистически приподнятое *Hochburgen des Anti-Putin-Protestes* особо выделяется. Если учесть, что описанные языковые средства используются в таком типе текста, как «комментарий», в котором следовало бы в силу специфики комментирования ожидать значительное количество средств реализации разнообразных оценочных стратегий, отмеченные факты приобретают принципиальную значимость для семантической организации конкретного текста и членения информационного потока в целом.

Отношение — негативное — к официальным оценкам результатов выборов выражает уже комплекс «заголовков + подзаголовков»: «Zum dritten Mal Präsident. Wladimir Putin feiert seinen „sauberen Sieg“». Вместе с тем в самой статье, сообщающей о существовании оппозиции и массовых протестах против власти (*die Opposition — die jüngsten friedlichen Massenproteste — Massenkundgebungen — Kritiker*), говорится о слабости и фактической несостоятельности соперников В. В. Путина: *schwache Gegenkandidaten — der Kommunist Gennadij Sjuganow — als zweitstärkster Kandidat — der Nationalist Wladimir Schirinowskij — der Milliardär Michail Prochorow — der frühere Vorsitzende des Föderationsrates Sergej Mironow*.

Это же подтверждается и в статье «Reaktionen auf Putin-Wahl. „Das ist keine Wahl, das ist eine Imitation“»: *Opposition — Oppositionsführer Nemzow — der letzte Präsident der Sowjetunion — Oppositionsführer Boris Nemzow — der Zweitplatzierte bei den Präsidentenwahlen Gennadij Sjuganow von der Kommunistischen Partei — der Kandidat Michail Prochorow — die Opposition — Massenkundgebungen — unabhängige russische Beobachter*.

Особенно разнообразными являются обсуждаемые сведения в статье «Putins Triumph. Der Zar weint». С учетом авторства публикаций (см. выше) и повторяющихся в них способах представления оппозиции и соперников В. В. Путина можно определить наиболее значимые с точки зрения разных корреспондентов и наиболее интересные для немецких читателей темы: наличие в России активно действующей оппозиции властям (*die Opposition — die Opposition auf den Straßen von Moskau — Teilnehmer der Massendemonstrationen für faire Wahlen — der liberale Oppositionelle Ryschkow — zu den geplanten Anti-Putin-Demos — den enttäuschten Liberalen — der liberale Politiker Ryschkow — als Friedensangebot an das rebellische Bürgertum*), которая получает весьма нелестные характеристики из уст этой власти. Последние оформляются как цитаты, авторство которых, впрочем, вряд ли известно немецкому читателю (*vor „politischen Provokationen“ — als gekaufte Handlager des Westens — als „Dreck“ oder „fette Moskauer Kater“ — den eben noch als Staatsfeinde Verfemten*). Не слишком лестные характеристики получают и участники выборов, причем обозначения этих лиц указывают и на причину негативного к ним отношения: *Gennadij Sjuganow, der alternde Führer der Kommunisten — Milliardär Prochorow — Verlierer des Abends — zwei alte Bekannte der russischen Politik — der Nationalist Wladimir Wolfowitsch Schirinowski — Gennadij Sjuganow*,

*seit fast zwei Jahrzehnten Chef der Kommunisten — „Onkel Sju“ — Michail Prochorow ist das Trostpflaster— Prochorow, der mit dem Segen des Kremles agiert — der Oligarch.*

По сравнению с предыдущей статьей средства обозначения противников В. В. Путина менее разнообразны и более нейтральны в статье «Presseschau zur Putin-Wahl. „Der Zar ist plötzlich nicht mehr unantastbar“»: *die Opposition — mit echter Opposition — die Oppositionsbewegung — ihre Proteste — die Protestbewegung.*

Любопытно, что в анализируемых медиатекстах чрезвычайно активными являются следующие механизмы вербализации сведений: словообразовательные (*Oppositionsbewegung, Protestbewegung, Massendemonstrationen, Oppositionsführer, Anti-Putin-Demos, Anti-Putin-Protest, Putin-Gegner, der Zweitplazierte*), синтаксические (*mit echter Opposition, der alternde Führer, der liberale Politiker, der liberale Oppositionelle*), лексико-семантические (*Kritiker, der Nationalist, Staatsfeind, Gegenkandidaten*). Характерно, что негативные сведения вербализуются прежде всего синтаксически: аксиологически нейтральная единица, с помощью которой осуществляется прямая идентификация объектов действительности, сочетается с атрибутивным прилагательным/причастием: *das rebellische Bürgertum, die regierungskritische Zeitung, die enttäuschten Liberalen.*

Весьма интересно, что распространенным способом именованья соперников и противников В. В. Путина оказались словообразовательные новации типа *Anti-Putin-Protest, Putin-Gegner, Anti-Putin-Demos*. Это, по всей видимости, свидетельствует по крайней мере о двух явлениях. Во-первых, такие способы номинации говорят о том, что сведения о противниках В. В. Путина профилируются на фоне сведений о последнем. Во-вторых, без сведений о В. В. Путине и его политике сведения о его противниках и их политике могут так и остаться в сфере абсолютной неопределенности для реципиентов. Сказанное касается главным образом несистемных политиков и их акций; сведения о парламентской оппозиции, очевидно, по мнению адресантов анализируемых медиатекстов, уже более или менее дифференцированы для реципиентов.

Анализ совокупности средств обозначения соперников и противников В. В. Путина позволяет распределить эти языковые средства по ряду групп:

1) стилистически нейтральные и стилистически позитивно/негативно окрашенные. Первые абсолютно доминируют, несмотря на очевидное стремление авторов статей

создать оппозиционерам позитивный имидж и поддержать его. Это побуждает обратить особое внимание на основание для восприятия сообщаемых в текстах сведений как негативно характеризующих Россию и ее современных политиков — содержание негативных стереотипов о России, актуальных в немецкой культуре;

2) средства обозначения единичного субъекта и коллективного субъекта. Характерно, что при обозначении первых довольно часто используются стилистически окрашенные и негативно коннотированные средства, а при обозначении вторых встречаются и позитивно коннотированные, и стилистически возвышенные средства;

3) средства прямой идентификации разных (единичных и коллективных) политических субъектов и средства косвенной идентификации этих же субъектов. Такой способ именованья позволяет адресантам по-разному профилировать комплекс сведений об этих политиках, дифференцировать впечатления немецких читателей о России;

4) средства обозначения единичных и коллективных политических субъектов с позиции наблюдателя и изнутри, с позиции носителя русской культуры, что достигается дословными цитатами, авторство которых, по всей видимости, не известно немецкому читателю. Такой способ обозначения позволяет интерпретировать соответствующие действия адресанта как стремление четко отграничить собственное мнение и впечатление от сведений, которые корреспондент получает от самих активных участников описываемых процессов и от других носителей русской культуры.

Подводя итог анализу средств обозначения противников и соперников В. В. Путина, следует подчеркнуть один очень важный для изучения медиатекстов, сообщающих о событиях и явлениях инокультурной реальности, вывод. Публикации такого рода изначально имеют аксиологический фон, поскольку их когнитивным и семантическим стержнем является содержание культурно-специфических стереотипов. Особую роль при этом играют аксиологические стереотипы, прежде всего негативные. Именно стереотипы, с одной стороны, задают для реципиентов медиатекстов горизонт восприятия вообще и интерпретации содержащихся в них сведений в частности. С другой стороны, стереотипы сознания направляют восприятие инокультурной реальности адресантов будущих медиатекстов и, как следствие, — процессы концептуализации и категоризации сведений об инокультурной реальности.

*Статью рекомендует к публикации д-р филол. наук, проф. В. В. Химик*

**ПОЛИТИЧЕСКИЙ РЕБРЕНДИНГ  
ОТ ПРОТИВНИКА**

**КАК КОММУНИКАТИВНАЯ СТРАТЕГИЯ**

**Аннотация.** Рассматривается одна из эффективных речевых стратегий, задействованных в политической коммуникации. Цель данной стратегии состоит в таком переименовании имени противника, при котором новое название в краткой форме выражало бы основные претензии оппонента и адресной аудитории. Это осуществляется за счет трансформации бренда как символично-образного комплекса. Политический «ребрендинг от противника» способствует сращиванию бренда партии и тех обвинений, которые ей предъявляются оппонентом и становятся неотделимыми от ее образа, имени, бренда. В результате возникает новый бренд, который в качестве знака характеризуется как номинативным, так и безусловным интерпретирующим потенциалом. Именно эта новая, чаще всего обвинительная интерпретация созданного оппонентом бренда и есть стратегическая цель противника.

**Ключевые слова:** ребрендинг; знак; номинация; интерпретирующий потенциал; речевая стратегия; политическая коммуникация.

**Сведения об авторе:** Иванова Светлана Викторовна, доктор филологических наук, профессор, ведущий кафедрой английской филологии и межкультурной коммуникации.

**Место работы:** Башкирский государственный университет.

**Контактная информация:** 450074, г. Уфа, ул. Коммунистическая, 19, к. 8.  
e-mail: svet\_victoria@mail.ru.

**POLITICAL ADVERSARY REBRANDING  
AS A COMMUNICATIVE STRATEGY**

**Abstract.** The article focuses on one of the speech strategies involved in political communication. The aim of this strategy consists in renaming the opponent in such a way that the new name in brief would express basic accusations on the part of the opponent and target community. This is done by way of transforming the brand name as a symbolic imagery complex. Political rebranding from the adversary contributes to combining the party brand and those accusations that are put forward by the opponent and become indelible from its image, name, and brand. Thus it gives rise to a new brand which as a sign carries the nominative as well as the interpretative potential. This new accusatory interpretation of the new brand produced by the opponent is his strategic aim.

**Key words:** rebranding; sign; nomination; interpretative potential; speech strategy; political communication.

**About the author:** Ivanova Svetlana Viktorovna, Doctor of Philology, Professor, Head of the Chair of English Philology and Intercultural Communication.

**Place of employment:** Bashkir State University.

То, что роль языковой составляющей политической коммуникации значительна, не вызывает сомнений, поскольку именно языковая сторона определяет само существо данного типа коммуникации. Язык — один из мощнейших каналов реализации политической коммуникации, это своего рода «холодное оружие», сила которого, как известно, может сравниться с оружием горячим, а порою и превзойти его. Борьба за политическую власть неизбежно предполагает ожесточенную борьбу за умы сторонников и постоянное приумножение их рядов. Современный успешный политик — это харизматичная личность, которая безукоризненно владеет словесным искусством, т. е. умеет эффективно использовать стратегический и тактический потенциал языка, всю богатую палитру языковых средств с тем, чтобы убедить аудиторию в своей правоте и привлечь

как можно больше тех, кто поддержит его политические амбиции и устремления.

Связь политической коммуникации и ее языковой реализации осуществляется в нескольких направлениях. Прежде всего, политика использует воздействующий потенциал языка, поскольку политический деятель должен привлечь на свою сторону людей, убедить их, а порою и незаметно для адресной аудитории перейти к манипулированию ее сознанием для преобразования «языковой картины политического мира в сознании адресата» [Чудинов 2007: 71]. Реализация воздействующего потенциала языка предполагает умелое владение его синтаксическими, лексическими и стилистическими ресурсами для решения коммуникативно-прагматических задач говорящего.

Данная статья посвящена получившей в последнее время широкое распростране-

Материалы Международной научной конференции «Политическая коммуникация» (24—26 сентября 2013 года, Екатеринбург).

ние стратегии изменения имени оппонента, реализующейся за счет осуществления замен в символично-образном комплексе, обозначающем бренд противника. В центре предлагаемого исследования находится один из основных аспектов актуализации языковых единиц — номинирование, или номинация, т. е. именование того или иного явления или объекта действительности при помощи языковой единицы. Однако речь в данном случае идет не просто о номинации как процессе и/или результате выбора лексических единиц в рамках осуществления политической деятельности (известные примеры типа *повстанцы/террористы, rebels/terrorists, революция/переворот, revolution/upheaval*) или о навешивании ярлыков, которое предполагает утрирование черт противника. Данное исследование касается совершенно определенной речевой стратегии в рамках политической борьбы, которую можно было бы назвать политическим ребрендингом или, более точно, **политическим ребрендингом от противника**. Суть данного явления заключается в выборе такого средства переименования, т. е. изменения принятого в политической сфере имени политического противника, которое направлено на его моральное уничтожение или резкое снижение его политического статуса за счет создания нового образно-символьного номинирующего комплекса на основе и со следами первоначального имени, что влечет за собой изменение знака оценки с положительного на отрицательный. В данной работе хотелось бы остановиться на лингвистических механизмах, которые лежат за политическим ребрендингом от противника, являющимся мощным орудием в политической борьбе.

Общеизвестно, что любая политическая сила, а наиболее важными силами на современной политической арене являются политические партии, тщательно выбирает себе имя, которое надолго, если не навсегда, становится ее брендом. Как известно, бренд в маркетинге понимается как имя, символ, знак, термин, дизайн, служащий идентификации и именованию продукта. В данном определении ключевым является понятие «знак». Представляется, что понимание бренда как знака позволяет наиболее полным образом отразить мотивацию, стоящую за стратегией политического ребрендинга от противника.

Необходимо напомнить, что, вслед за Ч. С. Пирсом, в семиотике традиционно выделяют три типа знаков: индексальные знаки (знаки-индексы), иконические знаки (знаки-образы) и символические знаки (знаки-

символы). Этим трем типам знаков соответствуют основные типы языковых значений: дейктические, номинативные, интерпретирующие [Васильев 2006: 167]. Вместе с тем лингвисты отмечают, что все три типа значений могут взаимодействовать и совмещаться в одном знаке. Знаки-образы подразделяются на знаки с номинативными и интерпретирующими значениями. И те и другие выполняют отражательную функцию. Символическая функция знаков-символов, по мнению проф. Л. М. Васильева, свойственна главным образом ассоциативным компонентам иконических значений (например, ассоциативным коннотациям в значениях цветоименований). Дейктические значения знаков-индексов тоже совмещены, как правило, со значениями иконических знаков. Примером этого служат местоимения, которые выполняют двоякую семиотическую функцию: функцию знаков-индексов (в речи) и функцию иконических знаков (в языке). Двоякую функцию выполняют и предлоги: в языке они обозначают, не называя, пространственные, временные, причинно-следственные, целевые и другие отношения между абстрактными величинами (предметами, свойствами, действиями, состояниями и т. д.), т. е. являются иконическими знаками, а в речи выполняют одновременно дейктическую и номинативную функции. В целом с точки зрения неконвенционального понимания дейксиса все репрезентанты знаковой системы естественного языка всегда выполняют номинативно-интерпретирующую функцию в языке и дейктическую функцию в речи [Иванова, Исхакова 2011: 175—176].

Представляется, что трехсторонним знаком зачастую является и имя политической партии, которая таким образом перерастает в бренд. Во-первых, это имя является знаком-индексом, так как служит указанию: употребляя именование *Liberal Party, Labour Party, Democratic Party, Republican Party, партия «Единая Россия», Либерально-демократическая партия России, Коммунистическая партия России, Партия зеленых, Партия пенсионеров* и т. п., адресант немедленно отсылает адресата к определенному объекту, а адресат столь же быстро понимает, о чем идет речь. Во-вторых, это имя во многих случаях является и иконическим знаком, поскольку создает и закрепляет образ, связанный с данной политической силой. Более того, в названиях многих партий этот образ сознательно и интенсивно эксплуатируется. Показательным примером политического бренда как знака-образа могут служить названия партий «Единство»,

«Единая Россия», «Справедливая Россия», «Наш дом — Россия» и т. п. В-третьих, это имя, или бренд, может выполнять и роль знака-символа. Так, по замыслу политтехнологов, уже само название «Единая Россия» призвано символизировать единство, объединение всех сил России. Соответственно «Справедливая Россия», *per definitionem*, символизирует справедливость. «Наш дом — Россия» эксплуатирует символ дома, которым, исходя из названия, должна являться Россия для всех живущих в ней.

В речи все эти названия выполняют дейктическую, указательную функцию. Вместе с тем очевидно, что в данных именовании, брендах, т. е. номинативно-образно-символьных комплексах, сильно представлен и интерпретирующий потенциал. Именно интерпретирующий потенциал и служит причиной того, что политические противники оказываются заинтересованными в переименовании признанного и устоявшегося политического бренда, для того чтобы наиболее эффективно развенчать или дискредитировать деятельность противника.

Политики говорят о том, что в настоящее время в политической борьбе имеет место ребрендинг как игра [См.: *Blaming the Tea Party?*], которую ведет противоборствующая сторона и благодаря которой становится возможным моральное уничтожение противника. Игровой компонент политического **ребрендинга от противника** как коммуникативной стратегии связан с тем, что в новом, данном противником бренде в краткой, подчас метафорической форме предъясняются серьезные обвинения к партии или иной политической силе — носителю бренда. В дальнейшем эти вновь созданные лапидарные, но емкие выражения закрепляются за счет многократной воспроизводимости в средствах массовой информации или в политических прениях и имеют все шансы вытеснить из общественного сознания изначальный бренд, который, тем не менее, продолжает официально существовать. Так, например, в борьбе Республиканской и Демократической партий в США в настоящее время Республиканская партия получает такие именовании, как *No Party*, *Rush Limbaugh Party*, *French Party*, *Tea Party*, что позволяет низвести ее до уровня вечно недовольной стороны, отличающейся негибкой позицией по всем вопросам. Переименование *No Party* связано со сложной ситуацией, связанной с отсутствием яркого лидера и четкой позиции у Республиканской партии, что снимает ее с политического пьедестала и лишает политического паритета с Демократической партией. В другом случае, дав

Республиканской партии имя неоднозначно принимаемого многими жителями США известного радиоведущего с довольно консервативной, если не сказать скандально-консервативной, позицией по всем болевым вопросам современной Америки (нелегальная эмиграция, противостояние белого и афроамериканского населения, вопросы веры, медицинского страхования), оппонент представляет Республиканскую партию в виде крикуна и демагога, каким часто позиционируется политическими противниками и сам Раш Лимбо. Ребрендинг в виде *French Party* и *Tea Party* указывает на несерьезный характер деятельности данной партии с переосмыслением самого слова *party*: в данном случае слову возвращено его первое значение «social event, often in a person's home/ to which people are invited in order to enjoy themselves, e.g. by eating, drinking, dancing, etc.» [OALD: 844]. Комментария заслуживают любопытные процессы, проявляющиеся в случае тройного переосмысления известного для Америки именовании *Tea Party*. Как известно, данное название закрепилось за знаменательным для истории Америки «Бостонским чаепитием» 1773 г. Это именование является метафорической номинацией акта сбрасывания груза с чаем с борта кораблей в Бостонской гавани горожанами, выступившими против печально известного положения «Sugar Act», а в конечном итоге ратовавшими за независимость североамериканских колоний. Совершенно очевидно, что *Boston Tea Party* является классическим примером метафоры, положенной в основу вторичной номинации. Данное название было успешно реанимировано после избрания на первый срок президента Б. Х. Обамы, когда в недрах Республиканской партии образовалось и набрало силу движение ее правого, консервативного крыла — *Tea Party Movement*. При политическом ребрендинге от противника произошло возвращение к первоначальному значению слова *party*: *Tea Party* стало знаком-образом и знаком-символом, интерпретирующий потенциал которого низвел Старую партию до уровня некоего несерьезного сборища людей, объединенных идеей совместного чаепития. Таким образом, очевидно, что цель такого **ребрендинга от противника** чисто политическая — она вписывается в рамки борьбы за умы новых сторонников и соответствует ожиданиям целевой аудитории. Нет сомнения в том, что данный тип ребрендинга является мощным инструментом в проведении политической борьбы.

Воздействующая сила политического ребрендинга от противника обусловлена не-

сколькими факторами лингвистического порядка. Прежде всего, в основе данного явления находится процесс и результат изменения оценочного вектора имени — с положительного, который несет первоначальный бренд, на отрицательный, который заложен и должен закрепиться в результате ребрендинга. *Либерасты* вместо *либералов*, *дерьмократы* вместо *демократов*, *Е. Б. Н.* вместо *Борис Николаевич Ельцин* — это далеко не единичные примеры реализации данной стратегии, основанной на кардинальном изменении оценочного вектора. При этом новый бренд приобретает характер инвективы, так как не просто выражает отрицательную оценку, но и характеризуется большой экспрессивностью в результате вербализации оскорбления: в переименованном бренде *Партия жуликов и воров* не просто выражена отрицательная оценочность — в данном случае усиление крайне негативной оценки производится посредством двойного означивания соответствующего концепта за счет использования фигурирующих в новом бренде лексем, принадлежащих одному понятийному полю. Представляется, что изменение знака оценки — важнейший процесс, составляющий суть политического ребрендинга от противника. Однако это не единственный языковой механизм, лежащий в основе лингвистического переоформления имеющегося политического бренда.

Следующим важным обязательным условием успешности реализации стратегии ребрендинга от противника является сохранение следов вербального оформления первоначального бренда. Немаловажной задачей при ребрендинге от противника является создание такого нового имени, которое бы мгновенно напоминало адресату об имени-оригинале. Для того чтобы указанная стратегия сработала, первоначальное (оригинальное) имя должно быть узнаваемо в новом языковом обличье. По сути первоначальное имя выступает в данном случае прецедентом, и этот прецедент должен легко считываться в новом бренде. Если след оригинального бренда будет неощутим, то может не сработать и сама стратегия политического ребрендинга, так как нетранспарентное новое имя заставит адресата сомневаться в том, о чем идет речь. Быстрота узнавания адресатом объекта дискредитации является гарантией успешности решения тех задач, которые поставил себе предлагающий идею ребрендинга политический игрок. Таким образом, новое имя должно совершенно прозрачно и недвусмысленно указывать на ту политическую силу, которую необходимо уничтожить морально за счет

вновь созданного бренда. *Пехтинг* как обозначение явления отказа от думского мандата члена фракции правящей партии в результате обнаруженной политическими противниками незадекларированной собственности сразу же напоминает о покинувшем Думу члене Единой России В. Пехтине и его квартире в Майами. *Диссертня* — это результат ребрендинга, который служит для обозначения недобросовестно выполненных диссертаций, часто защищенных политическими деятелями или приближенными к ним лицами. *Госдура* (являющееся, по признанию В. В. Познера, автора данного именованного, оговоркой) была мгновенно подхвачена журналистами и политиками, поскольку в этом вновь созданном от противника бренде нашли отражение все необходимые условия для успешности ребрендинга: краткость, изменение полюса оценки, наличие явного следа прецедентного имени, в результате чего инвектива кодируется практически в рамках оригинального языкового средства с его минимальным изменением. Данный новый бренд намного лучше и эффективнее, чем политический ярлык *бешеный принтер*, который также направлен на дискредитацию, но не так легко прочитывается, поскольку создан по совсем другой модели, нежели оригинальное название.

Представляется, что политический ребрендинг от противника далек как от стратегии навешивания ярлыков, так и от нейминга. Как известно, нейминг подразумевает создание имени компании, товара или услуги, в результате повышающее маркетинговую стоимость продукта: «Главная цель нейминга — разработка уникального названия, которое будет помогать продвижению продуктов компании на рынок» [Marketopedia]. Ребрендинг от противника преследует совершенно иную цель. Это цель политического свойства — если не уничтожить противника, то деморализовать его, переименовав его бренд за счет смещения оценочных маркеров таким образом, чтобы в краткой форме предъявить обвинение в виде инвективы. Брошенное в разгар войны с Ираком *Baghdad Broadcasting Corporation* как результат ребрендинга *British Broadcasting Corporation* — типичный образец соблюдения всех правил политического ребрендинга от противника: обвинение вплоть до инвективы (поддержка чужих, а не своих), соответствующая кардинальная смена знака оценочности, трансформация первоначального имени при наличии вербально выраженных следов прецедентного имени.

Кроме того, важным внешним обстоятельством является то, что вектор политиче-

ского ребрендинга от противника соответствует ожиданиям адресной аудитории. Более того, он в определенной степени должен предвосхитить политические ожидания адресной аудитории. Его прагматическая направленность состоит в удовлетворении антиципации той части электората, которая поддерживает производящую ребрендинг политическую силу. Прижившееся в США ироничное *ObamaCare* отражает неприятие средним классом продвигаемой президентом Б. Обамой реформы здравоохранения. Имеющееся недовольство определенной части населения проводимой социальной политикой было спрогнозировано политическими противниками реформы, которые смогли в краткой, хотя и не агрессивной форме предложить для нее такое новое название, которое за счет некоторой трансформации имени привело к кардинальному изменению оценочного вектора (ср. оригинальное название системы здравоохранения — *Medicare*).

Безусловно, примеры использования политического **ребрендинга от противника** можно наблюдать в практике политической коммуникации любой страны. Так, в России партия «Единая Россия» получила не одно хлесткое именование, которое содержит в себе обвинения в неправомерной, неправомерной и даже преступной деятельности членов этой партии думского большинства. Оппозиция, именуемая «несистемной» или «внесистемной», тоже подверглась ребрендингу от противника, так как внесистемность стала трактоваться не только и далеко не столько как незарегистрированность партий и движений, а как бессистемность политических взглядов, подходов и платформ. Весьма показательны в этом отношении рассуждения блогера В. Морозова: «Внесистемная оппозиция в России сейчас оказалась в состоянии растерянности, неопределенности, без лидеров, которые могли бы проанализировать ошибки и предложить четкую программу дальнейших действий. Оппозиция меняется так, как ее меняют обстоятельства, и, таким образом, дает шанс Кремлю подготовиться ко второй волне протеста. Она отдала Кремлю инициативу и дала возможность диктовать условия, в которых оппозиции придется существовать и развиваться» [Морозов 2013].

Наблюдения над практикой политической коммуникации показывают, что ребрен-

динг производится противником в рамках суперстратегии дискредитации с тем, чтобы озвучить обвинения к деятельности «чужой» политической силы, но делается это при помощи краткого именованья, которое, помимо всего прочего, производится посредством ярких образов, метко и четко. Новый номинативно-образно-символьный комплекс, иначе бренд, является своеобразно выраженным обвинением, это обвинение имеет лозунговую форму: оно кратко, образно, символично и легко воспроизводимо. Подобного рода **политический ребрендинг от противника** способствует сращиванию бренда партии и тех обвинений, которые ей предъявляются оппонентом и становятся неотделимыми от ее образа, имени, бренда за счет реализации лингвистических механизмов трансформации первоначального имени с сохранением вербальных следов последнего, что сопровождается сменой позитивной оценки на негативную. В результате действия стратегии **политического ребрендинга от противника** возникает новый бренд, который как знак несет не только номинативный, но и сильнейший интерпретирующий потенциал. Вот именно эта новая, чаще всего обвинительная интерпретация созданного оппонентом бренда и есть стратегическая цель противника.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Васильев Л. М. Теоретические проблемы общей лингвистики, славистики, русистики : сборник избр. ст. — Уфа : РИО БашГУ, 2006.
2. Иванова С. В., Исхакова З. З. Эмотивный дейксис как неконвенциональный тип дейксиса // Вестн. Ленингр. гос. ун-та им. А. С. Пушкина : науч. журн. 2011. № 1, т. 7. Филология. С. 174—186.
3. Морозов В. Внесистемная оппозиция. РПР-ПАРНАС. 2013. 21 мая. URL: <http://www.snob.ru/profile/23916/blog/60761> (дата обращения: 24.08.2013).
4. Чудинов А. П. Политическая лингвистика : учеб. пособие. 2-е изд., испр. — М. : Флинта : Наука, 2007.
5. Blaming the Tea Party? URL: <http://video.foxnews.com/v/2625479239001/blaming-the-tea-party/> (дата обращения: 24.08.2013).
6. Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English = OALD / ed. Jonathan Crowther. — Oxford Univ. Pr., 1999.
7. Marketopedia : онлайн энциклопедия маркетинга. URL: <http://marketopedia.ru/> (дата обращения: 29.09.2013).

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

УДК 82-54  
ББК Ш100.621

ГСНТИ 16.21.27

Код ВАК 10.02.19

**Л. Г. Ким** L. G. Kim  
Кемерово, Россия Kemerovo, Russia  
**А. Мустайоки** A. Mustajoki  
**Ю. Пиетиляйнен** J. Pietiläinen  
Хельсинки, Финляндия Helsinki, Finland

**ВОСПРИЯТИЕ МОДЕРНИЗАЦИИ  
РУССКИМИ СТУДЕНТАМИ  
КАК РЕЗУЛЬТАТ ВЛИЯНИЯ  
ОБРАЗА АВТОРА НА ИНТЕРПРЕТАЦИЮ  
ПОЛИТИЧЕСКОГО ТЕКСТА**

**Аннотация.** На материале интерпретационного эксперимента раскрывается восприятие рядовыми носителями языка содержания политического текста о модернизации. Исследуются языковые и экстралингвистические факторы его смысловой множественности. Рассматривается влияние образа автора — В. В. Путина и Д. А. Медведева — на восприятие содержания политического текста. На основе анализа смысловых версий исходного текста, приписываемого этим политикам, моделируется образ политического лидера и его политические интенции в сознании рядового носителя языка.

**Ключевые слова:** интерпретация; смысл текста; исходный текст; вторичный текст; модернизация; образ автора; смысловая версия.

**Сведения об авторе:** Ким Лидия Густовна, доктор филологических наук, профессор кафедры русского языка.

**Место работы:** Кемеровский государственный университет.

**Контактная информация:** 650043, г. Кемерово, ул. Красная, 6, корп. 6, к. 212.  
e-mail: kimli09@mail.ru.

**Сведения об авторе:** Мустайоки Арто, доктор философии, профессор русского языка и литературы.

**Место работы:** Хельсинкский университет, Отделение современных языков.

**Контактная информация:** Department of Modern Languages, P. O.Box 24, FI-00014 University of Helsinki, Finland.

e-mail: arto.mustajoki@helsinki.fi.

**Сведения об авторе:** Пиетиляйнен Юкка, доктор общественных наук, старший научный сотрудник.

**Место работы:** Хельсинкский университет, Александровский институт.

**Контактная информация:** Aleksanteri Institute, P. O.Box 42, FI-00014 University of Helsinki, Finland.  
e-mail: jukka.pietilainen@helsinki.fi.

**PERCEPTION OF MODERNIZATION  
BY RUSSIAN STUDENTS AS A RESULT  
OF THE INFLUENCE OF THE AUTHOR'S  
IMAGE ON THE INTERPRETATION  
OF POLITICAL TEXT**

**Abstract.** The paper, based on the results of an interpretational experiment, studies Russian students' perceptions of the content of a political text on modernisation. Linguistic and extralinguistic factors of the complex semantics of the text are taken into account. A further consideration is how the identity of the author, Vladimir Putin or Dmitry Medvedev, influences the interpretation of the text. On the basis of different variants of interpretation, it is possible to draw conclusions about how an ordinary citizen construes the image and the intentions of a political leader.

**Key words:** interpretation; text semantics; primary text; secondary text; modernisation; author's image; variant of interpretation.

**About the author:** Kim Lidiya Gustovna, Doctor of Philology, Professor of the Chair of the Russian Language.

**Place of employment:** Kemerovo State University.

**About the author:** Mustajoki Arto, Doctor of Philosophy, Professor of Russian language and literature.

**Place of employment:** Helsinki University, Department of Modern Languages.

**About the author:** Jukka Pietiläinen, Doctor of Social Sciences, Senior Researcher.

**Place of employment:** Helsinki University, Aleksanteri Institute.

**МОДЕРНИЗАЦИЯ КАК НАУЧНОЕ ПОНЯТИЕ И ЯВЛЕНИЕ РОССИЙСКОГО ОБЩЕСТВА.** Модернизация стала предметом научного интереса западной социологии в 1950-х и 1960-х гг. В целом модернизация понимается как переход от традиционного, аграрного общест-

ва к более развитому, современному. На более детальном уровне этот термин, как и многие другие термины социальных и гуманитарных наук, не имеет единой интерпретации. Ученые подчеркивают разные стороны этого процесса. Основными характеристика-

Материалы Международной научной конференции «Политическая коммуникация» (24—26 сентября 2013 года, Екатеринбург).

Данное исследование выполнено в рамках проекта Finnish Centre of Excellence in Russian Studies «Choices of Russian Modernisation», профинансированного Академией Финляндии.

© Ким Л. Г., Мустайоки А., Пиетиляйнен Ю., 2013

ми модернизации считаются, в частности, развитие науки и технологии, урбанизация, высокий уровень инфраструктуры (транспорта, информационных связей), эффективная система образования, свобода слова и мышления, демократический строй общества. Согласно строгому пониманию термина, процессы модернизации происходят одинаково в разных странах, при этом государства, в которых подобное развитие началось позднее, пытаются «догнать» передовые страны.

Начиная с 1970-х гг. теория модернизации стала объектом научной критики. Ее обвиняли, в частности, в излишнем западнцентризме и неверном представлении о едином пути модернизации. Распад советской системы придал новый импульс дебатам о модернизации как на Западе, так и в России [Запф 1998]. Одной из базовых идей этого дискурса было то, что Советский Союз являлся только частично модернизированным обществом. Модернизация и ее отсутствие стали одним из важнейших теоретических элементов объяснения общественного развития России в постсоветский период. Дискуссия вокруг российского типа модернизации велась в журналах «Мир России», «Вопросы философии», «Общественные науки и современность», а также в десятках книг, посвященных этой теме. Исследователи называют российский тип модернизации по-разному: запаздывающая [Ахиезер 1993], рецидивирующая [Наумова 1999], догоняющая [Коровицына 2000] или консервативная [Вышневецкий 1998]. У Б. П. Милецкого мы находим понятия «контрмодернизация» и «около-модернизация» [Милецкий 1997].

Согласно представлению многих ученых, модернизация в России имеет циклический характер: модернизация начинается, но потом заходит в тупик и затем начинается снова. Так, постсоветскую модернизацию можно считать одним из звеньев в таком цикле. В дискуссии подчеркивается не технологический аспект модернизации, а ее политические и социокультурные стороны. Основной пафос подобных рассуждений заключается в выборе самобытного пути модернизации, отличающегося от соответствующих западных процессов [Зарубина 1995]. Отношение к модернизации поляризовано: ее противники боятся утраты традиционной культуры, а сторонники считают, что, если Россия не будет модернизирована, ее ждет уход с исторической сцены [Кива 2011]. Согласно многим ученым, Россия имеет, несмотря на небольшие проблемы, и значительный потенциал для модернизации [Готово ли... 2010].

Лексема *модернизация* была заимствована русским языком из французского в зна-

чении «попытки обновления и их результат» [Демьянков 2010]. Важно отметить, что, как и многие другие отглагольные существительные русского языка, это слово характеризует как активные процессы, осуществляющиеся с определенной целью, так и происходящее без учета того, кто является его инициатором. В советское время это слово употреблялось в достаточно узком значении. Типичны были словосочетания *модернизация производства и оборудования*. В 1990-х гг. сфера употребления слова расширилась. Оно стало заменять во многих контекстах слова *улучшение* и *обновление*, например: *модернизация армии, образования, дорог, партии*. В ноябре 2009 г. «Единая Россия» высказала свою приверженность консервативной модернизации. Но модернизация в понимании экс-президента Д. А. Медведева, а также в общепринятом понимании, — это курс на изменение революционного характера [Кива 2011].

Д. А. Медведев поддерживал то, что можно назвать программой «модернизации с середины», основанной на развивающемся среднем классе, надежных правах собственности, независимости судов и свободной, но ответственной публичной сфере [Саква 2010]. Очевидно, что используемые в текстах выступлений В. В. Путина и Д. А. Медведева реформистские и консервативные понятия относятся ко всему комплексу аспектов модернизации России [Трегубов 2010: 71].

Простое сравнение высказываний двух политиков позволяет утверждать, что взгляды В. В. Путина и Д. А. Медведева на проблему политической модернизации страны в общем являются фактически на 100 процентов идентичными [Трегубов 2010]. Значимые отличия в рассмотрении В. В. Путиным и Д. А. Медведевым проблемы политической модернизации состоят прежде всего в уровне внимания к данной проблеме, а также в степени ее конкретизации: Д. А. Медведев уделяет названной проблеме значительно больше внимания, нежели В. В. Путин, при том что это внимание носит гораздо более абстрактный характер [Трегубов 2010].

Происходящие в современной России реформы являются предметом широкого обсуждения политиков, социологов, публицистов, писателей, а также рядовых граждан страны. Чтобы рассмотреть проблему модернизации с научной точки зрения, на наш взгляд, следует ответить на вопросы, отражающие разные уровни обсуждения и толкования данного явления: 1) что конкретно делают политики и руководство страны; 2) что происходит вследствие их решений и дейст-

вий (намеренные и ненамеренные последствия); 3) что об этом говорят и пишут политики, средства массовой информации, народ; 4) что думают об этом рядовые граждане страны. Далее в настоящей статье обсуждается последний из представленных вопросов: как рядовые граждане, в нашем случае студенты, понимают и воспринимают модернизацию в стране.

#### ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ РАКУРС РАБОТЫ.

Предлагаемая статья выполнена в русле нового лингвистического направления — обыденной лингвополитологии, разрабатываемой в ряду наук, изучающих наивное знание. Обыденная лингвополитология тесно связана с политической лингвистикой, которая исследует политическую коммуникацию, т. е. речевую деятельность, ориентированную на пропаганду тех или иных идей, эмоциональное воздействие на граждан страны и побуждение их к политическим действиям [Чудинов 2006]. Политическая лингвистика изучает речевую деятельность и языковое сознание профессиональных политиков, отчасти ставя прикладную задачу помочь им в осуществлении своих целей [См., напр.: Маслова 2008; Романова 2009; Седых 2012]. Обыденная лингвополитология направлена на изучение особенностей обыденного языкового сознания на материале обыденных политических текстов и фрагментов языковой системы. Н. Д. Голев, разрабатывающий это научное направление, называет предмет, материал, аспекты и методы обыденной лингвополитологии [Голев 2011]. Одним из аспектов является исследование лингвистическими методами интерпретации рядовыми носителями языка текстов на политические темы и толкования политических терминов с последующим выявлением отношения граждан к происходящим в обществе политическим процессам, что позволит осуществлять мониторинг общественного мнения и общественного политического сознания.

Задача настоящей статьи — исследовать, как понимается лексема *модернизация* рядовыми носителями русского языка, почему один и тот же текст о модернизации разными реципиентами понимается по-разному и как влияет образ автора политического текста и приписываемые ему адресатом политические интенции на результат интерпретации этого текста. Данное исследование выполнено в русле лингвистического интерпретационизма [Демьянков 1999; Ким 2013] и теории обыденного метаязыкового сознания [Голев 2009]. Лингвистический интерпретационизм как разновидность когнитивной лингвистики предполагает изучение меха-

низмов интерпретации текста и отдельных слов в сознании носителей языка, позволяющее выявить множественность толкований одного текста и вскрыть факторы, объясняющие этот феномен. Согласно этой теории, объектом восприятия адресатом является исходный, *интерпретируемый текст*, а результатом его ментально-речевой деятельности — вторичный, *интерпретирующий текст*. Интерпретируемый и интерпретирующий тексты находятся в отношениях формально-смыслового единства. Интерпретирующий текст в генетическом аспекте является вторичным, который обусловлен, порожден в формальном и смысловом отношении исходным текстом, а в функциональном аспекте интерпретирующий текст есть результат компрессии (сжатия) интерпретируемого текста. При этом компрессия носит субъективный и актуальный характер.

#### МЕТАЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ ЭКСПЕРИМЕНТ.

Одним из возможных методов исследования обыденного политического сознания в указанном нами направлении является метод металингвистического (интерпретационного) эксперимента. Это способ выявления и познания вариативного многообразия смысловой структуры текста, позволяющий эксплицитировать латентный процесс интерпретации смыслового содержания текста при его восприятии реципиентом и смысловые версии интерпретируемого текста, совокупность которых рассматривается как реализация его смыслового потенциала.

Использование экспериментального метода и полученные результаты позволяют решать задачи как общетеоретического, так и конкретно-исследовательского характера. К задачам общетеоретического характера мы относим выявление и описание закономерностей функционирования политического текста в сознании рядовых носителей языка и определение факторов, влияющих на вариативность интерпретации смыслового содержания политического текста. Задачи конкретно-исследовательского характера состоят в том, чтобы а) исследовать восприятие понятия модернизации носителями русского языка и их отношение к этому процессу, б) реконструировать образ автора текста и его политические интенции и установить, как образ автора текста о модернизации влияет на восприятие его содержания, в) на основе сопоставления смысловых версий текста, приписываемого В. В. Путину и Д. А. Медведеву, установить моделируемые адресатом образы этих политиков и их политические интенции, связанные с происходящими в стране процессами модернизации.

С помощью эксперимента мы предполагаем верифицировать 2 гипотезы: 1) политический текст, посвященный процессу модернизации в России, при его восприятии рядовыми носителями языка имеет множество различных толкований, отражающих реальное отсутствие конкретно-референтной отнесенности этой лексемы в сознании носителей языка и неоднозначное отношение к этим процессам в стране; 2) вариативность толкований политического текста обусловлена фактором образа автора и приписываемых ему политических интенций.

Материалом для эксперимента является следующая фраза: **Говорить о модернизации общества — это значит говорить о том, что нужно постричь больного, когда его нужно лечить**. Она является модификацией принадлежащего кинорежиссеру Андрею Кончаловскому оригинального высказывания: «И говорить о том, что возможна модернизация, это говорить о том, что нужно постричь больного, когда его нужно лечить», опубликованного в журнале «Огонек» (27.6.2011) в рамках дебатов о модернизации в России. Данная фраза примечательна тем, что оставляет возможности для толкований в широком смысловом диапазоне.

При проведении эксперимента испытуемым необходимо было ответить на следующий вопрос: *Как Вы понимаете смысл данной фразы? Свой ответ поясните*. Участниками эксперимента были студенты 1—5-х курсов экономического факультета и факультета филологии и журналистики Кемеровского государственного университета. Всего в эксперименте участвовали 240 человек.

Эксперимент проходил в 2 этапа. На **первом этапе** была поставлена цель выявить смысловые версии исходного текста и осуществить моделирование его интерпретационного поля, тем самым установить диктум и модус понятия модернизации для рядовых носителей русского языка.

При толковании предложенной фразы респонденты должны были исходить из семантики составляющих ее слов, предпочтительных стратегий интерпретации, а также своих пресуппозиций, исходных установок, содержащих представление о процессах модернизации в стране.

По результатам этого этапа эксперимента было получено 80 ответов, функционально представляющих собой интерпретирующие тексты. Анализ содержания ответов позволяет говорить, что ключевое слово в этой фразе — слово *модернизация* — понимается носителями языка по-разному, что и задает веер интерпретаций фразы в целом.

При толковании значения данной лексемы респонденты продемонстрировали ответы, которые можно шкалировать следующим образом: незнание значения слова — неуверенное знание — уверенное знание.

**Незнание** отражают следующие ответы: *Модернизация — слово непонятное для русского человека. Давайте говорить по-русски и называть все русскими словами; И что за слово — модернизация? Красивое слово для создания красивой оболочки; Модернизация общества — это словосочетание каждый понимает по-разному. Если честно, то я сам не понимаю этого понятия и не знаю, как это объяснить*.

В ответах подобного рода содержатся такие лексемы, как *не знаю, не понимаю, непонятное*, вопросительное местоимение *что*, вопросительные синтаксические конструкции.

**Неуверенное знание** демонстрируют разного рода субъективные суждения, предположения, различные версии толкования слова:

1) модернизация — ‘обновление’: *Модернизация — что-то вроде обновления общества; Модернизация общества — как известно это обновление каких-то скорее всего давно устоявшихся строев и порядков; Модернизация общества — значит какое-то обновление уже существующего общества;*

2) модернизация — ‘развитие, внедрение нового’: *Модернизация означает развитие, внедрение чего-то нового, как мне кажется;*

3) модернизация — ‘внедрение технологий’: *Я не совсем понимаю смысл слова „модернизация“. То ли это говорится о внедрении каких-то технологий, то ли в целом... Не знаю.*

Ответы, отражающие неуверенное знание, в предикатной части высказывания содержат различные модальные единицы: вводные слова с семантикой предположения (*скорее всего, как мне кажется*), неопределенные местоимения (*что-то, какой-то*), частицы (*вроде*) — или представляют собой синтаксическую конструкцию альтернативного, разделительного типа (*то ли... то ли...*).

**Уверенное знание**. Ответы большей части реципиентов содержат модус уверенности при толковании лексемы «модернизация»:

1) модернизация — ‘изменение’: *Модернизация общества — его изменение, преобразование в лучшую сторону;*

2) модернизация — ‘обновление’: *Под модернизацией общества понимается введение неких новшеств в „народ“. Модернизация связана с новыми реалиями, появ-*

ляющимися в стране; Модернизация — это процесс внедрения чего-то **нового**;

3) модернизация — ‘улучшение’: *Модернизация — это процесс **улучшения, движения к лучшему**; Модернизация общества — это **улучшение**. Добавление каких-то новых стереотипов, жизненных ценностей;*

4) модернизация — ‘усовершенствование’: *Модернизировать — значит **вводить усовершенствования**, делать что-либо отвечающим современным требованиям;*

5) модернизация — ‘развитие общества’: *Говорить о модернизации — это значит говорить о **развитии общества**;*

6) модернизация — ‘переход на новый уровень’: *Модернизация — это **переход на новый уровень**;*

7) модернизация — ‘усложнение структуры человеческой деятельности’: *Модернизация — это **усложнение структуры человеческой деятельности**, придание этой структуре большей диверсификации и объемности;*

8) модернизация — ‘мероприятия, носящие поверхностный характер, не меняющие общественных основ’: *Модернизация — **поверхностное, внешнее изменение**, улучшение при сохранении внутреннего несовершенства общества;*

9) модернизация — ‘мероприятия, носящие «косметический» характер’: *Модернизация общества есть некий **косметический ремонт** и не более.*

Как видим, носители языка демонстрируют достаточно уверенные знания семантики лексемы *модернизация*. Но «веер толкований», разнообразие предлагаемых значений слова свидетельствует о том, что в узусе, в речевом употреблении за данной лексемой не закрепилось определенное значение. Значит, имеется некое противоречие между достаточной распространенностью и частотностью употребления этого слова в современной социально-политической речи и неопределенностью, неясностью его значения в сознании носителей языка.

Конструкции, отражающие уверенные знания респондентов и характеризующиеся модусом уверенности, объективно несут достаточно неопределенный, абстрактный характер, не отражают знания реалии; в ответах, как правило, отсутствует денотативная соотнесенность лексемы. Ответы, в которых содержится семантизация слова *модернизация*, представляют собой отражение теоретических знаний респондентов, а не их практического опыта, связанного с наблюдением процессов модернизации в каких-либо областях социальной жизни. Этот факт позволяет говорить, что в сознании даже образованной части общества нет четкого пред-

ставления о проводимой в стране программе модернизации.

Заслуживающим интереса является также и то обстоятельство, что лексема *модернизация* как производное от переходного глагола *модернизировать* предполагает наличие объекта. В ответах наших респондентов нет однозначного указания на объекты модернизации. Так, в ряде ответов объект модернизации не называется или называется неопределенно, без указания референта: *Модернизация — процесс усовершенствования или введения **чего-то нового**; Модернизация — это процесс внедрения **чего-то нового***. Лишь в некоторых анкетах указываются объекты модернизации, отражающие практический опыт и конкретные знания реципиентов: *Говорить о модернизации — это значит говорить о развитии, например, **каких-то новых технологий в медицине**; В настоящее время полным ходом осуществляется модернизация **образования***.

**Смысловые версии исходного текста и его интерпретационное поле.** Рассмотрим смысловые версии интерпретируемого текста и охарактеризуем его интерпретационное поле как совокупность смысловых версий. Под *смысловой версией* мы понимаем ментально-речевую единицу, извлекаемую из интерпретируемого текста и моделируемую нами с целью выявить, актуализировать его смысловое содержание.

При интерпретации предлагаемой респондентам фразы были предложены различные ответы, которые позволили нам выявить следующие смысловые версии текста.

1. «Проводить модернизацию — значит заниматься внешним украшательством, предпринимать действия „косметического“ характера» (16 ответов, т. е. 20 %): *Модернизация — это лишь **поверхностный процесс**, так сказать „**косметический ремонт**“. На самом же деле обществу требуются **коренные изменения**, которые заключаются в **изменении всех недостатков при их зарождении**. Данный процесс **сравнивается в данной фразе с состоянием больного**. Как больному, которого нужно лечить, не поможет стрижка, так и **поверхностная модернизация не улучшит состояние общества**; **Делается „косметическая операция“**, тогда как **пораженные „органы“ остаются нетронутыми**; **Процесс модернизации общества — это лишь внешний процесс**, который лишь **визуально улучшает общественный порядок**.*

Ключевыми словами в этих ответах являются такие единицы, как *поверхностные изменения, внешние изменения, косметические меры, украшение, красота*.

2. «Проводить модернизацию — значит заниматься решением не главных, а второстепенных проблем» (10 ответов, или 12,5 %): *Подстричь больного, когда его нужно лечить — это значит сделать то, что не требуется в данный момент, оставив без внимания самое главное — прогрессирующую болезнь. Это можно отнести к модернизации общества, т. е. сделать не самую главную вещь в жизни общества, когда основы общества остаются без внимания; Модернизация общества далеко не первая в списке проблем, существующих в нем; Смысл высказывания в том, что решается вовсе не приоритетная задача.*

Ключевыми словами в подобных ответах являются такие единицы, как *не главный, не важный, не нужный, не первый, не приоритетный, второстепенный*.

3. «Проводить модернизацию — значит предпринимать неэффективные, бесполезные действия» (20 ответов, 25 %): *Чтобы лечить больного, его не обязательно стричь, а значит, это бессмысленно. Следовательно, в этой фразе „Модернизация общества“ тоже нечто бессмысленное, что не приведет к результатам; Нет смысла модернизировать общество, подобно тому, что нет никакой пользы больному от его прически; В модернизации нет и не может быть смысла, когда разрушен фундамент социума, его костяк.*

Ключевыми словами в подобных ответах являются такие единицы, как *бессмысленно, бессмыслица, нет смысла; бесполезный, нет пользы, не дать эффекта; пустое занятие*.

4. «Проводить модернизацию сейчас несвоевременно, так как общество не готово к изменениям» (16 ответов, 20 %): *В условиях современных реалий модернизация общества не принесет должных результатов. Нужно изначально подготовить его к этому, плавно подвести и только потом менять его; Нужно подготовить общество к модернизации. Не все люди, проживающие в нашей стране, готовы к глобальным изменениям, а некоторые и не хотят. Для этого нужно изменить менталитет нашего общества, их мировоззрение; Прежде чем говорить о модернизации общества, его нужно к этому подготовить.*

Ключевые слова в подобных анкетах: *сначала — потом, несвоевременно, подготовить, не готово*.

5. «Проводить модернизацию — значит избавляться от негативных явлений и процессов в обществе, от устаревшего» (8 ответов, 10 %): *Общество предстает в образе „больного“, которого нужно лечить. Обрезать*

*волосы — значит отказаться, избавиться от всего плохого, негативного. Следовательно, говоря о модернизации, нужно остричь все лишнее; Модернизация — своего рода обновление, что-то новое. Больному хорошо подойдет новая стрижка.*

Ключевые слова: *стрижка — избавление от устаревшего, обновление*.

6. «Нужно не говорить о модернизации, а проводить ее» (10 ответов, 12,5 %): *Говорить — это ничего не делать, так же как и подстричь больного, вместо того, чтобы его лечить; Разговор о модернизации общества равносителен пустому разговору. Я думаю, что и вправду не имеет смысла разговаривать о модернизации, имеет смысл модернизировать общество, а не просто разговаривать об этом. Разговор — бесполезная трата времени, как и с примером стрижки. Стрижка — бесполезная трата времени, когда нужно лечить.*

Ключевыми словами в подобных ответах являются такие единицы, как *говорить — делать*.

Анализ результатов эксперимента позволяет утверждать, что содержание исходного текста о модернизации рядовыми носителями языка воспринимается неоднозначно. Результатом толкования смысла данной фразы являются интерпретирующие тексты, которые отражают указанные выше смысловые версии как реализацию семантико-прагматических смыслов текста. Совокупность смысловых версий образует недискретное смысловое пространство — **интерпретационное поле текста**, которое имеет ядерно-периферийную организацию [Ким 2010].

Интерпретационное поле рассматриваемого текста имеет полицентрическую структуру, предполагающую наличие двух основных противопоставленных смысловых центров. Один из смысловых центров образуют следующие смысловые версии: 1) «Проводить модернизацию — значит заниматься внешним украшательством, предпринимать действия „косметического“ характера»; 2) «Проводить модернизацию — значит заниматься решением не главных, а второстепенных проблем»; 3) «Проводить модернизацию — значит предпринимать неэффективные, бесполезные действия».

Другой смысловой центр составляют данные смысловые версии: 4) «Проводить модернизацию сейчас несвоевременно, так как общество не готово к изменениям»; 5) «Проводить модернизацию — значит избавляться от негативных явлений и процессов в обществе, от устаревшего»; 6) «Нужно не говорить о модернизации, а проводить ее».

Выделение этих смысловых центров основано на противопоставленных пониманиях модернизации. В первом случае модернизация трактуется как мероприятия, носящие поверхностный характер, не решающие главных проблем общества, а следовательно, проведение модернизации неэффективно и бессмысленно. Во втором случае модернизация рассматривается как избавление от негативных процессов в обществе, при этом возможны два решения: а) общество еще не готово к модернизации, а потому проводить ее сейчас не нужно; б) необходимо не говорить о модернизации, а предпринимать реальные действия здесь и сейчас.

Анализ модально-прагматических смыслов ответов реципиентов, оценивающих развитие модернизации, также позволяет выделить два полюса:

- **негативный** (модернизация неэффективна, осуществляется неправильно, не нужна) — 1, 2 и 3 смысловые версии, составляющие 57,5 % ответов;

- **позитивный** (модернизация необходима) — 5 смысловая версия; отмечается, что необходимо не говорить о модернизации, а проводить ее (6 смысловая версия); в совокупности это составляет 22,5 % ответов.

Также выделяем **промежуточную, переходную** зону, характеризующуюся в целом позитивным отношением, но на данном этапе скептическим. К ней относится 4 смысловая версия (модернизация нужна, но не сейчас, так как общество еще не готово к модернизации). Эту зону образуют 20 % ответов.

Таким образом, на основе анализа восприятия смысловой организации политического текста можно утверждать, что рядовые носители русского языка неоднозначно понимают понятие модернизации. В обществе не сформировалось ясного представления об этом процессе. Можно выделить две основные противопоставленные смысловые зоны:

1) модернизация — это процесс, направленный на поверхностные области, не затрагивающий коренных основ общества, способный привести к поверхностным изменениям косметического характера, а потому модернизация неэффективна и, следовательно, бессмысленна;

2) модернизация — это обновление общества, коренное преобразование общества, избавление его от негативных процессов и явлений, причем нужно не говорить о модернизации, а проводить ее, но в данный момент общество не готово к коренным преобразованиям.

В целом, учитывая статистику ответов, следует говорить о преобладании скорее

пессимистического отношения к процессам модернизации, чем оптимистического.

**ВЛИЯНИЕ ОБРАЗА АВТОРА — В. В. ПУТИНА И Д. А. МЕДВЕДЕВА — НА РЕЗУЛЬТАТ ИНТЕРПРЕТАЦИИ ТЕКСТА.** На втором этапе эксперимента другой группе испытуемых были предложены эти же анкеты, но в одних из них фраза была подписана В. В. Путиным (80 анкет), а в других — Д. А. Медведевым (80 анкет). Другими словами, при проведении эксперимента константой является текст (фраза), переменными — авторы, которым она якобы принадлежит.

Эксперимент направлен на решение общетеоретической проблемы роли образа автора при интерпретации текста, а также конкретно-исследовательской задачи — определить, являются ли, с точки зрения адресатов, В. В. Путин и Д. А. Медведев одним типом политического деятеля, или это разные типы политиков в свете происходящих в стране процессов модернизации.

Вопрос о роли этих политиков в истории современной России, их политических интенциях, оценке их деятельности — один из самых обсуждаемых не только в политологии и истории, но и в других науках.

Интерес лингвистов к речи политических лидеров обусловлен в первую очередь тем, что дискурс политика является средством воздействия на потенциального избирателя, манипулирования его сознанием [Меркурьева, Костина 2012]. Языковое поведение крупных политиков идеологизировано: выбор языковых и речевых средств подчиняется основным программным направлениям партии, системе ее принципов, ценностных ориентиров, политических стратегий. Так, исследуя политические выступления В. В. Путина, А. П. Седых доказывает, что фразеологизмы в дискурсе политика являются репрезентантами идеологических установок лидера партии «Единая Россия», в качестве официальной идеологии которой декларируется «российский консерватизм» как идеология стабильности и развития [Седых 2012]. Вместе с тем дискурс каждого политического лидера, безусловно, отражает и его личные качества.

Политические портреты В. В. Путина и Д. А. Медведева исследуются на основе информации о них в прессе, их политических выступлений, а также на основе анализа результатов лингвистического эксперимента. Так, А. А. Алексеева, сопоставляя результаты ассоциативного эксперимента, словами-стимулами при проведении которых являются имена этих политиков, показывает, что в сознании носителей языка представления о Путине и Медведеве имеют как сходства,

так и различия. Путин воспринимается как сильный духом, волевой, решительный, жесткий, амбициозный и умный политик. Медведев вызывает достаточно противоречивые ассоциации: респонденты, с одной стороны, отмечают его нерешительность, безвольность, мягкость и пассивность, а с другой — решительность, активность, энергичность. Затем автор статьи делает вывод о том, что образы В. В. Путина и Д. А. Медведева в прессе и обыденном сознании носителей разных языков имеют очень много общего. Это объясняется тем, что обычные граждане нашей страны и других государств получают информацию о В. В. Путине и Д. А. Медведеве в основном из СМИ, в которых формируются и которыми в некотором роде навязываются определенные модели восприятия этих лиц [Алексеева 2012].

Если развивать эту тему, можно сказать, что содержание речи политика, ее воздействие на адресата во многом обусловлено фактором личности политического лидера. Сходные по содержанию политические программы, предвыборные обещания, произно-

симые разными политиками, в одном случае вызывают доверие электората, а в другом — скепсис.

Лингвистический аспект этой проблемы предлагается рассмотреть на материале результатов интерпретационного эксперимента. Эксперимент предполагает верификацию следующих гипотез: 1) образ автора и приписываемые ему адресатом политические интенции влияют на смысл текста; 2) В. В. Путин и Д. А. Медведев в сознании рядовых жителей России предстают политиками, имеющими как общие, так и отличительные политические интенции, связанные с процессами модернизации в стране.

Анализ содержания полученных анкет позволяет выявить смысловые версии исходных текстов, приписываемых этим политикам, и осуществить моделирование интерпретационных полей текстов, авторами которых являются эти два политических лидера.

**СМЫСЛОВЫЕ ВЕРСИИ ТЕКСТА.**

1) «Модернизация, как внешние, поверхностные, незначительные изменения общества, сейчас не нужна и неэффективна».

<b>В. В. Путин</b>	<b>Д. А. Медведев</b>
<p><i>Модернизация общества — это не то, что нужно предпринять в данной ситуации. Это делается для „отвода глаз“ и пользы не принесет;</i></p> <p><i>Если общество больно, то нет смысла изменять его внешний облик. Это не поможет. Модернизация — бесполезная трата времени, сил и денег.</i></p>	<p><i>Модернизация общества есть некий „косметический ремонт“ и не более. Внешне украсит. А настоящее общество нужно не модернизировать, а буквально „лечить“;</i></p> <p><i>Модернизация общества — это процесс, относящийся только к внешним проявлениям жизни этого общества. Модернизируя, мы создаем видимость благополучия в стране, в то время как обществу нужна не внешняя модернизация, а внутренняя.</i></p>

Ключевые слова: *замаскировать, „косметический ремонт“, поверхностный характер, внешнее украшение, внешний облик, внешнее благополучие, внешняя кос-*

*метика, видимость, отвлекающий маневр, делать для отвода глаз.*

2) «Модернизация решает второстепенные задачи, а не главные».

<b>В. В. Путин</b>	<b>Д. А. Медведев</b>
<p><i>Путин считает, что есть более серьезные проблемы, чем модернизация общества. И нужно сначала решить их;</i></p> <p><i>В наше время прежде чем что-то модернизировать, нужно справиться с другими проблемами, которые, возможно, более важные, чем модернизация;</i></p> <p><i>Модернизация общества — не главное, есть проблемы и поважней.</i></p>	<p><i>Прежде чем проводить модернизацию государства, для начала нужно выявить и решить проблемы главные. И только после того как глобальные проблемы будут решены, можно проводить модернизацию;</i></p> <p><i>Модернизация общества сейчас не совсем уместна, нужно решать другие проблемы в обществе;</i></p> <p><i>Нет смысла говорить о модернизации, пока не будут решены более важные и глобальные проблемы.</i></p>

Ключевые слова: *более серьезные, чем модернизация; более важные, чем модернизация; не первоначальная задача, другие проблемы.*

3) «Проведение модернизации несвоевременно, так как общество не готово к изменениям».

<b>В. В. Путин</b>	<b>Д. А. Медведев</b>
<p>Говоря о преобразовании общества, необходимо сначала его подготовить к этому процессу, т. е. модернизировать. Перед тем как проводить какие-то радикальные реформы, общество должно быть подготовленным;</p> <p>Прежде чем модернизировать общество, нужно сделать его здоровым, полноценным. Для обновления нужен базис, сформированный и развитый. Модернизировать же неполноценное, не развившееся, не сформировавшееся общество — все равно что стричь больного, которого нужно лечить;</p> <p>Нужно изменить мировосприятие общества, а свою модернизацию оно проведет само, когда будет к ней готово.</p>	<p>Модернизацию проводить еще рано. Нужно подготовить страну, „вылечить“ ее;</p> <p>Если общество не готово, то модернизация может принести вред;</p> <p>Модернизация является важной задачей, но ее проведение требует подготовленности к этому общества;</p> <p>Модернизация несвоевременна, как стрижка для больного человека. Следует сначала „вылечить“ общество, т. е. довести его до нормального, некризисного состояния. И только тогда начинать модернизацию — „стрижку“, доводить до совершенства;</p>

Ключевые слова: сначала — потом, прежде чем — тогда, пока — рано, не готово; несвоевременно, на данный момент, на сегодняшний день.

4) «Нужно не говорить о модернизации, а проводить ее».

<b>В. В. Путин</b>	<b>Д. А. Медведев</b>
<p>Бессмысленная трата усилий, делать вид вместо реальных дел и реальной помощи. Красиво говорить — главное умение русских дипломатов и гос. аппарата, вместо реальных дел и поступков;</p> <p>О модернизации общества не нужно говорить, а нужно принимать конкретные меры;</p> <p>Нужны реальные действия, а не красивая речь, чтобы эти изменения произошли;</p>	<p>Не нужно говорить, а нужно делать. Не заниматься голословным обсуждением вопросов, проектов, а решать конкретные задачи;</p> <p>Не нужно говорить о модернизации общества — общество нужно модернизировать, потому что слова — это пустой звук. Людям нужны действия;</p> <p>Не нужно говорить, нужно модернизировать. Если о модернизации только говорить и больше ничего не делать, то смысла не будет совсем. Заменить конкретные действия словами невозможно.</p>

Ключевые слова: говорить — действовать, слова — конкретные меры, красивая речь — реальные действия.

5) «Нужна не модернизация как улучшение, а коренные преобразования в стране».

<b>В. В. Путин</b>	<b>Д. А. Медведев</b>
<p>В. В. Путин в своем высказывании хотел показать на примере „подстричь больного“, что обществу важна не модернизация, а куда более серьезные изменения;</p> <p>Общество нуждается в полном реформировании, а не в частичных исправлениях;</p> <p>Общество нужно не просто „обновлять“, а менять в корне. Обратиться к истокам и найти корень проблемы.</p>	<p>России нужна не модернизация, а коренные изменения общественного и государственного строя. Модернизация страны в ее нынешнем состоянии приведет лишь к незначительным внешним изменениям, что не поможет прийти к тому статусу страны, к которому правительство стремится подойти;</p> <p>Общество нужно не модернизировать, а перестраивать.</p>

Ключевые слова: гораздо большее, глобальный, глубинные; серьезные изменения; изменения в корне; корень проблемы; искоренять проблемы; полное реформирование, радикальный выход.

Как показывают результаты эксперимента, составы смысловых версий текстов, приписываемых разным авторам — В. В. Путину

и Д. А. Медведеву — не отличаются друг от друга. Это объясняется двумя факторами: объективным (фактором текста) и субъективным (фактором «автора» текста).

Объективный фактор проявляется в том, что в процессе функционирования текста в пространстве адресата происходит реализация потенциальных смыслов текста, зада-

ваемых его лексико-грамматической организацией и в определенной степени не зависящих от «окружения», к которому мы относим в данном случае «автора» текста.

Субъективный фактор проявляется в том, что В. В. Путин и Д. А. Медведев являются представителями одной политической партии, составляя своего рода тандем, дуумвират, согласно оценке политологов и журналистов. Большая часть респондентов (35 % при толковании текста, подписанного В. В. Путиным, и 40 % при толковании текста, подписанного Д. А. Медведевым) предложили смысловую версию «Проведение модернизации несвоевременно, так как общество

не готово к изменениям». Такую политическую установку, пожалуй, можно охарактеризовать как «российский консерватизм», т. е. идеологию стабильности и развития, постоянного творческого обновления общества без застоев и революций.

При определенном сходстве структуры интерпретационных полей исходных текстов, принадлежащих В. В. Путину и Д. А. Медведеву, имеются и различия. Они касаются количественной характеристики смысловых версий. Ниже в таблице представлено количество ответов, реализующих смысловые версии текстов В. В. Путина и Д. А. Медведева.

Таблица. Соотнесение смысловых версий и предполагаемых авторов

Смысловая версия интерпретируемого текста	В. В. Путин	Д. А. Медведев
Модернизация, как внешние, поверхностные, незначительные изменения общества, сейчас не нужна и неэффективна	6 ответов; 7,5 %	14 ответов; 17,6 %
Модернизация решает второстепенные задачи, а не главные	22 ответа; 27,5 %	16 ответов; 20 %
Проведение модернизации несвоевременно, так как общество не готово к изменениям	28 ответов; 35 %	32 ответа; 40 %
Нужно не говорить о модернизации, а проводить ее	6 ответов; 7,5 %	11 ответов; 13,7 %
Нужна не модернизация как улучшение, а коренные преобразования в стране	18 ответов; 22,5 %	7 ответов; 8,7 %

Анализ статистических данных позволяет говорить, что, несмотря на одинаковый состав смысловых версий текстов, приписываемых разным политикам, структура интерпретационных полей текстов оказывается различной, а это значит, что в сознании рядовых представителей нашего общества, к которым мы относим студентов, В. В. Путин и Д. А. Медведев предстают как политики, имеющие разные интенции и разные программы действий.

Так, лишь 7,5 % респондентов считают, что В. В. Путин рассматривает модернизацию как мероприятия «косметического характера», при этом 17,6 % респондентов полагают, что отношение Д. А. Медведева к модернизации заключается именно в таком подходе. При этом респонденты видят в В. В. Путине политика, который убежден в необходимости не говорить о модернизации (7,5 % ответов), а немедленно проводить ее, причем модернизация должна включать в себя комплекс мероприятий, направленных на коренные изменения в обществе (22,5 %). Интерпретируя содержание этой же фразы, приписываемой Д. А. Медведеву, 13,7 % респондентов полагают, что этот политик убежден в необходимости

от слов переходить к делу. Но при этом лишь 8,7 % респондентов видят в Д. А. Медведеве политика, который намерен проводить коренные преобразования в стране.

Таким образом, сопоставление смысловых версий интерпретационных полей текстов, приписываемых В. В. Путину и Д. А. Медведеву, позволяет выявить как общие, так и отличительные характеристики этих лидеров, отражающие их политические интенции, связанные с происходящими в стране процессами модернизации.

Смысловые версии интерпретации текстов В. В. Путина и Д. А. Медведева отражают неоднозначное, противоречивое отношение этих политиков к понятию модернизации страны, характеру и срокам ее проведения, вопросу о подготовленности общества к этому процессу. При этом отсутствие политической воли у лидеров государства, как полагают респонденты, объясняется неготовностью общества к проведению преобразований в стране.

Количественные данные реализации смысловых версий текстов, приписываемых этим политикам, позволяют говорить и об отличии их пресуппозиций и политических интенций. Так, В. В. Путину приписывается

убеждение, что модернизация не решает главных задач, стоящих перед обществом, так как носит поверхностный характер, а следовательно, нужна не модернизация — необходимо проводить коренные преобразования страны. Д. А. Медведеву приписывается убеждение, что, с одной стороны, модернизация, как внешние, поверхностные, незначительные изменения общества, сейчас не нужна и неэффективна, а с другой — нужно не говорить о модернизации, а проводить ее.

Это позволяет представить образ В. В. Путина как более последовательного и логичного политика, в то время как образ Д. А. Медведева как политика представляется более противоречивым в отношении курса страны на модернизацию.

Сказанное позволяет говорить о том, что образ автора, которому приписывается политический текст, влияет на его интерпретацию.

**Выводы.** Происходящие в современной России процессы модернизации вызывают пристальный интерес и острые дискуссии политологов, социологов, общественных деятелей. В рамках специального научного исследования рассматривается проблема роли политических лидеров нашего государства — В. В. Путина и Д. А. Медведева — в процессах реформирования и модернизации в России. Отмечается как совпадение их взглядов на решение данных проблем, так и отличия, связанные с разной степенью внимания к ее обсуждению: большей — у Д. А. Медведева и меньшей — у В. В. Путина.

Политический текст, посвященный процессу модернизации в России, при его восприятии рядовыми носителями языка имеет множество различных толкований, отражающих реальное отсутствие конкретно-референтной отнесенности этой лексемы в сознании носителей языка и неоднозначное отношение к данным процессам в стране.

Вариативность толкований политического текста обусловлена фактором образа автора и приписываемых ему политических интенций.

Сопоставление смысловых версий интерпретационных полей текстов, приписываемых В. В. Путину и Д. А. Медведеву, позволяет выявить как общие, так и отличительные характеристики этих лидеров, отражающие их политические интенции, связанные с происходящими в стране процессами модернизации.

В. В. Путин воспринимается как политик, убежденный, что модернизация не решает главных задач, стоящих перед обществом,

и необходимо проводить коренные изменения в стране. Образ Д. А. Медведева как политика представляется более противоречивым в отношении курса страны на модернизацию.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. *Алексеева А. А.* Политические портреты В. В. Путина и Д. А. Медведева (на материале современной прессы и ассоциативного эксперимента) // Политическая лингвистика. 2012. № 3. С. 64—80.
2. *Ахиезер А. С.* Российская модернизация: проблемы и перспективы // Вопросы философии. 1993. № 7. С. 13—16.
3. *Вышиневский А.* Серп и рубль. Консервативная модернизация в СССР. — М.: ОГИ, 1998.
4. *Голев Н. Д.* Обыденная лингвополитология: проблемы и перспективы // Современная политическая лингвистика: тез. Междунар. науч. конф. — Екатеринбург, 2011. С. 66—69.
5. *Готово ли* российское общество к модернизации? / под ред. М. К. Горшкова, Р. Крумма, Н. Е. Тихоновой. — М.: Весь Мир, 2010.
6. *Демьянков В. З.* Интерпретация как инструмент и как объект лингвистики // Вопр. филологии. 1999. № 2. С. 5—13.
7. *Демьянков В. З.* Реставрация и модернизация: заметки по лингвистической политологии // Политическая лингвистика. 2010. № 2 (32). С. 32—34.
8. *Занф В.* Теория модернизации и различие путей общественного развития // Социологические исследования. 1998. № 8. С. 14—26.
9. *Кива А. В.* Россия: путь к катастрофе или модернизации? // Социологические исследования. 2010. № 11. С. 133—143.
10. *Кива А. В.* Многоликость российской модернизации // Общественные науки и современность. 2011. № 1. С. 42—51.
11. *Ким Л. Г.* Вариативно-интерпретационное функционирование текста. — М.: УРСС, 2013.
12. *Ким Л. Г.* Интерпретационное поле как реализация вариативно-интерпретационного потенциала текста (на материале лингвистического эксперимента) // Сибир. филолог. журн. 2010. № 1. С. 203—212.
13. *Коровицына Н. В.* Регион догоняющей «модернизации»: коммунистический и либерально-демократический опыт // Россия и современный мир. 2000. № 2. С. 39—53.
14. *Маслова В. А.* Политический дискурс: языковые игры или игры в слова? // Политическая лингвистика. 2008. № 1. С. 43—48.
15. *Меркурьева В. Б., Костина К. В.* Языковая репрезентация образа российских президентов в современном немецкоязычном медиадискурсе // Magister-Dixit: науч.-пед. журн. Восточной Сибири. 2012. № 2.
16. *Милецкий Б. П.* Российская модернизация: предпосылки и перспективы эволюции социального государства. — СПб.: Изд-во С.-Петерб. ун-та, 1997.

17. *Наумова Н. Ф.* Рецидивирующая модернизация в России: беда, вина или ресурс человечества? — М. : УРСС, 1999.

18. *Романова Т. В.* Коммуникативный имидж и речевой портрет современного политика // Политическая лингвистика. 2009. № 1. С. 109—117.

19. *Саква Р.* Дуалистичное государство в России: параконституционализм и парapolитика // Полис : (Политические исследования). 2010. № 1. С. 8—26.

20. *Седых А. П.* Идеологические элементы фразеологии политического руководителя (на материале дискурса В. В. Путина и А. Меркель) // Политическая лингвистика. 2012. № 2. С. 39—45.

21. *Трегубов Н. А.* Артикуляция представлений о политической модернизации в риторике В. В. Путина и Д. А. Медведева: попытка сравнительного контент-анализа // Вестн. Перм. ун-та. Сер.: Политология. 2010. № 3. С. 69—81.

22. *Чудинов А. П.* Политическая лингвистика : учеб. пособие. — М. : Флинта : Наука, 2012.

**Статью рекомендует к публикации д-р филол. наук, проф. Н. Д. Голев**

Т. И. Краснова Т. I. Krasnova

Санкт-Петербург, Россия St. Petersburg, Russia

**СОЦИОЛОГИЧЕСКАЯ ЛИНГВИСТИКА  
В ПОЛИТИЧЕСКОМ КОНТЕКСТЕ****(опыт эпистемологического обзора  
с концептом «Другой»)**

*Аннотация.* Обзор периодов развития социологической лингвистики времени тоталитарного и посттоталитарного политического устройства в России. Оппозиционные отношения в сфере научных концепций, преодоление последствий идеологического давления в словесной культуре.

*Ключевые слова:* научный дискурс; контекст; идеология; словесная культура; риторический аспект марксизма; оппозиция; политическая лингвистика.

*Сведения об авторе:* Краснова Татьяна Ивановна, кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры речевой коммуникации, высшая школа журналистики и прикладных коммуникаций.

*Место работы:* Санкт-Петербургский государственный университет.

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

**SOCIOLOGICAL LINGUISTICS  
IN A POLITICAL CONTEXT****(the experience  
of the epistemic review)**

*Abstract.* The article contains an overview of the sociological development of Linguistics in time periods of totalitarian and post totalitarian political regime in Russia. Oppositions in the sphere of scientific concepts, dealing with the consequences of ideological pressure in the verbal culture are described.

*Key words:* scientific discourse; context; ideological; verbal culture; political entity; the rhetorical aspect of Marxism; the opposition; political linguistics.

*About the author:* Krasnova Tatiana Ivanovna, Candidate of Philology, Associate Professor of the Chair of Verbal Communication, School of Journalism and Mass Communications.

*Place of employment:* St. Petersburg State University.

Эпистемология так или иначе входит в состав когнитивной науки (или же считается одной из когнитивных наук как таковых). Ее характеризует интерес к таким проблемам, как рост знания, его совершенствование в процессе движения вперед. Данная статья посвящена обзору периодов развития социологической лингвистики в России. В своем обзоре мы исходим из следующих положений.

- Между научными теориями могут быть как упорядоченные (или согласованные), так и конфликтные (оппозитивные) отношения.

- Научный дискурс, как и политический, при тоталитарном режиме проявляет признаки дискурса власти. Как и в политическом, в нем проступают элементы оппозиции, имеющие в условиях идеологического контроля определенную подоплеку. При советской власти это оппозиции *буржуазное/советское, традиционное/новое, диалогическое/монологическое, индивидуальное/общепризнанное, субъективное/объективное*.

- В это время можно говорить о сходстве научного и политического дискурсов по интенциям использования определенной формы — *категорического слова* — при воплощении замысла. Как и в политике, наблюдаемая позиция субъекта в научном дискурсе по сути рамочная («демиург» или «подданный»).

- В политико-идеологическом контексте при тоталитарном режиме приоритетная научная идея (идеологическая пресуппозиция) «парит» над мнениями и убеждениями. В гуманитарной науке она не терпит *Другого*, стремится соблюдать генеральное направление под диктатом властной установки.

Оппозитивные комплексы характеризуют человека, его отношения с окружающим миром (познание мира). Сама реальность предстает перед ним на основе разного вида противопоставлений. В частности, *понятие «концептуальной оппозиции» в аспекте противостояния различного* характеризует взаимодействие научных идей в сфере гуманитарного знания. Как известно [Краткий словарь когнитивных терминов 1997: 90], концепты сводят разнообразие явлений к чему-то единому, способствуют обработке и подведению информации под определенные категории. Разные объекты получают возможность рассматриваться как представители одного класса (категории). Такой категорией выступает в области философии и культуры концепт «Другой». Понятие *Другой* разрабатывалось прежде всего в феноменологии. Для Э. Гуссерля это проблема чисто познавательная. В социальном же плане претендующий на полноту своего бытия *Другой* служит источником конфликта,

проходящего через все возможные типы отошений между людьми [Новейший философский словарь 1998: 227].

Значительная часть исследователей считает: в науках гуманитарного цикла влиятельными факторами научных наблюдений всегда были не только психологические (характеризующие уровень активности познающего субъекта), но и идеологические — «заданность» наблюдений для получения определенного результата. Полностью отвлечься от этих факторов невозможно, и это обстоятельство создает проблему снятия с полученных исследователями результатов «субъективных напластований» [Там же: 452].

Тенденция к тотальности, т. е. к поглощению властью человеческой личности, была включена в систему тоталитаризма как претензия на всего человека — в его физической, психической и интеллектуальной сущностях [Ср.: Исаев 1992: 7]. Трансформируясь, словесная культура вносила в свое лоно навязанный ей *политико-идеологический конструкт*. Ниже мы рассмотрим это положение вместе с обзором этапов развития отечественной социологической лингвистики в идеологизированном контексте.

Развитие социологического направления лингвистики связано с XX в. в силу невиданной активности социальных процессов, движений и катаклизмов. Согласно В. М. Алпатову, изучавшему труды Е. Д. Поливанова и его предположения о причинах «поворота, выразившегося именно в искании путей социологической лингвистики», этот поворот произошел еще в 10—20-х гг. XX в., как раз в период войн. На Западе в это время работали такие крупные лингвисты, как Ф. де Соссюр, А. Мейе, Ш. Балли, Ж. Вандриес, К. Бюлер. **Социологический поворот** в лингвистике Е. Д. Поливанов считал общим свойством времени. Вместе с тем, если для европейской науки XX в. интерес к социальному аспекту изучения языка можно назвать по крайней мере характерным, то для русской науки внимание к этому аспекту — национальная традиция. В России в работах всех выдающихся лингвистов — Ф. И. Буслаева, И. И. Срезневского, А. А. Потебни, Н. И. Крушевского, И. А. Бодуэна де Куртене, А. А. Шахматова — всегда рассматривалась проблема «язык и общество» и для комментариев привлекались смежные с языкознанием науки [Десницкая 1981: 86]. Обостренный интерес к социальной дифференциации языковых явлений послужил основанием для организации Петербургской (Ленинградской) школы, созданной Бодуэном де Куртене. Ученый считал, что основанием языко-

ведения должна служить не только индивидуальная психология, но и социология.

Социологическое направление в языкознании охватывает разные школы, направления в России и за рубежом. Обзоры направлений и сборники работ по истории и теории социологической лингвистики стали регулярно издаваться в России в последней трети XX в., включая зарубежные работы и рецензии [Швейцер 1971; Десницкая 1981; Лысакова 1981, 2005; Язык и моделирование социального взаимодействия 1987; Язык в контексте общественного развития 1994; Звегинцев 1996; Сумерки лингвистики 2001; Романенко 2002; Рождественский 2003; Алпатов 2005; Салимовский 2005; Язык средств массовой информации 2008; Гулида, Вахтин 2010 и др.].

Вслед за историками лингвистики мы склонны рассматривать социологическое направление исследований очень широко: помимо известных работ 1920—1930-х гг. мы относим сюда последующие работы, связанные с изучением социальной дифференциации языка (стиля), в том числе посвященные проблемам ориентации говорящего на аудиторию и идеологического воздействия через язык. Поскольку центральной наукой в русле названного направления с 1960-х гг. стала так называемая социолингвистика, мы уделяем работам под ее началом особенное внимание. Кроме работ советских специалистов, мы используем материалы социолингвистического обзора в составе компендиума, посвященного русистике [Handbuch der sprachwissenschaftlichen... 1999; Живов, Земская, Крысин 2000].

Отметим также следующее. Современная западная социолингвистика (некоторые ее направления, связанные с изучением отражения в языке социальных процессов) концептуализируют *политику и язык*, неразрывные отношения между ними. Еще в 1990-х гг. на Западе вышли книги, в которых так или иначе используются новые идеи о связи языка с идеологией [См.: Алпатов 2005]. Термин «идеология» употребляется здесь с учетом того, что это *идеология политической власти*.

**ПОЛИТИКО-ИДЕОЛОГИЗИРОВАННЫЙ КОНТЕКСТ И СЛОВЕСНАЯ КУЛЬТУРА.** В нашу задачу входит подтверждение ряда функций идеологии и ее риторических контекстов в дискурсе лингвистики. Об *идеологическом подавлении* неугодных научных концепций в истории лингвистики социологического направления хорошо известно. Однако не меньшего внимания заслуживают две другие взаимосвязанные функции политической идеологии: **функция охранения** кон-

цепций, которые отвечали доктрине власти, и переплетающаяся с ней **вспомогательная функция** идеологии. Напомним, что слово «вспомогательный» имеет два значения: 1. Служащий для оказания помощи, поддержки. Ср.: *Вспомогательный капитал* (запасной) 2. Второстепенный, не главный, добавочный. Ср.: *Вспомогательные науки. Вспомогательное значение*. Далее мы стремимся показать, что оба этих значения актуальны для понимания ситуации, связанной с характером отношений политической идеологии и словесной культуры, в данном случае словесной культуры в ее научно-теоретической ипостаси.

Лингвоидеологический анализ тоталитарного дискурса представлен в известной работе Н. А. Купиной [Купина 1995]. Идеологические предписания проводились в тоталитарном дискурсе через мировоззренческие установки, облеченные в языковую форму идеологем. Ведущая семантическая сфера политики поддерживала процесс идеологизации через регулярные идеологические «добавки», и он внедрялся во все сферы общественного сознания, включая научную. Идеологизированный научный дискурс включал фрагменты такого *метадискурса*, который сигнализировал субъекту власти о нормативной позиции говорящего.

По А. П. Романенко, словесная культура — это, во-первых, *система нормативов*, по которым строится языковая жизнь общества, во-вторых, *общие принципы*, которые лежат в организации и языка, и речи, и языковой личности, и словесности, и филологических описаний — *всей языковой жизни общества*. Эти общие принципы с 1918 г. до так называемой перестройки, безусловно, зависели от авторитаризма и тоталитаризма культуры. Однако, как замечает автор, не исчерпывались этим обстоятельством [Романенко 2002: 118].

Больше всего нас интересовал революционный и пореволюционный периоды, когда создавались филологические работы А. М. Селищева, Е. Д. Поливанова, В. Н. Володинова и М. М. Бахтина, Р. О. Шор, Г. Г. Шпета и других ученых с непростой судьбой. Эти филологические сочинения должны были отвечать двум сторонам общественной практики — языковой и идеологической, — становиться близкими к достоверности историческими отражениями того и другого. В силу этого *дискурс о языке*, по выражению П. Серию, ставший «пунктом сплетения фундаментальных вопросов об отношениях между языком, историей и субъектом», является главным предметом нашего внимания. Влияние политической идеологии

на словесную культуру и теорию языка рассматриваются в русле философии языка и социологического направления лингвистики с привлечением данных эпистемологии и обзора тенденций в лингвистике последующего времени (включая начало 2000-х гг.).

**Подавляющая и вспомогательная роль идеологии в науке о языке.** Социальный и интеллектуальный контексты научного познания зависят от «времени» и «места» его возникновения и функционирования. Это особенно очевидно для России.

В годы революционного кризиса ведущей политической идеологией был марксизм (плехановского толка и «ленинского типа»). На первый план выдвинулось социологическое направление в познании человековедческих закономерностей и роли активного субъекта в историческом процессе. В дальнейшем с марксизмом связывают «технизм» и «операционализм», свойственные философии индустриализма, техногенному развитию философских идей.

В свое время Г. В. Плеханов обращал внимание на закон развития идеологических явлений по аналогии или в порядке противопоставления другому. Положению противопоставления в 1920-х гг. соответствуют два направления теоретической мысли в языкознании: *социологизм* (позднее под названием «вульгарный социологизм») и *абстрактный объективизм*, т. е. структурализм, восходящий к позитивизму в науке конца XIX в.

«Новой идеологии — новую науку» — так, в переложении П. Серию, представление о русской науке в эмиграции у евразийцев Н. С. Трубецкого, Р. О. Якобсона, П. Н. Савицкого [Серию 2001 : 274]. По их убеждению, идеология идет впереди, а наука следует за ней; науку подталкивают вперед не открытия новых фактов, а *новый взгляд* на старые факты. Заслуживает внимания (а нам принципиально близок) самый подход П. Серию к описанию им научных идей, родившихся в рамках Пражского лингвистического кружка. Этот *другой* подход автор называет «сравнительной эпистемологией». Ее жемчужную методологическую характеристику дает Н. А. Автономова во вступительной статье к авторизованному переводу книги Серию: «Как общая позиция» эта методология предполагает **«сопоставление различного, но сходного историко-научного материала, отказ от тезиса несоизмеримости»**. Как конкретная методика «она требует **тщательно-го перепрочтения текстов, затертых последующими интерпретациями**». «„Сравнительное“ здесь значит не имманентное, а открытое к иному познавательному опыту...» [Там же: 12].

Речь идет об интеллектуальных контекстах, или контекстах «предпосылочного знания», в качестве экстралингвистического фактора существования любой научной теории.

Если рассматривать эпистемическую ситуацию как модель процесса познания, то важнейшую роль среди экстралингвистических факторов познавательной деятельности играет комплекс субъект-объектных отношений. В нем все аспекты познавательной работы (онтологический, методологический и аксиологический) связаны с ценностной ориентацией познающего субъекта. В конкретном процессе вербального представления научного знания интеллектуально-духовная деятельность реализуется как деятельность оценочная [Рождественский 2003; Данилевская 2005]. Онтологический аспект имеет прямое отношение и к общественно-языковой практике, и к научной теории, которые взаимодействуют. Методологический аспект отражает стратегии в деятельности познающих субъектов. Аксиологический аспект присутствует везде. Оценочность лежит в основании эпистемической ситуации как связь с ценностными источниками смысла (т. е. в контексте с идеологическим преконструктом). Оценка сопровождается оценочными действиями исследователя, которые мы назвали бы **оппозитивно организованным выбором в модусе когнитивной реакции: принимаю/отвергаю; объективно/сомнительно, ложно; хорошо/плохо.**

Предполагается следующее.

1. В тоталитарном политико-идеологическом контексте ученые вольно или невольно становятся субъектами властной коммуникации. В гуманитарной сфере они имеют дело с идеологемами и фактами культуры, которые представляют собой либо *правило* либо *прецедент* (наименования взяты у Ю. В. Рождественского). Идеологемы не всегда прямо воспроизводятся в тексте, чаще они сосредоточены в пресуппозиции, но следы их присутствия ощущаются в рамках ведущей научной парадигмы.

2. Условный политико-идеологический субъект выполняет в научном дискурсе функцию насаждения и охранения (консервации) ведущей идеологической доктрины. Вместе с тем власть подчиняющей идеологии несет здесь не главную, а вспомогательную функцию. Нередко она вынуждена служить развитию научных идей, но их оформление носит зависимый от нее характер.

Ниже обозначены периоды воздействия политико-идеологического контекста, его доктрины и субъектов власти на дискурс о языке. По степени выраженности идеоло-

гического влияния на общество в целом традиционно выделяются 1918—1950-е гг. (интенсивно выраженная идеологизация) и 1960—1970-е гг. (консервация стержневой идеологии, «ленинских норм»). С последующими десятилетиями связывают признаки **деидеологизации** и рецидивов прежней идеологии. Положения, близкие к данной периодизации, находим здесь: [Handbuch der sprachwissenschaftlichen... 1999; Живов, Земская, Крысин 2000].

**1918—1950-е годы: НОВЫЙ ЯЗЫКОВОЙ СТАНДАРТ И РАБОТЫ ПО СОЦИАЛЬНО-ИДЕОЛОГИЧЕСКОМУ РАССЛОЕНИЮ ЯЗЫКА; РИТОРИЧЕСКИЙ АСПЕКТ МАРКСИЗМА В НАУЧНОМ ДИСКУРСЕ.** Начиная с 1920-х гг. в истории советской лингвистики преобладал марксистский подход. Хотя еще у античных истоков лингвистики намечаются два будущих пути языковой теории (материалистический и идеалистический), учение о формальных сторонах языка и художественной речи было вытеснено учением Н. Я. Марра о семантике, о первенстве идеологического содержания над формой. Исследователи отмечают: «Русское языкознание, столь плодотворное своими идеями и масштабными разработками (здесь можно назвать, например, развернувшиеся в 10-е — 20-е гг. XX в. планомерные диалектологические исследования на европейской территории России), оказавшись в 30-е — 40-е гг. зажатым в тиски тем, что мы сейчас называем „административными мерами“, и неся потери в своем кадровом потенциале, нередко трагические — вряд ли смогло бы переломить грубую силу внешнего воздействия» [Лаптева, Благова, Маковский, Строкова 2002: 48].

В 2001 г. вышел беспрецедентный сборник работ под названием «Сумерки лингвистики: из истории отечественного языкознания» (Антология). Впервые советская лингвистика 20—50-х гг. оказалась подробно представленной в одной книге. Составители сборника отмечают: «История науки — важнейшая отрасль знания: наука предстает не как набор непреложных истин, а как борьба за их установление, — тяжелая, далеко не всегда ведущаяся джентльменскими методами» [Сумерки лингвистики 2001: 140]. Рецензент этой книги К. Г. Красухин в журнале «Вопросы языкознания», размышляя о названии сборника, пишет: «Сумеречное состояние души — вовсе не предрассветное; последняя часть вагнеровской тетралогии — „Götterdämmerung“ — это именно „Сумерки богов“, преддверие их гибели» [Красухин 2003]. В сборнике под названием «сумерок» объединяются те направления советской лингвистики, которые *сознательно порыва-*

ют с традицией. Их важнейшие черты оптимистичны. Это резкое неприятие буржуазной лингвистики и восторженное отношение к марксизму (оппозиция буржуазное/советское). Но составители сборника все же предостерегают от однобоких оценок периода 1918—1957 гг. в советском языкознании. И обоснованно.

В 1920—1930-х гг. появился ряд работ, содержащих *другие* — конкретные и «неидеологизированные» — наблюдения *социально обусловленных изменений* в языке (известные работы А. П. Баранникова, А. М. Селищева, Е. Д. Поливанова, Г. О. Винокура и др.).

Спустя многие десятилетия выдающаяся роль Е. Д. Поливанова в развитии «социологической лингвистики» стала общепризнанной. Подчеркивается значимость трудов М. М. Бахтина, В. В. Виноградова, Г. О. Винокура, В. М. Жирмунского, Б. А. Ларина, Л. П. Якубинского для укрепления позиций этого направления лингвистических исследований. Е. Д. Поливанов разработал принципы и понятия теории *нового языкового стандарта*, указал его отличия от дореволюционного языкового мышления, присущего интеллигенции; социологически и теоретически обосновал *нормализаторский процесс*, называемый «упрощением» языка [Подр.: Романенко 2000: 154—157]. В своем терминологическом словаре, как и в других работах, Е. Д. Поливанов писал о «марксистской лингвистике». В сущности это было обоснование *другой* словесной культуры, противопоставленной лингвофилософской концепции Н. Я. Марра.

Говоря о марксистских истоках ряда лингвистических идей, современные историки науки считают, что их нельзя игнорировать, но не стоит и переоценивать. В частности, марксизм в деятельности Е. Д. Поливанова и других советских ученых той эпохи играл в их лингвистической деятельности примерно ту же роль, что евразийские истоки лингвистических идей Н. Трубецкого и Р. Якобсона. Они *стимулировали выбор той или иной точки зрения, тех или иных решений, нередко самого объекта рассмотрения*. Но из этого не следует, считает В. М. Алпатов [Алпатов 1999], что существовала какая-то особая евразийская, как и марксистская, лингвистика. Данное суждение представляется нам не только верным, но и прозорливым. Приведем свои доводы.

Во-первых, политико-идеологический контекст с его вниманием к социальному расслоению общества способствовал *общему развитию социологического направления* в отечественном языкознании. Уже в 1920-х гг. имелся важный опыт изучения

языковых особенностей малых групп населения (коллективов). Кроме новых черт языка в речевой жизни общества, исследовались и были описаны особенности речи отдельных классов и социальных групп: рабочих, крестьян, красноармейцев, уголовников, подростков, школьников и т. п. В работе 1929 г. Р. О. Шор обращает внимание на факты экспрессивности слова, устанавливая их связь с **«социальной диалектологией»** [См.: Шор 2001]. Она пишет, что по выбору слов, по характеру их расположения, психическому состоянию и отношению к общаемому воспринимающий квалифицирует говорящего как представителя той или иной общественной группы. Истолкование переносится на самые слова в зависимости от того контекста, от того умонастроения, от той общественной группы, в которой слова обычно употребляются... Заключение, сделанное Р. О. Шор, соответствует духу современных дискурс-исследований, посвященных разновидностям профессионального или этнического дискурса (труды В. И. Карасика, И. А. Стернина и В. З. Демьянкова, С. В. Ермакова, Т. В. Михайловой, И. Е. Ким, Е. В. Осетровой и др.).

Во-вторых, политико-идеологический контекст инспирировал *новый способ актуализации* научных проблем: их связь с марксизмом, с идеологией. Так, в комментарии В. Н. Волошинова к написанной книге можно увидеть необычное разъяснение роли социологического метода в лингвистике через главный объект научных интересов самого ученого (чужую речь). Факт создания новой «социологической металингвистики» укрупняется, эпистемическая ситуация предстает как новое открытие в марксизме. Сравните: «„Марксизм и философия языка“» есть не что иное, как перформативное высказывание о том, что такое „высказывание“, опыт „металингвистики“, проблематизирующий лингвистику с помощью „социологического метода“, то есть посредством господствующего языка времени — „чужой речи“. Это первое по-настоящему новое открытие в марксизме в плане теории идеологии» [Волошинов 1993: 176—177].

**Общественно-языковая практика 1920-х гг.** соответствовала приписанному чужой речи статусу господствующего языка времени. Эта практика определялась устно-ораторическими условиями коммуникации. Интенсивная общественно-языковая практика имеет, конечно же, прямое отношение к возникшей в эти годы фундаментальной концепции *диалогичности* Бахтина — Волошинова (работа «Марксизм и философия языка»). А. М. Селищев, характеризуя «ре-

волюционное время», пишет об «усиленной речевой деятельности в среде населения, охваченного революционным движением», о доминирующей «ораторско-диалогической» форме речи. В своей работе ученый описывает не просто язык эпохи. Его внимание привлекают три функции речи, имевшие «весьма большое значение в революционные годы»: *коммуникативная, эмоционально-экспрессивная и назывная* [Селищев 2003: 65—69 и далее]. Согласно автору, различие между языком революционного времени до 1917 г. и языком **после** Октября заключается в «степени интенсивности и широте распространения указанных языковых особенностей» [Там же].

Вернемся к идеологической проблематике, т. е. к вопросу о степени влияния ведущей политической идеологии на языкознание того времени.

На этот вопрос существует несколько ответов. Марксизм определяют либо как искусственно привнесенное в языкознание содержание, либо как органическое свойство советской философии языка, либо, ввиду сложности проблемы, учитывают связь того и другого. При этом, считает А. П. Романенко [Романенко 2001], нужно различать, с одной стороны, взаимоотношения советской философии языка и *марксизма как теории*, с другой — взаимоотношения ее и *марксизма как риторической, речевой практики*. Первый аспект проблемы, внутренний, касающийся самой теории языка, исследуется давно. Второй аспект, внешний, в историко-лингвистической литературе по существу малоизучен. Он составил предмет примечательной статьи А. П. Романенко и отчасти наших наблюдений.

С прагматической точки зрения *риторический аспект марксизма* выполнял в дискурсе науки мотивировочно-вспомогательную функцию: помогал работам получать «пропуск» на выход в свет в эпоху тоталитарного режима. Явление вполне объяснимое, и не только прагматическое. Гуманитарная научная речь все больше становится в это время царством «мнений», причем заведомых мнений (о чем писали М. М. Бахтин — В. Н. Волошинов). Но даже и в этих мнениях, отмечают авторы, «выступает на первый план **не то, что** в них собственно „мнится“, а **как** оно индивидуально или типически мнится... идеологам этого процесса» [Волошинов 1995: 380]. П. А. Флоренский — ученый-энциклопедист, математик, искусствовед, филолог, философ, богослов — также имел основания говорить о субъективности науки в эпоху тоталитаризма [Флоренский 1988: 88]. Можно говорить *об идеологи-*

*ческой субъективности* тех самых общих принципов, которые лежат в организации советской словесной культуры («лишь ею построенных схем и фикций», по словам автора). Но политический контекст сигнализировал своим метадискурсом о противоположном, и в субъективности уличалась *другая* сторона.

Типичный пример оценки «сигнальным способом» (с помощью идеолога) находится в ставшей историческим памятником *вступительной части* статьи о модальности (публикация относится к 1950 г.): «В буржуазном языкознании категория модальности, понимаемая обычно искаженно — в субъективно-идеалистическом плане, иногда рассматривается как основа смыслового единства и вместе с тем как принцип дифференциации всех цельных синтаксических выражений мысли, чувства и волевого импульса <...>. В советском языкознании изучение категории модальности и средств ее выражения в разных языковых системах должно исходить из основных принципов диалектического материализма и осуществляться в тесной увязке с материалистической теорией предложения» [Виноградов 1975: 53]. Очевиден ритуальный смысл вступительной части. Присутствуют враждебные оценки в духе идеологии борьбы, характерной для *образа ратора* в советскую эпоху. Выбранная автором тактика (О. А. Лаптева, М. М. Маковский и др. говорят об «искусном и успешном лавировании») характеризуется как вынужденная: она применялась в условиях партийного руководства в рамках общепринятой научной парадигмы.

После решающей для советской лингвистики сталинской коррекции положения дел в советской философии языка происходит **возврат к парадигме «абстрактного объективизма»**, основанной на принципе условности знака [См.: Алпатов, Вельмезова 2003]. Категория «объективной модальности», сконструированная в оппозиции к «субъективной модальности», относится к знакам такой парадигмы. В политико-идеологическом контексте из философских оппозиций материалистическое/*идеалистическое*, объективное/*субъективное* выростала политико-идеологизированная оппозиция советское/*буржуазное*. Буржуазная наука связывалась с идеалистически субъективным (ограниченным и порочным) взглядом на вещи, советская — с диалектическим объективно-научным пониманием вещей.

В литературе отмечалась связь этих явлений с номинализмом. Базовый тезис номинализма связывает существование общих понятий онтологического статуса только

со сферой мышления. В крайнем своем варианте номинализм послужил основой субъективизма в гносеологии. Одна из простейших форм политической власти, по замечанию П. Бурдьё, заключалась «в почти магической власти называть и вызывать к существованию при помощи номинации» [Цит. по: Почепцов 2001: 194]. Не случайно речь монологическая (авторитарная) вызывает у М. М. Бахтина сомнение и неприятие [Проблема другого голоса... 2003: 160].

Так или иначе право голоса отдается *идеологическим субъектам властной коммуникации*, ими определяются принципы организации научного дискурса (общего для ученых «канала-посредника»). *Другой* голос не имеет нужного резонанса в коллегиальном сообществе. Такой «нерезонансный» факт из истории научных идей в филологии приводит В. М. Алпатов [Алпатов 2005: 279]. Прочитав выдержку из его работы полностью, так как в ней содержится указание на современное направление социологических исследований: «Концепция Виноградова учитывала неоднородность языка, например русского, но сводила ее, в первую очередь, к противопоставлению национального литературного языка разным нелитературным образованиям: просторечию, территориальным и социальным диалектам. Последние многообразны, но литературный язык более или менее един. Однако Бахтин подчеркивал, что и литературный язык „разноязычен“: объектом его изучения становится „внутренняя расслоенность единого национального языка на социальные диалекты, групповые манеры, жанровые языки, профессиональные жаргоны, языки поколений и возрастов, языки направлений, языки авторитетов, языки кружков и мимолетных мод, языки социально-политических дней и даже часов“» [Там же]. Своего рода экспликацией положения дел в науке того времени можно, по видимому, считать содержание раздела «Бахтин и Виноградов. Опыт сопоставления личностей», а также содержание других историографических эпизодов в указанной книге В. М. Алпатова [Алпатов 2005].

Интерес к лингвистике начального периода советской власти, к изучению языка тоталитаризма и ситуаций, с ним связанных, обнаруживает себя и за пределами России. 2—4 октября 2003 г. в Швейцарии состоялась международная конференция «Дискурс о языке в тоталитарных режимах». Большая часть докладов была посвящена дискурсу о языке в тоталитарных обществах в историческом аспекте, начиная с древних эпох. В 2002 г. состоялся первый в Западной Европе международный коллоквиум, посвя-

щенный эпистемологии советской лингвистики — «Философские, эпистемологические и идеологические основания дискурса о языке в СССР. 1917-1950» [Вопр. языкозн. 2003. № 2. С. 150—153]. Оба научных события организованы крупным специалистом в области сравнительной эпистемологии центрально- и восточноевропейской лингвистики, профессором кафедры славистики Лозаннского университета П. Серио. Одна из основных целей коллоквиума 2002 г. состояла в изучении малоисследованного аспекта советской культуры 1917—1950 гг., связанного с разными подходами к понятию «язык». Планировалось обратиться не только к работам профессиональных лингвистов, но и к трудам представителей других специальностей, затрагивающих языковые проблемы. Часть докладов посвящена анализу понятия «марксистской науки» и отношений между наукой и идеологией.

В России, по замечанию П. Серио, эпистемологические исследования в области истории языкознания ведутся очень немногими. Книгу самого профессора П. Серио, посвященную анализу структуры и смысла советского политического дискурса [Seriot 1985], отрецензировали по венаучным причинам с опозданием на 5 лет. Подход же к политическому дискурсу не с идеологической, а с *другой* — чисто научной точки зрения — не был еще принят в России. «И в целом политический дискурс остается пока terra incognita для отечественных языковедов», — отметил в начале 1990-х гг. рецензент публикации [Красухин 1991].

Сейчас положение в корне изменилось. Но ведь еще в 1990-х гг. В. М. Алпатов рассматривал различные попытки построения марксистской лингвистики в СССР (в 1920—1930-х гг. это марристы, языкофронтовцы, Е. Д. Поливанов). Причины влиятельности марксизма (в частности, марризма) в советском языкознании он мотивировал влиятельностью *мифа*, а не науки.

Советская философия языка, согласно А. П. Романенко [Романенко 2001], имела не столько научно-теоретическую, сколько **культурно-прагматическую значимость** (о чем говорит и сам факт вмешательства в нее И. В. Сталина). А. П. Романенко показал культурный детерминизм советской философии языка, смог объяснить ее специфику особенностями мифологизированной культуры, общественно-языковой практики и попытался понять **неслучайность борьбы** (по нашей терминологии — с *Другим*) и **выбора теорий языка** в этой культуре. В частности, лингвофилософские теории Поливанова и Марра отвечали «разным культурным

моделям», поэтому их оппозиция стала очевидной. Первая модель ориентировалась на преемственность и новаторство с учетом традиции, *другая* модель — на разрыв с традицией, культивирование «нового учения о языке». Отсюда их конкуренция, закончившаяся подавлением концепции Е. Д. Поливанова.

По утвердившемуся мнению, есть три устойчивые традиции отношения ученых к периоду советской власти в науке (нижняя временная планка — 1918 г., верхняя — более условна). Это конформистски-националистическая традиция отношения (после появления работ Сталина), конформистски-монистическая традиция отношения в 1950—1970-х гг. и плюралистически-пессимистическая традиция отношения в 1980—1990-х гг. (с преобладанием мрачных оценок). Составители сборника «Сумерки лингвистики» В. Н. Базылев и В. П. Нерознак связывают последнюю границу с окончанием «сталинского» периода и обращением отечественных языковедов к достижениям зарубежной науки.

**1960—1970-е годы: УТВЕРЖДЕНИЕ ПРИНЦИПА ФУНКЦИОНАЛИЗМА; АКТИВИЗАЦИЯ ЛИНГВОСОЦИАЛЬНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ ВО ВСЕМ МИРЕ; ВОЗНИКНОВЕНИЕ КОГНИТИВНОЙ НАУКИ.** С 60-х гг. XX в. подвергся пересмотру ряд теоретических положений господствовавшей в то время в Америке генеративной лингвистики, которая рассматривала язык в «очищенном», идеальном виде. Правда, сам Н. Хомский считал, что все направление генеративной грамматики развивалось в контексте «когнитивной революции» [Краткий словарь когнитивных терминов 1996: 71].

Постепенное утверждение принципа функционализма стимулировало широкое развитие функционально-стилистических исследований, которые вливались на правах ведущих в социологическое направление отечественного языкознания. В его составе *функциональная стилистика* с «узаконенным» ею обращением к внеязыковой действительности и участникам коммуникации смыкалась с *социолингвистикой* [Лингвистический энциклопедический словарь 1990: 493]. Прикладной поначалу раздел языкознания, стилистика в условиях господства структурализма стала продолжателем научной традиции, связанной с общим учением об «употреблении языка». Функциональный подход к описанию языка и речи с позиций стилистики (текстовой, функциональной, генетической и декодирования, прагматической, практической, теоретической, исторической, сопоставительной) стал преимущественным в исследованиях и студиях не-

скольких десятилетий, можно сказать сложившейся национальной традицией. Весомый вклад в развитие лингвистической стилистики и в становление отечественного речеведения принадлежит М. Н. Кожинной и ее последователям.

Широкое распространение получили другие — не классово-идеологические, а вполне «рабочие» — понятия социолингвистики: *коммуникативная компетенция, речевой акт, регистр, языковой барьер, ограниченный языковой код, речевое сообщество (speech community)* и пр. Они стали общепринятыми. Русистика 1960-х — начала 1970-х годов отличается такой же интенсификацией социолингвистических исследований, как и за рубежом. Если советская наука в 1920—1940-х гг. противопоставляла себя западной лингвистике как буржуазной, то в этот период устанавливаются более регулярные связи с различными направлениями лингвистических исследований в других странах. В качестве примечательной особенности советской социолингвистики последней трети XX в. отмечают ее отход от умозрительных концепций.

Доминирующий пафос периода 1960-х гг. в СССР был антисталинским, критически-разоблачительным. Массовая аудитория, ее интересы были вполне включены в систему СМИ, а языковой стандарт ориентировался на ораторику массовой коммуникации. Не случайно в начале 1960-х, говоря о том, что Институт русского языка АН СССР не оказывает должного воздействия на общественную языковую практику (отклик на партийную критику), академик В. В. Виноградов ставит задачу широкого изучения языка массовой коммуникации. Это определило научную деятельность и коллективов, и отдельных ученых. Появились хорошо известные теперь труды В. Г. Костомарова, Г. Я. Солганика, М. Н. Кожинной, К. А. Роговой, И. П. Лысаковой, Л. М. Майдановой и многих других.

В годы «застоя» и начала перестройки внимание исследователей привлекают *социальные вопросы функционирования и дифференциации языка*. Самыми актуальными становятся *вопросы эффективности идеологического воздействия и фактор социальной оценки в публицистике*, предполагающий оперирование ментальными представлениями воспринимающих речь.

Затронем тему отношения российской социолингвистики с наукой за рубежом. Она специально рассматривалась в данном сборнике: [Handbuch der sprachwissenschaftlichen... 1999]. Отвечая на вопрос, как воспринимались в СССР идеи и концепции за-

падной науки того же направления, зарубежные авторы отмечали следующее. Хотя в 1970-х гг. становятся известными многие работы У. Лабова, Д. Хаймса, Ч. Фергюсона, Дж. Гамперца, С. Эрвин-Трипп и других американских исследователей (см., в частности, 7-й выпуск «Нового в лингвистике» за 1975), несколько позднее — книга Р. Т. Белла «Социолингвистика» (1980), многие представители советской науки критикуют западных и американских авторов за «внеклассовый» подход к изучению социальной обусловленности языковых явлений, за гипертрофированное внимание к исследованию речевого поведения человека в малых социальных группах и, напротив, за пренебрежение к макропроцессам, протекающим в больших языковых коллективах.

**К 1970-м годам и в 1970-е гг.** в России выходит ряд работ, **основанных на массовом социолингвистическом материале и лишенных примет идеологизации.** Прежде всего это четырехтомная монография «Русский язык и советское общество», выполненная под руководством М. В. Панова (1968), затем «Русский язык по данным массового обследования» (1974), сборник «Социально-лингвистические исследования» (1976) под ред. Л. П. Крысина и Д. Н. Шмелева. Добавим: для теоретического обоснования позиций социолингвистики среди других дисциплин видную роль сыграли также работы В. А. Звегинцева, А. Д. Швейцера, Л. Б. Никольского и других исследователей.

В это же время за рубежом (Франция) отмечены резкие теоретические столкновения между теми, кто в рамках зародившейся *теории дискурса* пытался «соединить» язык, идеологию и дискурс, и теми, кто, будучи близок к узкой проблематике социолингвистики, занимался исследованием различий языка социальных групп. П. Серियो отмечает, что западные специалисты, не знавшие русского языка, не задавались вопросом о возможном отличии советской социолингвистики, которая изучала в значительно большей степени «отражение» действительности в языке, чем это было на Западе. В то же время зарубежные коллеги высказывали мнение, что и в годы перестройки, и после нее западные социолингвистические идеи воспринимаются в России неохотно. Отмечалось и характерное *несоответствие* в теоретических установках советских исследователей: официально декларируется подход с марксистско-ленинских позиций, а в конкретных исследованиях, содержащих наблюдения над современным русским языком, этот подход может не отражаться. Между тем это явление для того времени впол-

не объяснимое. Для общественно-языковой практики России (СССР) 1970-х — первой половины 1980-х гг. характерна *усиливающаяся ритуализация речевых действий и условий общения, ориентация языкового стандарта на документ.* В то же время в противовес казенной речи выделился в качестве особой коммуникативной системы **разговорный язык** с его «антитоталитарным механизмом языковой самообороны» (А. Вежицкая).

Нельзя не заметить один важнейший сдвиг в развитии зарубежной лингвистики этого времени. В 70-х гг. прошлого века возникла потребность «определить науку об идеологии», основной составляющей которой должен был стать *анализ дискурса* [Серियो 1999: 20; курсив наш. — Т. К.]. Как и в русской концепции Бахтина и Волошинова, во французской школе анализа дискурса «стало утверждаться широкое семиологическое понимание слова „идеология“. Рассматриваются факты, в которых наблюдается их неадекватность эмпирическому миру в силу их искажения или упущения; подчеркивается хищнический характер идеологии...» [Там же]. Появление новой парадигмы научных исследований знаменовало *когнитивизм*. С ним пришло новое понимание того, как следует изучать знание, как подойти к проблеме внутреннего представления мира в голове человека.

**1980-е годы** в отечественной лингвистике, как отмечается, характеризуются **«реабилитацией» властью конкретных социологических исследований**, что отразилось на социолингвистических студиях. Раньше преимущественное внимание уделялось макропроцессам, что было свойственно ортодоксальной советской лингвистике (указываются, например, работы Ю. Д. Дешериева). Теперь изучаются языковые явления, характерные для малых социальных групп [См.: Гулида, Вахтин 2010].

С 1980-х гг. активизировались исследования языка города, языка толпы. Внимание привлекает не только устная речь, просторечие, но и «городская» речевая коммуникация в целом (этой теме посвящены коллективные монографии, известные работы М. В. Китайгородской и Н. Н. Розановой, Н. А. Купиной, В. Д. Черняк и мн. др.). Заметным явлением в отечественной лингвистике, ознаменовавшим наступившую **смену научной парадигмы**, стал выход в свет книги Ю. Н. Караулова «Русский язык и языковая личность» (1987) и коллективной монографии института языкознания АН СССР «Роль человеческого фактора в языке. Язык и картина мира» (1988). В социолингвистике

впервые получила описание *типологическая модель газетного издания* с набором обязательных семантико-стилистических компонентов, которые варьируют как социо-переменные в зависимости от идеологической и политической позиции газеты [Лысакова 2005].

Особенностью социальной лингвистики последней трети XX в. стала ее *ориентированность на эмпирические исследования* — одна из примет функционализма и когнитивной лингвистики. Не умолкают споры о преимуществах эмпирического подхода к изучению объектов перед заранее заданным рациональным подходом к их познанию. Для 1980—1990-х гг. характерен интерес к языку перестройки, к субвариантам русского языка (до этого игнорировавшимся), лексикографическая фиксация языковых инноваций, исследования по темам «язык ребенка», «язык семьи», «язык города», «тоталитарный язык», «язык Совдепии» и др. Особый вклад в развитие лингвосоциальных исследований внесли работы, посвященные *языку русского зарубежья* и охватывающие как устные, так и письменные источники материала [Голубева-Монаткина 1994, 1995 и др.; Грановская 1993, 1995; Гловинская 2001; Зеленин 2007 и др.].

Вернемся к периоду **1990-х годов**. Отдельно следует сказать **о пробудившемся интересе исследователей к разным аспектам языка политики и массовой коммуникации**. «Язык перестройки» получил освещение в работах А. Н. Баранова, А. Д. Дуличенко, Е. А. Земской, Ю. Н. Караулова, И. П. Лысаковой, В. И. Максимова (за рубежом об этом писал L. N. Zybatov в 1995 г.) и др. В них изучаются такие процессы, как новшества в области политического языка (заимствования и новообразования, метафоризация по новым моделям); формирование своеобразного «новояза», новых стереотипов; расширение возможностей свободной речи, позволяющей отходить от официальных канонов за счет использования нелитературных языковых средств.

В 1990-х гг. вышла монография Н. А. Купиной «Тоталитарный язык» [Купина 1995; ранее: Михеев 1991] о закономерностях формирования и структурирования «советской», т. е. идеологизированной семантики; разрабатывается понятие сверткста. Предмет особенного внимания и заботы лингвистов — «культура парламентской речи» (одноименная монография вышла в 1994 г. [Культура парламентской речи 1994]).

В другом для России *политическом контексте* язык в его орудийном использо-

вании осознается на практике как «инструмент социальной власти» (Р. Блакар). В статусе востребованной обществом дисциплины развивается общая и прикладная риторика [Юнина, Сагач 1992; Рождественский 1997, 1999; Михальская 1996, 1998; Введенская, Павлова 1998; Культура русской речи 1998 и др.]. В ряду сочинений риторической проблематики видное место, вслед за Ю. В. Рождественским и А. К. Михальской, занимают работы А. П. Романенко, посвященные проблемам описания специфики советской словесной культуры и образа ратора в ней, а также вопросам научной эпистемологии. Коллеги за рубежом отметили многообещающий для российской науки факт: в постперестроечное время происходит *деидеологизация* лингвистической теории (во всяком случае, отход ее от марксистско-ленинских догм) и снятие табу с тем, при изучении которых наиболее плодотворен именно социолингвистический подход.

Весомым аргументом в пользу демократизации общества и реального состояния дисциплин, востребованных для целей коммуникации, выступает развитие в нашей стране *политической лингвистики*. Нет сомнений в том, что это следствие благоприятной политической обстановки в новой России. Именно эта обстановка (или контекст) способствует адекватному изучению отображения в речи множественных социально-политических процессов, демонстрации в слове так называемого плюрализма мнений, борьбы политических субъектов, а нередко и столкновения голосов «партий власти» и голоса «народного мнения». Регулярно проходящие в Екатеринбурге на базе Уральского государственного педагогического университета конференции по политической лингвистике показывают возросшую роль теоретической и практической подготовки кадров по политической лингвистике в вузах страны.

В современном политическом контексте и связанной с ним социальной лингвистике, с одной стороны, растет в политической борьбе значение лингвистической экспертизы и изучения отношений в системе «язык — право», а с другой — очевиден интерес исследователей к неофициальной политической рефлексии в частных блогах, к способам выражения «народного» мнения (Е. С. Кара-Мурза, Н. Д. Голев, Ю. А. Антонова, С. В. Иванова, А. В. Шанина, Л. Г. Ким и др.). Развитию политической лингвистики способствует благоприятная идеология власти — демократическая по своему существу, хотя и осмотрительно контролирующая (и комментирующая) возникающие кон-

фликтные ситуации. Демократическая открытость обеспечивает возможность изучения, невзирая на лица, прецедентных феноменов (М. Б. Ворошилова, Н. Л. Зеленская, В. А. Копцева, Е. А. Нахимова), множатся аспекты сравнительного анализа (Л. Р. Ермакова, А. П. Седых, М. Г. Мартыненко, Т. П. Смирнова и др.), политическое время рассматривается в зеркале метафоры (школа А. П. Чудинова; Р. Д. Керимов, О. Н. Кондратьева, Н. А. Сегал и др.), а изменчивое слово — в контексте политического дискурса (О. С. Иссерс, Д. А. Ганеева, Н. В. Козловская), в том числе с рассмотрением моментов проявления социальной напряженности (Т. И. Стексова) и выражения протеста (Н. Б. Руженцева, А. А. Коряковцев).

Как видно из материалов многочисленных публикаций журнала «Политическая лингвистика», происходит активный обмен идеями и накопление опыта в области социологических исследований в нашей стране. Аспекты лингвистического подхода к анализу «поля политики» множатся и разветвляются. В их число неожиданно попадают, наряду с речевой самопрезентацией и конструированием имиджа политика, манипуляторный потенциал социальной рекламы, коммуникативные стратегии и тактики текстов религиозной организации и многое другое из того, что раньше не решались подвергнуть анализу.

История изучения словесной культуры показывает непосредственную *связь политики, общественно-языковой практики и теории языка*, что необходимо учитывать при изучении как истории науки, так и истории словесной культуры. В связи с формулировкой принципов «археологии знания», изучающей историю идей, наук и ментальностей, М. Фуко подчеркнул главную цель: выявлять социальные взаимодействия, во-первых, между различными видами речевых практик с установлением чего-то общего, принадлежащего истории; во-вторых, между различными речевыми практиками и внеязыковыми «структурами повседневности» (экономическими, социальными, политическими и прочими).

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Аллатов В. М. Волошинов, Бахтин и лингвистика. — М. : Языки слав. культуры, 2005.
2. Аллатов В. М. Что такое марксизм в языкознании? // Общее и восточное языкознание : сб. науч. тр., посв. 70-летию чл.-кор. РАН В. М. Солнцева. — М., 1999.
3. Аллатов В. М., Вельмезова Е. В. Международный colloquium «Философские, эпистемические и идеологические основания дискурса о языке

в СССР. 1917—1950» // Вопросы языкознания. 2003. № 2.

4. Введенская Л. А., Павлова Л. Г. Культура и искусство речи. Современная риторика. — Ростов н/Д : Феникс, 1998.

5. Виноградов В. В. Избранные труды: исследования по русской грамматике. — М. : Наука, 1975.

6. Волошинов В. Н. Марксизм и философия языка (основные проблемы социологического метода в науке о языке) // Философия и социология гуманитарных наук / В. Н. Волошинов. — СПб. : Аста-пресс, 1995.

7. Десницкая А. В. О традициях социологизма в русском языкознании // Теория языка: методы его исследования и преподавания: к 100-летию со дня рождения Л. В. Щербы. — Л. : Наука, 1981. С. 79—87.

8. Гулида В. Б., Вахтин Р. Б. Петербургская социолингвистика : пятнадцать лет развития // Вопросы языкознания. 2010. № 2.

9. Данилевская Н. В. Роль оценки в механизме развертывания научного текста. — Пермь : Изд-во Перм. ун-та, 2005.

10. Живов В. М., Земская Е. А., Крысин Л. П. [Рецензия] // Вопросы языкознания. 2000. № 5. Рец. на кн.: *Handbuch der sprachwissenschaftlichen Russistik und ihrer Grenzdisziplinen* / Hrgb. von H. Jachnow. Wiesbaden : Harrassowitz Verlag, 1999.

11. Звезинцев В. А. Социальное и лингвистическое в социолингвистике // Мысли о лингвистике / В. А. Звезинцев. — М. : Изд-во МГУ, 1996. С. 108—119.

12. Исаев И. А. Утописты или провидцы // Пути Евразии : русская интеллигенция и судьбы России. — М. : Рус. книга, 1992. С. 3—26.

13. Красухин К. Г. [Рецензия] // Вопросы языкознания. 2003. № 5. Рец. на кн.: *Сумерки лингвистики: из истории отечественного языкознания* : антология / под общ. ред. В. П. Нерознака. — М. : Academia, 2001.

14. Красухин К. Г. [Рецензия] // Вопросы языкознания. 1991. № 6. С. 132—137. Рец. на кн. : *Seriot P. Analyse du discours politique soviétique*. — P. : Institut d'études slaves, 1985.

15. *Краткий словарь когнитивных терминов* / Е. С. Кубрякова, В. З. Демьянков, Ю. Г. Панкрац, Л. Г. Лузина ; под общ. ред. Е. С. Кубряковой. — М. : Моск. гос. ун-т, филол. ф-т, 1997.

16. *Культура парламентской речи* : моногр. — М. : Наука, 1994.

17. *Культура русской речи* : учеб. для вузов / под ред. проф. Л. К. Граудиной и проф. Е. Н. Ширяева. — М. : НОРМА — ИНФРА М., 1998.

18. Купина Н. А. Тоталитарный язык : словарь и речевые реакции. — Екатеринбург : Изд-во УрГУ, 1995.

19. Лаптева О. А., Благова Г. Ф., Маковский М. М., Строчкова Г. В. Как это было // Вопросы языкознания. 2002. № 1.

20. *Лингвистический энциклопедический словарь* / гл. ред. В. Н. Яцева. — М. : Сов. энциклопедия, 1990.

21. *Лысакова И. П.* Язык газеты : социолингвистический аспект. — Л. : Изд-во ЛГУ, 1981.
22. *Лысакова И. П.* Язык газеты и типология прессы: социолингвистическое исследование. — СПб. : Филол. ф-т СПбГУ, 2005.
23. *Михальская А. К.* Основы риторики : мысль и слово. — М. : Просвещение, 1996.
24. *Михальская А. К.* Педагогическая риторика. — М. : Академия, 1998.
25. *Михеев А. В.* Язык тоталитарного общества // Вестн. Акад. наук СССР. 1991. № 8.
26. *Новейший философский словарь* / сост. А. А. Грицанов. — Минск : Изд-во В. М. Скакун, 1998.
27. *Поливанов Е. Д.* Труды по восточному и общему языкознанию. — М. : Наука, 1991.
28. *Почепцов Г. Г.* Информационные войны. — М. : Рефл-бук ; Киев : Ваклер, 2001.
29. *Проблема «другого голоса» в языке, литературе и культуре.* — СПб. : Янус, 2003.
30. *Рождественский Ю. В.* Теория риторики. — М. : Добросвет, 1997.
31. *Рождественский Ю. В.* Принципы современной риторики. — М. : Новое тысячелетие, 1999.
32. *Рождественский Ю. В.* Принципы современной риторики. — М. : Флинта, Наука, 2003.
33. *Романенко А. П.* Советская словесная культура: отечественная история ее изучения // Вопросы языкознания. 2002. № 6.
34. *Романенко А. П.* Советская философия языка: Е. Д. Поливанов — Н. Я. Марр // Вопросы языкознания. 2001. № 2.
35. *Романенко А. П.* Советская культура и язык // Активные процессы конца XX века : IV Шмелевские чтения. — М. : Азбуковник, 2000.
36. *Салимовский В. А.* Вклад М. Н. Кожинной в развитие лингвистической стилистики и становление речеведения // *Stilistika*. XIV. (Opole). 2005. С. 13—37.
37. *Селищев А. М.* Труды по русскому языку. Т. 1. Язык и общество. — М. : Языки слав. культуры, 2003.
38. *Серио П.* Анализ дискурса во французской школе (дискурс и интердискурс) // Семиотика : антология. — М. : Академ. проект ; Екатеринбург : Деловая книга, 2001.
39. *Серио П.* Как читают тексты во Франции // Квадратура смысла: французская школа анализа дискурса. — М. : Прогресс, 1999.
40. *Стилистический энциклопедический словарь русского языка* / под ред. М. Н. Кожинной. 2-е изд. М. : Флинта : Наука, 2006.
41. *Сумерки лингвистики : из истории отечественного языкознания : антология* / под общ. ред. В. П. Нерознака. — М. : Academia, 2001.
42. *Флоренский П. А.* Антиномия языка // Вопросы языкознания. 1988. № 6.
43. *Швейцер А. Д.* Вопросы социологии языка в современной американской лингвистике. — Л. : Наука, 1971.
44. *Шор Р. О.* Кризис современной лингвистики // Сумерки лингвистики: из истории отечественного языкознания : антология. — М., 2001. С. 41—71.
45. *Юнина Е. А., Сагач Г. М.* Общая риторика. — Пермь, 1992.
46. *Язык в контексте общественного развития.* — М. : Ин-т языкозн. РАН, 1994.
47. *Язык и моделирование социального взаимодействия.* — М. : Прогресс, 1987.
48. *Язык средств массовой информации* / под ред. М. Н. Володиной. — М. : Академ. проект : Альма Матер, 2008.
49. *Handbuch der sprachwissenschaftlichen Russistik und ihrer Grenzdisziplinen* / Hrgb. von H. Jachnow. — Wiesbaden : Harrassowitz Verl., 1999.
50. *Seriot P.* Analyse du discours politique soviétique. — P. : Institut d'études slaves, 1985.

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

УДК 81'27  
ББК Ш100.621

ГСНТИ 16.21.27; 16.21.47

Код ВАК 10.02.01; 10.02.19

Н. А. Купина N. A. Kupina

Екатеринбург, Россия Ekaterinburg, Russia

**ИДЕОЛОГИЯ ОНФ  
В ЯЗЫКОВОМ ПРЕДСТАВЛЕНИИ  
(по материалам текущей прессы)**

**Аннотация.** На материале текущей прессы с учетом общих тенденций развития идеологического фонда русского языка рассматриваются складывающиеся в систему актуальные смыслы, составляющие идеологию ОНФ — «Народного фронта — за Россию».

**Ключевые слова:** аббревиатура; актуальный идеологический смысл; метафора; политический оксюморон; системообразующая идеологема.

**Сведения об авторе:** Купина Наталия Александровна, доктор филологических наук, профессор кафедры риторики и стилистики русского языка.

**Место работы:** Уральский федеральный университет имени Первого Президента России Бориса Николаевича Ельцина.

**Контактная информация:** 620000, Екатеринбург, пр-т Ленина, 51, к. 312.  
e-mail: natalia\_kupina@mail.ru.

**THE IDEOLOGY OF ALL-RUSSIA PEOPLE'S  
FRONT IN LANGUAGE REFLECTION  
(on the basis of the current press)**

**Abstract.** The article, written on the basis of the current press, taking into account certain general tendencies of the ideological resources of the Russian language, investigates the urgent lexical meanings which form the ideology of People's Front for Russia — All-Russia People's Front.

**Key words:** abbreviation; urgent ideological lexical meaning; metaphor; political oxymoron; system-forming ideologeme.

**About the author:** Kupina Natalia Aleksandrovna, Doctor of Philology, Professor of the Chair of Rhetorics and Stylistics of the Russian Language.

**Place of employment:** Ural Federal University named after Boris Yeltsin.

11—12 июня 2013 г. в Москве проходил съезд ОНФ, сопровождавшийся «выбросом» социально востребованных, с точки зрения руководителей и делегатов съезда, идеологических смыслов. Частотность аббревиатуры ОНФ в текстах СМИ, в том числе в составе газетных заголовков (*Загадка ОНФ; ОНФ будет оценивать деятельность правительства; Станет ли ОНФ партией?; ОНФ как технология; Кто готов вступить в ОНФ?* и др.), свидетельствует о том, что съезд стал событием в политической жизни страны. Задача статьи — выявить систему идеологем в проекции на общие тенденции развития идеологического фонда русского языка [Купина 2009].

Идея создания ОНФ была выдвинута В. В. Путиным 6 мая 2011 г. на проходившей в Волгограде партийной конференции «Единой России». На выборах в Госдуму был сформирован единый список кандидатов от ЕР и ОНФ. В. В. Путин неоднократно подчеркивал, что целевая установка ОНФ — «поиск новых активных людей по всей стране». В 2011 г. политологи рассматривали ОНФ как «кратковременный проект под выборы». Действительно, после завершения выборной кампании ни одна из инициатив ОНФ не получила заметного общественного резонанса. Новая волна идеологических откликов хлынула в период подготовки и проведения июньского съезда ОНФ.

Для анализа языкового представления актуальных идеологических смыслов мы

воспользовались базой данных «Интегрум». Далее курсивом будут выделены извлечения из следующих изданий: «Аргументы и факты», «Ведомости», «Известия», «Коммерсантъ-Власть», «Московский комсомолец», «Независимая газета», «Областная газета» (Екатеринбург), «Огонек», «Профиль», «Российская газета», «Советская Россия», «Уральский федеральный округ» (Екатеринбург), «Эксперт». Мысли делегатов съезда, политиков, политологов, журналистов, высказанные ими с трибуны съезда или в опубликованных газетных, журнальных статьях и интервью, сопровождаются фамилиями авторов. Исследованный языковой материал (5 июня — 10 июля 2013 г.) позволяет составить представление об идеологических поисках текущего времени.

Объектом рефлексии в СМИ стала аббревиатура ОНФ (Общероссийский народный фронт), транспирующая одобряемые идеи единения, сплочения народа и одновременно метафорически выражающая идею войны. «Милитарная» метафора *фронт* подтверждает вывод А. П. Чудинова: «В современной России политическая деятельность регулярно концептуализируется как военное действие. В сознании наших политиков депутаты от другой партии — это не партнеры, которые предлагают другой путь к процветанию России, а воины враждебной армии, которую необходимо победить» [Чудинов 2001: 112]. В то же время собственно «милитарная» метафора в 2013 г.

© Купина Н. А., 2013

развивается вяло и строится на повторении формул, распространенных в период агитационной кампании 2011 г.: *На линии фронта Россию накрыла гигантская социальная сеть; Амнистия поделила линию фронта; Бойцы незамеченного фронта; Боец всем видимого фронта; Фронтовики против коррупции; С фронтовым приветом правительству; Все ушли на Фронт?; За что воюет Народный фронт?* О постепенном затухании идеи наступательности свидетельствуют газетные заголовки: *Фронт без фронта; Фронт будет перезапускаться.*

«Перезапуск» был объявлен 12 июня 2013 г., в День России. Делегаты учредительного съезда уточнили название организации: «Народный фронт — за Россию». Аббревиатура *ОНФ*, однако, по решению съезда, сохранилась. Идеологический центр переместился на сочетание *за Россию*, обозначающее общую патриотическую направленность деятельности *ОНФ*. Таким образом, в качестве системообразующей была выдвинута идея патриотизма.

Поскольку аббревиатура не изменилась, а новое развернутое название не могло восприниматься как ее точная расшифровка, в СМИ активизировались попытки поиска идентификаторов к *ОНФ-1* (2011 г.) и *ОНФ-2* (2013 г.), способствующих уточнению статуса Народного фронта. Методом сплошной выборки мы извлекли из газетных и журнальных текстов высказывания, соответствующие схеме: *ОНФ<sub>1</sub> — это...*

Приведем цепочку идентификаторов, определяющих статусные характеристики *ОНФ* в год его создания и манифестирующих коллективную точку зрения сегодняшнего дня. *ОНФ<sub>1</sub> — это виртуальное образование, неформальная структура, „картинка“ широкой коалиции, проект под выборы, инструмент усиления ЕР.* Значимые семантические доли: образование 'неформальное', 'временное, недолговечное', 'однофункциональное' (целевая установка — выиграть выборы), 'призванное продемонстрировать широкую коалицию'. Отношение к партии власти представлено противоречиво: в момент выборов в Государственную думу — 'усилить ЕР'; в будущем — 'вытеснить ЕР'. Во всех случаях *ОНФ* воспринимается как собственно политическая организация, участвующая в партстроительстве. Идеологемы влияния, силы большинства, амбициозности в совокупности отражают сопровождающую развитие идеологического фонда русского языка тенденцию к прагматизации.

Цепочка идентификаторов, определяющих статус *ОНФ* в 2013 г., оказывается более разветвленной, но политически менее

определенной. *ОНФ<sub>2</sub> — это юридически оформленная организация, общественная организация, многопрофильная организация, организация, ориентированная на действия, новый политический организм; общественное движение, не являющееся партией; широкая коалиция, общественно-политическая коалиция, широкая коалиция сторонников Путина; центр сбора информации, главное политическое представительство президента/власти, общественный интерфейс Путина, личная кадровая скамейка президента, собственный политический рычаг Путина.*

Значимые семантические доли: организация, 'получающая формальный юридический статус', 'многопрофильная, полифункциональная', 'президентская', 'ориентированная на практику', 'коалиционного типа'.

Целостному восприятию идеологем единения, централизации, поддержки лидера, реальных дел препятствует противоречие. Не ясно, что за организация *ОНФ*: собственно общественная, собственно политическая или общественно-политическая.

Отрицательные конструкции акцентируют классификатор *неполитическая*: *Мы не политическая организация; Народный фронт не является партией; От народного фронта не ждут политики; ОНФ не конкурент партиям; ОНФ не борется и не будет бороться за власть; ОНФ подменять собой государственные структуры не собирается и др.*

Не проясняют политической составляющей *ОНФ* акротезы: *ОНФ не партия, а надпартийная организация; Мы не партия, а движение; ОНФ вовсе не политическая конструкция, а общенародное движение; Организационная форма — не партия, а движение.*

Активно употребляется сочетание *надпартийная организация* и метафора *надпартийная площадка*: *Фронт — надпартийная организация, главная задача которой — поиск консенсуса, общих решений, единомышленников. Мы можем на площадке ОНФ приглашать сегодня самые разные партии, в том числе те, которые стоят в оппозиции к власти* (Л. Швецова). Ср.: *Создатели „фронтového“ движения говорят о том, что это „неполитическая организация“ и „надпартийная площадка“.* Одновременно объявляется о сотрудничестве с «Единой Россией», партиями «Родина» и «Патриоты России»: *С „Единой Россией“ мы взаимодействуем по большому кругу вопросов. Ее представители, как и представители других партий, присоединившихся к ОНФ, войдут в состав учредителей* (Л. Швецова). «Надпартийное движение» объединяет

представителей по крайней мере трех партий (исключение делается для КПРФ) и выполняет, таким образом, запланированную политическую задачу. О политической заданности неполитического движения говорят политологи. Так, по мнению А. Зудина, *появление необычной организации открывает новую главу российской политики* (Российская газета. 20.06.2013). Политический оксюморон «неполитическая политическая организация» поддерживается идеологически расплывчатыми утверждениями типа *ОНФ больше чем партия*. Если партия — это «политическая организация, обладающая иерархически организованной структурой» [АП 2006: 714], то следует признать, что принятые на съезде документы (устав, манифест, декларация) закрепляют принцип иерархичности. Вот лишь два разъяснения, имеющих в уставе положений: *Согласно принятому уставу, руководящим органом ОНФ является съезд, проводимый не реже одного раза в два года. Он будет избирать центральный штаб, действующий пять лет (1); Повседневную деятельность будет осуществлять исполком, в чьи функции, согласно уставу, входит реализация планов, программ и отдельных мероприятий, обеспечение работы центральных органов, разработка проекта бюджета движения (2)*.

Несмотря на вербальное отрицание партийного статуса, в СМИ преобладает общий вывод: ОНФ занял видное место в политической системе страны. В. Топорков (Российская газета. 7.06.2013) приводит слова исполнительного директора Центра политического анализа В. Данилова: *ОНФ — это машина по реформированию всей политики сверху донизу <...> Это политический холодильник или реактор, удерживающий концентрирующие силы вокруг Путина*.

Вербальное выражение находит идеологема смычки организованного большинства и лидера. Констатируется: *Принявший участие в работе съезда президент Владимир Путин стал официальным лидером ОНФ*. Смычка ОНФ и лидера трактуется как органическая неразрывная целостность: *ОНФ позиционирует себя как движение Владимира Путина; Фронт — это широкая коалиция сторонников Путина; ОНФ объединил широкий круг сторонников Путина*. Большинство (*широкая коалиция, широкий круг*) мыслится как выходящее за пределы ОНФ множество граждан, поддерживающих лидера: *ОНФ заинтересован в том, чтобы число сторонников его лидера, Владимира Путина, готовых работать над реализацией его планов развития страны, увеличивалось*.

Идеологема смычки организованного большинства и лидера внедряется как инициатива снизу. В корпусе высказываний позицию собирательного субъекта-действителя замещает аббревиатура ОНФ: *ОНФ будет контролировать правительственные поручения президента; ОНФ будет работать с организациями, с партиями, которые захотят работать на площадках фронта... для того, чтобы обеспечивать связь с президентом, контролировать исполнение его поручений; ОНФ планирует проведение семи конференций, соответствующих — по числу и тематике — предвыборным статьям Путина*. Реже позицию субъекта-действителя замещает словосочетание *члены ОНФ*: *Члены ОНФ ... обратили внимание президента, что правительство не выполнило три четверти его майских указов (указы, данные по итогам избирательной кампании, вытекают из предвыборных обещаний Путина)*. Инициативы организованного коллективного большинства (которое работает, контролирует, планирует, обеспечивает связь с лидером, обращает его внимание на отсутствие реализации стратегических установок) основаны на осознании значимости коллективных решений, т. е. на идеологеме коллективизма. Ключевыми в приведенных и подобных высказываниях являются следующие слова и словосочетания: *поручения президента, указы президента, предвыборные статьи Путина, планы развития страны, программа президента*, а также сочетание *за Путина*, которое в контексте ситуации коррелирует с включенным в название движения и транслирующим идеологему патриотизма сочетанием *за Россию*: *Если ты за Путина, ты можешь вступить в Народный фронт, даже если тебе не нравятся Государственная дума, правительство, администрация, свои региональные власти, даже если экономический курс раздражает тебя как слишком правый, даже если на региональных выборах ты не готов поддержать кандидата от партии власти* (политолог Межуев). Таким образом, инициатива снизу связана с внедрением программных установок президента и контролем за выполнением этих аксиоматических установок.

Идеологема смычки организованного большинства и лидера внедряется также как инициатива сверху. В отдельных высказываниях в функции смыслового субъекта употребляется слово *президент*, имя собственное в косвенных падежах и/или соответствующие дериваты: *Создание ОНФ — часть президентского ребрендинга. В этом*

смысле учредительный съезд ОНФ вписывается в целый комплекс политических (и не только!) мероприятий, которые условно можно назвать „перезагрузка Путина“.

Идея смычки подытоживается формулой совместности: *В движении соберутся единомышленники президента, которые вместе с ним хотят реализовать его программу.* Формула совместности, основанная на коллективной патриотической эмоции, реализуется в словах президента: *Я уверен, что мы с вами на правильном пути! Мы за Россию.*

Конвенционально закрепленными оказываются функции субъектов: лидер движения генерирует идеи и закрепляет их в программных документах; ОНФ подхватывает эти идеи, разрабатывает формы их продвижения. Актуализируется метафора инструмента — средства реализации стратегии президента: *ОНФ — инструмент поддержки президентских указов, инструмент стабильности, инструмент защиты прав граждан, инструмент связи президента с массами, инструмент прямой коммуникации и одновременно — инструмент давления на ЕР, инструмент маргинализации оппозиции, инструмент борьбы с коррупцией.*

По нашим наблюдениям, идеологема лидера частично трансформируется в идеологему вождизма, которая была одной из базовых в советской идеологии. В отдельных газетных публикациях ощущается пафос ликования, усиленный приемом аналогии: *Сегодня... Путин позиционирует себя как человек, объединяющий народ. Он не относится ни к одной партии, ни к одному социальному слою, ни к какому классу и хочет, чтобы все были едины вокруг харизматичного политика, который претендует на роль национального лидера. Это примерно то, что проделал Шарль де Голль, который также хотел преодолеть фрагментацию общества, расколотость политической жизни и тем самым объединить вокруг себя народ* (политолог А. Мигранян).

Представление об идеологической платформе ОНФ можно составить, выбрав для анализа высказывания, представляющие собой содержательный набор ключевых слов *цель, задача.* В одной из формулировок президента базовая идеологема патриотизма конкретизируется идеологемами созидания и гигантизма: *России нужен вклад каждого, искреннее участие в общем деле обустройства страны. Цель Народного фронта — дать возможность каждому созидать великую Россию.* Патриотическая идея созидания мыслится как стратегическая: *Цели и задачи, которые декларирует новое движение, — работа во благо России.* Созида-

ние трактуется как контролируемое воплощение в жизнь программы В. Путина: *А институционализация Народного фронта — реализация еще одной важной политической цели — создания автономной и ориентированной исключительно на президента — системы контроля за реализацией этой стратегии, его указов* (политолог В. Никонов). ОНФ создает механизм непосредственного взаимодействия между обществом (народом) и президентом, а президент получает возможность осмыслить реальные проблемы народной жизни. Возрождается в трансформированном виде двусторонняя субъектная зависимость (народ и царь): *Последние 200 лет кто только не призывал к прямой связи „царя“ и „мужика“, мимо „плохих бояр“. Сейчас это называется: коммуникация президента и молчаливого большинства, минуя бюрократию. Необходимость такой связи („мечта“ о ней) — один из устойчивых архетипов народного сознания* (Л. Радзиховский).

Специально выделяется собственно идеологическая креативная задача — *быть генератором новых идей и смыслов.* Для решения последней ОНФ должен находиться в *постоянном контакте* с гражданами, стать *широкой платформой, где люди разных взглядов, разных подходов могли бы найти консенсус в решении ключевых проблем нашего развития* (В. В. Путин). Высказывается толерантная идея плюрализма мнений, созидательного использования во благо страны продуктивных идей.

Задача Народного фронта — продвигать *гражданские инициативы, стать инструментом взаимодействия* между гражданами и властью, объединять и консолидировать отдельных граждан и различные слои общества. Власть, в свою очередь, должна *получать через это движение информацию, выдвигать предложения законодательного порядка и, может быть, даже разрешать конфликтные ситуации между властью и бизнесом через отдельных предпринимателей, входящих в руководящие органы ОНФ.* В приведенном утверждении обозначен участок субъектного поля: *власть, бизнес, предприниматели, входящие в руководящие органы ОНФ.* Задача ОНФ и его представителей — добиться конструктивного согласного решения проблем (в данном случае — в сфере бизнеса), погасить вражду между субъектами конфликтного взаимодействия.

Объединение, а не разъединение, согласие, а не вражда, созидание, а не разрушение — такова декларируемая идеологическая платформа движения.

Системообразующая идеологема патриотизма опирается на идею державности, которая, в свою очередь, сопровождается ментально одобряемыми конструктами гигантизма и мессианства: *Мы понимаем масштаб, сложность и остроту проблем, стоящих перед страной. Мы хотим, чтобы она была передовой экономикой, лидером научного и технического прогресса, чтобы она была магнитом, который тянет к себе другие народы* (В. В. Путин). Ср.: *Фронт ставит перед собой амбициозную задачу „реализовать историческую миссию евразийского пространства“.*

«Милитарная» метафора в результате прагматизации трансформируется в метафору «больших дел»: *Определяется „фронт работ“ ОНФ.* На этом фоне оживают, включаясь в контекст реального времени, советские идеологемы индустриализации и народного контроля: *ОНФ предлагает политику новой индустриализации; На съезде ОНФ сформирована экспертная группа под названием „Народный контроль“ — она станет следить за ходом исполнения правительством поручений президента, давать экспертную оценку законодательным инициативам партии власти, а также отслеживать, насколько своевременно местные чиновники реагируют на жалобы граждан, поступающие в приемную Фронта.*

Патриотическая задача созидания великой страны, мировой державы основана на идеологеме народности (ключевые слова: *народный, народ, люди, граждане*): *Воплощенная в ОНФ „народная“ идеология свидетельствует, что национальное развитие и традиции — не антиподы; ОНФ отстаивает сформулированную еще Александром Солженицыным цель — сбережение народа; Цель ОНФ — дать возможность гражданам активно участвовать в процессе созидания великой страны, собрать, воодушевить, мобилизовать людей; По словам президента, Народный фронт стал общественным движением для того, чтобы у всех граждан была возможность ставить свои народные задачи, добиваться их исполнения; Цель ОНФ — именно в попытке дойти до всех людей, сказать им, что мы вместе, едины и сможем преодолеть любые трудности. И что мы должны сделать нашу страну сильной и уважаемой.*

Народное интерпретируется как общенациональное, единое, солидарное: *ОНФ стремится укреплять общенациональную солидарность, единство поколений.* В то же время понятие общенародности сужается: *Общенародность ОНФ собирается под-*

*твердить многопартийностью в руководстве.*

Общенародное предполагает сохранение собственно национальных нравственных ценностей: *Исключительно важно не забывать о собственных ценностях, которые для каждой нации не менее важны, нежели общечеловеческие, как стремление к свободе. Для России — это еще и желание жить по правде и справедливости, в согласии с совестью, нравственность и человеческое достоинство, служение Отчизне, любовь к ней* (политолог В. Никонов).

Нравственный фундамент патриотизма отражен в декларации ОНФ, которую журналисты назвали «кодексом этики». В газетах приводятся извлечения из декларации, иллюстрирующие этот вывод (в период работы съезда документы не были полностью опубликованы): *«Мы вместе, потому что мы любим свою страну. Главное для нас — свобода и справедливость, нравственность и человеческое достоинство. Порядочность и скромность, верность слову и уважение друг к другу для нас превыше всего». Своей целью ОНФ провозглашает «процветающую Россию», обещая сделать всё «для ее достижения».*

Нравственная составляющая патриотизма, обозначенная с помощью номинаций ментально одобряемых концептов, влечет за собой точно представленную эстетическую составляющую: *Путин практически сказал, что каждый из нас должен внести свой вклад в создание той России, образ которой нам кажется прекрасным. Это идеальная формула для того, чтобы собрать людей, воодушевить, мобилизовать.*

Наряду с лексемами *общий, единый* и их дериватами активно употребляется прилагательное *разный*: *разные люди, разные слои общества, разные мнения, разные точки зрения, разные взгляды* и др. Вектор развития державы — объединение разного, поиск общего для достижения единой цели. В концепции лидера ОНФ В. В. Путина люди самых разных и даже противоположных взглядов должны объединять усилия для достижения консенсуса. Не единомыслие, но диалог — состязание разных мнений — обеспечивает обретение *новых смыслов*. Условие общенационального согласия и стабильности — *преданность своей стране*. Этнимы в лексиконе членов ОНФ и его лидера не используются. Последнее свидетельствует о толковании нации как единства разных народов России.

Анализ языковой представленности идеологем в текущей прессе обнаруживает

отсутствие ярких новаций. Политический лексикон, т. е. общий набор лексических единиц, рассматриваемых вне контекста, не создает впечатления новизны. Обновляется комбинация идеологем, формирующих идею патриотизма, хотя образования, входящие в соответствующее словообразовательное гнездо, не выступают как базовые. Тем самым демонстрируется отсутствие националистического компонента в семантике понятия «патриотизм», из которой исключаются также компоненты 'враг(и)', 'вражда'. На первый план восприятия выдвигается семантическая доля 'общенациональное согласие'.

В аналитических статьях журналистов и политологов идеология ОНФ в целом характеризуется как неагрессивная, консервативная, «охранительно-государственная» (Л. Радзиковский). Тенденциозные оценки отличаются гиперболичностью (*Фронт становится главным политическим представителем мысли народной*) или же демонстрируют идеологический скептицизм (*Вот ОНФ. А народ их уполномочивал?*). В большинстве случаев содержательный подход к идеологии Народного фронта заменяется «прагматическими утилитарными» [Романенко 2008: 90] прогнозами: *По словам Валерия Хомякова, ОНФ создается, скорее всего, для последующего участия в выборах; Ясно, что перед ОНФ поставлена задача подбора одномандатников; ОНФ создается для того, чтобы напрямую контролировать структуры, которые официально возглавляет Дмитрий Медведев, и т. п.* Прогнозы, заменяющие анализ выдвинутой на съезде ОНФ системы идеологем, зачастую основаны на «соотношении между пропагандой и поведением противника в прошлом» [Джордж 2012: 50]. Так, в 2011 г., как уже отмечалось, создание ОНФ связывалось с продвижением «фронтниками» «Единой России» на выборах 2011 г. Нельзя не заметить, что прошлые инициативы ОНФ вызывают прогнозы, спроецированные на ЕР: *ОНФ — подобие двухпартийной системы; ЕР — ОНФ: партийно-фронтная диффузия*. Соотношение прошлого и «триумфального» настоящего позволяет прогнозировать ближайшее будущее: *Вместо „Единой России“ партией власти станет ОНФ. Ассоциативная цепочка ЕР — ОНФ прослеживается и в иронизмах. Например: ЕР вешается президенту на шею, а он проводит выходные с ОНФ.*

Языковая реализация транслируемых ОНФ базовых идеологем позволяет говорить об определенных противоречиях. Это пре-

жде всего исключение из парадигмы идеологем «милитарных» смыслов при сохранении номинаций *Народный фронт, ОНФ*, а также политический оксюморон «неполитическая политическая организация». Кроме того, собственно политическую направленность парадигмы идеологем маскирует метафора *надпартийная площадка*. Ощущается определенное влияние советской идеологии, которое проявляется не только в лексическом оформлении отдельных идеологических смыслов, но и в догматизме: программные инициативы лидера ОНФ принимаются как руководство к действию. Их критика исключается. Генератором конструктивных идей остается лидер. Его сторонники, составляющие большинство, разрабатывают технологии претворения в жизнь идей лидера.

Выступающая в функции системообразующей идея патриотизма, или *привязанности к своей стране*, готовности совершать реальные дела во имя *великой державы*, притягивает складывающиеся в открытый парадигматический ряд идеологемы единения, солидарности, лидерства, совместности, принятия «другого» и «других», плюрализма мнений, консенсуса, общенационального согласия, стабильности, созидания, *новой индустриализации, (народного) контроля, сбережения народа*, нравственных ценностей.

Идеология ОНФ складывается в русле общей тенденции поиска системообразующих концептов и сопровождается другими тенденциями, определяющими динамику идеологического фонда. В их числе возрождение собственно национальных ценностей, аксиологический плюрализм, идеологический прагматизм.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. АЛ = Толковый словарь русского языка начала XXI века. Актуальная лексика / под ред. Г. Н. Склярской. — М.: Эксмо, 2006.
2. Джордж А. Л. Предсказание политических действий через анализ пропаганды // Политическая лингвистика. 2012. № 4 (42). С. 249—258.
3. Кулина Н. А. Динамика идеологического фонда русского языка: актуальные тенденции // Современная политическая лингвистика: проблемы, концепции, перспективы: сб. науч. тр. ВГПУ / Волгогр. ин-т бизнеса. — Волгоград: Изд-во ВГПУ: Перемена, 2009. С. 158—168.
4. Романенко А. П. Советская герменевтика. — Саратов: Наука, 2008.
5. Чудинов А. П. Россия в метафорическом зеркале: когнитивное исследование политической метафоры (1991—2000) / Урал. гос. пед. ун-т. — Екатеринбург, 2001.

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

**Н. Б. Руженцева** **N. B. Ruzhentseva**  
Екатеринбург, Россия Ekaterinburg, Russia

**ИНТЕГРАЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ  
В МЕЖНАЦИОНАЛЬНОМ  
ВЗАИМОДЕЙСТВИИ:  
СМЕНА ПАРАДИГМ**

**Аннотация.** *Сделана попытка обобщения современных речевых процессов, связанных с расширением сферы межнационального взаимодействия. Межъязыковая интеграция, межъязыковые контаминаты, жанрово-стилистические изменения, гибридизация текстов, сдвиги в концептосфере свидетельствуют о том, что речевые процессы, идущие в настоящее время в России, способствуют смене коммуникативной парадигмы на межнациональную, главным признаком которой является диффузия иноязычных элементов в русской речи и тексте.*

**Ключевые слова:** *межнациональный дискурс; межнациональная парадигма; речевая ситуация эпохи; межъязыковая интеграция; гибридизация языка, речи и текста; жанрово-стилистические процессы; конфликт интеграции и конфронтации.*

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

*Место работы: Уральский государственный педагогический университет (Екатеринбург).*

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

**INTEGRATION  
IN INTERCULTURAL INTERACTION:  
THE CHANGE  
OF PARADIGM**

**Abstract.** *The article generalizes modern uses of speech connected with the expansion of the sphere of international interaction. International intergration, interlingual contaminations, changes in genre and style, hybridization of texts and changes in the conceptual sphere give evidence of the fact that speech processes taking place in Russia to-day cause a change of the former communicative paradigm into an intercultural one, the main feature of which is diffusion of foreign language elements in Russian speech and texts.*

**Key words:** *international discourse; international paradigm; speech characteristics of the epoch; interlingual integration; hybridization of language, speech and text; genre and style processes; conflict of integration and confrontation.*

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

*Place of employment: Ural State Pedagogical University, Ekaterinburg.*

На протяжении XIX—XX столетий Россия была, пожалуй, самой читающей страной мира. Это определяло литературоцентричность сознания россиян и развитие у них аллюзийного мышления. В основе такого мышления лежит «погруженность в культуру вплоть до полного в ней растворения... Это жизненное ощущение собственной интертекстуальности и составляет внутреннюю стилистику постмодернизма, которое хаосом цитат стремится выразить свое ощущение» [Ильин: 335—336]. К концу 80-х гг. XX в. в мышлении россиян явно преобладала интертекстуальность — «полилог культурных языков» [Сметанина 2002: 87].

Но мир меняется. В условиях глобальных интеграционных процессов поколение, сформировавшееся в 90-х гг. XX в., — это уже отнюдь не литературоцентрическое и культуроцентрическое поколение. Это поколение компьютерной эпохи, «виртуальной реальности», традиционный культурный фонд которого начал стремительно уменьшаться или изменяться по сравнению

с культурологическим тезаурусом предшествующих поколений. Об этом свидетельствуют прежде всего научные исследования, для которых характерны следующие заявления: «Необходимо отметить, что современные студенты-филологи уже плохо знают произведения советской литературы, которые в настоящее время не изучаются в школе или рассматриваются обзорно» [Бирюкова 2005: 12].

В свою очередь, современная молодежь начала проявлять повышенный интерес к изучению английского языка. Этому способствовали а) расширяющиеся международные связи (свободный выезд за рубеж, обмен студенческими группами, культурные международные программы); б) необходимость знания англоязычной компьютерной терминологии, включение в интернет-общение; в) появление новых, пришедших с Запада сфер деятельности (рекламы, менеджмента, маркетинга, связей с общественностью и др.). Повышенный интерес, особенно в восточных регионах РФ, наблюдается и к изучению китайского языка, что обуслов-

лено стремительно расширяющимися экономическими и культурными связями России и Китая.

Возрастающая интенсивность межнациональных контактов детерминирует, с нашей точки зрения, выраженные изменения в речевой ситуации эпохи. «Жизненное ощущение собственной интертекстуальности» сменилось жизненным ощущением собственной включенности в мировые процессы. Это, как мы считаем, определило тенденцию к смене парадигм, соотносимую со всем многообразием дискурсивных разновидностей. Постмодернистская интертекстуальная парадигма в ее конкретных речевых и текстовых реализациях стремительно переходит в парадигму межкультурную, межнациональную, о чем свидетельствует целый ряд живых, динамических процессов. Попробуем коротко остановиться на важнейших из них, а также на некоторых тенденциях межнационального общения. Заметим предварительно, что тенденции в межнациональном, межкультурном взаимодействии связаны как с письменной, в том числе с интернет-коммуникацией, так и с коммуникацией устной. Об этом свидетельствует огромный массив текстов, само наличие которых отражает основные процессы XXI в. — информатизацию и глобализацию.

#### 1. МЕЖЪЯЗЫКОВЫЕ ИНТЕГРАЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ

В настоящее время происходит лавинообразный наплыв англоязычной лексики в русскую речь, о чем уже неоднократно говорилось исследователями в связи с тем, что на роль глобального мирового языка претендует именно английский. Но этого мало. Еще несколько десятилетий назад заимствованное слово осваивалось фонетически, морфологически, семантически, «подчинялось законам развития русского языка, его функционально-стилистическим нормам» [Фомина 1983: 144]. По такому основанию, как полнота освоения заимствований русским языком, М. И. Фомина выделяет следующие группы заимствований: калькированные полностью или частично (лексические кальки, семантические кальки, полукальки), полностью русифицированные, частично русифицированные, нерусифицированные [Там же: 146—147]. Однако в настоящее время наблюдается явная тенденция к включению в текст частично русифицированных или нерусифицированных, неосвоенных заимствований, которые передаются графическими средствами русского языка без перевода или употребляются в оригинале, ср.: *С первых дней рейлы*

*стремительно опустошаются новыми поклонниками бренда — fashion — рассказ о восьмидесятих-девяностых в коллекции fall-winter 2012 пришелся гостям по вкусу. В Sonia by Sonia Rykiel, казалось бы, напроць забыли о строгих костюмах и идеальных дуэтах. Сегодня среди must-haves: объемные мягкие свитеры — в повседневных луках, и mix&match — в активном использовании. Среди ключевых моментов — соседство на рейлах свободных брюк и уютных oversize-пуловеров с простыми белыми платьями, юбками телесного цвета и струящимся трикотажем (журнал «Стольник», ноябрь 2012).*

Приведенный текст является свидетельством того, что в настоящее время английскую лексику стали использовать в готовом виде, не делая никаких попыток подобрать синонимические эквиваленты, не думая о чистоте родного языка, о мнении ученых-лингвистов, о бережном отношении к родному языку и т. д. Собственно лингвистическая (точность словоупотребления) и прагматическая (экономия речевых средств, а также обращение к фактору адресата — молодого человека, в известной степени владеющего английским языком) потребности отодвинули на задний план все вопросы о соотношении в тексте «своего» и «чужого». Эта тенденция реализуется не только в гляцевых журналах. Она восходит к разговорной речи, ср. фрагмент из интервью: *...Вот на Западе есть совершенно официальные собрания для таких, как мы, семинары, все так культурно. А у нас только лайфстайлеры ходят, крутые такие. И в Сети флудят, не люблю флуд* (Русский репортер. № 41 (169), октябрь 2010).

#### 2. ТЕНДЕНЦИЯ К РАСПРОСТРАНЕНИЮ МЕЖЪЯЗЫКОВЫХ КОНТАМИНАТОВ

Во-первых, это словообразовательные контаминаты, слова, одна значимая часть которых уже давно вошла в русский язык, а другая является недавним заимствованием: *милитари-крой, fashion-сайт, брюки-t-shirt, монобрендовый бутик, спа-косметика, подвеска-шарм* и др.

Во-вторых, огромное распространение получили синтаксические контаминаты. Приведем словосочетания и предложения, включающие русскую и иноязычную лексику в готовом виде и взятые из гляцевых журналов: *предмет аутфита; сезоны, известные своей любовью к миксу различных принтов; закоренелые fashion-виктимс; топовый европейский блог; повседневный лук; тотал лук Шанель; женственное ардеко платье; насыщенный график съемок*

и events; must-have, мимо которого не пройдут подкованные в fashion; Умело управляться с Mix&match — последний столичный тренд, выдающий настоящих поклонников интеллектуального fashion; Во время ежегодной mega fashion weeks лицо проекта, певица Глюкоза (Наталья Чистякова-Ионова), на своем примере показала столичный тренд — соседство в гардеробе luxe масс маркет брендов; К популярному сегодня mix&match я отношусь настороженно; екатеринбургская элита любит танцевать на after-party в Hyatt Regency; Богатый питон в виде сумки-малышки не обязывает к строгому дресс-коду; Не бывает такого, чтобы я надела один лук дважды и др.

### 3. ТЕНДЕНЦИЯ К ГИБРИДИЗАЦИИ ТЕКСТА

С межнациональной точки зрения гибридными мы считаем, во-первых, тексты с регулярно повторяющимися иноязычными элементами, образующими в совокупности с русской лексикой речевую/текстовую ткань, ср. мнение Ю. А. Бельчикова о стилистической гибридной текстуре: «Наличие в тексте регулярных иностилевых речевых средств, обусловленных функциональным назначением соответствующей совокупности текстов, образующих известное функционально-стилистическое единство, придает данному тексту (и подобным ему) особые стилистические черты, которые позволяют квалифицировать этот текст как контаминированный, гибридный» [Бельчиков 1996: 340—341]. Во-вторых, гибридные тексты отличаются конвергентностью (под конвергенцией в данном случае мы понимаем схождение достаточно большого числа заимствований в небольшом фрагменте текста). К гибридным можно отнести как тексты, включающие англицизмы, так и тексты с массивными заимствованиями из других языков, ср. фрагмент текста о китайской кулинарии (для удобства мы опускаем иероглифические написания, также присутствующие в оригинале): В китайской кулинарии существует более двадцати видов приготовления пищи: обжаривание с двух сторон (дзень), жарка на большом количестве масла (чхао), жарка во фритюре (джа), тушение (шао), копчение (сюнь), гриль (кхао), варка на пару в бамбуковых ситах (джэн), варка в воде (джу), варка в бульоне со специями (хуэй), варка в сое (лу) и т. д.

Китайская кухня поражает своим многообразием. В каждом городке и уезде Китая готовят блюда, характерные только для этой местности. Считается, что во всем Китае существует свыше 5000 раз-

личных наименований блюд. Знаатоки китайской кухни выделяют 5 основных кулинарных направлений: „шандунская“ (лу цхай), „сычуаньская“ (чхуань цхай), „хунаньская“ (сян-цхай), гуандунская (юэ-цхай) кухни и кухня провинции Цзянсу (су-цхай). Наиболее разнообразной и экзотической является гуандунская кухня [Благой 2005].

### 4. ТЕНДЕНЦИЯ К ГИБРИДИЗАЦИИ (СМЕШАННОМУ НАЦИОНАЛЬНОМУ СОСТАВУ) АВТОРСКИХ КОЛЛЕКТИВОВ

Это явление чаще всего связано с учебно-научным дискурсом, например: А. А. Акишина, Хироко Кано. Словарь русских жестов и мимики; Ю. А. Антонова, Н. Б. Руженцева, Ли Минь. Стилистика и культура русской речи: учебное пособие для китайских студентов, изучающих русский язык; Н. И. Коновалова, Ян Кэ. Метафорический параллелизм в русских и китайских поговорках; Сюй Сяо Бо, И. П. Лысакова. Национальная специфика языковой объективизации категории „вежливость“ в русской и китайской коммуникативных культурах — и т. д. Однако тенденция к образованию смешанных межнациональных коллективов прослеживается и в иных видах дискурса, например публицистическом. Примером тому может служить книга шведской писательницы Веры Эфрон «Продана» (М.: Рипол-классик, 2009), созданная ею вместе с русской девушкой, ставшей жертвой торговли людьми. Вот что пишет о совместном создании книги сама Вера Эфрон: Когда я увидела Наташу, невольно вспомнила о своей дочери. Наташа была чуть младше нее, и это произвело на меня неизгладимое впечатление. Подобная трагедия могла случиться и с моей дочерью. Не застрахован никто. Поэтому я уговорила Наташу начать работу над книгой. Мы хотели рассказать людям о траффинге, объяснить, предупредить. Борьба против этого нужно всем вместе.

### 5. ЖАНРОВЫЕ ПРОЦЕССЫ МЕЖНАЦИОНАЛЬНОГО ХАРАКТЕРА

Эти процессы активно развиваются в связи с международной туристической, экономической, рекламной, образовательной, медицинской и иной деятельностью. За последние 20 лет получили развитие жанры туристского каталога и туристских проспектов, а также разговорника и справочника. Были изданы сотни учебников, учебных пособий и словарей для иностранцев, изучающих русский язык. Получила распространение новая разновидность учебных текстов — двуязычное учебное пособие, примером чему может служить «Страноведение Китая»

(автор — профессор Сунь Вэньфан), в котором материал представлен одновременно на русском и китайском языках. В рамках научного и публицистического дискурсов появилось множество публикаций, отражающих взгляд на культуру иных стран и на людей иных национальностей (иногда в сопоставительном аспекте «русские — иностранцы»). В связи с последним хотелось бы отметить появление новых текстовых форм, например такого интересного жанра, как «Взгляд из-за границы».

Однако жанровые процессы связаны не только с появлением новых видов текста, но и с видоизменением старых, приспособлением последних к изменениям эпохи. К такого рода жанровым процессам можно отнести, во-первых, креолизованный характер текстов, повышение роли изобразительного ряда; см., например, «Словарь комиксов и манга», составленный Ксенией Козловой (СПб., 2003) и включающий описание «манга» (японского комикса) в рамках двух семиотических систем — вербальной и визуальной. Во-вторых, это активное втягивание чужих жанровых форм в пространство русского текста. Примером может служить обыгрывание Б. Акуниным известного японского жанра хайку в «Алмазной колеснице»:

*Казалось — конец,  
И надежды нет. Но вдруг —  
Первый луч солнца.*

В третьих, это собственно внутритекстовые процессы. Так, жанр межнационального туристского проспекта отличается от аналогичной внутринациональной формы введением таких лексических и текстовых компонентов, как а) мини-разговорники, б) лексика, репрезентирующая национальные реалии, к примеру, национальные блюда в российско-турецком проспекте (*суджук, салам, яйла чорбасы, мерджимек чорбасы, тулумба, кадайф, баклава* и др.), в) культурологические справки, нацеленные на совмещение культурного фонда коммуникаторов, г) прескрипции, регулирующие поведение иностранцев в чужой стране, д) прецедентные феномены, соотносимые с историей и культурой представляемой страны, и т. д.

В-четвертых, это имитация чужих жанровых форм, в том числе их пародирование. Так, известная на Востоке форма текста (диалог учителя и ученика) получила многократное пародийное представление в анекдотах, созданных россиянами, ср:

*Учитель Чхишвабрашван спросил од-  
нажды у своего ученика Япутры:*

*— Как звучит хлопок одной ладонью?*

*Япутра не раздумывая вмазал Учителю  
почечину.*

*— Не совсем верно, Япутра, но ты сде-  
лал это не раздумывая, не подключая ум,  
а значит, ты постиг Дзен. Иди с миром,  
вали отсюда!*

*Так Шри Япутра стал учителем [Дао-  
Какао].*

## 6. СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ПРОЦЕССЫ МЕЖНАЦИОНАЛЬНОГО ХАРАКТЕРА

Данные процессы связаны со стилистической гибридизацией текстов, смешением национальных манер выражения мысли. Так, стиль серии романов Хольма ван Зайчика (псевдоним группы авторов) отличается использованием разных стилистических регистров — имитации устаревшей старорусской манеры и манеры китайской письменности. Сказанное особенно заметно при включении в текст чужой речи — цитат из произведений Конфуция: *Изделия поселковых мастеров можно приобрести буквально по всей необъятной Ордуси, особенно славятся искусно вытканые коврики с изображением сцен из жизни благоверного князя Александра: „Благоверный князь Александр созерцает лебедей“, „Князь Александр вступает в единоборство со свирепым тигром“, „Волки алчут вразумления у великого князя“... В Разудалом обосновались простые и бесхитростные ордусяне, не ищущие иной жизни и справедливо полагающие истинным речение из двадцать второй главы „Бесед и суждений“ Конфуция, понятое ими, увы, несколько прямолинейно: „Благородный муж, напрягая все силы, идет путем соблюдения гармонии, а благородный народ, вторя ему, делает, как умеет, свое дело и, как умеет, радуется“* (Хольм ван Зайчик. Дело лис-оборотней).

## 7. ПРОЦЕССЫ, ПРОИСХОДЯЩИЕ В КОНЦЕПТОСФЕРЕ

С нашей точки зрения, в настоящее время концептуальное пространство общества и личности претерпевает большие изменения. На задний план отходит часть локальных концептов, соотносимых с бытом той или иной страны. В русской концептосфере это концепты типа *валенки, сарафан*, которые, смеем утверждать, давно уже не включаются в концептосферу современной личности, а являются лишь лексемами, находящимися на периферии лексического тезауруса. Зато все большее значение приобретают интернациональные концепты, перешедшие в мировую концептосферу из локальных, а также концепты глобальные, цивилизационные. К концептам первого рода

относятся, например, концепты *йога*, *водка*, негативно-оценочный концепт *генно-модифицированные продукты*, концепты типа *китайская медицина* и *тайский массаж*. Ко второй группе принадлежат концепты типа *сайт*, *мобильная связь*, концептуальная дихотомия *Запад — Восток*, а также концепты, соотносимые с культовыми фигурами XX в., — политиками, изобретателями, деятелями шоу-бизнеса, т. е. людьми, оказавшими огромное влияние на бытие и общественное сознание всего человечества.

#### 8. ТЕНДЕНЦИЯ К ПРЯМОМУ ИЛИ ОПОСРЕДОВАННОМУ ДИАЛОГУ

Характеризуя основные тенденции общения нового времени в статье «Основные тенденции развития общения в первой половине XXI века (попытка прогноза)», И. А. Стернин писал: «...в общении в ближайшие десятилетия будут наблюдаться такие глобальные процессы, как орализация общения (преобладание устной формы общения над письменной) и его диалогизация (диалог все больше будет преобладать над монологом)» [Стернин 2003]. Думается, что первый прогноз (преобладание устной формы общения над письменной) оправдался к 2013 г. не в полной мере, ввиду широчайшего распространения интернет-коммуникации, в которой письменная форма в настоящее время преобладает над устной (общением по скайпу), а также мобильной связи. Число отправляемых SMS (письменная форма) сейчас едва ли не больше числа звонков (устное опосредованное общение). Однако второй прогноз — о преобладании диалога над монологом — оправдался, как мы считаем, полностью, и это в полной мере касается межнациональной письменной коммуникации. Диалогическое начало особенно явно ощущается в международных рекламных изданиях. Проиллюстрируем это на примере каталога «Моя спальная система» (2012), рекламирующего продукцию немецких и датских производителей. Авторы-составители каталога достаточно четко представляют себе потенциального потребителя своей продукции и ведут с ним своеобразный письменный диалог, стараясь предугадать все вопросы, рассеять сомнения и предупредить пожелания. В структуру каталога, кроме собственно описания продукции, входят следующие текстовые компоненты, генетически восходящие к устной речи (приведем заголовки к текстам, входящим в каталог):

1.10 *советов для улучшения сна* (совет — форма устного межличностного общения).

2. *Меняем жизнь к лучшему!* (эксплицированное побуждение, апеллятив, тоже восходящий к устной речи).

3. *8 мифов о матрасах и фактов о TEMPUR* (рассуждение-опровержение и рассуждение-доказательство, предупреждающие возможные сомнения потенциального клиента).

4. *Насладитесь комфортным сном на матрасах TEMPUR // Почувствуй разницу* (побуждение, прямая апелляция к адресату).

5. *Часто задаваемые вопросы о TEMPUR* (предупреждение актуальных вопросов, например: *Можно ли стирать материал TEMPUR; Как подобрать подушку? Рекомендуете ли вы детям спать на матрасе TEMPUR? Какова гарантия на продукты TEMPUR?* и т. д.).

6. *Более 50000 ортопедов во всем мире рекомендуют TEMPUR-MED* (ссылка на авторитеты, ответные реплики на возможные сомнения потенциальных клиентов).

7. *Отзывы наших покупателей* (диалог тех, кто уже купил рекламируемую продукцию, с потенциальными клиентами).

Заметим, что диалогизация письменного межнационального русскоязычного общения крайне важна именно для России ввиду ограниченности непосредственных устных межнациональных контактов и плохого знания иностранных языков большинством россиян. Тексты же, имитирующие устное общение, устраняют коммуникативные барьеры, сближая россиян с людьми иных национальностей и тем самым создавая почву для взаимопонимания.

#### 9. ТЕНДЕНЦИЯ К УВЕЛИЧЕНИЮ ЧИСЛА ТЕКСТОВ, СОДЕРЖАЩИХ ПРЕСКРИПЦИОННУЮ СОСТАВЛЯЮЩУЮ

Такие тексты предписывают, как надо / не надо вести себя при общении с людьми иных национальностей. Прескрипции могут иметь прямой (рекомендательный, конструктивный и даже запретительный) характер, но могут быть и косвенными (истории, случившиеся с россиянами во время пребывания за границей, в которых репрезентированы косвенные рекомендации). Такие предписания дают для своих соотечественников и россияне, и иностранцы. Вот пример прямой прескрипции с англоязычного сайта:

*Не платите за себя*

*В этом русские поразительно отличаются от западноевропейцев. Они не приемлют угощения, когда каждый платит сам за себя. Так, если вы пригласили леди в ресторан или куда-нибудь еще, не ожидайте, чтобы она заплатила за себя, но вряд ли вы увидите ее снова. При ней даже может не быть денег. Если они не предпола-*

гают спастись от маньяка или убежать через запасной выход, россиянки думают, что не надо брать с собой деньги, если рядом мужчина [Десять русских табу: взгляд из-за границы].

В свою очередь, интернет-сайты типа «Архив путешественника» публикуют массу историй, случившихся с россиянами, пренебрежными социокультурными нормами той или иной страны. Тем самым авторы предупреждают соотечественников о возможных последствиях, например: *В турфирме меня не предупредили, что в Лондоне нельзя пинать собак и кошек, даже если они бездомные! Но я всего лишь отодвинул с дороги черного котяру, а его хозяин потащил меня к полицейскому. Меня даже хотели оштрафовать — а за что?!* (жалоба нашего соотечественника, проведшего неделю в Великобритании).

#### 10. ТЕНДЕНЦИЯ К УСИЛЕНИЮ АДАПТАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ

Эта тенденция связана с несколькими типами дискурсов — образовательным, научным, туристическим и публицистическим. Широкое понимание адаптации предполагает не только приспособление человека к изменениям условий окружающей среды, но и приспособление человека к жизни в обществе в соответствии с требованиями этого общества, а также собственными потребностями, мотивами и интересами. Так, в образовательном дискурсе при обучении иностранцев в России адаптационная стратегия реализуется достаточно широко и соотносится с целым набором конкретных тактических схем, среди которых: а) тактика простой адаптации текста (редукция текста, упрощение его для более легкого восприятия и понимания); б) тактика адаптации к речеповеденческим особенностям и различиям в коммуникативном поведении жителей разных стран; в) тактика адаптации к различиям в невербальных способах передачи информации; г) тактика адаптации к культурным и ментальным различиям и др.

В научном дискурсе адаптационная стратегия реализуется в настоящее время в работах сопоставительного плана, и прежде всего, на наш взгляд, в книге Ю. Е. Прохорова и И. А. Стернина «Русские: коммуникативное поведение» [Прохоров, Стернин 2007]. Блестяще сделанное в этой работе параметрическое описание русского коммуникативного поведения в сопоставлении с коммуникативным поведением американцев, англичан и немцев способствует, как мы считаем, эффективной адаптации россиян к коммуникативным особенностям носителей

иного языка и иной культуры. Думается, что в ближайшее время подобная работа будет проведена и в аспекте контрастивно-сопоставительного описания русского и восточного (дальневосточного и ближневосточного) коммуникативного поведения.

В туристическом дискурсе функцию адаптации взяли на себя туристические проспекты и каталоги, содержащие многочисленные рекомендации, способствующие приспособлению человека к иному лингвокультурному сообществу.

Наконец, в публицистическом дискурсе функцию адаптации берут на себя не только газетно-журнальные издания, но и книги, рассказывающие о культуре иной страны и о релевантных для нее правилах поведения. Подобные тексты издавна популярны и востребованы в России; из современных публикаций такого рода можно отметить книги Ю. Ковальчук «Наблюдая за японцами. Скрытые правила поведения» (М.: Рипол-классик, 2011), А. Шляхова «Китай и китайцы. Привычки. Загадки. Нюансы» (М.: Астрель; Владимир: ВКТ, 2012) и ряд других изданий, помогающих россиянам приспособиться к чужой культуре, выработать толерантное отношение к ней.

И все же, несмотря на усиление интеграционных процессов, межнациональное взаимодействие не обходится (не может обходиться) без фактов деструкции дискурса, так как различия между языками и культурами слишком велики. Это относится прежде всего к способам выражения мысли на чужом языке, т. е. текстовым помехам, связанным с отступлениями от общелитературных, стилистических и жанрово-текстовых норм русского языка. Приведем пример (фрагмент рекламного текста), написанный арабским автором на русском языке. В этом фрагменте автор демонстрирует полное непонимание сущности русской пунктуационной нормы (текст приведен в оригинале):

#### *Советы Здоровья и Красоты*

*Рекомендации по обретению прекрасного самочувствия Бесценный опыт Полный спектр препаратов Стресс, дела, работа, тревога — эти события накладываясь одно на другое, оставляют глубокие следы (из тунисского рекламного проспекта).*

Однако деструкция межнационального дискурса возникает и под влиянием других помех — ментальных, речеповеденческих (отступлений от этикетных норм, принципов толерантного, паритетного общения) и пресуппозиционных. Сказанное проявляется главным образом в системе негативных оценок, которые фиксируются как научными

исследованиями, так и обиходно-бытовым сознанием.

Так, по данным социологического опроса, проведенного в 2007 г., ответы респондентов на вопрос «Какие чувства вызывает у россиян упоминание о различных странах мира?» свидетельствуют о том, что лидерами негативных оценок для россиян являются США, Польша, Китай и Украина [Андреев 2009].

В свою очередь, психолог Е. А. Гришина провела контент-анализ высказываний представителей англоязычных стран, которые проживают в России, с целью выявления адаптационных трудностей. По ее данным, количество негативных отзывов о России и о россиянах превышает количество отзывов позитивных. Наибольшее количество негативных отзывов получили регулирование общественной жизни в России, личные характеристики местного населения, значимые при взаимодействии, особенности поведения местного населения: «В структуре аспектов принимающей культуры, вызывающих адаптационные проблемы у представителей англоязычных стран, наиболее значимыми являются некоторые особенности национального характера и поведения местного населения („национализм“, „отсутствие политкорректности по отношению к меньшинствам“, „покровительственное отношение мужчин к женщинам“, „неискренность“, „леность“, „неприветливость“, „неотзывчивость“, „безынициативность“, „допущение телесного контакта с незнакомыми“, „пристальный взгляд“, „отсутствие улыбки“, „мрачный вид“, „курение в общественных местах“)» [Гришина 2011: 73].

На обиходно-бытовом уровне на взаимные негативные оценки не скупаются ни россияне, ни представители иных национальностей (приводить негативно-оценочные отзывы можно бесконечно). Подобные оценки во множестве отражены в интернет-дискурсе, ср. отзыв российского студента, попавшего в Германию в больницу, о коммуникативном поведении немцев:

*В палате, кроме меня, лежат еще четыре человека. У моего соседа все время включен радиоприемник, из которого доносится громкая музыка. Когда я прошу выключить радио, он выполняет мою просьбу ... и включает на полную громкость телевизор — спортивный канал, по которому обычно показывают футбол.*

*К другому соседу все время приходят друзья и родственники. Причем за раз не менее пяти человек. Они шумят, смеются, не дают мне уснуть после обеда, попросить их выйти или замолчать я не мог, так как лежу в общей палате...*

*Когда я рассказываю эту историю в России, мне не верят. „Этого не может быть“, — слышу я каждый раз. Множество людей из России ездят лечиться в дорогие немецкие клиники и всегда остаются довольны обслуживанием. Вполне возможно, но я попал в обыкновенную городскую больницу и лежал там как студент-иностранец по обыкновенной студенческой страховке [Устюжанин 2013].*

В заключение хотелось бы сделать следующий, возможно небесспорный, вывод. Речевая ситуация эпохи в настоящее время меняется именно потому, что Россия перестала быть изолированной от всего мира страной. Поколение, выросшее в 90-х гг. XX в., имеет иной лексический тезаурус, оно оперирует иными прецедентными феноменами, для него релевантна иная концептосфера, чем для старшего поколения. Инонациональные элементы массированно проникают в русский язык, речь и текст. Думается, можно утверждать, что каждый из нас (особенно молодежь) становится как свидетелем, так и участником смены коммуникативных парадигм — с интертекстуальной на межнациональную. Основным признаком межнациональной парадигмы являются два основных типа коммуникационных процессов: интеграционные, которые особенно заметны при исследовании газетно-журнальной и иных видов письменной речи, и конфронтационные (наиболее яркие источники — данные опросов, межличностная устная коммуникация, интернет-общение). Таким образом, современную российскую речевую ситуацию можно охарактеризовать как **конфликт конструктивных и деструктивных процессов или конфликт интеграции в мировое сообщество и конфронтации с ним**. Такая ситуация предполагает огромную работу ученых: лингвистов, психологов, социологов, педагогов, методистов, — призванных оптимизировать межнациональное взаимодействие в стремительно меняющемся мире.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Андреев А. Л. Образ России и образ Запада в сознании россиян (середина 1990-х — 2007 годы). URL: <http://www.socionauki.ru/journal/articles/129804/>.
2. Бельчиков Ю. А. Взаимодействие функциональных разновидностей языка (контаминированные тексты) // Культура русской речи и эффективность общения. — М. : Наука, 1996. С. 335—357.
3. Бирюкова Н. С. Восприятие студентами прецедентных феноменов, используемых в современной массовой коммуникации : автореф. дис. / УрГПУ. — Екатеринбург, 2005.
4. Благий Д. Д. Новый русско-китайский разговорник для туристов и деловых людей. — М. : Цитадель-тройка, 2005.

5. Гришина Е. А. Россия глазами иностранцев // Вестн. МГЛУ. Сер.: Психологические науки. Вып. 7 (613). — М. : ИПК МГЛУ «Рема», 2011. С. 65—74.

6. Дао-Какао. URL:<http://www.anafor.ru/other/dao-kaoko.htm>.

7. Десять русских табу: взгляд из-за границы. URL:[http://www.pravda.ru/-society/family/pbringing/19-08-2012/1125176-russian\\_taboo-0/](http://www.pravda.ru/-society/family/pbringing/19-08-2012/1125176-russian_taboo-0/).

8. Ильин И. П. Постструктурализм. Деконструктивизм. Постмодернизм. — М. : Наука, 1996.

9. Прохоров Ю. Е., Стернин И. А. Русские: коммуникативное поведение. — М. : Флинта : Наука, 2006.

10. Сметанина С. И. Медиа-текст в системе культуры. — СПб. : Изд-во Михайлова В. А., 2002.

11. Стернин И. А. Основные тенденции развития общения в первой половине XXI века (попытка прогноза) // Коммуникативные исследования 2003. — Воронеж : Истоки, 2009. С. 4—19.

12. Устюжанин В. В. В Германии хорошо только тем, кто занимается наукой. 2013. 29.01. URL: <http://maxpark.com/community/1805/content/1819412>.

13. Фомина М. А. Современный русский язык. Лексикология. — М. : Высш. школа, 1983.

**Статью рекомендует к публикации д-р филол. наук, проф. Э. Лассан**

В. Е. Чернявская V. E. Tcherniavskaya  
Санкт-Петербург, Россия St-Petersburg, Russia**ПОЛИТИЗАЦИЯ ИСТОРИИ  
КАК СТРАТЕГИЯ СОЗДАНИЯ  
НОВОЙ ГОСУДАРСТВЕННОЙ  
ИДЕНТИЧНОСТИ:  
ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ****POLITICIZED HISTORY  
AS A STRATEGY OF CONSTRUCTING  
A NEW NATIONAL IDENTITY:  
LINGUISTIC ANALYSIS**

**Аннотация.** Рассматривается проблема моделирования исторического прошлого в системе политического дискурса. Показывается языковой модус истории, т. е. зависимость исторического нарратива от национальных, политических, идеологических установок автора. Политизация исторического прошлого, создание образа врага может способствовать превращению национального дискурса в националистический. Лингвистический анализ базируется на описании Великой Отечественной войны в публикациях украинских историков 2000-х гг.

**Abstract.** This article undertakes an analysis of textual construction of the Past in political discourse. It is contended that history has its linguistic/textual modality. The ways in which writing of the past is actualized in texts depends on national, political, ideological values of the author. Politisation of the past, creation of the image of the enemy may turn the national discourse into a nationalistic one. Linguistic interpretation covers publications of modern Ukraine historians about the Great Patriotic War of 1941—45.

**Ключевые слова:** исторический дискурс; политический дискурс; моделирование истории; языковой модус исторического описания; манипуляция; фальсификация истории.

**Key words:** historical discourse; political discourse; history construction; linguistic turn in history construction; manipulation; falsification of history.

**Сведения об авторе:** Чернявская Валерия Евгеньевна, доктор филологических наук, профессор, заведующий научно-исследовательской лабораторией лингвистических технологий.

**About the author:** Tcherniavskaya Valeria Evgenyevna, Doctor of Philology, Professor, Head of the Scientific Laboratory of Linguistic Technologies.

**Место работы:** Национальный исследовательский Санкт-Петербургский государственный политехнический университет.

**Place of employment:** St-Petersburg State Polytechnical University.

**Контактная информация:** 195251, г. Санкт-Петербург, Политехническая ул., 29.  
e-mail: tcherniavskaia@rambler.ru.

Объект анализа статьи — политическое присвоение истории, т. е. моделирование исторического прошлого в интересах политики. Сфокусированный на этом анализ вписывается в широкую проблематику взаимодействия языка и идеологии.

Центральным в рамках данной темы является понятие «политика», трактуемое обычно широко как борьба за организацию человеческих возможностей, как вид коллективной деятельности в области властных отношений, борьбы за (пере)распределение влияния в контексте исторических возможностей (ср., напр.: [Лебедев 2008: 300]). Соответственно политика предполагает разграничение тех существенных категорий или полярных понятий, с опорой на которые она идентифицируется как особая форма человеческой практики. Такое основное «политическое различие» было предложено в XX в. немецким философом и мыслителем Карлом Шмиттом. Если для научности существенно разграничение истины и заблуждения, для религиозности — спасения и греха, для

этического — добра и зла, для эстетического — прекрасного и безобразного, для социального — общего и частного интереса, для экономики — доходного и убыточного, то для определения политического К. Шмитт предложил понятия «друг» и «враг». Они позволяют определить, вокруг кого концентрируется власть и против кого она направляется. Основное «политическое различие» есть различие борьбы за друга («amicus») и врага («hostis»). Политический враг не обязательно должен быть морально злым, эстетически безобразным. Политический враг, как пишет К. Шмитт, есть именно иной, чужой, и для существа его достаточно, что он есть нечто иное и чужое. Речь идет об объединении общих интересов для ослабления, разрушения чужих союзов. В таком понимании «политическое» восходит еще к размышлениям Платона в его «Государстве», где справедливая политика понимается как искусство приносить пользу друзьям, а врагам причинять вред.

И для исторического дискурса, и для дискурса политики в значительной степени

характерно противопоставление как минимум двух версий описания действительности: «того, что было на самом деле» и «того, что написано в учебниках»; «того, что было на самом деле» и «того, что представляется как бывшее на самом деле». При этом принципиально значимо, что множественность, вариативность смыслов и оценок в конструировании исторической реальности порождается как минимум на двух уровнях.

Во-первых, вербализованная реальность, т. е. реальность, сконструированная средствами языка, не тождественна самой реальности как последовательности фактов, событий, явлений.

Во-вторых, множественность оценок может создаваться индивидуально автором сообщения, а значит, быть интенционально обусловленной и зависеть от психологических, социальных, религиозных, этнических, идеологических факторов.

Специфика этого взаимодействия нуждается в дополнительном углубленном изучении и остается во многом открытой для исследований.

Свойственная историческому описанию множественность, вариативность интерпретаций действительности, постоянная динамика и взаимопереходы определений «действительное — фиктивное» умножаются за счет доминирующих в политике установок на воздействие. В институциональном пространстве политики активно создаются предпосылки для конструирования особой «политической реальности», когда представление и восприятие какого-либо фрагмента действительности неотделимо от оценочного отношения к нему. Политический дискурс создает, таким образом, особую ситуацию «политического присвоения истории». Политизированная история при этом не тождественна понятиям сознательной фальсификации, диффамации, демагогии, пропаганды и не сводима к ним. Это сложный многоуровневый феномен, показывающий производность фактов от их описания и оценки, а самого описания — от идеологически обусловленных интенций автора. Именно в политике определяющее значение получает идеологическое разделение на свое и чужое, лежащее в основе множественности интерпретаций действительности. Политика существует в системе бинарных оппозиций. По мнению С. Т. Золяна, «система оппозиций в социальной системе — это ценностно организованная система, и любое понятие описывается в ней прежде всего как оценочное: свое — чужое, плохое — хорошее. ... Язык такой системы вместо слов, отсылающих к конкретному референту,

представляет собой скорее набор эмоционально окрашенных этикеток, диктующих позицию, которую надо (нельзя не) занять. При использовании такого языка не надо вникать в ситуацию — сама номинация предполагает, кто прав, кто нет. ... Действует однозначная корреляция: „мы — они“, „свои — чужие“, „хорошее — плохое“, „кто не с нами — тот ...“ [Золян 1999: 83].

Закономерен вопрос о прикладном значении подобного языкового анализа. В какой мере лингвист может судить об исторически объективном или же тенденциозном изложении исторического прошлого?

Наши выводы строятся на анализе, который осуществляется именно как лингвистический, точнее — текстоцентрический анализ. Он не претендует на то, чтобы подменить специальный анализ историков. Одновременно с этим нами не ставится цель свести все операции, в том числе манипуляции с исторической действительностью, только и именно к языковому. Лингвистический анализ способен, с нашей точки зрения, создать особый ракурс рассмотрения проблемы, сфокусировать внимание на фундаментальном для гуманитарного знания вопросе о том, насколько реальность заменяется ее описанием.

Аксиологическая природа описания истории очевидна и принимается как исходная в лингвистическом анализе. Это значит, что в основе выбора языковых единиц для описания истории лежит аксиологическая оценка. Имеет место ориентированность на определенную систему национальных, политических, идеологических, религиозных ценностей. Допуская множественность этих ценностей, следует допустить их конфликт и соответственно конфликт описаний исторической действительности. Упомянем работы ведущих исследователей данной тематики: [Мегилл 2007; Медушевская 2010; Kuettler 1990; подр.: Чернявская, Молодыхенко 2014]. В такой постановке вопрос имеет четко очерченную лингвистическую перспективу.

Повторим ключевой тезис: политика сознательно порождает и поддерживает дискурсивные практики, в которых национальные, этнические, культурные, профессиональные, любые личностные вопросы начинают выполнять политические функции, т. е. участвовать во властных отношениях. Публичное столкновение «своего» и «чужого» необходимо политике. Политика актуализирует историческое прошлое для публичного столкновения с врагом, превращая историю в идеологию, обслуживающую разные политические проекты.

Политика заинтересована в порождении и эскалации таких дискурсивных практик, которые политизируют культурные, профес-

сиональные, национально-этнические вопросы и формы активности человека. В политической науке, как известно, существует специальный термин «*homo politicus*» для обозначения модели «общественного человека». В центре политической социализации — тема личности, главным мотивом деятельности которой является стремление реализовать себя в политической функции: «Главный тезис: в политике люди „не живут“, а „выполняют политические функции“ — очень важен для характеристики политического как над-человеческого, над-культурного и даже над-профессионального» [Лебедев 2008: 304]. Такой акцент становится существенным в предлагаемом анализе.

Надличностный и надпрофессиональный характер политической практики максимально усложняет проблему неоднозначной многовариантной интерпретации истории, исторического прошлого. К онтологическим, историко-культурным, мировоззренческим основаниям этой проблемы политика прибавляет свою идеологическую грань, создавая особый модус формулирования исторического текста, в котором содержательная составляющая подчинена ценностной.

Из длинного ряда возможных примеров остановимся на историческом описании Великой Отечественной войны 1941—1945 гг. Эти события в силу сплетения многих государственных, экономических, военных факторов объективно — онтологически — содержат основания для различных, в том числе противоположных интерпретаций. Величайшие человеческие трагедии, приведшие к конфликту этических нравственных норм в человеческом сознании, безусловно порождают различные ценностные основания для оценки событий Великой Отечественной войны. Очевидно, что события военного прошлого конструируются на основе разных мировоззренческих, нравственных ценностей и различной социальной ориентации исследователя. К этому перечню факторов добавилось и «национальное» видение войны после распада Советского Союза и общей советской идеологии. После образования независимых государств, стремящихся обрести и утвердить свою новую идентичность, история становится особым фактором идеологических манипуляций. Иное моделирование исторического прошлого может выступать как стратегия моделирования иной — новой — государственной идентичности и в целом как стратегия дистанцирования от общего исторического прошлого.

Образ Великой Отечественной войны, как очевидно исследователям, складывается из описания выдающихся военных операций

и безусловных побед, огромных ошибок и некомпетентности военного и государственного руководства СССР, из описания миллионных жертв и мученических страданий людей. Это — исторический плюрализм и необходимая многовариантность интерпретаций, создающая историческую достоверность и правдивость.

Одновременно с этим историчность описания может выходить за пределы объективности в смысле социально-исторической реконструкции «духа времени» и превращаться в предвзятую модернизацию при обработке исторического материала.

Примечательный пример дает книга украинского историка Александра Гогуня «Сталинские коммандос. Украинские партизанские формирования. 1941—1944» (М.: Росспэн, 2012). Она отчетливо маркируется автором как историческая монография, как научный труд. Указывается, что монография написана при поддержке Фонда К. Аденауэра, Центра исследований холокоста и геноцида в Амстердаме и Гарвардского института украинистики, во введении содержатся благодарности историкам, с опорой на труды которых написана работа (27 имен). Автор указывает, что «следует общенаучным методам синтеза и анализа, индукции и дедукции, соблюдает принцип историзма» [Гогун 2012: 10].

Объектом исследования является советская партизанская война на территории Украины в 1941—1944 гг. Цель исследования — ответить на вопрос, в чем проявлялась «советскость» украинских партизан [Там же: 8]. При отборе материала особое значение уделено истории деятельности партизан Сидора Ковпака и Алексея Федорова. Определение «партизанский отряд, партизан» А. Гогун применяет только по отношению к тем, кто «определены в качестве партизан советской стороной и значительный период войны находившиеся на связи с руководящими центрами. Именно эти люди были „обозначены высшей партийной номенклатурой в качестве образцовых советских людей...“» [Там же: 24]. Советским или украинским партизанам противопоставлены «украинские повстанцы» — два массовых антисоветских партизанских движения: Украинская повстанческая армия (УПА) и польская Армия крайова.

Заявленная цель исследования неоднократно артикулируется автором: «...развенчание мифа о партизанском движении на Украине во время Великой Отечественной войны», «привлечение внимания к малоизученным аспектам партизанской войны» [Там же: 8], дополнение «наиболее профессиональных работ по истории советской партизанской

борьбы, изданных в последнее время в Украине» [Там же: 6].

Структура книги последовательно выражает концепцию автора о том, что партизанские отряды на Украине были спецподразделениями НКВД, нацеленными на «безоглядное применение тактики выжженной земли, умышленное провоцирование репрессий оккупантов против мирных жителей, уничтожение своих же деревень, дополнявшееся повседневным разбоем, пьянством, развратом и насилием, употреблением допинга, оперативным использованием оружия массового поражения и, наконец, людоедством» (аннотация к книге [Там же: 4]).

Вся содержательная прогрессия книги А. Гогуня основывается на однозначной, ясно эксплицированной негативной оценке партизанского движения и развивается от одного оценочного блока к другому в описаниях жестокости, бандитизма, морального разложения партизан.

Книгу характеризует особый подбор источниковой базы: практически все свидетельства, подобранные автором, — это документы и сводки немецкого СД, мемуары членов СД, нацистских организаций, службы безопасности украинских националистов, Украинской повстанческой армии, Организации украинских националистов (ОУН). Все они перечислены в приложении к книге. Они, как пишет Гогун, «недоступны для историков в РФ» [Там же: 11] и «должны способствовать открытию новых исторических фактов». Эта источниковая база вводится в изложении автора как опровержение «советских штампов», как контраргумент к тезису официальной истории о значительных успехах и освободительной роли партизан.

Наш анализ языковой структуры книги подводит к следующему выводу: читателю представлено оценочное конструирование действительности. Исторический анализ подменяется оценкой.

В текстовой ткани очевидно преобладают языковые единицы с семантикой «преступные действия», «антигуманные действия».

Приведем наиболее типичные, регулярно повторяющиеся примеры. Раздел книги 3.3. «Террор»:

*– В данной работе террор трактуется как убийство или причинение физического ущерба невооруженным людям, не оказывающим сопротивления. Уничтожение и ранение в бою солдата Вермахта, полиция или бойца УПА являлось не террором, а результатом ведения боевых действий* [Там же: 200];

*– Первой ... известной акцией террора можно считать проведенный по Полтав-*

*щине в октябре-декабре 1941 г. карательный рейд партизанского отряда Ивана Копенкина, до войны занимавшего должность оперуполномоченного НКВД. ... Его партизаны расстреливали мирных жителей, лояльно настроенных к немцам, глубоко верующих людей или служителей религиозных культов, а также солдат, отпущенных немцами из плена. Расстреливаемые были в возрасте от 14 лет и старше;*

*– Действуя вполне в духе традиции ленинско-сталинского террора, красные партизаны уничтожали кулаков;*

*– Истребление лояльных к немцам граждан оставалось одним из значимых заданий партизан до самого конца войны;*

*– Периодически партизаны совершали убийства этнических немцев... Установки на выборочное убийство бывших врагов исходили с самого верха...;*

*– Проведение репрессий нередко сопровождалось пытками — с целью устрашения остальных врагов, получения сведений при допросах, а также из-за обыкновенного садизма...;*

*– О распространенности партизанских пыток писал Хрущеву литератор Н. Шеремет...;*

*– Можно сказать о еще одном виде партизанского террора... Речь идет об убийствах, совершенных на личной почве. ... В годы войны появился соблазн радикально свести старые счеты... Бывший глава местного колхоза, став во время войны партизаном, убивал людей в ходе банальных ссор... [Там же: 202—203].*

Языковой анализ позволяет сделать следующие общие выводы.

Первое. Образ партизанского движения создается исключительно за счет языковых средств с пейоративной семантикой криминальных, преступных действий. Это глаголы со значением антигуманных и противоправных действий: *расстреливать, уничтожать, истреблять, совершать убийство, убивать*; существительные: *убийство, акция террора, карательный рейд, пытка, казнь, садизм, устрашение* и т. п. Пейоративная семантика доминирует. В упоминаемом здесь разделе книги 3.3 [Там же: 200—231] насчитывается 369 подобных словоупотреблений, т. е. в среднем 10—12 единиц на страницу!

Аналогичный образ советского партизана создается такими же языковыми приемами и средствами в других разделах книги. Например, в разделе 6 «Дисциплинарные нарушения в партизанских отрядах» [Там же: 390—434], по нашим подсчетам (не претендующим на статистическую точность), использовано около 390 языковых единиц,

создающих в своей совокупности семантическое поле «преступные действия». Основные из них: *разврат, пьянство, мародерство, половая распущенность, изнасилование, разбой, вымогательство, личная нажива, реквизиция, бандитизм* и др.

Примечательно, что эти языковые единицы используются в сочетании с генерализующими определениями, т. е. в таких сочетаниях, которые создают эффект многократно повторяющихся, типичных действий, например: «совместные попойки командиров партизанских отрядов», «массовое вымогательство», «повсеместные избиения», «масштабы выдачи алкоголя в партизанских отрядах были большими», «начальство охотно и всегда попустительствовало разбою» и т. п.

Семантика генерализации усиливается композиционной организацией: разделы книги заканчиваются выводами в абсолютном конце, построенными типично. Ср.: *Идущее с самой вершины пирамиды власти умышленное попустительство ряду нарушений дисциплины являлось одной из отличительных особенностей поведения командиров и, следовательно, рядовых в силовых структурах сталинского СССР* (конец раздела 6 [Там же: 434]).

Второе. Негативно-оценочная характеристика партизан вводится на фоне образа мирного безоружного жителя Украины, ставшего жертвой. Семантический контраст жестокости и незащитности усилен тем, как номинируются жертвы террора в приведенных примерах. Это «верующие, дети от 14 лет и отпущенные из плена советские солдаты».

Нельзя не обратить внимание на то, что созданная языковая структура включает в действие механизм суггестивного влияния. Суггестия, как известно, связана с «нашептыванием», внушением адресату оценок и представлений без опоры на рациональные аргументы. Суггестия «работает» с аффективно-чувственной стороной восприятия, включает звуковые, просодические, интонационные коды, обеспечивающие «наведение на мысли». Специалисты отмечают, что особого рода суггестивное воздействие происходит, например, в художественно-поэтической коммуникации, когда ритм и звуковая организация поэтического языка «убаюкивают» и «завораживают» читателя. Аналогичный эффект создается в суггестивных текстах заговоров, гипноза, аутотренинга и прочих, основанных на особой ритмичности, повторяемости, настойчивости формулировок, механически воспринимаемых адресатом.

В описанных примерах из книги украинского историка действует тот же принцип суггестивного воздействия: через монотон-

ное, навязчивое, сотни раз повторяемое употребление негативных языковых единиц у читателя притупляется критическое рациональное восприятие материала и наступает эффект «промывки мозгов».

Третье. Отбор фактов, разоблачающих, по мнению автора книги, исторический миф о партизанском движении на Украине во время Великой Отечественной войны, имеет отчетливый односторонний характер. В описании не представлены иные, кроме выражающих негативную оценку, точки зрения на трагедию людей, вовлеченных в войну и поставленных перед необходимостью взяться за оружие. Книга не содержит комплексного анализа идеологических, психологических, социальных причин, по которым война приняла чудовищно ожесточенный характер. Разделы книги строятся по принципу перечисления противоправных проявлений «воинствующего сталинизма» без опоры на альтернативную точку зрения, в данном случае на современные российские исторические интерпретации, архивные свидетельства и т. п. Содержание строится исключительно по принципу черно-белого изображения, редукции альтернатив. Идет оценочное информирование, при котором «чужие» (советское партизанское движение) однозначно демонизируются (см. о стратегиях демонизации врага: [Молодыченко 2012]). Введение в историческое описание новых фактов — архивных документов, свидетельств очевидцев и т. п. — и описание этих фактов имеет целью не расширить объяснительный потенциал существующей теории.

Очевидная здесь цель — конструирование иной действительности, иного образа исторического прошлого. В этом случае факты, ткань событий, их текстура становятся производными от интенции автора текста — интенции, которая однозначно распознается адресатом: «представить партизанское движение в годы войны как преступное, бесчеловечное, кроважидное».

Отметим, что данный вывод является достоверным со стороны лингвистики, поскольку лингвист может делать и делает свои выводы о целях текста только с опорой на формы вербализации.

Общий вывод таков. Рассмотрение в аспекте языкового отражения политической проблемы способно направить к осознанию и, как следствие, к разрешению ряда методологических проблем. В практическом плане возможно говорить о выработке рекомендаций по противостоянию фальсификации истории и предотвращению провокаций политических конфликтов. Само по себе столкновение конфликтующих исторических

нарративов не является причиной возникновения политического конфликта и не сводится к нему, так же как и наличие противоположных исторических интерпретаций само по себе не сводимо к фальсификации истории. Политика вмешивается в историю и делает ее политизированной, когда вытесняется дискуссия о самих ценностях и причинах исторического плюрализма. Тогда готовая — такая и не другая — **оценочная интерпретация исторических событий** подменяет саму **историческую событийность**.

В гуманитарном знании вообще органично сосуществование и даже противопоставление альтернативных/различающихся интерпретаций действительности. В этом суть плюрализма гуманитарных дискурсов и собственно их эвристическая значимость для науки, когда в столкновении и сопоставлении многомерного субъектного отражения картины мира создается надличностная объективность.

Применительно к историческому знанию это означает естественное сосуществование нескольких объяснительных теорий. Например, есть история «как в учебнике», т. е. общепринятая версия, «ядро науки», освобожденное от предположительности и неокончателности суждений, и есть история, осмысляемая «здесь и сейчас», когда историческое описание сопровождается дискуссией, оценкой и осмыслением разных — других, многих — фактов. Научное историческое описание, имеющее вторую из названных структуру, потенциально эвристично, т. е. способно выходить за границы старого, уже известного знания и расширять объективные представления о действительности. При этом демаркационная линия, отделяющая новую (альтернативную) историческую интерпретацию от фальсификации истории, должна проводиться через соотнесение «новых» фактов и оценок со «старыми» фактами и оценками, уже существующими в историческом описании.

Еще точнее, показателем научности исторического описания следует считать его диалогичность и плюралистичность, выраженные в текстовой структуре принципом **«не вместо, но вместе с иным взглядом»**. Это должно давать возможность разграничить факты и их описание, прошлое и его оценку. Невозможность отличить одно от другого приводит к манипулятивному эффекту. Языковая «упаковка» исторических фактов способна направить их восприятие массовым читателем в политически нужном направлении. Вследствие этого возникают ксенофобия, шовинизм, нетерпимость ко всему чужому. Негативная интерпретация образа другого способна породить этниче-

ски мотивированное насилие — и это крайняя форма политического противостояния «национальных историй».

История обречена на плюрализм интерпретаций. Исторический плюрализм и необходимая многовариантность интерпретаций создают историческую достоверность. Они создают множественность смыслов в человекомерном описании истории. При этом актуализация исторических событий, перемещение их в фокус общественного интереса — ресурс для политики, политической власти и во многом для политиканства. Современная ситуация («здесь и сейчас») не всегда достигает той интенсивности, когда можно выделить «политического врага». А ведь именно разделение на чужих и своих, если снова вспомнить К. Шмитта, является движущим механизмом поддержания властных отношений. Политика может задавать истории свою динамику и плотность, необходимые для публичного столкновения с чужим, враждебным.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Вебер М. Политика как призвание и профессия // М. Вебер. Избранные произведения. — М., 1990. С. 689—706.
2. Гогун А. Сталинские командос. Украинские партизанские формирования. 1941—1944. — М.: Росспэн, 2012.
3. Золян С. Т. Между взрывом и застоём (постсоветская история как культурно-семиотическая проблема) // Логос: философско-литературный журн. 1999. № 9 (19). С. 80—86.
4. Коллингвуд Р. Дж. Идея истории. Автобиография. — М., 1980.
5. Лебедев С. А. [ред.]. Философия социальных и гуманитарных наук. — М.: Академический проект, 2008.
6. Мегилл А. Историческая эпистемология. — М.: Канон+, 2007.
7. Медушевская О. М. Теория исторического познания: избр. произведения. — СПб.: Университетская книга, 2010.
8. Нефедов С. Т. Прагматизация эпистемических модальных компонентов // Изв. Рос. гос. пед. ун-та им. Герцена. 2008. № 62. С. 36—43.
9. Чернявская В. Е. От анализа текста к анализу дискурса // Филологические науки. 2003. № 3. С. 68—72.
10. Чернявская В. Е. Идеология и нетолерантность в научном дискурсе // Стереотипность и творчество в тексте. — Пермь, 2012. С. 62—70.
11. Чернявская В. Е., Молодыхенко Е. Н. История в дискурсе политики: лингвистический анализ. — М.: URSS, 2014.
12. Чернявская В. Е. Лингвистика текста. Лингвистика дискурса. — М.: Флинта: Наука, 2013.
13. Küttler W., Rüsen J., Schulín E. (Eds.) Geschichtsdiskurs. Bd. 1. Grundlagen und Methoden der Historiographiegeschichte. — F/M, 1993.

Статью рекомендует к публикации д-р философии, проф. Л. Цонева

## РАЗДЕЛ 2. ПОЛИТИЧЕСКАЯ КОММУНИКАЦИЯ

УДК 82-54  
ББК Ш100.621

ГСНТИ 16.21.27

Код ВАК 10.02.19

Т. Н. Галинская  
Оренбург, Россия

T. N. Galinskaya  
Orenburg, Russia

### КОНТЕНТ-АНАЛИТИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ МЕДИЙНОГО ОБРАЗА РОССИЙСКОГО ПОЛИТИКА

(на материале комментариев  
интернет-пользователей о Б. Немцове)

**Аннотация.** *Контент-анализ корпуса спонтанных высказываний-реакций интернет-пользователей, оценивающих личность и деятельность представителей российской политической элиты, в информационной системе «Семограф» позволил выявить определяющие черты негативного медийного образа Б. Немцова, сложившиеся в массовом сознании коллективной языковой личности интернет-сообщества под воздействием массмедиа в 2010—2012 гг.*

**Ключевые слова:** *медиаобраз политика; лингвоперсонология; коллективная языковая личность; интернет-сообщество; корпусная лингвистика; информационная система «Семограф»; контент-анализ.*

**Сведения об авторе:** *Галинская Татьяна Николаевна, кандидат педагогических наук, доцент кафедры романо-германской филологии и методики преподавания иностранного языка.*

**Место работы:** *Оренбургский государственный педагогический университет.*

**Контактная информация:** *460000, г. Оренбург, ул. Пушкинская, 18.  
e-mail: galinskaya@rambler.ru.*

### A CONTENT ANALYSIS OF THE MEDIA IMAGE OF A RUSSIAN POLITICIAN

(on the material of Internet users' comments  
about B. Nemtsov)

**Abstract.** *A content analysis of a corpus of Internet users' spontaneous speech-reactions assessing the political elite's personality and activities, in the data system "Semograf", revealed the defining features of Boris Nemtsov's negative media image that has developed in the mass consciousness of the Internet users' collective linguistic personality under mass media influence in 2010—2012.*

**Key words:** *media image of a politician; linguistic personology; collective linguistic personality; Internet community; corpus linguistics; data system "Semograf"; content analysis.*

**About the author:** *Galinskaya Tatyana Nikolaevna, Candidate of Pedagogics, Associate Professor of the Chair of Romance and Germanic Philology and Methods of Teaching a Foreign Language.*

**Place of employment:** *Orenburg State Pedagogical University.*

Интернет-среда превращается в пространство открытого общения, обсуждения и выражения мнения, в частности, в форме оценки актуальных социальных, политических и других событий как на страницах блогов, многочисленных социальных сетей, так и на форумах сайтов медийных изданий. В таких условиях создается медиaprостранство, активизирующее процессы образования медийных образов. Медиаобраз чаще всего определяется либо как «совокупность эмоциональных и рациональных представлений, основанных на информации, получаемой из СМИ» [Марущак 2012: 95], либо как «особый образ реальности, предъявляемый массовой аудитории медиаиндустрией»

[Богдан 2007: 124]. Однако для более полного описания сущности этого понятия необходимо, на наш взгляд, рассматривать его и в узком, и в широком значении. Если в узком понимании «медиаобраз» создается в процессе специального конструирования фрагментов реальности журналистом, то широкое понимание предполагает спонтанное и хаотичное созидание реальности в рамках двустороннего процесса интернет-общения между продуцентом медиатекста и его реципиентами.

Методология исследования медиаобраза находится сегодня на стадии становления, так как работы, посвященные этой проблеме, немногочисленны, а круг методов

Исследование выполнялось при финансовой поддержке Российского гуманитарного научного фонда. Проекты: № 12-34-01354-а2 («Образ мира и медиа-образы российской политической элиты»; научный руководитель проекта — канд. филол. наук Н. Л. Зелянская, Пермский гос. ун-т), № 12-34-01087-а1 («Лингвоперсонологическое моделирование когнитивной деятельности лингвиста (на материале тематического анализа текста)»; научный руководитель проекта — д-р филол. наук К. И. Белоусов, Пермский гос. ун-т), № 12-04-12034в («Информационная система графосемантического моделирования (Семограф)»; научный руководитель проекта — д-р филол. наук К. И. Белоусов, Пермский гос. ун-т).

исследования медийного образа еще не устоялся. Обзор научных публикаций последних лет по данной проблеме выявил следующие тенденции: во-первых, медиаобраз изучается на материале медиатекстов, созданных только профессиональными репортерами, посредством корпусных методов и контент-анализа [Guillaume, Peter 2008: 323—334; Aelst, Sheaffer, Stanyer 2011: 203—220; Белоусов, Галинская, Седова 2010: 27—29 и др.]; во-вторых, фактический материал для реконструкции медийного образа собирается с помощью онлайн-анкетирования [Petru 2005: 32—64] или метода фокус-групп [Hughes, Kitzinger, Murdock 2008; Vicsek, Gergely 2011: 1—26]: специально отобранные представители целевой аудитории различных социальных групп, пола, возраста, образования, характеризующиеся наличием/отсутствием осведомленности в определенной области знания, дают оценочные комментарии по поводу информации, содержащейся в медиатекстах, в процессе общения под руководством модератора; контент-аналитическое исследование полученных результатов позволяет реконструировать коллективный образ-представление об изучаемом явлении; в-третьих, материалом исследования медиаобраза выступают речевые произведения интернет-пользователей, обсуждающих то или иное явление в социальных сетях, блогах, на сайтах медиаизданий [Zhou 2009: 1003—1022; Зелянская, Гавенко, Белоусов 2009: 73—79; Красильникова 2008: 58—63].

Развитие медиапространства, под которым понимают «поля возможности использования потоков информации (значимые для большинства людей газеты, радиостанции, телевизионные каналы)» [Зубанова 2008: 6], создает условия не только для презентации какой-либо информации, но и для получения отклика от ее получателей. В связи с этим мы полагаем, что наиболее объективные результаты исследования медиаобразов, в том числе политических деятелей, можно получить только в процессе изучения спонтанных высказываний-реакций на деятельность политиков представителей интернет-сообщества.

Как справедливо отмечает С. Э. Кегеян, политика — это «сфера деятельности, направленная на завоевание и удержание государственной власти, в которой продуцент дискурса целенаправленно использует весь арсенал его коммуникативных возможностей в целях воздействия на языковое сознание массового реципиента для достижения мировоззренческого сдвига в картине мира коллективной языковой личности лингвосоциума» [Кегеян 2012: 212]. Однако эффек-

тивны или нет примененные политиком стратегии и тактики речевой коммуникации в моделировании определенной картины мира для привлечения избирателей на свою сторону, можно, на наш взгляд, определить только в процессе реконструкции медиаобраза этого политика, формирующегося под воздействием текстов СМИ в сознании коллективной языковой личности массового реципиента политического дискурса. В свете этого мы считаем, что медийный образ, с одной стороны, выступает в роли особого индикатора, позволяющего определить степень влияния медиатекстов на получателей с точки зрения восприятия какого-либо явления, с другой — является продуктом сознания коллективной языковой личности массового реципиента медиаинформации.

Таким образом, целью нашего исследования является контент-аналитическое изучение корпуса вербализованных в интернет-коммуникации проявлений сознания коллективной языковой личности массового получателя медиаинформации, связанных с российской политической элитой, для реконструкции медиаобраза Бориса Немцова — российского политика, государственного и общественного деятеля, бизнесмена, кандидата физико-математических наук.

Исследование медиаобраза Б. Немцова, на наш взгляд, интересно в силу долгой политической карьеры этого деятеля, позволившей ему проявить себя как в роли государственного деятеля, так и оппозиционера (депутат Съезда народных депутатов РСФСР (1990), губернатор Нижегородской области (1991—1997), заместитель Председателя Правительства РФ (1997—1998), руководитель политической партии «Союз правых сил» (1999—2008), вице-спикер Госдумы РФ от фракции «СПС» (2000—2003), бизнесмен и внештатный советник президента Украины (2003—2008), инициатор создания оппозиционного демократического движения «Солидарность» (2008), с 2012 г. — сопредседатель партии «Республиканская партия России — Партия народной свободы» (РПР — ПАРНАС)). Незаурядность личности и политической деятельности Б. Немцова является, судя по анализу интернет-контента, причиной высокого внимания к нему.

Для реконструкции медиаобраза политика нами разработана методика корпусного изучения со строгой логичной последовательностью определенных этапов. Во-первых, формируется корпус текстов из спонтанных высказываний-реакций интернет-сообщества на информацию о политическом деятеле Б. Немцове, представленную в текстах медиаизданий, посредством специаль-

но разработанной для решения лингвистических задач информационной системы «Семограф» (<http://семограф.рф>; <http://new.semograf.com>), которая предназначена для работы с информационными массивами: выборками текстов, смысловыми компонентами, смысловыми полями и другими, — оформляемыми в виде баз данных. Информационная система «Семограф» позволяет накапливать информацию, получаемую в отдельных исследованиях, и извлекать ее при помощи механизмов поиска, сортировки в новых исследованиях; оценивать репрезентативность выборки языковых, текстовых, социокультурных фактов; генерировать отчеты по проводимым исследованиям.

В современной лингвистике роль корпусных методов значительна: многие исследователи [McEneaney, Wilson 1999: 215—217; Neuendorf 2002: 76—77] отмечают, что исчерпывающий анализ всего корпуса, в отличие от выборки примеров, обеспечивает большую степень достоверности и валидности результатов, так как репрезентативная (представительная) коллекция текстов, собранная в соответствии с определенными принципами, имеющая конечный размер, специальным образом обработанная («аннотированная»), призвана с максимальной объективностью представить разнообразие изучаемого явления и дать в то же время объективную картину бытования этого явления в речевой практике носителей данного языка [McEneaney, Wilson 1999: 120—125].

Таким образом, в рамках информационной системы «Семограф» нами был собран корпус комментариев интернет-пользователей по поводу Б. Немцова из 4050 комментариев за 2010, 2011 и 2012 гг. общим объемом около 1,5 млн знаков. Источниками материала служили интернет-форумы, на которых обсуждаются события интересующей нас тематики, связанной с политической деятельностью героя информационных сообщений (например, «СМИ2», «Livejournal», «My.mail», «Liveinternet», «Twitter», «Facebook» и т. д.). Соответственно критерием при отборе материала для изучения медиаобраза политика являлось наличие в тексте комментариев интернет-пользователей упоминания его имени, а также ссылки на его политическую деятельность. Изучение такого рода материала позволяет воссоздать медиаобразы активных агентов политической жизни на основе анализа использованных в комментариях лексико-тематических групп, стилистических, риторических приемов, аргументации и т. п.

Второй этап представляет собой контент-анализ текстов комментариев интернет-

пользователей с целью реконструкции медиаобраза рассматриваемого политика. К. Криппендорф определяет контент-анализ как «исследовательскую технику, позволяющую делать надежные и достоверные выводы из текстов в зависимости от конкретного контекста их прочтения» [Krippendorff 2004: 18]. В нашем исследовании применяется преимущественно количественный контент-анализ, который воплощается в лексическом анализе корпуса текстов комментариев интернет-пользователей по поводу личности и деятельности политика. В ходе лексического анализа устанавливается совместная встречаемость слов и выражений, формируются семантические поля, которые позволяют выявить основные смыслы, связанные в представлении интернет-пользователей с политическим деятелем.

После описания предложенного метода перейдем к обсуждению результатов исследования. В ходе частотного анализа корпуса комментариев интернет-пользователей все лексемы были распределены по 14 смысловым группам (макрополям), позволяющим вскрыть содержание медиаобраза Б. Немцова на основе приоритетов интернет-пользователей. Так, среди выявленных смысловых групп достаточно четко определяются шесть иерархизированных по частотному принципу объединений. Это, во-первых, группа «Люди», характеризующаяся самой высокой частотностью (0,149) в комментариях интернет-пользователей, обсуждающих личностные качества и политическую деятельность Б. Немцова; во-вторых, группа «Политика», следующая со значительным отрывом за первой (0,128); далее следует блок, включающий смысловые группы с почти одинаковой частотностью: «Время» (0,098), «Характеристики» (0,097), «Действия» (0,094), «Пространство» (0,093), «Союзы» (0,092). Перечисленные блоки образуют, несомненно, ядерную часть медиаобраза Б. Немцова; группа «Местоимения» с частотностью 0,076 занимает промежуточную позицию между центром и периферией рассматриваемого медиаобраза; оставшиеся два блока с более низкой частотностью (1. «Отношения» (0,046), «Объекты» (0,043), «Модальность» (0,042). 2. «Числа» (0,017), «События» (0,012), «Состояния» (0,011)) составляют периферию медиаобраза Б. Немцова.

Таким образом, самым важным смысловым блоком, занимающим доминирующее положение по влиянию на другие компоненты медиаобраза политика, оказалась смысловая группа (макрополе) «Люди» с частотностью 0,149. Сосредоточим наше внимание

на этом макрополе, состоящем, в свою очередь, по данным компонентного анализа, из ряда лексических групп: самую значительную часть изучаемого макрополя (65 %) составляют имена конкретных людей, главным образом, из политического мира; оставшаяся часть представлена, во-первых, лексемами, обозначающими обобщенный образ людей, народа (12,3 %), во-вторых, отрицательными именованиями (7,8 %), в-третьих, политическими номинациями — «кандидат», «лидер», «оппозиционер», «политик» и т. п. (6,3 %), в-четвертых, единицами, дифференцирующими по какому-либо социальному признаку (социально незащищенные слои (4,6 %), начальники (2,6 %)). Как видно, последняя лексическая группа представлена в медиаобразе мира Б. Немцова крайне незначительно.

Рассмотрим теперь более детально самые значимые с точки зрения частотности компоненты макрополя «Люди», образующие ядро медиаобраза Б. Немцова и определяющие, на наш взгляд, его характер в целом. Это группы «Имена» (65 %) и «Отрицательные именования» (7,8 %). С уверенностью можно утверждать, что эти две семантические группы необходимо исследовать в тесной связи, так как, называя имя какой-либо политической персоны, интернет-пользователи обычно сопровождают его определениями нелестного оценочного характера, например (в комментариях интернет-пользователей сохранены авторская орфография и пунктуация): *Да вот щенок немцов опять захотел к кормушке мразь да и только! поигрался с чубиком* (Чубайсом — Т. Г.) *тот наворовал больше и в сторону а этот дебил с девками прогулял а теперь спохватился привык же к красивой жизни идиот чего его не убьют дебила в "пьяной драке"* (Виктор Клизин; 01.04.2011; newslan.ru; В Петербурге задержали Немцова и Яшина)<sup>1</sup>.

Что касается группы «Обобщающие названия», занимающей достаточно весомую позицию (12,3 %) в рассматриваемом семантическом блоке, то в общем она состоит из таких лексем (сначала в скобках приводится количество упоминаний, затем — процент от объема данной смысловой группы), как *народ* (229; 35 %), *люди* (130; 20 %), *человек* (75; 11,5 %), *господа* (25; 3,8 %), *граждане* (22; 3,4 %), *население* (20; 3 %), *личность* (16; 2,5 %) и т. п. и служит интернет-

<sup>1</sup> Здесь и далее представлены следующие сведения об ответственности: *ник интернет-пользователя; дата комментария; интернет-источник анализируемого комментария; название статьи, которую комментирует интернет-пользователь.*

пользователям для противопоставления народа и Немцова как политика и выражения иронии в его адрес: *Чегой-то Немцов за народ вдруг болеть стал? Говорит, что не позволил приватизировать Газпром... Может к выборам готовится?* (Илья; 20.08.2010; <http://kr.ru>; Борис Немцов: Доренко быстро забыл, как был любимым телекиллером Березовского).

Анонимность, отсутствие пространственно-временных и социальных границ раскрепощают представителей интернет-сообщества при оценивании личности и деятельности политиков. Например, обострению конфронтации между народом и российской политической элитой служат такие излюбленные приемы аргументации интернет-пользователей, как «дискредитация оппонента» и «прямые отрицательные оценки оппонента»: вспоминая «темные пятна» его биографии (невозвращенный госкредит в 18 млн долларов, который был выдан Нижегородской области под личные гарантии тогдашнего губернатора Немцова; провал реформы ЖКХ, за которую во время работы в правительстве отвечал Немцов; провал антимонопольной политики, за которую тоже отвечал Немцов и т. д.), авторы не стесняются в оценках, выражая высшую степень презрения к политику (*мразь* (8), *тварь* (8), *сволочь* (4), *урод* (4), *гнида* (3), *паразит* (3), *сука* (3), *ублюдок* (3), *дерьмо* (3), *засранец* (2), *жаба* (2), *тварюка* (1)), подозревая в воровстве государственного масштаба (*вор* (45), *ворьё* (5), *жулик* (10)), а также в трусости (*трус* (9)) и унижительном подчинении Западу (*шестерка* (7), *марионетка* (4), *холуй* (3), *прихвостень* (3), *прихлебатель* (2), *приспешник* (1)), что, как следствие, неблагоприятно отражается на имидже политика в целом и подрывает его авторитет на российской политической арене (*шушера* (9), *шавка* (7), *шваль* (3), *щенок* (2), *шалупонь* (2), *шантрапа* (1)).

Компонентный анализ персоналий, рядом с которыми чаще всего встречается имя Немцова в комментариях интернет-пользователей, позволил составить классификацию из 5 групп, ранжированных по частотности. На основе этих групп, по нашему мнению, выстраивается каркас медийного образа Б. Немцова как политического деятеля с точки зрения получателей медиаинформации о нем.

Группа 1. **Высшее руководство России (12,1 %):** В. Путин (337; 10 %), А. Медведев (71; 2,1 %).

Группа 2 состоит из двух подгрупп с почти одинаковой частотностью: 2.1) **современные российские политики (8 %):**

Г. Каспаров (81; 2,4 %), В. Рыжков (60; 1,4 %), Э. Лимонов (41; 1,2 %), В. Милов (27; 0,79 %), В. Новодворская (27; 0,79 %), А. Навальный (17; 0,5 %), И. Яшин (11; 0,32 %), М. Прохоров (8; 0,23 %), Б. Грызлов (1), Г. Зюганов (2), А. Лившиц (1), С. Миронов (3), С. Митрохин (2), С. Собянин (1), М. Фрадков (1), А. Шохин (1); 2.2) **действующие и бывшие члены госаппарата России (7,42 %)**: М. Касьянов (139; 4 %), А. Чубайс (80; 2,4 %), В. Сурков (12; 0,35 %), С. Кириенко (12; 0,37 %), А. Кудрин (5; 0,15 %), В. Матвиенко (5; 0,15 %).

Группа 3. **Ныне покойные политические персоны (5,7 %)**: Б. Ельцин (109; 3,2 %), Е. Гайдар (34; 1 %), Б. Березовский (22; 0,64 %), Д. Дудаев (3), В. Черномырдин (4), Г. Старовойтова (1).

Группа 4 включает ряд подгрупп, частотность которых находится в пределах 1—2 %: 4.1) **предприниматели (1,84 %)**: М. Ходорковский (46; 1,3 %), А. Климентьев (10; 0,29 %), О. Дерипаска (3), П. Лебедев (3), В. Гусинский (2), Е. Батурина (1); 4.2) **депутаты и экс-депутаты Государственной думы РФ (1,48 %)**: В. Жириновский (25; 0,73 %), И. Хакамада (21; 0,6 %), Г. Явлинский (5; 0,15 %); 4.3) **экс-политики (1,31 %)**: М. Горбачев (9; 0,26 %), Ю. Лужков (25; 0,73 %), Р. Абрамович (11; 0,32 %); 4.4) **зарубежные политические деятели (1,18 %)**: В. Ющенко (21; 0,6 %), М. Саакашвили (9; 0,26 %), Н. Азаров (3), А. Лукашенко (1), Дж. Маккейн (3), Д. Чейни (2), В. Янукович (2); 4.5) **исторические деятели (1,1 %)**: Сталин (16; 0,37 %), Ленин (8; 0,23 %), Гитлер (5; 0,15 %), Брежнев (1), Геббельс (1), Свердлов (2), Троцкий (2), Хрущев (4), Чухеску (2).

Группа 5 объединяет подгруппы персоналий, частотность которых меньше 1 %: 5.1) **журналисты и телеведущие (0,52 %)**: М. Максимовская (6; 0,18 %), В. Шендерович (4), М. Леонтьев (1), В. Познер (1), А. Политковская (1), Н. Сванидзе (4), В. Соловьев (3), К. Собчак (2); 5.2) **экс-политики России и зарубежья (0,29 %)**: Г. Бурбулис (1), Е. Примаков (1), Г. Шрёдер (2), Б. Клинтон (1), Г. Коль (1), Ю. Тимошенко (2), Р. Хасбулатов (1), Э. Шеварднадзе (1); 5.3) **военнослужащие (0,23)**: В. Квачков (6; 0,18 %), Л. Рохлин (2); 5.4) **эстрадные исполнители (0,2)**: И. Кобзон (4), Ю. Шевчук (3); 5.5) **писатели (0,12)**: А. Макаренко (1), В. Буковский (3); 5.6) **другие (0,12)**: серийный маньяк Чикатило (3), бухгалтер С. Магницкий (1).

Мы полагаем, что для реконструкции медиаобраза Б. Немцова на основе семан-

тической группы «Имена» необходимо подвергнуть аргументативному анализу тексты комментариев, содержащих персоналии из тех групп, общая частотность которых преодолела однопроцентный порог, так как упоминание персоналий с частотностью 3 и менее раз (т. е. относящихся к группе 5) носит, скорее всего, окказиональный характер и при исследовании медиаобраза политика большого значения не имеет. В рамках данной статьи представим результаты, полученные в ходе анализа единиц группы 1 («Высшее руководство России»), удельный вес которой составляет 12,1 % от общего объема семантической группы «Имена». Аргументативный анализ 337 текстов комментариев по поводу Б. Немцова, в которых также упоминается имя В. Путина, выявил три модели аргументации, посредством которых интернет-пользователи выражают свое мнение о Немцове с помощью апелляции к личности и деятельности президента РФ.

Первая, самая частотная (57 %) модель, которую условно можно обозначить «**И Немцов плохой, и Путин плохой**», служит авторам для выражения отрицательной оценки Немцова как политика, который стремится к власти только для собственной наживы, а также Путина как государственного деятеля: *Немцов делает свой пиар на противостоянии с Путиным, который лишил его хлебной карьеры. ... Готов ли Немцов, придя к власти (гипотетически!), посадить Путина на скамью подсудимых за развал России? Конечно, нет. Поэтому он не наш. Он не за спасение России от. (dedok77; livejournal.com; 15.08.2011; Немцова задержали в ходе агитации против Матвиенко). Такого рода мнения интернет-пользователей многочисленны: **Немцов уже был премьером и что сделал? ничего, человек много говорит но ничего не делает, балтуны уже надоели. Хотя Путина не в коем случае не поддерживаю, развалил всё что ещё оставалось** (Maksimum70; 09.04.2011; smi2.ru; Путин сродни Мубараку).*

Мы считаем, что в рамки этой модели также укладываются и высказывания, содержащие предположения о сговоре Немцова и Путина, что вызывает у авторов негативное отношение к обоим политикам: *Нужно голосовать за левых против едросов. Этот немцов играет за команду едросов. ... Так что немцов есть провокатор. именно поэтому его за критику путина не сажают* (sintaksis; 15.06.2010; www.livejournal.com; Борис Немцов о политике в оппозиции).

Вторая модель аргументации при оценке интернет-пользователями личности и дея-

тельности Б. Немцова строится по принципу **«Немцов хороший, потому что считает/говорит, что Путин плохой»** и реализуется в 38 % комментариев, в которых упоминается В. Путин: (1) **Немцов хорош хотя бы тем, что хочет Путина отставки!** (R-Club; 05.01.2011; www.newsland.ru; Немцов поблагодарил Чубайса за поддержку); (2) **Едросовские выкорыши справедливо ненавидят Немцова потому, что чувствуют свою скорую политическую кончину. Уже то, что Немцов сделал, разоблачил грабительскую политику путинской едросии, ставит его в ряд выдающихся политиков России** (Алексей Юрьевич; 15.08.2011; livejournal.com; Немцова задержали в ходе агитации против Матвиенко).

Наконец, третья модель, составляющая всего 4 % от всего проанализированного корпуса комментариев по поводу Б. Немцова с упоминанием В. Путина, реализует логику **«Немцов плохой, а Путин хороший»**: *Немцов и Ко думают, что если они свалят Путина, то займут его кресло, нет уж дудки, народ не позволит обмануть себя, в который уж раз. На смену придут левые, а вся эта шушера будет вольфрам киркой добывать на Магадане, и со слезами на глазах вспоминать времена Путина. И "замшевые пиджаки 3, фотоаппараты, тоже 3, всё придётся отдать нажитые непосильным трудом* (babich43; 18.02.2011; newsland.ru; Путин должен понимать, что станет изгоем).

Таким образом, проведенный анализ указывает на то, что в контекстах с упоминанием главного политического оппонента Б. Немцова — действующего президента РФ — складывается скорее негативный медиаобраз первого, что не согласуется с планами Б. Немцова по возобновлению своей политической карьеры в российском правительстве: народ в лице интернет-пользователей уже не склонен верить словам Немцова (*пустомеля* (6), *балабол* (5), *трепач* (4), *пустобрех* (2), *брехун* (2), *врун* (2), *демтрепач* (2), *“звездобол”* (2), *болтун* (1), *пустозвон* (1)), считая его нечистым на руку (*вор* (45), *жулик* (10), *крыса* (8), *ворьё* (5)) и даже политической персоной, не обладающей каким-либо авторитетом (*клоун* (15), *шушера* (9), *марионетка* (4), *пудель* (4), *шавка* (7), *шваль* (3), *щенок* (2), *шалупонь* (2), *дурачок-младореформатор* (1), *шантрапа* (1)) и не достойной какого-либо доверия (*враг* (31), *продажный* (13), *провокактор* (11), *предатель* (9), *проститутка* (9), *преступник* (4), *проходимец* (4), *иуда* (3), *гнилой* (3), *прохиндей* (2), *прохвост* (1)).

Другой персоналией группы 1, упоминающейся в связи с оценкой личности и дея-

тельности Б. Немцова преимущественно в негативном и часто ироническом ключе, является **Д. Медведев (71; 2,1 %)**. В целом интернет-пользователи выражают скепсис и сарказм по поводу способности и бескорыстного желания Б. Немцова быть эффективным управленцем, прибегая к двум моделям аргументации. Во-первых, он противопоставляется Д. Медведеву, а заодно и В. Путину (28 %), имя которого сопровождает упоминание Д. Медведева, причем всегда в одной последовательности: сначала Путин, потом Медведев. Например: *нет и не было в мировой истории столь послушных шестерок Запада (США в первую очередь) чем Путин и Медведев. Последняя надежда Запада — это Путин и Медведев. Касьянов или Немцов конечно крикуны, но они все угробят моментально. Потому они не годятся. Они не умеют произносить нужных слов и убаюкивать рассеянцев "величием державы"* (Юрий Шевцов. 20.07.2011; livejournal.ru). Во-вторых, все три политика ставятся в один ряд (72 %): (1) **Что немцовой, что ельцины, что зюгановы, что путины, что медведевы... Вы представляете, что по БОЛЬШОМУ СЧЁТУ, все они представляют? Нет никакой принципиальной разницы** (Евгений К.; 23.08.2010; newsland.ru; Бориса Немцова задержали на Новом Арбате); (2) **А как оно называется путин. немцов, медведев, мне по барабану, главное чтоб работали на благо страны, а не только личного кармана** (Mikki-m; 22.09.2010; newsland.ru; Борис Немцов: раскрыта тайна Химкинского леса). Еще один пример, демонстрирующий уверенность автора в безнадежности сложившейся на российской политической арене ситуации: *Говорят, что смена элит у нас не возможна. Вернее, она возможна, но это ровным счётом нам ничего не даст: вместо одного тандема появится другой. Например, вместо Путин-Медведев будут — Немцов-Рыжков. Или: Явлинский-Митрохин, Жириновский-Лебедев, Каспаров-Карпов, Новодворская-Лимонов и т. д.* (peregryol2009; 16.07.2011; blogs.yandex.ru).

Итак, в контекстах, содержащих совместное упоминание Б. Немцова и Д. Медведева, также прослеживаются отрицательные характеристики в медийном образе Б. Немцова: критикуя его политическую деятельность, интернет-пользователи прямо указывают на его простоту и отсутствие у него ума (*дурак* (10), *идиот* (5), *дебил* (3), *дебилоид* (2), *лох* (2), *дурашка* (1)), прибегают к уменьшительно-ласкательным именованиям (*бориска* (4), *борька* (4), *борюнчик* (1), *борюсик* (1), *борюля* (1)), резко подрываю-

щим, на наш взгляд, авторитет Немцова в глазах потенциальных избирателей и низводящим его в ранг мальчишки-несмышленка, заслуживающего сочувствия, а также к отрицательным именованию по партийно-политическому, националистическому и даже гомосексуальному признаку (*либераст* (8), *жид* (4), *дерьмократ* (3), *либероид* (3), *либержид* (3), *жиденок* (2), *либерыло* (1), *дерьмократ-либераст* (1)), что, несомненно, весьма умаляет достоинство Немцова как политика и человека, а также способствует формированию доминирующего пейоративного компонента в его медиаобразе.

Таким образом, контент-анализ наиболее частотной смысловой группы «Люди» показал, что в целом, по данным комментариев интернет-пользователей за 2010—2012 гг., сложился следующий медиаобраз Б. Немцова: он не является «сильной языковой личностью» (Н. А. Безменова, А. А. Ворожбитова), способной смоделировать в сознании коллективной языковой личности массового реципиента определенную картину мира и повести его за собой даже вопреки негативной пропаганде СМИ. Это обстоятельство и объясняет, с нашей точки зрения, неудачные в последние годы попытки Б. Немцова завоевать доверие избирателей и снова вернуться в государственный аппарат РФ.

Подведем итоги. Пространство Интернета становится своеобразной площадкой, на которой массмедиа формируют образ мира с заданными характеристиками и в то же время рождается его медиаобраз — коллективный образ, отражающий этот сформированный СМИ образ мира в сознании языковой личности массового реципиента (интернет-пользователя), оценивающего действительность, представленную в медиаизданиях.

В современной лингвистике проблема реконструкции медийного образа различных фрагментов действительности актуальна в силу того, что ее решение способствует, на наш взгляд, преодолению некоторых методологических трудностей, с которыми сталкиваются ученые в лингвоперсоналогических исследованиях (выбор исследуемого объекта, сбор и анализ материала). Проведенное нами исследование медиаобраза политика на основе корпуса спонтанных высказываний-реакций интернет-пользователей, оценивающих личность и деятельность представителей политической элиты, в информационной системе «Семограф» можно также считать одним из способов лингвоперсоналогического описания коллективной языковой личности, в частности массового реципиента медиатекстов.

Контент-аналитическое исследование собранного корпуса комментариев интернет-пользователей средствами информационной системы «Семограф» позволило выявить, с одной стороны, доминирующие пейоративные черты в медийном образе Б. Немцова, сложившемся в массовом сознании коллективной языковой личности интернет-сообщества под воздействием массмедиа в 2010—2012 гг., с другой — некоторые черты стратегии аргументации коллективной языковой личности интернет-пользователей (предпочтение агрессивных приемов аргументации и отрицательных именовании). Таким образом, разработанная нами исследовательская программа моделирования медийного образа политика обладает теоретической и практической значимостью также для развития корпусной лингвоперсоналогии, одного из перспективных направлений в современной лингвистике, базирующегося на использовании языковых электронных корпусов и корпусных технологий, обеспечивающих статистически достоверные исследования языковой личности для решения разного рода прикладных задач (в маркетинге, рекламе, образовании, политике и др.).

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Баранов Д. А., Белоусов К. И., Влацкая И. В., Зелянская Н. Л. Система графосемантического моделирования. URL: <http://семогрф.рф>; <http://new.semograf.com>.
2. Белоусов К. И., Галинская Т. Н., Седова Е. Н. Россия в медиа-пространстве англо-американских СМИ: квантитативный анализ // Образ России в зарубежном политическом дискурсе: стереотипы, мифы и метафоры : материалы Междунар. науч. конф. (13—17 сент. 2010 г., Уральск. ГПУ) / Урал. гос. пед. ун-т. — Екатеринбург, 2010.
3. Богдан Е. Н. Медиаобраз России как понятие теории журналистики // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2007. № 4.
4. Зелянская Н. Л., Гавенко А. С., Белоусов К. И. Медиа-образ Иосифа Сталина как гипертекст // Вестн. Оренбург. гос. ун-та. 2009. № 11.
5. Зубанова Л. Б. Современное медиапространство: подходы к исследованию и принципы интерпретации // Вестн. Челяб. гос. акад. культуры и искусств. 2008. № 2.
6. Кегеян С. Э. Политический дискурс как составляющая дискурсивных процессов: многообразие подходов к изучению в общей системе лингвориторической парадигмы // Вестн. Сочинск. гос. ун-та туризма и курортного дела. 2012. № 2 (20).
7. Красильникова Н. А. Российско-грузинская война в дискурсе общественности на интернет-сайтах Великобритании // Политическая лингвистика. 2008. № 3.
8. Марущак А. В. Политико-социальный образ России в американском медиапространстве // Журналистский ежегодник. 2012. № 1.

9. *Aelst P., Sheaffer T., Stanyer J.* The personalization of mediated political communication: A review of concepts, operationalizations and key findings // *Journalism*. 2011. Vol. 13 (2).

10. *Guillaume B., Peter A.* A content analysis of mass media sources in relation to the MMR vaccine scare // *Health Informatics Journal*. 2008. Vol. 14 (4).

11. *Hughes E., Kitzinger J., Murdock G.* Media discourses and framing of risk // *Working Paper*. 2008. 27 [online]. URL: <http://www.cardiff.ac.uk/jomec/resources/KitzingerWkPaper27.pdf> (дата обращения: 25.06.2013).

12. *Krippendorff K.* Content-analysis: an introduction to its methodology. — London, 2004.

13. *McEneary T., Wilson A.* *Corpus Linguistics*. — Edinburgh, 1999.

14. *Neuendorf K.* *Content-analysis: guidebook*. — London, 2002.

15. *Petry F.* How Policy Makers View Public Opinion // *Policy Analysis in Canada: The State of the Art*. — Toronto : Toronto Pr., 2005.

16. *Vicsek L., Gergely J.* Media presentation and public understanding of stem cells and stem cell research in Hungary // *New Genetics and Society*. 2011. Vol. 30, № 1.

17. *Zhou X.* The political blogosphere in China: A content analysis of the blogs regarding the dismissal of Shanghai leader Chen Liangyu // *New Media & Society*. 2009. Vol. 11 (6).

**Статью рекомендует к публикации д-р филол. наук, доц. А. В. Антонова**

УДК 82-54  
ББК Ш100.621

ГСНТИ 11.25.59; 16.21.27

Код ВАК 23.00.02; 10.02.19

**А. В. Григорьев** А. V. Grigoryev  
Астрахань, Россия Astrakhan, Russia

**РОЛЬ ПРЕССЫ В ФОРМИРОВАНИИ  
ПОЛЬСКОГО ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ  
ОТНОСИТЕЛЬНО РОССИЙСКО-ПОЛЬСКИХ  
МЕЖГОСУДАРСТВЕННЫХ ОТНОШЕНИЙ**

**Аннотация.** Описывается изученный на основе применения количественного контент-анализа образ российско-польских политических отношений в двух польских ежедневниках: «Gazeta Wyborcza» и «Rzeczpospolita». В дальнейшем анализируется влияние этого образа на польское общественное мнение.

**Ключевые слова:** общественное мнение; влияние прессы на общественное мнение; количественный контент-анализ; Польша; польская пресса; российско-польские политические отношения; смоленская авиакатастрофа; образ российско-польских политических отношений.

**Сведения об авторе:** Григорьев Александр Владимирович, аспирант кафедры политологии.

**Место работы:** Астраханский государственный университет.

**Контактная информация:** 414056, г. Астрахань, ул. Татищева, 20, общ. № 3, к. 514.  
e-mail: proeu@yandex.ru.

**THE ROLE OF THE PRESS  
IN THE PUBLIC OPINION FORMATION  
CONCERNING RUSSIAN-POLISH  
POLITICAL RELATIONS**

**Abstract.** This article describes the image of the Polish-Russian political relations in two Polish daily newspapers: “Gazeta Wyborcza” and “Rzeczpospolita”. The image was studied by using quantitative content analysis. Further analysis is focused on the influence of this image on the Polish public opinion.

**Key words:** public opinion; influence of the press on public opinion; quantitative content analysis; Poland; Polish press; Russian-Polish political relations; Smolensk air crash; image of Russian-Polish political relations.

**About the author:** Grigoryev Aleksandr Vladimirovich, Post-graduate Student of the Chair of Politology.

**Place of employment:** Astrakhan State University.

Place of employment: Astrakhan State University.

Российско-польские политические отношения в течение многих лет являются предметом научного интереса как польских, так и российских ученых. В последние годы на политические отношения между Российской Федерацией и Республикой Польша значительное влияние оказывает смоленская авиакатастрофа и обстоятельства проведения следствия по данному происшествию. Сразу после катастрофы мы наблюдали значительное улучшение анализируемых отношений. В немалой степени это было вызвано оперативной и адекватной реакцией российской власти на трагедию, профессиональным и эффективным сотрудничеством российских и польских следственных органов, искренним сочувствием как обычных россиян, так и правительства России. Это отразилось в образе российско-польских политических отношений в польских СМИ.

Здесь необходимо отметить факт значительного возрастания в XX в. влияния СМИ на все сферы общественной жизни, в том числе на формирование общественного мнения. Сила воздействия СМИ увеличилась в том числе потому, что они стали каналом, соединяющим общество и политическую элиту, соответственно и каналом влияния политиков на индивидов. При освещении политических тем, в особенности касающихся международных отношений, массмедиа оказывают более за-

метное влияние, чем в ситуации освещения других общественных проблем. Это объясняется несколькими причинами:

1. Политические события, происходящие в зарубежных государствах, далеки от повседневной жизни индивидов и недоступны для прямого наблюдения, соответственно СМИ являются основным источником информации по данной проблеме.

2. Значимо и то, каким образом люди узнают новости о международной политике. Еще в начале XX в. У. Липпман [Липпман 2004: 39] заметил, что индивидам часто не хватает времени и желания на то, чтобы анализировать происходящие в мире события. Вместо этого они или вскользь просматривают новостные ленты в газетах, по телевидению или же в Интернете, или воспринимают информацию стереотипно, без какого-либо критического анализа. Необходимо также отметить, что возрастание новостного потока в последнее время привело к еще большей фрагментаризации картины мира. В результате люди получают лишь поверхностную информацию о событиях мировой политики, соответственно представления о ней находятся в сознании индивидов в бесструктурном состоянии, что облегчает воздействие на людей со стороны СМИ.

3. Новости, освещающие проблемы внешней политики, часто содержат в себе такие

© Григорьев А. В., 2013

информационные поводы, на которые стараются оказать влияние политические акторы. Как отмечает российский политолог М. Мамонов [Мамонов 2011: 27], политики стремятся к тому, чтобы происходящее интерпретировалось общественностью в выгодном для них свете, что впоследствии должно увеличить их общественную поддержку. Это увеличивает воздействие СМИ на аудиторию.

В свете вышесказанного очевидно, что изучение образа политических отношений в СМИ является необходимым элементом в объяснении процессов формирования общественного мнения, а также способствует более глубокой и качественной интерпретации данных социологических исследований.

В настоящей статье мы представим результаты изучения образа российско-польских политических отношений в период после смоленской катастрофы в двух польских ежедневниках — «Gazeta Wyborcza» и «Rzeczpospolita». Выбор данных изданий был обусловлен их общественно-политической направленностью: газета «Gazeta Wyborcza» относится к либерально-центристской прессе, а «Rzeczpospolita» — к консервативно-правой. Мы проанализировали статьи, опубликованные в данных изданиях в период с 12 апреля по 22 июня 2010 г., посвященные польско-российским политическим отношениям. В итоге было проанализировано 220 статей из «Gazeta Wyborcza» и 247 из «Rzeczpospolita». При исследовании образа польско-российских политических отношений применялся количественный контент-анализ. Это позволило получить точную количественную информацию, описывающую объект исследования. Наряду с количественными данными, мы приведем иллюстрации из проанализированных статей.

В «Gazeta Wyborcza» обращает на себя внимание то, что российско-польским политическим отношениям посвящена значительная часть публикаций — более 81 % статей, объем которых превышает 300 слов. Это говорит о значительном интересе газеты к соответствующей тематике. Относительно общей направленности статей в данном издании можно сказать, что российско-польские политические отношения представлены в позитивном контексте: они были положительно оценены в более чем половине текстов (51 %). Анализ образа Владимира Путина, являвшегося в тот период председателем правительства России, продемонстрировал превалирование текстов позитивной направленности: в 13,2 % статей премьер-министр РФ был оценен положительно, в 9,1 % — нейтрально и только в 4,3 % ма-

териалов — негативно. Авторы одобрительно оценили оперативную реакцию политика на катастрофу, его активную деятельность по организации мероприятий, связанных с ее последствиями: идентификации тел погибших, визита членов их семей, расследования данного происшествия. Также позитивно было воспринято искреннее сочувствие Владимира Путина. В статье «Премьер Путин: поможем во всем» Марчин Войчеховски [Wojciechowski 2010] приводит следующие слова из обращения председателя правительства к польской нации: «Имела место ужасная трагедия. ... Мы ощущаем великую боль вместе с вами и переживаем так же, как вы. От имени Правительства Российской Федерации я хочу принести искренние соболезнования всей Польше и всем полякам». Мачей Стациньски [Stasiński 2010] подчеркивает тот факт, что поведение российской власти, в том числе Владимира Путина, превзошло все польские ожидания и, как пишет сам автор, «является сочувствующим, щедрым и благородным».

Положительным был также образ Дмитрия Медведева, который являлся на тот момент президентом РФ. Об этом свидетельствует то, что в рассматриваемый период ни в одной статье не было отмечено негативных высказываний о деятельности данного политика; в 14,9 % исследованных текстов можно найти позитивные оценки предпринимаемых Дмитрием Медведевым шагов в российско-польских отношениях. Журналисты издания «Gazeta Wyborcza» хвалили его за быструю и эффективную реакцию на катастрофу, а также за желание найти способы реабилитации жертв катынского преступления.

Общая информация о России как о стране появилась в 28,1 % статей. Наша страна изображалась в черных красках: ее характеризовали как государство с империалистическими стремлениями, с низкой правовой культурой, где не соблюдаются права человека. Описывая Россию как страну с империалистическими стремлениями, польские журналисты имеют в виду ее желание расширить свое влияние на постсоветском пространстве, особенно на Украине. Например, Анджей Кубик [Kubik 2010] пишет о последовательном захвате Россией украинской экономики, приводя в пример попытки присвоения украинской ядерной и гидроэнергетики, авиационных фабрик Антонова, а также железнодорожных предприятий. Говоря о низкой правовой культуре, журналисты ссылаются на кражу банковских карт с места крушения самолета около аэропорта Северный под Смоленском. Вацлав Радзинович [Radzi-

powicz 2010] в статье «Обокрали ли российские милиционеры жертв катастрофы?» цитирует Евгению Альбац, главного редактора еженедельника «New Times — Новое Время»: «Между ОМОНОм и властью есть тихое соглашение. Он охраняет ее от оппозиции, брутально разгоняя демонстрации, а власть гарантирует им безнаказанность».

В то же время образ россиян как народа можно оценить как позитивный. Общая информация о россиянах появилась в 18 % проанализированных статей. Чаще всего жители России были представлены как искренний, похожий на самих поляков народ, который пострадал от коммунистических репрессий. Были опубликованы письма российских журналистов и простых граждан, в которых они сочувствовали полякам, молились за умерших и выражали надежду на то, что эта страшная трагедия сблизит наши народы.

При публикации информации о причинах катастрофы обвинения в российский адрес прозвучали в 17,4 % статей. Чаще всего в качестве причины катастрофы называются старый, не оборудованный для приема подобных самолетов аэродром, а также ошибки российских авиадиспетчеров (соответственно в 9,9 % и 7,4 % текстов). Во время разговора Марчина Гурки [Górka 2010] с польскими пилотами один из летчиков отметил: «Россияне сообщили, какая была высота. Это правда. Но не передали информации о давлении на аэродроме, а это ключ для ответа на вопрос, почему были (польские пилоты — А. Г.) так низко». Богдан Врублевски и Вацлав Радзинович [Wróblewski, Radzinowicz 2010] ставят российской стороне в вину то, что аэродром в Смоленске не был оборудован надлежащей системой автоматического сопровождения самолетов при приземлении, называемой ILS (Instrument Landing System).

В заключение анализа образа российско-польских политических отношений в издании «Gazeta Wyborcza» в период после смоленской катастрофы упомянем об информации по поводу деятельности российских следственных органов, которая была опубликована в исследуемой газете. Подобные сведения появились в четверти статей. В большинстве своем журналисты оценивали деятельность следственных органов РФ как достаточную для расследования причин катастрофы: такие оценки можно найти в 19,8 % текстов; противоположного мнения придерживались авторы 2,5 % статей.

Рассмотрим образ российско-польских политических отношений в газете «Rzeczpospolita». Объем статей, относящихся к ин-

тересующей нас тематике, был достаточно большим: 70,3 % проанализированных текстов превышают объем в 300 слов. Это демонстрирует большой интерес издания к рассматриваемой проблеме. Общую ориентацию статей о российско-польских политических отношениях можно назвать нейтральной: такая оценка содержится в более чем половине текстов (57,8 % публикаций).

Образы российских политиков разнородны с точки зрения оценочной направленности. Образ Владимира Путина был амбивалентен: количество статей, в которых его оценивают позитивно, почти равно числу статей с нейтральными оценками (11,7 % и 10,9 % текстов соответственно). На страницах «Rzeczpospolita» хвалили российского премьер-министра за оперативную реакцию на катастрофу, а также за полное сочувствия обращение к польскому народу. Публицистка газеты Юстина Прус [Prus 11.04.2010] пишет: «В течение нескольких дней премьер Путин два раза побывал в Смоленске ... он принял участие во мгновенно организованном мероприятии по отправке тела президента на Родину. Россияне сделали все, чтобы попрощаться с Лехом Качиньским с наивысшими почестями». Вместе с тем в издании были также опубликованы статьи, содержащие негативный образ Владимира Путина. Председателю правительства России поставлено в вину проведение экспансионистской политики на постсоветском пространстве, также польские публицисты припомнили ему критику польских политиков перед катастрофой. Процитируем Анджея Новака [Nowak 2010]: «Некоторые польские политики хотят признать преступления советских властей за наследие российского государства и ждут извинений. Употребил (Владимир Путин — А. Г.) в отношении них фразу, которую на польский можно примерно перевести как „грязные политики“. До пятничного вечера в российских СМИ проводилась кампания, полная ненависти к бывшему президенту. Нельзя об этом забывать и притворяться, что этого не было». Также в публикациях анализируемого издания (например, в тексте Рафала Земкевича [Ziemkiewicz 2010] «В объятии Путина») высказывались опасения, что имеющий полный контроль над следствием премьер-министр РФ может повлиять на итоги президентских выборов в Польше, ускоряя следствие или же «подбрасывая» новые доказательства вины усопшего Леха Качиньского.

Образ Дмитрия Медведева можно определить как позитивный: в 19,5 % статей он упоминался в позитивном контексте и только в 6,2 % — в негативном. Президента России,

как и председателя правительства, хвалили за оперативную и профессиональную реакцию на катастрофу и за попытки найти решение катынской проблемы. Вместе с тем появились и негативные статьи (например, публикация Юстины Прус [Prus 27.05.2010] «Без изменения в деле Катыни»), говорившие о том, что слова Медведева расходятся с действиями российских следственных и судебных органов по упомянутому катынскому делу. Также необходимо отметить, что на страницах газеты «Rzeczpospolita» было опубликовано письмо российских оппозиционеров, в котором они предостерегают польские власти от наивности в отношении с властями России [Bondariew, Bukowski, Fajberg, Gorbaniewska, Hharonów 2010]: «Трудно избавиться от впечатления, что для польского правительства сближение с современной властью в России важнее, чем установление правды в одной из самых ужасных народных трагедий. Нам кажется, что наши польские друзья показывают этим свою наивность, забывая о том, что интересы Кремля и народов, соседствующих с РФ, не являются общими».

Рассмотрим образ России как государства на страницах издания «Rzeczpospolita». Информация о России в целом появилась в 23 % статей. Наша страна изображена как государство с имперскими амбициями, низкой правовой культурой, а также с большой боевой мощью. Журналисты обращают внимание читателей на расширение экономического влияния России на Украине, а также на отсутствие желания принять во внимание польские интересы во время строительства газопровода «Nord Stream». Подобные высказывания можно заметить в уже упомянутом тексте Анджея Новака [Nowak 2010]. О Российской Федерации как о государстве, обладающем большой боевой мощью, было написано в контексте празднования Дня Победы 9 мая 2010 г. Журналисты, описывая парад на Красной площади, рассказывали о различных видах вооружения, которые были на нем представлены.

Образ россиянина как народа снова оказался значительно позитивнее. Общая информация о народе России появилась в 21 % статей. Россияне на страницах издания были показаны как искренний, в целом сходный с поляками народ, который испытывает ностальгию по СССР. Говоря о россиянах как о народе искреннем, близком полякам, журналисты описывали сочувствие, которое выказали россияне, их молитву о погибших, а также огромное число цветов и свечей, принесенных на аэродром Северный, к посольству Польши в Москве, а также к польским кон-

сульствам в других городах России. Также было сказано об «интернетном братстве» на форумах и в блогах. Вместе с тем собственные россиянам нежные чувства к СССР были показаны в негативном контексте. Примером тому может служить текст Томаша Терликовского [Terlikowski 2010] «Праздник империалистической России», в котором ученый подчеркивает, что одним из основных элементов современной российской самоидентификации является тоска по былой советской мощи, выражающаяся, например, в сакрализации Дня Победы, в сохранении символического значения этого праздника как демонстрации народной гордости за освобождение всей Европы.

Информация о причинах катастрофы появилась в 21 % статей. Чаще всего назывались старый, недостаточно оборудованный аэродром и ошибки российских авиадиспетчеров (соответственно в 9,4 % и 15,6 % текстов). Пётр Зыхович [Zuchowicz 14.04.2010] в статье «Смоленск: альтернативные версии и теории заговора» цитирует депутата польского сейма Артура Гурского, который перечисляет различные причины катастрофы, в том числе и ошибки авиадиспетчеров: «Вторая версия говорит о том, что пилотам были поданы неверные координаты, и те уже не успели поднять машину». Пример указания на недостаточно оборудованный аэродром в качестве причины катастрофы содержит интервью из той же статьи с советским диссидентом Владимиром Буковским. Отвечая на вопрос о предполагаемых причинах катастрофы, он сказал следующее: «Бардак — это наилучшее описание того, что происходит на российских аэродромах. Хаос, некомпетентность персонала, беспорядок и устаревшее оборудование. Может быть, и авиадиспетчеры были плохо подготовлены для принятия самолетов в таких условиях».

В заключение анализа образа российско-польских политических отношений в газете «Rzeczpospolita» упомянем об информации относительно деятельности российских следственных органов, которая появилась в 17,2 % статей. В анализируемый период мы наблюдаем небольшое преобладание статей, говорящих о том, что деятельность российских следственных органов является достаточной для установления причин катастрофы: таких статей зарегистрировано 9,4 % от общего количества, а статей с противоположными оценками — 7,8 %.

Сравнивая образы российско-польских политических отношений в разбираемых изданиях, можно прийти к следующим выводам:

1. «Gazeta Wyborcza» более позитивно, чем «Rzeczpospolita», освещала российско-польские политические отношения. Это касается как образа главных политиков (Владимира Путина и Дмитрия Медведева), так и информации о деятельности российских следственных органов.

2. Анализ содержательной стороны критериев, по которым было произведено описание образа российско-польских политических отношений, показывает, что наполнение статей было достаточно похожим: содержательно совпадают большое количество негативных и позитивных статей в обеих газетах. Разница в исследованном образе в данных изданиях состоит в частоте появления текстов с позитивной или же с негативной направленностью.

3. Несмотря на то что образ российско-польских политических отношений в газете «Rzeczpospolita» был более негативным, чем в «Gazeta Wyborcza», важно подчеркнуть тот факт, что число статей, имеющих позитивную и нейтральную направленность, превышало количество статей, имеющих негативную направленность, в обеих газетах.

Полученные выводы подтверждают гипотезу о том, что СМИ оказывают значительное влияние на формирование общественного мнения по вопросам внешней политики. Позитивный образ российско-польских политических отношений в издании «Gazeta Wyborcza» и нейтральный в «Rzeczpospolita» способствовали формированию в целом позитивной ориентации польского общественного мнения относительно российско-польских политических отношений в период сразу после смоленской катастрофы. Это подтверждается результатами социологических исследований, проведенных польским Центром изучения общественного мнения (ЦИОМ), которые были осуществлены в мае 2010 г. [Feliksiak 2010]. Данные этих исследований свидетельствуют, что большинство поляков (52 %) нейтрально оценивают российско-польские политические отношения, 29 % — позитивно и только 15 % — негативно. При этом обращает на себя особое внимание тот факт, что в сравнении с исследованием, проведенным ЦИОМ в марте того же года [Feliksiak 2010], мы наблюдаем почти четырехкратный рост числа тех респондентов, которые позитивно оценивают российско-польские политические отношения, и снижение более чем в два раза числа респондентов, придерживающихся противоположного мнения. Также необходимо подчеркнуть, что большое количество опрошенных характеризует жесты российской власти и простых россиян как превзо-

шедшие их ожидания (39 % респондентов высказалось так о российской власти и 42 % — о россиянах в целом). Зазвучали призывы ответить взаимностью на искреннее российское сочувствие и зажечь 9 мая свечи на кладбищах советских воинов: «Gazeta Wyborcza» инициировала акцию «Польская свечка для россиян» с призывом зажечь свечи в память о погибших на территории Польши советских воинах.

К сожалению, представленная позитивная динамика носила кратковременный характер. Уже через год, в марте 2011 г., ЦИОМ провел аналогичное исследование [Feliksiak 2011], которое показало, что 43 % респондентов оценили российско-польские политические отношения негативно. В настоящее время, согласно данным диагностики российско-польского общества, проведенной по заказу Польско-российского центра диалога и взаимопонимания [Polska-Rosja Diagnoza Społeczna], 71 % поляков считает Россию страной, негативно настроенной по отношению к Польше. Одним из основных поводов негативной оценки отношений между нашими двумя странами является непроясненная ситуация со смоленской катастрофой и отсутствие заинтересованности (по мнению опрошенных) у российских властей в разрешении данной проблемы. Можно предположить, что одной из причин негативной динамики общественного мнения жителей Польши, связанного с оценкой российско-польских политических отношений, стала в том числе негативизация их образа в польских СМИ в более отдаленный от катастрофы период. Этот тезис требует доказательств в ходе дальнейшего исследования и может стать одним из направлений изучения образа российско-польских политических отношений в польских СМИ.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Липпман У. Общественное мнение. — М., 2004.
2. Мамонов М. В. Информационная политика и изменение общественно мнения // Полис. 2011. № 5. С. 27.
3. Bondariew A., Bukowski W., Fajberg W., Gorbaniewska N., Ilarionów A. Listy do „Rzeczpospolitej” — Zaniepokojeni przebiegiem śledztwa // Rzeczpospolita. 25.05.2010. URL: <http://www.rp.pl/artukul/484507-Zaniepokojeni-przebiegiem-sledztwa.html> (дата обращения: 12.05.2013).
4. Feliksiak M. Opinie o stosunkach polsko-rosyjskich po katastrofie smoleńskiej i działaniach, mających wyjaśnić jej przyczyny. — Warszawa, 2011. URL: [http://cbos.pl/spiskom.pol/2011/K\\_028\\_11.pdf](http://cbos.pl/spiskom.pol/2011/K_028_11.pdf) (дата обращения: 13.05.2013).
5. Feliksiak M. Opinie o stosunkach polsko-rosyjskich. — Warszawa, 2010. URL:

[http://cbos.pl/spiskom.pol/2010/K\\_074\\_10.pdf](http://cbos.pl/spiskom.pol/2010/K_074_10.pdf) (дата обращения: 13.05.2013).

6. *Górka M.* Piloci wściekli na rosyjski raport // *Gazeta Wyborcza*. 20.05.2010. URL: [http://wyborcza.pl/1,76842,7908469,Piloci\\_wsciekli\\_na\\_rosyjski\\_raport.html](http://wyborcza.pl/1,76842,7908469,Piloci_wsciekli_na_rosyjski_raport.html) (дата обращения: 12.05.2013).

7. *Kubik A.* Ukraina straci kontrolę nad strategicznymi gazociągami? // *Gazeta Wyborcza*. 04.05.2010. URL: [http://wyborcza.pl/1,76842,7840025,Ukraina\\_straci\\_kontrolę\\_nad\\_strategicznymi\\_gazociągami\\_.html](http://wyborcza.pl/1,76842,7840025,Ukraina_straci_kontrolę_nad_strategicznymi_gazociągami_.html) (дата обращения: 12.05.2013).

8. *Kublik A.* Rosja podbija Ukrainę // *Gazeta Wyborcza*. 28.04.2010. URL: [http://wyborcza.pl/1,76842,7821747,Rosja\\_podbija\\_Ukraine.html](http://wyborcza.pl/1,76842,7821747,Rosja_podbija_Ukraine.html) (дата обращения: 12.05.2013).

9. *Nowak A.* Sprzeczne interesy pozostały // *Rzeczpospolita*. 13.04.2010. URL: <http://www.rp.pl/artykul/460642-Sprzeczne-interesy.html> (дата обращения: 12.05.2013).

10. *Polska-Rosja Diagnoza Społeczna*. URL: <http://www.cprdip.pl/main/file.php?id=156&w=600&h=400&bgnews=0> (дата обращения: 11.05.2013).

11. *Prus J.* Bez zmian w sprawie Katynia // *Rzeczpospolita*. 27.05.2010. URL: <http://www.rp.pl/artykul/485525-Bez-zmian-w-sprawie-Katynia.html> (дата обращения: 12.05.2013).

12. *Prus J.* Rosjanie pomagają, przeżywają tak jak Polacy i oglądają „Katyń” // *Rzeczpospolita*. 11.04.2010. URL: <http://www.rp.pl/artykul/460144-Rosjanie-pomagaja--przezywaja-tak-jak-Polacy-i-ogladaja--Katyn-.html> (дата обращения: 12.05.2013).

13. *Radzinowicz W.* Czy rosyjscy milicjanci okradli ofiarę katastrofy smoleńskiej? // *Gazeta Wyborcza*. 07.06.2010. URL: [http://wyborcza.pl/1,76842,7978476,Czy\\_rosyjscy\\_milicjanci\\_okradli\\_ofiare\\_katastrofy.html](http://wyborcza.pl/1,76842,7978476,Czy_rosyjscy_milicjanci_okradli_ofiare_katastrofy.html) (дата обращения: 12.05.2013).

14. *Stasiński M.* Gesty czyszcza hipotekę // *Gazeta Wyborcza*. 13.04.2010. URL: [http://wyborcza.pl/1,76842,7764118,Gesty\\_czyszcza\\_hipoteke.html](http://wyborcza.pl/1,76842,7764118,Gesty_czyszcza_hipoteke.html) (дата обращения: 12.05.2013).

15. *Terlikowski T. P.* Święto imperialnej Rosji // *Rzeczpospolita*. 07.05.2010. URL: <http://www.rp.pl/artykul/472098-Swieto--imperialnej-Rosji.html> (дата обращения: 12.05.2013).

16. *Wojciechowski M., Radzinowicz W.* Rehabilitacja dla ofiar Katynia // *Gazeta Wyborcza*. 01.06.2010. URL: [http://wyborcza.pl/1,76842,7959328,Rehabilitacja\\_dla\\_ofiar\\_Katynia.html](http://wyborcza.pl/1,76842,7959328,Rehabilitacja_dla_ofiar_Katynia.html) (дата обращения: 12.05.2013).

17. *Wojciechowski M.* Premier Putin: Pomożemy we wszystkim // *Gazeta Wyborcza*. 12.04.2010. URL: [http://wyborcza.pl/1,76842,7760775,Premier\\_Putin\\_Pomozemy\\_we\\_wszystkim.html](http://wyborcza.pl/1,76842,7760775,Premier_Putin_Pomozemy_we_wszystkim.html) (дата обращения: 12.05.2013).

18. *Wróblewski B., Radzinowicz W.* Rozmowy pilotów będą ujawnione // *Gazeta Wyborcza*. 16.04.2010. URL: [http://wyborcza.pl/1,76842,7776781,Rozmowy\\_pilotow\\_w\\_beda\\_ujawnione.html](http://wyborcza.pl/1,76842,7776781,Rozmowy_pilotow_w_beda_ujawnione.html) (дата обращения: 11.05.2013).

19. *Ziemkiewicz R.* W uścisku Putina // *Rzeczpospolita*. 12.05.2010. URL: <http://www.rp.pl/artykul/474205-W-uscisku-Putina.html> (дата обращения: 12.05.2013).

20. *Zychowicz P.* Smoleńsk: wersje alternatywne i teorie spiskowe // *Rzeczpospolita*. 14.04.2010. URL: <http://www.rp.pl/artykul/461412-Smolensk--wersje-alternatywne-i-teorie-spiskowe.html> (дата обращения: 12.05.2013).

21. *Zychowicz P.* Kreml za Katyń was wciąż nie przeprosił // *Rzeczpospolita*. 20.04.2010. URL: <http://www.rp.pl/artykul/464052-Kreml-za-Katyn-was-wciaz-nie-przeprosil.html> (дата обращения: 11.05.2013).

**Статью рекомендует к публикации д-р филос. наук Л. В. Баева**

О. Р. Лащук О. R. Lashukh  
Москва, Россия Moscow, Russia

**ОСОБЕННОСТИ  
ВТОРИЧНОГО РЕДАКТИРОВАНИЯ  
НОВОСТНЫХ РЕРАЙТЕРСКИХ  
СООБЩЕНИЙ АГЕНТСТВА «NEWSRU.COM»**

**Аннотация.** На примере интернет-материалов агентства «NEWSru.com» рассматриваются проблемы вторичного редактирования новостных рерайтерских сообщений. Автор разделяет освещаемые события на две группы: завершённые и длящиеся. Полученные в ходе исследования данные позволяют утверждать, что материалы о длящемся событии подвергаются значительно большему числу редакций после первой публикации и дополняются значительно большим объемом контента.

**Ключевые слова:** новостное сообщение; вторичное редактирование; рерайтинг; событие; контент.

**Сведения об авторе:** Лащук Ольга Ростиславовна, кандидат филологических наук, доцент, заведующий кафедрой редакционно-издательского дела и информатики, факультет журналистики.

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

**Контактная информация:** 119019, г. Москва, ул. Моховая, д. 9, к. 205.  
e-mail: olgafl@yandex.ru.

**FEATURES  
OF SECONDARY EDITING  
OF REWRITER'S INTERNET NEWS REPORTS  
OF NEWSRU.COM AGENCY**

**Abstract.** The article describes the problems of secondary editing of rewriter's internet news reports of NEWSru.com agency. The author divides events into two groups: finished and lasting. The data obtained during research allow to claim that materials about a lasting event are subject considerably to a bigger number of editings after the first publication and are supplemented considerably with a large volume of content.

**Key words:** news report; secondary editing; rewriting; events; content.

**About the author:** Lashukh Olga Rostislavovna, Candidate of Philology, Associate Professor, Head of the Chair of Editing and Informatics, Faculty of Philology and Journalism.

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

Интернет-агентство «NEWSru.com» использует при создании новостных сообщений метод рерайтинга. Специфика данного метода заключается, во-первых, в создании сообщения путем заимствования контента из разных источников и, во-вторых, в использовании возможностей мультимедиа (позволяющих, в частности, привлекать нетекстовый контент и осуществлять вторичное редактирование материала после публикации).

События, о которых сообщается в новостных интернет-материалах, целесообразно разделять на две большие группы.

- **Завершённое** событие, вся новостная информация о котором уже имеется в Сети. Его можно отразить в одном, как правило, достаточно коротком сообщении.

- **Незавершённое** событие, новостная информация о котором продолжает поступать после первой публикации. Оно часто требует для своего освещения весьма объемного контента, т. е. либо большого материала, либо целой серии материалов. Такое событие и материалы о нем будем называть **длящимися** (Длящееся сообщение — сообщение о длящемся событии, претерпевающее в своем онтогенезе ряд редакций, связанных с изменением ассортимента

и/или иерархии освещаемых в нем новостных фактов. В дальнейшем для краткости материал о завершённом событии будем называть «завершённым» материалом, а о длящемся — «длящимся», подразумевая, что указывается состояние именно события, а не материала о нем.)

Наибольший интерес вызывают проблемы освещения именно длящихся событий, среди которых часто встречаются события политические или с политическим подтекстом: митинги, кампании, акции, межэтнические, межконфессиональные и межгосударственные конфликты.

Когда сообщение опубликовано, а событие развивается и информация о нем продолжает поступать, возможны два варианта ее изложения (или их комбинация):

- закончить прежнее сообщение и продолжать изложение в следующем материале;
- видоизменять уже имеющееся сообщение, добавляя новую информацию и корректируя в соответствии с этим весь материал.

NEWSru.com использует в основном второй вариант, поэтому рерайтеры агентства не ограничивают ни объем контента, ни количество помещаемых в сообщение новостных фактов. Сообщение растет и развивается до тех пор, пока длится событие.

Во многом благодаря именно этому фактору за время работы агентства (с 2000 по 2012 г.) средний объем новостного сообщения *NEWSru.com* вырос в 6,5 раз, достигнув 5300 знаков.

Агентство практикует создание весьма объемных сообщений о важных длящихся событиях (политических мероприятиях, катастрофах, терактах и т. д.). Так, в 2001 г. материал о терактах в США составил 7,5 тыс. знаков (объем для того времени огромный), в 2003 г. о деле ЮКОСа — 11,7 тыс., в 2007 г. о шторме в Керченском проливе — более 14 тыс. и т. д. Наибольший объем из исследованных нами у материала от 13 октября 2005 г. «Боевики в Нальчике захватили здание ОВД и взяли заложников. Идут бои». Он составляет 23 923 знака (в 9,5 раз больше среднего размера сообщения того года). Этот материал подвергался вторичному редактированию на протяжении более чем 26 часов. В окончательном варианте он содержит одну видеозапись, 24 фотографии, 34 гиперссылки в тексте (из них только девять отсылают к прежним материалам самого агентства).

Критерий завершенности события не очень удобен в использовании. Чтобы уверенно отнести событие к одному или друго-

му типу, недостаточно просто взять из архива конечный вариант публикации соответствующего новостного сообщения. Следует проследить развитие этого материала в режиме реального времени, выявить, какие изменения новостной информации осуществлялись в разных редакциях. В противном случае по характеру последнего варианта сообщения не всегда возможно определить, поступала ли информация в Интернет постепенно, или же имелась там еще до начала составления материала рерайтером.

Такая работа была проведена нами в 2012 г.: исследовалось в общей сложности 100 новостных сообщений агентства *NEWSru.com*, из них 18 являются длящимися и 82 — завершенными (рисунок).

28 % (23 из 82) завершенных событий *NEWSru.com* освещалось материалами с единственной публикацией, т. е. их вторичное редактирование вообще не проводилось. Однако большинство из таких событий (56 из 82, или 68,3 %) было изложено рерайтерами агентства в материалах с 2-5 редакциями, два — с 6 редакциями и одно — с 7 редакциями. В среднем материалы о завершенных событиях *NEWSru.com* подвергались редактированию 2,61 раза (включая первую публикацию).

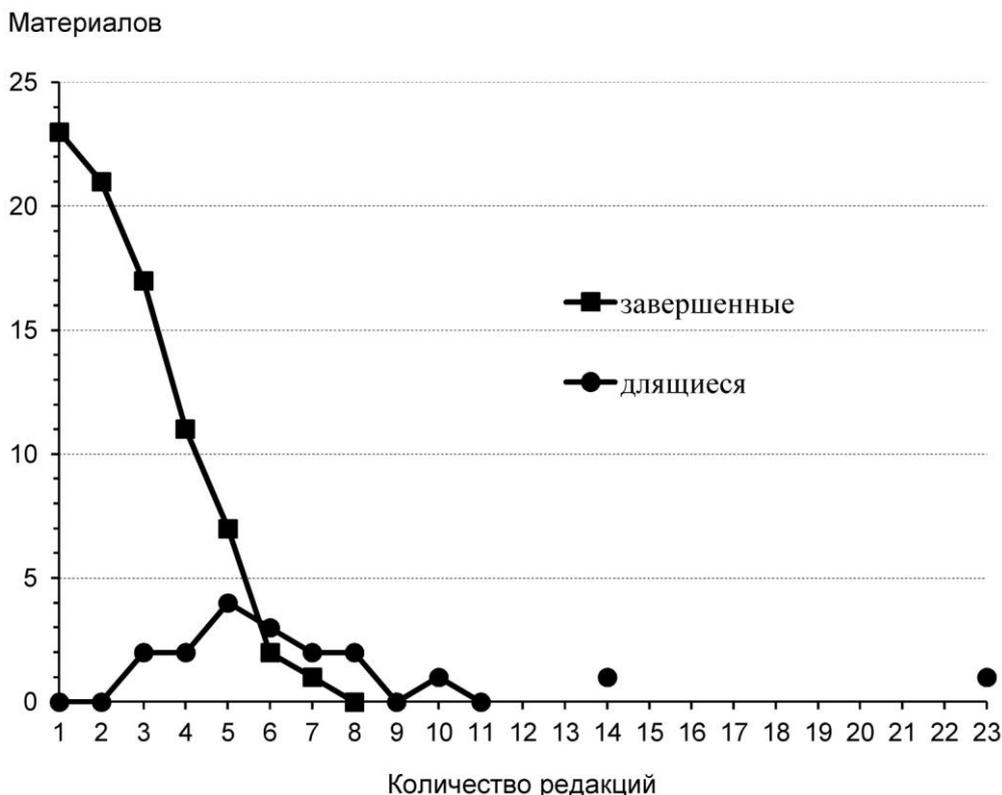


Рис. Количество редакций завершенных и длящихся сообщений агентства *NEWSru.com* (материалы 2012 г.)

Таблица.

Количественные изменения параметров новостного сообщения:  
первая и последняя редакции (агентство «NEWSru.com»)

Компоненты сообщения		Редакции						Длящиеся к завершенным, %	
		завершенных			длящихся				
		первая	последняя	1-я к посл., %	первая	последняя	1-я к посл., %	первые	последние
На 1 материал	иллюстрация	1,01	2,41	41,9	1,79	5,85	30,5	177,0	242,9
	видео	0,13	0,17	76,5	0,30	0,45	66,3	228,2	263,4
	гиперссылки концевые, шт	2,41	3,28	73,5	2,58	4,56	56,5	106,9	139,0
	гиперссылки в тексте, шт	2,33	3,83	60,8	6,11	11,61	52,6	262,1	303,1
	объем текста, знаков	2732,7	4719,7	57,9	2061,0	7804,7	26,4	75,4	165,4
	наличие облигативных компонентов	—	—	79,8	—	—	31,1	—	—

На рисунке хорошо заметна еще одна особенность. Если количество завершенных материалов с увеличением числа редактирований неуклонно уменьшается (23 — 21 — 17 — 11 — 7 — 2 — 1 — 0), то наибольшее число сообщений о длящихся событиях подвергалось 5-6 редакциям, а таких материалов менее чем с 3 редакциями в выборке не оказалось. Это объяснимо: если мы освещаем завершенное событие, то практически вся информация имеется в Сети, и материал можно составить сразу. Если же освещаем длящееся событие в одном материале, вторичное редактирование неизбежно потребуется, иначе никак не изложить поступающую новую информацию. Таким образом, не только информационная политика агентства, но и сам ход событий требует от рерайтера NEWSru.com вторичного редактирования.

Длящиеся материалы можно разделить на две группы. Первая, большая по численности, группа — «обычные» материалы сравнительно небольшого объема. Число редакций в них умеренное, в среднем составляет 3-4.

Вторая группа, малая по численности, включает материалы-«гиганты» об очень

важных происшествиях. Примеры таких сообщений мы привели выше. Они характеризуются большим объемом контента разных типов (до 3-4 десятков иллюстраций и несколько видеоматериалов), заимствованием информации из множества источников и, как правило, многократным редактированием. Хотя их численность составляет всего 3-5 % от общего количества новостных сообщений NEWSru.com, они оказывают существенное влияние на средние величины контента, редактирования и т. д. По своим параметрам они стоят особняком (что, кстати, видно и на графике: в выборке встретились отдельные сообщения с 10, 14 и 23 редакциями). Например, не вошедшее в выборку новостное сообщение от 10 марта 2012 г. «Митинг „За честные выборы“ на Новом Арбате: хроника и ФОТОрепортаж» имело объем текста 19 688 знаков (в том числе 567 знаков лида), 46 фотоиллюстраций, 3 видеоматериала и подверглось 32 редакциям.

Количественные изменения, происходящие в новостном сообщении с первой до последней редакции, отражены в таблице.

Заголовок и выделенный лид всегда присутствуют уже в первой редакции как тех,

так и других материалов. Следует отметить, что завершённые материалы появляются в гораздо более «готовом» виде. Облигационные компоненты (хотя бы одна иллюстрация и гиперссылка на источник) есть у почти 80 % материалов, тогда как среди делящихся имеют их в первой редакции менее 1/3.

Изменение контента завершённых существеннее, чем делящихся, причем как в абсолютных, так и в относительных величинах. В особенности это касается объема текста, который у первой группы первоначально составляет в среднем 57,9 % окончательного объема, тогда как у второй возрастает почти в 4 раза (на 2 тысячи и на 5,7 тысяч знаков соответственно). Заслуживает внимания тот факт, что первоначальный объем текста у делящихся материалов даже меньше, чем у завершённых, и составляет лишь 74,5 % от завершённых, хотя в конце превосходит их на 65,4 %.

Количество иллюстраций в первой публикации у завершённых — 41,9 %, а у делящихся — 30,5 % (в среднем увеличивается соответственно на 1,4 и 4). В меньшей степени вторичное редактирование затрагивает видеоматериалы. В первой группе их число на 1 материал возрастает с 0,13 до 0,17 % (на 0,04), а во второй — с 0,3 до 0,45 % (на 0,15).

Это связано с тремя факторами. Во-первых, видеозапись — обычный, но не очень частый компонент, что само по себе уже снижает вариативность показателя.

Во-вторых, если прочий контент рассредоточен по разным сайтам, и требуется затратить определенное время для его обнаружения, то с поиском видеоматериалов таких проблем обычно не возникает. Они с высокой степенью вероятности имеются на «YouTube», где могут быть легко найдены.

В-третьих, интернет-страницы, на которые укажут гиперссылки, и даже иллюстрации приходится выбирать из большого количества; заимствование текста, кроме того, почти всегда требует рерайтерской обработки (особенно если используются несколько доноров). Новостное же видео всегда немногочисленно и в настоящее время используется целиком, без переделок.

В связи с вышеописанным видео часто оказывается включенным уже в первую редакцию сообщения. Легкость поиска и заимствования видеоматериалов, наряду с их высокой информативностью и достоверностью, делают этот вид контента всё более популярным у составителей новостных сообщений.

Концевые гиперссылки в первой публикации завершённых материалов также пред-

ставлены полнее, чем у делящихся (73,5 % и 56,5 %). Однако различие по ним между окончательными публикациями сравнительно невелико и составляет всего 1,4 раза. Объясняется это тем, что *NEWSru.com* использует концевые гиперссылки преимущественно для напоминания читателю о своих же материалах аналогичной тематики, нередко годовой и большей давности. Особой новостной ценности подобная информация не несет, поэтому и разница в ее количестве у завершённых и делящихся материалов невелика.

Напротив, текстовые гиперссылки направляют читателя к донорам именно *новостной* информации; потому и превосходство делящихся тут весьма значительно: 2,33 и 6,11 на сообщение в первой редакции; 3,83 и 11,61 — в последней (262,1 % и 303,1 % соответственно). Делящееся событие уже по своей природе требует использования для освещения большего количества источников информации (даже если источники остаются прежними, материалы у них меняются).

Что касается качественных параметров вторичного редактирования, то для завершённых материалов оно сводится преимущественно к добавлению контента. Редактирование же делящихся представляет собой значительно более сложный процесс, который следует рассматривать особо. Суть его в том, что развитие события может изменить иерархию новостных фактов и даже актуализировать иной главный новостной факт.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. *Лащук О. Р.* Авторская позиция в материалах информационных агентств // Мир русского слова. — СПб., 2002. № 5 (13).
2. *Лащук О. Р.* Анализ фактивности материала: языковые проблемы коммуникативности текста // Русский язык и культура в формировании единого социокультурного пространства России. — СПб., 2008.
3. *Лащук О. Р.* Вторичное редактирование новостного интернет-текста (на примере материалов агентства Lenta.ru) // Стилистика сегодня и завтра: медиатекст в стилистическом, риторическом и лингвокультурологическом аспектах : сб. материалов Междунар. науч.-практ. конф. — М., 2012.
4. *Лащук О. Р.* Использование цитат и ссылок на источники информации в материалах информационных агентств // Журналистика и культура русской речи. 2003. № 1.
5. *Лащук О. Р.* Композиционные особенности информационных текстов // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2008. № 4.
6. *Лащук О. Р.* Об особенностях стилистических ошибок в рерайтерских новостных интернет-сообщениях // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2013. № 4.
7. *Лащук О. Р.* Оптимизация редактирования информации агентств как лингвистическая проблема //

Журналистика в 2002 году. СМИ и реалии нового века : сб. материалов Междунар. науч.-практ. конф. — М., 2003.

8. *Лацук О. Р.* Прагматический аспект работы редактора // Язык массовой и межличностной коммуникации. — М., 2007.

9. *Лацук О. Р.* Проблемы декодируемости материалов информационных агентств // Журналистика и культура русской речи. Слово в семасиологическом, прагматическом, социокультурном аспектах : сб. материалов Междунар. науч.-практ. конф. — М., 2003.

10. *Лацук О. Р.* Редактирование информационных сообщений. — М., 2004. 156 с.

11. *Лацук О. Р.* Редактирование публикаций информационных жанров // Справочник по литературному редактированию для работников средств массовой информации. — М. : Флинта : Наука, 2010.

12. *Лацук О. Р.* Редакторская обработка факта как корректное отражение действительности в медиатексте // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2011. №2.

13. *Лацук О. Р.* Рерайтерские новостные сообщения: создание и редактирование. — М. : МедиаМир, 2013.

14. *Лацук О. Р.* Rewriting: обработка текста поновому // Журналистика и культура русской речи. 2005. № 1.

15. *Лацук О. Р.* Термин «формат» в массовой коммуникации / Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2010. № 6.

16. *Лацук О. Р.* Форматная коррекция медиатекста // Журналистика и медиаобразование — 2010 : сб. трудов 4 Междунар. науч.-практ. конф. — Белгород : Изд-во БелГУ, 2010.

17. *Лацук О. Р.* Форматная коррекция медиатекста // Русский язык и литература во времени и пространстве. — Шанхай, 2011. Т. 1.

**Статью рекомендует к публикации канд. филол. наук, доц. Е. С. Кара-Мурза**

М. В. Лесняк M. V. Lesnyak  
Ростов-на-Дону, Россия Rostov-on-Don, Russia

**ТАКТИКА**

**«СОЗДАНИЕ СВЕТЛОГО БУДУЩЕГО»  
В ПОЛИТИЧЕСКОЙ КОММУНИКАЦИИ**

**Аннотация.** С учетом достижений когнитивистики и прагмалингвистики охарактеризованы речевые приемы коммуникативной тактики «Создание светлого будущего» на материале предвыборных выступлений немецких национал-социалистов до установления ими тоталитарного режима.

**Ключевые слова:** функциональная прагмалингвистика; коммуникативная тактика; модель мира.

**Сведения об авторе:** Лесняк Марина Валерьевна, преподаватель кафедры романо-германской филологии, факультет филологии и журналистики.

**Место работы:** Южный федеральный университет.

**Контактная информация:** 344006, г. Ростов-на-Дону, Пушкинская, 150, к. 1.  
e-mail: mvlesnyak@sfedu.ru.

**THE TACTICS**

**OF “MAKING TOMORROW BETTER”  
IN POLITICAL COMMUNICATION**

**Abstract.** This article deals with the concept of communicative tactics considering the achievements of cognitive science and pragmalinguistics. It also singles out the stylistic devices of the communicative tactics of «making tomorrow better» based on election speeches of German national socialists before the establishment of totalitarian regime.

**Key words:** functional pragmalinguistics; communicative tactics; world model.

**About the author:** Lesnyak Marina Valerievna, Lecturer of the Chair of German and Romance Philology, Faculty of Philology and Journalism.

**Place of employment:** Southern Federal University.

Политическая коммуникация является сегодня одной из наиболее продуктивных областей исследования для лингвистов, поскольку именно здесь проявляется неизменная взаимосвязь политической идеологии и языка [Bachem 1979; Stadtfeld 2002; Straßner 1987]. Соответственно «именно в речи могут выражаться, хотя и не в обязательном порядке, не только определенные взгляды и мнения, но и конкретные установки на некоторые общественно-политические действия, как, например, избрать ту или иную партию или соответствующего политического деятеля на определенный пост» [Лесняк 2013: 52]. Политики зачастую формируют определенный взгляд на окружающую действительность, создавая при помощи языковых средств альтернативное видение мира или «возможный кажущийся мир» как вариант развития событий. Цель нашей статьи — рассмотреть характеристики тактики «создания светлого будущего» в рамках коммуникативной стратегии «Создание перспективы и ретроспективы». Интересным представляется проанализировать тактическую реализацию данной стратегии на материале публичных выступлений немецких национал-социалистов до установления ими тоталитарного режима. Обратимся к предпосылкам изучения коммуникативных тактик с позиций когнитивной лингвистики, в частности теории возможных миров, и функциональной прагмалингвистики.

Конструирование возможного мира в речи опирается на теорию возможных миров, осно-

воположниками которой считаются Г. Лейбниц, С. Крипке [Крипке 1982], Я. Хинтиikka [Хинтиikka 1980], разработавшие философские основы семантики возможных миров. В самом общем виде эта теория описывает миры, которые «трансформируют реальность и изображают некую альтернативную действительность» [Мисник 2006: 52]. Альтернативные миры делятся на миры вымышленные (к ним относятся возможные миры в художественной литературе) и миры кажущиеся, т. е. «дискурсивно конструируемые с помощью языковых средств» [Ватолина 2011: 4]. Нас интересует именно лингвистическое конструирование возможных миров, которое можно описать с опорой на референциальную лингвистику, основные теоретические положения которой обобщил и описал Х. Фатер в 2005 г. [Vater 2005]. Референциальная лингвистика исследует соотношение языковой [Парфенова 2012: 8] или текстовой единицы [Сулейманова 2012: 42] с объектом/предметом внеязыковой действительности, т. е. референцию. Понятие внеязыковой действительности является сегодня одним из центральных в лингвистических дискуссиях. Если ранее считалось, что языковое выражение соотносится с объектами реального мира, то позднее эту соотношение стали применять и к возможным, в том числе вымышленным, мирам. Это, например, «референция к героям сказок (дед мороз, снегурочка и т. д.), мифов (циклоп, гидра и т. д.)» [Vater 2001: 89],

фантастики (жители других планет, представители других цивилизаций).

Сегодня становится все более популярной мысль о том, что языковые выражения могут быть соотнесены с единицами «спроецированного» из нашего сознания мира [Апресян 1995: 630; Bierwisch 1983; Jackendoff 1983: 28; Падучева 2009: 638]. Такая проекция реальной действительности предполагает прежде всего репрезентацию субъективной оценки говорящего. При этом единицы ментальной репрезентации становятся «единицами проецируемого или кажущегося мира только тогда, когда они осознаваемы» [Jackendoff 1983: 42]. Это означает, что кажущийся мир не является спонтанно порожденным, он конструируется заранее в соответствии с представлениями или скрытыми прагматическими намерениями отправителя сообщения. Кажущийся мир сосуществует параллельно с миром действительным, «как бы заслоняя его» [Плотникова 2007: 297]. Следовательно, можно предположить, что отправитель сообщения целенаправленно формирует у адресата особый тип восприятия — «неспособность воспринять истинную референтную отнесенность» [Лесняк, Матвеева 2012: 106]. В связи с этим можно говорить о представлении адресантом грядущих событий как одной из возможностей будущей действительности в определенном фокусе. Как правило, в рамках политической деятельности, особенно при предвыборной борьбе, такой вариант будущего оценивается позитивно в случае выбора кандидата на желаемый пост. Другими словами, избирателям обещается «светлое будущее» во главе с тем или иным кандидатом и его партией.

Сказанное выше позволяет нам утверждать следующее: путем установления референциальных связей между сообщаемым и собственной осознаваемой проекцией действительного мира адресант создает для адресата определенную коммуникативную перспективу (альтернативный кажущийся мир), обращенную к будущему. Тем самым отправитель пытается оказать результативное речевое воздействие на посткоммуникативное поведение получателя текста, а именно вызвать желаемые последствия в реальности. Например, «такими последствиями могут быть согласие или несогласие адресатов с видением реальности адресанта» [Клюев 2002: 220]. В коммуникативной ситуации публичного выступления принятие или непринятие точки зрения говорящего выражается в осуществлении выбора в пользу соответствующей партии или политика.

Наиболее продуктивным для лингвистического анализа речевого воздействия в по-

литической коммуникации нам представляется стратегический подход. Коммуникативная стратегия является, пожалуй, одной из самых широко исследуемых категорий в науках лингвистического цикла (риторике, прагматике, психолингвистике, теории речевых актов и речевого воздействия, когнитивистике, текстуальной риторике и лингвистике). Многоплановая природа коммуникативной стратегии обуславливает разнообразные подходы к ее сегодняшней лингвистической трактовке. Исследования последних лет в заданном направлении привели к разработке двух- и трехуровневой иерархически организованной модели коммуникативной стратегии [Подр. см.: Becker, Boehme, Кнаре 2000: 163; Голоднов 2011: 170—171].

С учетом достижений современных лингвистических исследований сформулируем определение коммуникативной стратегии, релевантное для целей нашей работы: коммуникативная стратегия представляет собой трехмерную модель, включающую в себя этап абстрактного планирования на когнитивном уровне, этап воплощения этого плана путем осознаваемого *выбора* наиболее подходящих для реализации цели языковых средств и их комбинаций на уровне текстопорождения и этап фиксации результата осуществления плана на текстуальном уровне. Основной целью коммуникативной стратегии является «изменение в поведении и сознании слушателя» [Gülich 1976: 232], «моделирование действительности» [Седов 1997: 189] или «коррекция модели мира адресата» [Иссерс 2006: 109]. Иначе говоря, у реципиента должно произойти изменение существующего на момент произнесения речи представления о реальности (в прошлом, настоящем или будущем). Данное изменение происходит вследствие внедрения в сознание аудитории соответствующих концептуальных систем на высшем когнитивном уровне, а также вследствие *выбора* и транспортировки соответствующих референтов на уровне речевых действий. Презентация референта осуществляется через «область не общих, а частных интересов говорящего» [Клюев 2002: 218]. Такой интегративный подход при описании понятия коммуникативной стратегии находится на стыке когнитивистики и прагматологии. Он представляется особенно продуктивным и перспективным, поскольку «позволяет объединить в лингвистическом анализе концептуальный, процессуальный и результативный аспекты текстопорождения» [Кудачинова 2005: 27—28].

Предложенное выше определение коммуникативной стратегии актуализирует ее

прототипический характер. Прототипичность проявляется в том единодушии, в котором говорящие используют те или иные языковые способы для достижения стратегической цели [Braun 2007; Голоднов 2011; Демьянков 1976; Лакофф 2004]. Коммуникативная стратегия является неким образцом, который реализуется в разных коммуникативных ситуациях/текстах в разном объеме. Иными словами, в разных текстах политического дискурса могут реализоваться не все тактики или речевые приемы, релевантные для определенной коммуникативной стратегии. Они могут быть представлены в разной степени. К прототипическому подходу обращается все больше отечественных и зарубежных лингвистов.

В эталонном варианте коммуникативная стратегия включает в себя «набор конкретных коммуникативных тактик, реализуемых в различных ситуациях политической коммуникации» [Голоднов 2011: 168]. Коммуникативную тактику можно рассматривать двояко. С одной стороны, это «частная стратегия, с помощью которой оратор реагирует на преграды (сопротивление слушателя в той или иной форме), не предусмотренные глобальной целью и возникающие по ходу общения» [Ср.: Becker, Boehme, Knape 2008: 154]. В этом подходе выделяют также основную характеристику коммуникативной тактики — динамичность, обеспечивающую гибкость генеральной стратегии, т. е. спонтанное реагирование в изменяющихся условиях коммуникативной ситуации [Иссерс 2006: 110; Ленец, Матвеева, Петрова 2013: 83; Макаров 2003: 194; Борисова 1996: 75]. С другой стороны, коммуникативная тактика представляется в виде определенного типового «набора практических приемов речевого воздействия в конкретной ситуации общения» [Клюев 2002: 19; Самарина 2006: 63; Чуриков 2005: 36]. В обоих случаях отмечается соотносительность коммуникативной стратегии с целью коммуникации, а коммуникативной тактики — с коммуникативным намерением, или коммуникативной задачей.

Коммуникативная тактика может быть представлена на двух уровнях: «на уровне планирования она мыслится как инвариант, предстающий в виде комплекса конкретных приемов речевого воздействия на реципиента» [Голоднов 2011: 178]. На уровне речевых действий коммуникативная тактика предполагает *запланированный, не спонтанный выбор* определенных речевых действий в соответствии с коммуникативным намерением и тематическим содержанием, необходимыми для достижения стратегической цели. Выбор коммуникативной стратегии

и коммуникативных тактик осуществляется под воздействием нескольких факторов, к числу которых относят «цели, задачи, учет оратором ожиданий и социально-психологических характеристик слушателей» [Чуриков 2005: 36]. В конечном счете «умение пользоваться коммуникативными стратегиями и тактиками отражает прагматическую компетенцию коммуниканта и определяет успешность или неуспешность речевых действий» [Ленец, Матвеева, Петрова 2013: 83].

Моделирование альтернативной, или «кажущейся» действительности предполагает описание основных параметров создаваемого мира: «пространственно-временных, причинных, этических, количественных, семантических, персонажных» [Цивьян 2006: 5—6]. Для представления модели мира существует целая система бинарных оппозиций, имеющих два полюса: положительный и отрицательный. При этом набор архетипических оппозиций модели мира соответствует набор языковых (лексико-семантических, грамматических) категорий [Там же: 9].

В политической коммуникации самой распространенной бинарной оппозицией является диада «свой — чужой». Это способствует «эффективной мобилизации массового сознания» [Фирсов 1996: 67], а также «структурированию социума» [Иссерс 2006: 45]. Данная оппозиция представлена инвариантными имиджами „EIGEN“ (свое) и „FREMD“ (чужое) и базируется на противопоставлении когнитивных категорий или концептов „свое“ и „чужое“ [Голоднов 2011: 277]. При этом «когнитивные категории „свой круг“ и „чужой круг“ относятся к базовым категориям в политическом дискурсе» [Китайгородская, Розанова 1995: 93].

В политическом дискурсе выделяют также ряд других антиномичных оппозиций или имиджей, например: «WERT» — «GEGENWERT» («ЦЕННОСТЬ» — «АНТИЦЕННОСТЬ»), «REALITÄT» — «IRREALITÄT» («РЕАЛЬНОЕ» — «НЕРЕАЛЬНОЕ»), «VERTRAUENSWÜRDIG» — «NICHT VERTRAUENSWÜRDIG» («ДОСТОЙНОЕ ДОВЕРИЯ» — «НЕДОСТОЙНОЕ ДОВЕРИЯ») [Голоднов 2011: 278]. Эту цепочку можно продолжить антиномией, выделенной на основании структуры времени моделируемой действительности: «СВЕТЛОЕ БУДУЩЕЕ» — «ТЕМНОЕ ПРОШЛОЕ». Концепты «свое» и «чужое» являются родовыми по отношению к вышеперечисленным оппозициям, поскольку выстраивание конкретной стратегии на базе этих противопоставлений связано прежде всего с вовлечением в «свой круг» или с исключением из «своего круга» и отне-

сением к «кругу чужих». Так, светлое будущее в фокусе конкретного политика или политической партии возможно только путем присоединения к «своим».

В общем и целом «будущее может оцениваться как позитивно, так и негативно» [Паршина 2007: 104] (как «светлое будущее» или как «конец света», ожидающий тех, кто сделает неправильный выбор). В политической коммуникации широко распространена оппозиция «светлое будущее» / «темное прошлое». Соответствующая стратегия реализуется в двух тактиках: «Создание светлого будущего» и «Создание темного прошлого». Перейдем к описанию тактики «создания светлого будущего».

Эта тактика опирается на презентацию говорящим некоей модели альтернативной действительности со знаком «плюс» при условии, что во главе будет стоять он или его партия. При этом предлагаемый вариант развития событий, который представляет собой субъективную проекцию сознания, подается, как правило, в качестве единственно возможного: «Такая апелляция к результату прогнозируемой действительности придает коммуникативной тактике аргументативную силу» [Там же: 104].

Концептуальная система «светлое будущее» внедряется в сознание реципиента с помощью выбора иллюзий одобрения будущих преобразований для реципиентов, а также себя и своей партии. Иными словами, будущее для аудитории будет качественно отличаться от настоящего и прошлого тем, что слушатели будут удовлетворены последствиями выбора в настоящем соответствующего политика или партии. Тем самым реализуется «акциональная, т. е. побуждающая к действию, функция политического дискурса» [Шейгал 2004: 35]. Интересно, что моделирование «светлого будущего» характерно для предвыборного выступления. Эффективность этой тактики определяется одним из основных мотивов человеческих поступков — «надеждой на изменения к лучшему» [Миронова 2003: 80].

На лексико-семантическом уровне речевые приемы реализации тактики «создания светлого будущего» состоят в том, что *выбираются* следующие единицы:

– лингвистические единицы, относящие действие к будущему, в сочетании с другими единицами, эксплицирующими положительную оценку прогнозируемого и субъекта политической коммуникации (политика, его партии): *liegt in uns, weil nur in uns allein liegen kann, und in unserer liegt, und in der liegt, und in dem allein kann liegen, und in der allein kann das tägliche seine Wurzel finden* (Hitler).

В этом случае будущее ассоциируется с традиционными ценностями, символизирующими безопасность и благополучие: *Kraft* (сила), *Macht* (власть), *Recht* (право), *Freiheit* (свобода), *Brot* (хлеб).

*Nun alles Lände, ...den deutschen Menschen, nun, um was im letzten Jahrzehnt zäh und verbissen, unermüdetlich und trotz aller Rückschläge und Enttäuschungen doch immer hoffnungsvoll: Brot und Arbeit für den deutsche Volksgenossen, Freiheit und Ehre für die Nation* (Göring).

Из сказанного выше очевидно, что будущее, которое говорящий связывает с доверием (*Vertrauen*), надежностью (*Zuversicht*), является плодом деятельности политического лидера и его партии;

– лексические единицы с семантикой необходимости (*müssen, sollen, haben + zu + Infinitiv, lassen, brauchen, benötigen*):

*Sie, weil hier die größte Opferwilligkeit ist, hier die größten Opfer gebracht werden und weil es hier nicht sich um Kampf für einzelne Klassen und Stände, sondern um den Kampf für handelt* (Hitler).

В этом случае удачно, на наш взгляд, воплощается семантика единения (включение в круг «своих») осуществляется посредством комбинации с тактикой «солидаризации») [Подр. см.: Самарина 2006: 67—73].

*Ich bitte Sie daher wie auch bei keiner Wahlrede, dass Sie uns Ihre Stimmen* (Hitler);

– лексические единицы с семантикой требования (*fordern, verlangen*):

*Der Tag, der über das deutsche Schicksal für eine deutsche Zukunft entscheidet, auch von Ihnen, nicht kalt und nicht lau sein, sondern warm* (Hitler; речь произносилась 15 июля, а день выборов, о котором говорится, назначен на 31 июля 1932 г.);

– лексические единицы с семантикой намерения (*wollen, vorhaben, die Absicht haben*):

*Wir, dass die deutsche Nation der Proletarier der Welt ist, — darum sind wir Nationalsozialisten* (Göbbels);

– лексические единицы в переносном значении — метафоры. Метафора как когнитивная категория играет важную роль в моделировании альтернативной действительности, что нашло отражение во многочисленных исследованиях, посвященных разработке теории метафор в политической коммуникации [Баранов, Караулов 1991: 14—17; Кузьмина 1998: 51—60; Лакофф, Джонсон 1987: 126—172; Теория метафоры 1990; Чудинов 2000: 158—161]. Политическая метафора важна для нас не только как эффективное образное средство, формирующее положительное или отрицательное отношение к предмету обсуждаемого, но и как сред-

ство создания ирреального мира, которое позволяет реконструировать выбранную говорящим концептуальную систему, в нашем случае — «светлое будущее». Обратимся к метафоре, направленной на создание позитивного восприятия будущего и связанной с символикой света (*lichteres Morgen, Licht, Sonne*):

*Dann werden wir euch zurückholen* (Göring).

*Wir lebten seit 1918 in unerfüllbaren Wunschgebilden und ließen uns allzu gern und bereitwillig von den Heutigen von einer Enttäuschung in die andere führen, immer in der eitlen Hoffnung, es werde folgen* (Göbbels).

Последний пример ярко иллюстрирует противопоставление будущего, ассоциируемого со светлым временем суток, и настоящего, погруженного «во тьму», так как оратор и его соратники не имеют власти, чтобы изменить ситуацию к лучшему.

К этой же группе можно отнести метафоры, связанные с болезнью/выздоровлением:

*Wir glauben, dass die Wahl am 31. Juli eine Entscheidung bringen soll, ja bringen muss und, so Gott will, auch bringen wird, wer nun in Deutschland endgültig das Leben bestimmt, der Geist des internationalen Pazifismus, der demokratischen Zersplitterung, der Unterwürdigkeit oder der Geist einer nationalen, nationaler Ehre und eines wirklich brüderlichen Zusammenlebens unseres Volkes...* (Hitler)

В этом случае говорящий подчеркивает важность выбора избирателей, трактуя последствия выбора в пользу своей партии как «выздоровление» и одновременно подразумевая, что неудовлетворительное настоящее связано с «болезнью»;

– лексические единицы с семантикой обещания. Их можно условно разделить на две группы: лексемы, репрезентирующие смысл заботы о гражданах в будущем, например заботы о здоровье, благополучии, и лексемы, связанные с порядком и законом (*Recht, Ruhe, Freiheit, Ordnung, hüten*), а также лексемы, связанные с ценностями (*Würde, Ehre, Vertrauen, Zuversicht*):

*Ich lasse aber keine Zweifel, dass ich ebenso wenig des deutschen Volkes antasten lasse, auch die Ehre der Geschichte des deutschen Volkes wird finden* (Göring).

На **семантико-синтаксическом уровне** можно выделить следующие речевые приемы реализации тактики «создания светлого будущего»:

– сложноподчиненные сравнительные предложения, вводимые союзом *wie*:

*So, wir aus einer kleinen Sekte von sieben unbekanntem Männern herausgewachsen sind zur Millionebewegung, werden wir — ich lege meine Hand dafür ins Feuer — von dieser*

*Fünfzehn — Millionen — Bewegung herausgewachsen zu einem 65-Millionen-Volk* (Göbbels).

Говорящий показывает положительную динамику развития своей партии и указывает на перспективу этого политического движения в будущем, положительно оценивая его. Перлокутивный эффект усиливается включением аудитории в концептуальную систему «круг своих»;

– вводные конструкции с семантикой одобрения действий высшими силами. Таким способом постулируется неотвратимость будущего прихода политика/партии к власти. Прослеживается «взаимосвязь политического дискурса с религиозным, поскольку божественное одобрение традиционно ассоциируется с обещанием лучшего будущего в раю для тех, кто разделяет соответствующее вероучение, а те, кто его не разделяет, будут подвергнуты наказанию» [Голоднов 2011: 259]: *...wenn ihr uns euer Vertrauen schenkt* (Hitler);

– лозунги, в основе которых лежит акт призыва: *Sie einmal nicht als Bürger, nicht als Bauer, nicht als Arbeiter, nicht als Angestellter und Beamter, nicht als Katholik und nicht als Protestant, einmal als Deutscher und, was Sie zu tun haben* (Hitler);

– декларативные лозунги, в основе которых лежат ассертивные и экспрессивные речевые акты: *Es gibt nun kein Zurück mehr, nur noch ein Vorwärts!* (Göbbels).

Примечательно, что при анализе речевых приемов тактики «создания светлого будущего» не было обнаружено маркеров сомнения, например вводных слов «возможно», «предположим», что позволяет говорить о нацеленности ораторов на репрезентацию ими будущих событий как единственной возможной будущей ситуации, т. е. как еще не реализованной, но детерминированной настоящим.

Подводя итоги, скажем, что тактика «Создание светлого будущего», являющаяся частью коммуникативной стратегии «Создание перспективы и ретроспективы», активно реализуется в текстах публичных выступлений национал-социалистических политиков Германии. Как и коммуникативная стратегия, данная тактика имеет иерархичную структуру, воплощается на двух уровнях: концептуально-тематическом, или уровне планирования, и уровне речевых действий. Коммуникативная тактика «Создание светлого будущего» носит комбинаторный характер, т. е. обнаруживается в текстах в сочетании с тактиками коммуникативной стратегии «Создание круга своих». Эта сочетаемость наблюдается не только на уровне речевых действий, но и на высшем, когнитивном уровне, поскольку

концептуальная система «светлое будущее» находится на пересечении с концептуальной системой «круг своих». Анализ речевых приемов тактики «создания светлого будущего» показал, что политики моделируют альтернативную реальность как единственно возможный для реципиентов вариант развития событий в будущем, о чем свидетельствует отсутствие рефлексивов сомнения. Как следствие, моделируемая картина будущего полностью вытесняет реалии, актуальные в момент произнесения речи. Таким образом осуществляется активное намеренное внедрение концептуальных систем в сознание слушающих, в результате чего адресат меняет свое посткоммуникативное поведение в русле, необходимом адресанту. Для дальнейшего развития этой мысли был бы интересен сопоставительный анализ речевой деятельности немецких национал-социалистов и представителей других политических групп Германии того же периода.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. *Апресян Ю. Д.* Избранные труды. Т. 2. — М.: Языки русской культуры, 1995.
2. *Баранов А. Н., Караулов Ю. Н.* Русская политическая метафора: материалы к словарю. — М.: Институт русского языка АН СССР, 1991.
3. *Борисова И. Н.* Дискурсивные стратегии в разговорном диалоге // Русская разговорная речь как явление городской культуры. — Екатеринбург: АРГО, 1996. С. 21—48.
4. *Ватолина Т. Г.* Когнитивная модель детективного дискурса: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04. — Иркутск, 2011.
5. *Голоднов А. В.* Персуазивность как универсальная стратегия текстообразования в риторическом метадискурсе (на материале немецкого языка): дис. ... д-ра филол. наук: 10.02.04. — СПб., 2011.
6. *Демьянков В. З., Кубрякова Е. С., Панкрац Ю. Г., Лузина Л. Г.* Прототипический подход: краткий слов. когнитивных терминов / под общ. ред. Е. С. Кубряковой. — М.: Филологический факультет МГУ им. М. В. Ломоносова, 1996. С. 140—145. URL: <http://www.infoplex.ru> (дата обращения: 14.07.2013).
7. *Иссерс О. С.* Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. — М.: URSS, 2006.
8. *Китайгородская М. В., Розанова Н. Н.* «Свое» «чужое» в коммуникативном пространстве митинга // Русистика сегодня. № 1. С. 93—116.
9. *Клюев Е. В.* Речевая коммуникация. — М.: Рипол Классик, 2002.
10. *Крикке С.* Тожество и необходимость // Новое в зарубежной лингвистике. — М.: Радуга, 1982. Вып. 13: Логика и лингвистика. С. 340—376.
11. *Кудачинова Ч. В.* Коммуникативная стратегия дистанцирования в авторском построении текста: на материале романа К. Манна «Мефистофель. История одной карьеры»: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04. — М., 2005.
12. *Кузьмина Н. А.* Концептуальные метафоры в риторическом поле языка // Фатическое поле языка. — Пермь, 1998. С. 51—60.
13. *Лакофф Д., Джонсон М.* Метафоры, которыми мы живем // Язык и моделирование социального взаимодействия. — М., 1987. С. 126—172.
14. *Лакофф Д.* Женщины, огонь и опасные вещи: что категории языка говорят нам о мышлении / пер. с англ. И. Б. Шатуновского. — М.: Языки славянской культуры, 2004.
15. *Ленец А. В., Матвеева Г. Г., Петрова Е. И.* Основы прагмалингвистики. — М.: Флинта: Наука, 2013.
16. *Лесняк М. В.* Перспективы исследования «языка национал-социалистов» или прагмалингвистический подход к изучению речевого поведения национал-социалистических политиков // Вестн. ПГЛУ. 2013. № 2. С. 49—55.
17. *Лесняк М. В., Матвеева Г. Г.* Возможный мир тоталитарного дискурса // Личность, речь и юридическая практика: сб. науч. тр. междунар. науч.-метод. конф. 2012. Вып. 15. С. 105—108.
18. *Макаров М. Л.* Основы теории дискурса. — М.: Гнозис, 2003.
19. *Матвеева Т. В.* Учебный словарь: русский язык, культура речи, стилистика, риторика. — М.: Флинта: Наука, 2003.
20. *Матвеева Т. В.* Сто лет не видались, или Разговорный максимализм // Русское слово в языке, тексте и культурной среде. — Екатеринбург, 1997. С. 200—206.
21. *Миронова П. О.* Стратегия редукционизма в современном политическом дискурсе: когнитивно-прагматический аспект: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01. — Омск, 2003.
22. *Мисник М. Ф.* Лингвистические особенности аномального художественного мира произведений жанра фэнтези англоязычных авторов: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04. — Иркутск, 2006.
23. *Падучева Е. В.* Статьи разных лет. — М.: Языки славянских культур, 2009.
24. *Парфенова В. Н.* Референциальные отношения в рамках лингвистики текста: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04. — М., 2012.
25. *Паришина О. Н.* Российская политическая речь: теория и практика / под ред. О. Б. Сиротининой. Изд. 2-е, испр. и доп. — М.: Изд-во ЛКИ, 2007.
26. *Плотникова С. Н.* Восприятие как когнитивный показатель наличия мира: мир реальный и мир кажущийся // Лингвистические парадигмы и лингводидактика: материалы 12 Междунар. науч.-практ. конф. (Иркутск, 13—15 июня 2007 г.). — Иркутск, 2007. Ч. 1. С. 292—298.
27. *Самарина И. В.* Коммуникативные стратегии «создание круга чужих» и «создание круга своих» в политической коммуникации: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19. — Ростов н/Д, 2006.
28. *Седов К. Ф.* Внутрижанровые стратегии речевого поведения: «Ссора», «комплимент», «колкость» // Жанры речи. — Саратов, 1997. С. 188—194.

29. Семенова Т. И. Модус кажимости: между истиной и ложью. URL: [www.islu.ru/.../semenova/modus\\_kazhimosti\\_mezhdu\\_istinoj\\_i\\_lozh](http://www.islu.ru/.../semenova/modus_kazhimosti_mezhdu_istinoj_i_lozh) (дата обращения: 02.01.2012).
30. Сулейманова Е. А. О референциальных аспектах задачи извлечения фактов // Программные системы: теория и приложения. 2012. № 3(12). С. 41—56.
31. Теория метафоры : сб. : пер. с англ., фр., нем., исп., польск. яз. / вступ. ст. и сост. Н. Д. Арутюновой ; общ. ред. Н. Д. Арутюновой и М. А. Журиной. — М. : Прогресс, 1990.
32. Фирсов Н. Н. Современные политические партии и архетипы коллективного бессознательного // Современная политическая мифология: содержание и механизмы функционирования. — М. : РГГУ, 1996. С. 66—68.
33. Хинтиikka Я. Логика в философии — философия логики // Логико-эпистемологические исследования : сб. избр. статей. — М. : Прогресс, 1980. С. 36—37.
34. Цивьян Т. В. Модель мира и ее лингвистические основы. Изд. 3-е, испр. — М. : Ком Книга, 2006.
35. Чудинов А. П. Метафорическая модель «Россия — криминальная страна» в современном политическом дискурсе // Язык. Человек. Картина мира. — Омск, 2000. С. 158—161.
36. Чуриков М. П. Согласие, несогласие и уклонение в аспекте речевого общения (на материале текстов немецких политических интервью) : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.14. — Ростов н/Д, 2005.
37. Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса. — М. : Гнозис, 2004.
38. Шкондин М. В. Редакционная сфера и современные коммуникативные стратегии // Вестн. МГУ. Сер. 10 : Журналистика. 2005. № 1. С. 9—17.
39. Bachem R. Einführung in die Analyse politischer Texte. — München : Oldenbourg, 1979.
40. Becker N., Boehme K., Knape J. Strategie // Rhetorik und Stilistik : ein internationales Handbuch historischer und systematischer Forschung / Fix U., Gardt A., Knape J. / N. Y. ; Berlin : De Gruyter, 2008. 1 Halbband. S. 152—172.
41. Bierwisch M. Semantische und konzeptuelle Repräsentation lexikalischer Einheiten // Untersuchungen zur Semantik / Hgg. Von Rudolf Ruzicka und Wolfgang Motsch. — Berlin : Akademie-Verlag, 1983. S. 61—100.
42. Braun C. A. Nationalsozialistischer Sprachstil. — Heidelberg : Universitätsverlag Winter, 2007.
43. Gülich E. Ansätze zu einer kommunikationsorientierten Erzähltextanalyse // Erzählforschung 1 = Zeitschrift für Literaturwissenschaft und Linguistik. — Göttingen, 1976. S.224—256.
44. Jackendoff R. S. Semantics and cognition. — Cambridge, Massachusetts ; L., England : The MIT Press, 1983.
45. Rehbein J. Komplexes Handeln: Elemente zur Handlungstheorie der Sprache. — Stuttgart : Metzler, 1977.
46. Stadtfeld F. Persuasionsstrategien in politisch engagierten Texten. Positionen französischer Autoren zum Algerienkrieg 1954—1962. — 2002.
47. Straßner E. Ideologie-Sprache-Politik. — Tübingen : Max Niemeyer Verl., 1987.
48. Vater H. Referenz-Linguistik. — München : Fink, 2005.
49. Vater H. Einführung in die Textlinguistik: Struktur und Verstehen von Texten. 3 Aufl. — München : Fink, 2001.

**Статью рекомендует к публикации д-р филол. наук, проф. Г. Г. Матвеева**

УДК 811.161.1'42:82-54  
ББК Ш100.621

ГСНТИ 16.21.31; 16.21.51

Код ВАК 10.02.01

С. В. Мохирева S. V. Mokhireva  
Кемерово, Россия Kemerovo, Russia

**АКТУАЛИЗАЦИЯ  
РЕЛИГИОЗНО-ПОЛИТИЧЕСКОГО  
КОНТЕКСТА В ДИСКУРСЕ  
ВЕРБАЛЬНОГО СОБЫТИЯ**

(«Pussy Riot» в храме Христа Спасителя)

**Аннотация.** Любое событие, оказывающееся в центре внимания средств массовой информации, существует в контексте, который актуализируется при интерпретации случившегося. В статье рассматривается актуализация религиозно-политического контекста в текстах российских изданий, освещающих акцию панк-группы «Pussy Riot» в храме Христа Спасителя.

**Ключевые слова:** интерпретационная лингвистика; газетный дискурс; вербальное событие; религиозно-политический контекст; акция «Pussy Riot».

**Сведения об авторе:** Мохирева Светлана Викторовна, ассистент кафедры журналистики и русской литературы XX века, факультет филологии и журналистики.

**Место работы:** Кемеровский государственный университет.

**Контактная информация:** 650043, г. Кемерово, ул. Красная, 6, корп. 6, к. 6307.  
e-mail: svetlana-mokhireva@yandex.ru.

**UPDATING  
THE RELIGIOUS-POLITICAL CONTEXT  
IN THE DISCOURSE  
OF VERBAL EVENTS**

(«Pussy Riot» in Christ the Savior Cathedral)

**Abstract.** Any event that is at the center of media attention exists in a context that is updated in the interpretation of what has happened. In the article the actualization of religious-political context in the texts of Russian publications covering the action of the punk band «Pussy Riot» in Christ the Savior Cathedral is studied.

**Key words:** interpretative linguistics; news discourse; verbal event; religious and political context; the action of «Pussy Riot».

**About the author:** Mokhireva Svetlana Viktorovna, Assistant Lecturer of the Chair of Journalism and Russian Literature of the XX century, Faculty of Philology and Journalism.

**Place of employment:** Kemerovo State University.

Политический дискурс выделяется рядом исследователей как один из важнейших общественных дискурсов. Одна из его особенностей — это публичность, «которая в информационных обществах приобретает через пространство масс-медиа» [Хвостунова 2010: 276]. Взаимосвязь политического и медиадискурсов вылилась в формирование в современной дискурсологии понятия медиаполитического дискурса [Атьман, Галухина 2011]. В рамках этой разновидности дискурса мы можем говорить о реализации одной из базовых функций СМИ — информационной, погружающей аудиторию в поток постоянно сменяющих друг друга событий, потребление которых превратилось в форму «политико-социального общения в современном мире» [Сморгунов 2001]. При этом информирование сопровождается реализацией интерпретативной функции [Чернышова 2007: 15], созданием определенного оценочного контекста. Категория «событие» в этом смысле оказывается важным индикатором, задающим в процессе репрезентации в медиатекстах оценочные ориентиры для важнейших социальных институтов, функционирующих в российском обществе.

Задачей данной статьи является выявление религиозно-политического контек-

ста, актуализирующегося в событийном дискурсе.

Двойственная природа категории «событие» стала учитываться через введение исследователями в понятийную среду таких терминов, как факт-событие (Т. В. Чернышова), факт вербальный (Ю. А. Сорокин), медиакоммуникативное событие (И. В. Рогозина). Вариативность терминов не меняет сущности стоящего за ними языкового явления — репрезентации фрагмента реальности, эксплицитно или имплицитно отражающей авторское коммуникативное намерение и обладающей рядом характерных признаков [См. подр.: Мохирева 2013]. Существенным признаком, определяющим представление события в газетном дискурсе, является то, что при описании оно теряет свойство континуальности и приобретает признак дискретности. Автор, репрезентирующий событие, акцентирует один из фрагментов его «мозаичной» структуры.

Таким образом, в тексте событие членится на отдельные элементы, каждый из них определенным образом вербализуется и репрезентируется, получает свои «персональные» маркеры (участники, действие, фразы), которые становятся знаковыми для его развития в медиасреде («Хромая ло-

шадь», «Булгария», Навальный, «Pussy Riot»). Это приводит к созданию в медиасреде дискурса отдельного вербального события, элементом которого является в той или иной степени актуализированный контекст.

В лингвистическом смысле под *контекстом* понимается законченный в смысловом отношении отрезок письменной речи, позволяющий установить значение входящего в него слова или фразы [Словарь русского языка 1999: 93]. Рассматривая реализацию смыслового потенциала текста, Л. Г. Ким указывает на его взаимодействие со средой, роль которой выполняет контекст. Но контекст не является сугубо лингвистическим понятием, его смысловые границы шире и включают в себя как вербальные, так и невербальные компоненты. Так, Л. Г. Ким и Н. Д. Голев различают вертикальный (интенциональность, фоновые знания, социальный статус, социально-психологический тип, индивидуально-личностный тип реципиента) и горизонтальный (жанр (тип текста), коммуникативная ситуация, событийная ситуация, социальный контекст, культурно-исторический контекст) контексты [Ким 2009: 103—104]. Контекст вербального события в газетном дискурсе обусловлен его локализацией во времени и пространстве. Место и время свершения события становятся ключевыми факторами актуализации контекста, в аспекте которого осуществляется интерпретация события в целом. На наш взгляд, событие может быть интерпретировано и с учетом контекста, т. е. условий своего протекания, и вне контекста. В этом случае конкретная локализация события в пространстве и времени не несет существенного значения в силу, например, типичности или повторяемости события (очередной школьный субботник).

Политический контекст подразумевает наличие в вербальном событии имплицитных или эксплицитных оценок, в первую очередь российской власти и ее репрезентантов, так как «основная проблема политики — власть» [Гудков 2008: 401]. Рассмотрим подробнее актуализацию политического контекста в газетном дискурсе на материале текстов, освещающих акцию панк-группы «Pussy Riot» в храме Христа Спасителя (февраль 2012 г.). Данное событие не случайно оказалось в центре исследовательского интереса, так как занимает лидирующую позицию в рейтингах событий года и до сих пор продолжает вызывать оживленную полемику в СМИ, блогосфере и на других общественных площадках. Материалом исследования стали тексты ведущих российских изданий («Российская газета» (далее —

РГ), «Коммерсант» (далее — К), «Московский комсомолец» (далее — МК), «Аргументы и факты» (далее — АиФ), «Независимая газета» (далее — НГ), «Новая газета»).

Столь активно обсуждаемое событие представляет собой выступление («акцию») панк-группы «Pussy Riot», завоевавшей известность своими провокационными, нередко скандальными арт-проектами. Участницы группы, придерживающиеся радикально-феминистских взглядов, в ярких одеждах и масках, закрывающих лица, исполнили перед алтарем храма Христа Спасителя в Москве так называемый перформанс, состоящий из короткого танца и песни. Все действия панк-группы снимались на видеокамеру, спустя некоторое время видео с этой акции появилось в Интернете и стало поводом для дискуссий между сторонниками и противниками выступавших. Против участниц группы было возбуждено уголовное дело по статье «Хулиганство».

Ведущие российские издания откликнулись на это событие, обнажившее глубокие морально-этические и нравственные проблемы, существующие в российском обществе. В центре столкновения оказались два важнейших общественных института — государство и церковь. Их активное взаимодействие, по мнению самих участниц, и стало поводом для проведения данной акции: *Таким способом активистки, по их словам, выразили свое несогласие с тем, что патриарх Кирилл публично поддержал на президентских выборах кандидатуру Владимира Путина; «Панк-группе предъявляют новые извинения»* (К. 01.10.12). Осмысление данного события в прессе привело к актуализации религиозно-политического контекста.

Религиозно-политические акценты в интерпретации этого события начинают расставляться с его репрезентации через номинации участниц. Наряду с нейтральными репрезентациями (участницы группы, девушки и т. д.) используются как политически ориентированные (*юные московские оппозиционерки; несвятая троица революционерок-идеалисток; антисистемные феминистки; арт-политакционистки*), так и имеющие явный религиозный подтекст (*кошунницы; осквернительницы святыни; богохульницы*) маркеры. Некоторые из них (*кошунницы, богохульницы*) стали знаковой частью данного вербального события и получили распространение в медиасреде.

Значительную роль в создании религиозного контекста играет обращение к лексике соответствующей тематики. Главным образом это ряд нарицательных существительных (*Прощения не будет* (НГ. 27.02.12);

*Оскорбление на амвоне* (РГ. 12.11.12); *В ожидании раскаяния* (РГ. 2.10.12); *Молитва всея Руси* (РГ. 23.04.12)) и имена собственные, в том числе в трансформированном виде (*Pussy Riot, Христос и блудницы* (НГ. 9.08.12); *Матрона против Pussy Riot* (НГ. 7.12.12); *Страстная пятница, 13-е* (Новая газета. 12.04.12); *Иуда Пуссириот* (РГ. 24.09.12)).

В событийном газетном дискурсе, посвященном акции панк-группы, репрезентации государства и церкви находятся в подчеркнутой взаимосвязи. На наш взгляд, это продиктовано характером самого события — исполнении песни «Богородица, Путина прогони», имеющей форму религиозного «жанра», но наполненной политическим содержанием.

Место совершения акции становится основополагающим фактором актуализации религиозно-политического контекста данного событийного дискурса (*Москва: хулиганы в главном храме* (НГ); *сплясавшие на солее в храме* (Новая газета); *на амвоне храма* (К.)). Именно дерзкое разрушение сакральной атмосферы пространства (панки в православном храме!) привело к множественности интерпретации события, доминантой которой стал вопрос о религиозных ценностях.

Таким образом, актуализация религиозного аспекта комментирования случившегося обусловлена фактом проведения акции в главном православном храме страны, политический аспект заключается в заявленном изначально намерении участниц группы высказать свою гражданскую позицию по поводу президентской предвыборной кампании В. В. Путина.

Понять смысл политического контекста и «погруженного» в него события можно через обращение к анализу **ключевых слов**, «которые несут основную смысловую нагрузку», а также «соотносят текст с действительностью» [Чернышова 2007: 91]. В исследуемых газетных текстах доминирующим репрезентантом религиозно-политического контекста выступают такие ключевые слова, как «власть» и «церковь» — политический и религиозный институты. При этом «церковь» в большей степени обозначается как активный участник события, что подчеркивается его упоминанием в сильной текстовой позиции — заголовочном комплексе: *РПЦ одолевают скандалисты* (НГ. 29.03.12); *РПЦ ждет от художников объяснений* (НГ. 6.04.12); *РПЦ все-таки оказалась замешанной в конфликте* (НГ. 21.08.12); *Адвокаты Pussy Riot просят РПЦ по-божески* (МК. 14.03.12); *Церковь не уступит давлению в деле Pussy Riot* (К. 12.03.12); *РПЦ постояла за веру* (К. 23.04.12); *Секретное оружие РПЦ*

(Новая газета. 6.04.12). Также заголовки прессы акцентируют сосуществование «власти» и «церкви» в разных логико-смысловых отношениях (например, взаимодействии или оппозиции): *Святая вера и крепкая власть* (РГ. 9.10.12); *Церковь прикрылась государством* (НГ. 29.06.13); *Гос-поп-панк* (МК. 26.06.12; в статье утверждается, что российская власть, Церковь и суд ведут себя так, как будто выступают в жанре «Pussy Riot»); *Торжество православия и правосудия* (НГ. 5.03.12). Очевидно, что акция панк-группы затронула интересы как религиозного, так и политического института. Находясь в подчеркнуто акцентированной взаимосвязи, «власть» и «церковь» зачастую занимают одну общую позицию по отношению к обществу, социальные, материальные, духовные интересы которого обе организации должны отстаивать и защищать. Однако именно это объединение весьма нелестно характеризуется в анализируемых текстах:

- *Друзья и защитники арестованных пытались оправдаться по существу. Они говорили, что песнопение „Богородица, Путина прогони“ — именно радикальный молебен, обращенным к Богородице с просьбой урезонить власть земную и идущую у ней на поводу власть церковную* (Русская панк-церковь Московского патриархата // МК. 11.03.12);

- *Российские органы власти — светские и церковные — можно поздравить. Такую пустячную хулиганскую выходку в храме Христа Спасителя они смогли превратить в феномен почти что глобального значения* (Карл у Клары украл балклаву // МК. 18.09.12).

- *Pussy Riot ударили в самую точку, вскрыли гнойник. Обеспечили оптику для того, чтобы пороки сегодняшней власти и сливающейся с ней РПЦ проявились с такой ослепляющей резкостью* (Александр Чепарухин: «Пол Маккартни ответил через час» // Новая газета. 7.12.12).

Представленные примеры подчеркивают на синтаксическом уровне посредством использования соединительного союза «и» трансляцию восприятия двух социальных институтов как единой организации. Эта общность определяется все большей потерей независимости «церкви» от «государства» в современной социально-политической ситуации и соответственно утратой веры со стороны общества в ее самостоятельность и необходимость.

При этом «церковь» и «власть», находящиеся на одной позиции, далекой от народа, репрезентируются как «пострадавшие»: *Панк-молебен экстравагантных де-*

виц, спевших „Богородица, Путина прогони!“, власть рассматривает как серьезнейшее посягательство на свои устои (Дело Pussy Riot как зеркало русского протеста // НГ. 09.08.12). Это усиливает при интерпретации события драматическую составляющую, добавляет значимости произошедшему, выглядит как своего рода попытка реабилитации авторитета церковных и политических властей.

Актуализация религиозно-политического контекста в дискурсе события происходит через обращение к **персонификации**, трансляции ценностных ориентиров государства (власти) и Церкви через представителей и лидеров мнений. В качестве лидера политической сферы выступает президент России В. В. Путин, Церкви — Святейший Патриарх Московский и всея Руси Кирилл. «Слияние» занимаемых ими позиций имплицитно передается через использование имен обоих персон в едином смысловом отрезке — предложении: *Девушки оскорбили вновь избранного русского президента Владимира Путина, патриарха, а своим танцем на амвоне, похоже еще и верующих* (Гос-поп-панк // МК. 26.06.12); *И вот они решили в качестве провокации оскорблять „самых крутых“ в стране: президента России и главу Русской православной церкви* (Свобода без добра — это зло // НГ, 20.08.12); *Отснятый видеоматериал лег в основу ролика, на который был наложен звук песни политического содержания, направленной против тогда еще кандидата в президенты Владимира Путина и Патриарха Кирилла* (Итоги года. Панк-молебн Pussy Riot // НГ. 29.12.12). Кроме того, в текстах исследуемых изданий представлены отдельные репрезентации духовного лидера страны: *Патриарх не отпустит грех Pussy Riot* (НГ. 26.03.12); *Патриарх Кирилл как цель* (НГ. 30.03.12); *Русская панк-церковь Московского Патриарха* (МК. 11.03.12); *Патриарх Кирилл расширяет аудиторию* (К. 4.02.12). Помимо главного лица Русской православной церкви, в дискурсе события персонифицированы иные представители Церкви: *Протоирей Всеволод Чаплин вчера встретился с адвокатами участниц панк-группы Pussy Riot* (НГ. 23.03.2012); *Протоирей Владимир Вигилянский отслужил прессе* (К. 7.06.12); *Протодиакон Андрей Кураев: Не ведомство церкви быть прокуратурой, квалифицировать преступления, требовать жестких мер* (Новая газета. 31.07.12). Все они являются известными «религиозно-медийными» лицами, соответственно их мнения являются одним из элементов создания оценочного образа события при его интерпретации.

Актуализация В. В. Путина как политического лидера и имплицитного участника события также представлена в дискурсе события: *Путину обвинили в том, что Pussy Riot сидят из-за него* (МК. 1.08.12); *Тори Эймс: „Путин боится Pussy больше американского правительства“* (МК. 5.10.12); *героини антипутинского сопротивления* (МК. 26.06.12); *против них весь госаппарат путинского самодержавия, правосудие которого международная общественность сейчас сравнивает с мракобесной инквизицией средних веков* (МК. 18.08.12); *религиозная война Путина* (НГ. 30.07.12); *три девушки, затеявшие антипутинский перформанс* (Новая газета. 17.08.12); *так называемых „антипутинских активисток“, то есть кривляк из группы Pussy Riot* (РГ. 31.07.12). В. В. Путин изображается ключевым игроком в создавшейся политической ситуации (собственно, ее инициатором, согласно заявлениям участниц панк-группы), главным актором российской политической системы, против которой выступила группа «Pussy Riot».

Примечательно, что в анализируемых газетных текстах различается оценочное отношение к случившемуся В. В. Путина (*Акции девушек в храме президент назвал „шабашем“, добавив, что государство должно защищать чувства верующих* (Разговор номер один // РГ. 07.09.12)) и другой значимой политической персоны — Д. А. Медведева (*„Они и так уже посидели, эти девичьи“*. Дмитрий Медведев о том, что участницам панк-группы не место в тюрьме (К. 3.11.12)). Интерпретация реального события в аспекте актуализации политического контекста демонстрирует неоднозначность оценок произошедшего со стороны главных политических лидеров, что добавляет определенные оценочные штрихи к портрету российской власти в целом.

Таким образом, характер контекста, проявляющегося в тексте (и их совокупности) определен характером реального события, теми условиями, в рамках которых оно происходило. Так, на актуализацию религиозно-политического контекста при интерпретации события «Акция „Pussy Riot“» непосредственно повлияло место ее проведения и сознательная провокационность действий панк-группы.

Религиозно-политический контекст актуализируется через ключевые слова, которые несут определенную смысловую нагрузку и являются иницирующим фактором для создания общего оценочного образа события (например, подача акции как провокации, направленной против институтов государства и Церкви).

Религиозно-политический контекст имеет персонифицированный характер. В газетных текстах акцентируются не только пространственно-временные рамки события или его отдельные элементы, но и субъекты, которые являются его активными участниками («Pussy Riot») или — формально — находятся на втором плане, хотя играют первостепенную роль (политический и духовный лидеры страны). Персонификация религиозно-политического контекста репрезентирует оценочные доминанты в отношении всей общественно-политической ситуации в стране.

На наш взгляд, религиозно-политический контекст является одним из факторов, оказывающих влияние на интерпретацию реального события и создание его вербального образа в газетных текстах.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. *Атьман О. В., Галухина В. П.* Системообразующие признаки медиаполитического дискурса // *Медиадискурс и проблемы медиаобразования : материалы 1 Междунар. науч.-практ. конф. (Омск, 27—29 сент. 2010 г.). — Омск, 2011.*
2. *Гудков Д. Б.* Прецедентные феномены в текстах политического дискурса // *Язык средств массовой информации : учеб. пособие для вузов. — М. : Академический Проект : Альма Матер, 2008.*
3. *Ким Л. Г.* Вариативно-интерпретационное функционирование текста : моногр. — Томск : Изд-во Том. гос. пед. ун-та, 2009.
4. *Мохирева С. В.* Вариативность репрезентаций вербального события в СМИ // *Вестн. Том. гос. ун-та. 2013. № 373. С. 19—22.*
5. *Словарь русского языка* : в 4 т. / РАН, Ин-т лингвистич. исследований ; под ред. А. П. Евгеньевой. — М. : Рус. яз. : Полиграфресурсы, 1999. URL: <http://feb-web.ru/feb/mas/mas-abc/0encyc.htm> (дата обращения: 17.10.13).
6. *Сморгунов Л. В.* Гуманитарные технологии и формирование политического события // *Гуманитарные технологии и политический процесс в России* : сб. ст. 2001. URL: <http://gtmarket.ru/laboratory/expertize/2006/728> (дата обращения: 15.08.13).
7. *Хвостунова О. И.* Политический дискурс как индикатор демократизации // *СМИ в меняющейся России* : коллектив. моногр. — М. : Аспект-Пресс, 2010.
8. *Чернышова Т. В.* Тексты СМИ в ментально-языковом пространстве современной России. — М. : Изд-во ЛКИ, 2007.

**Статью рекомендует к публикации д-р филол. наук, проф. Н. В. Мельник**

Д. С. Мухортов  
Москва, Россия

D. S. Mukhortov  
Moscow, Russia

**АНАЛИЗ ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧЕСКОЙ  
СОСТАВЛЯЮЩЕЙ В ПЕРЕВОДАХ РЕЧЕЙ  
РОССИЙСКИХ ПОЛИТИЧЕСКИХ ЛИДЕРОВ  
(на материале выступлений В. В. Путина  
в 2000 — 2012 гг.)**

**SCRUTINIZING THE LEXICAL SEMANTIC  
COMPONENT IN TRANSLATIONS  
OF HIGH-PROFILE POLITICAL SPEECHES  
(as in Vladimir Putin's utterances, 2000—2012)**

**Аннотация.** Рассматриваются трудности перевода речей высокопоставленных российских политиков. На примере выступлений В. В. Путина доказываем, что переводческий отдел Кремля невольно подрывает имидж российского президента, искажает восприятие языковой личности руководителя государства в глазах иноязычной аудитории, тиражирует неадекватные подходы к переводу исторически значимых текстов. Данный материал стал объектом контрастных исследований, которые проводились старшекурсниками во время изучения курса «Введение в переводоведение». Автор статьи цитирует и детализирует некоторые выводы.

**Abstract.** The report sums up the results of students' works analyzing translations of V. Putin's and D. Medvedev's speeches carried out by Kremlin affiliated translators and English native speakers and seeks to raise a few — rhetorical — questions. Should the translator do a verbatim translation, considering a politician's status and his word's worth? How much leeway is permissible in the translation of such kind of texts? Why doesn't the Kremlin employ native speakers for editing presidential speeches? And what possible harm can ill translation do to the linguistic identity of the politician?

**Ключевые слова:** перевод с русского языка на английский; речь политика; адекватный перевод; языковая личность политика.

**Key words:** Russian-English translation; a politician's wording; relevant translation; a politician's linguistic identity.

**Сведения об авторе:** Мухортов Денис Сергеевич, кандидат филологических наук, доцент кафедры английского языкознания филологического факультета.

**About the author:** Mukhortov Denis Sergeevich, Candidate of Philology, Associate Professor, the Chair of English Linguistics, Philology Department.

**Место работы:** Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова.

**Place of employment:** Moscow State University named after M. V. Lomonosov.

**Контактная информация:** 119991, г. Москва, Ленинские горы, ГСП-1, МГУ, 1-й ГУМ, к. 1045.  
e-mail: dennismukhortov@mail.ru

Как известно, 2 декабря 2010 г. в Цюрихе на заседании исполкома ФИФА весь мир стал невольным свидетелем того, как российские чиновники могут говорить по-английски. Стоявший у микрофона человек на полном серьезе произнес: «Дио прэзыдэнт Блаттэр, колигз оф зэ эгзэкутив комити. Лец ми спик фром май харт ин инглиш» [Легендарная речь Мутко...]. И без какого-либо смущения договорил то, что запланировал, до конца. Этот казус натолкнул меня на мысль о том, что в области перевода речей российских политиков появились серьезные проблемы, которые при всеобщем недоумении переводческой общественности остаются без внимания самих политиков. Так, если раньше переводом выступлений чиновника занимались исключительно профессионалы (В. М. Суходрев, П. Р. Палажченко), то сейчас это пущено на самотек, и результаты продолжают неприятно удивлять специалистов.

государства Д. А. Медведева попросил слова, чтобы ответить, как он выразился, на «реплику» президента. И услышал буквально следующее: «Моя не реплика уже, а приговор. Реплики у вас. А то, что я говорю, в граните отливается» [«Отлитые в граните»].

А ведь речь первых лиц государств — больше, чем слова. В декабре 2009 г. на заседании комиссии по модернизации экономики глава «Ростехнологий» Сергей Чемезов после выступления тогдашнего главы

Остается только недоумевать, почему же первые лица российского государства не заботятся о том, чтобы и в иноязычной версии их слова звучали с такой же силой, что и в русской. Выступление президента может стать декларацией о намерениях страны в геополитических играх, по мотивам речей президента интерпретируется история, за многими фразами скрывается суть языковой личности политика, по качеству речи образованные иностранцы могут судить о культурном уровне россиян. При этом речь идет не об отсутствии переводов спонтанных выступлений российских лидеров для англоязычной публики. Вопрос в том, почему переводческий отдел Кремля и президентские имиджмейкеры не уделяют должного внимания переводу речей.

В рамках занятий по переводоведению в качестве одного из зачетных заданий сту-

денты самостоятельно проводили анализ переводов подготовленных речей и интервью Д. А. Медведева или В. В. Путина. В задачу входило установить адекватность перевода на семантическом, синтаксическом и прагматическом уровне и, используя полученные в течение семестра знания, обосновать свои суждения. Особо оговаривалось, что переводов текста-оригинала должно быть два: первый — выполненный «кремлевским» отделом перевода, второй — западными СМИ.

Сам вопрос — сравнить перевод, выполненный носителем языка, с переводом, выполненным русскоязычными переводчиками, — был поставлен с некоторой долей иронии (едва ли можно серьезно сравнивать подобные вещи). В то же время хотелось понять, насколько хорошо обстоят дела с переводом речей и высказываний первых лиц государства. Подспудно хотелось дать студентам возможность покритиковать других и заодно проверить, насколько они объективны в своей оценке, насколько можно доверять лингвистической интуиции и опыту сегодняшних старшекурсников — завтрашних работников различных отделов и департаментов.

Студенты с большим энтузиазмом отнеслись к этой работе, и полученные ими результаты хотелось бы уточнить, обобщить и донести до профессионального сообщества.

Как отмечает Я. И. Рецкер, «лексике русского языка свойственна большая конкретность, чем соответствующим единицам английского или французского языков» [Рецкер 2004: 48, 133]. Однако когда эта конкретика русского слова в переводе превращается в его буквальное воспроизведение, то это неизбежно влечет за собой нарушение закона адекватности и снижает общее впечатление от переведенного текста, особенно когда такая ошибка допускается в самом начале текста.

Так, например, свою инаугурационную речь 2000 г., как, впрочем, и все последующие, В. В. Путин начинает со слов: «Уважаемые граждане России! Дорогие друзья!» [Путин 2000, 2004, 2012]. В переводе, выложенном на официальном сайте Кремля «Kremlin.ru», это звучит как «Esteemed citizens of Russia, dear friends!», на сайте BBC — «Esteemed citizens of Russia and dear friends, ...», причем англичане ставят соединительный союз, а после обращения — запятую.

С первых слов русского переводчика чувствуется его желание следовать каждому слову, произнесенному президентом. Повтор того же набора слов британцами может свидетельствовать о том, что они просто не знакомы с традициями того, как нужно пере-

давать на английском языке слова обращения из уст первого лица российского государства, и, как следствие, оставляют все, как есть. Это объясняется еще и тем, что из-за сжатых сроков создания текста и его автор, и, очевидно, автор перевода «лишен возможности шлифовать каждую фразу. Высокие темпы вынуждают его использовать „готовые блоки“» [Швейцер 2008: 104].

Впрочем, легко можно понять английского переводчика, перед которым встала дилемма: как перевести «уважаемый». Сказать «Dear fellow Russians» или «Dear fellow citizens» не позволяет идиоматичность (*dear* не стыкуется с *fellows*), сказать «My fellow citizens» нельзя, поскольку не позволяет контекст (Путин никогда никого публично не называл «мой друг» или «мои кто-либо»).

Однако вызывает недоумение то, что переводчик оставил слово «esteemed», когда можно было просто сказать «Dear Russians» или «Dear citizens».

*Esteemed* относится к разряду высокопарной лексики, причем из 121 употребления [*Esteemed*] этого слова в Британском национальном корпусе (BNC) самыми распространенными являются контексты, в которых оно выступает в качестве причастия или прилагательного в составе распространенных предложений и никогда — в качестве обращения.

Все это говорит о том, что переводчик не дает слово «dear» как единственно правильный эквивалент «уважаемому» либо из-за боязни, либо из-за неопытности, либо из-за отсутствия выработанных традиций перевода клишированных фраз из речевого репертуара первых лиц государства. Немудрено, что спустя двенадцать лет от обращения «Уважаемые граждане России! Дорогие друзья!» в английском тексте осталось лишь «Citizens of Russia, Friends, ...» [Vladimir Putin inaugurated...].

Необдуманный выбор первого попавшегося слова в качестве межъязыкового соответствия англоязычный рецептор, скорее всего, не заметит, однако невольно улыбнется результату. Надо полагать, что и Д. А. Медведев, и В. В. Путин в достаточной степени владеют английским языком, чтобы на нем изъясняться, а может быть, и готовить речи, и, если бы того не требовал протокол, они могли бы сразу говорить по-английски, чтобы речь была изначально грамотной, без домеса ошибок горе-переводчиков.

На переводчике лежит двойная ответственность за выбор слова или формулировки, когда разговор идет в терминах «прав — не прав», «правильно — не правильно»,

«хорошо — плохо». Незнание основ межкультурной коммуникации или дипломатического этикета может изрядно навредить общей картине происходящего.

В качестве примера приведем некоторые эпизоды из интервью В. В. Путина Ларри

Кингу [Путин 2010] 2010 г. — последнего интервью, которое мэтр американской журналистики взял перед уходом со сцены. Нужно ли в данном случае говорить о том, сколько человек смотрели и пересматривали этот разговор?

Оригинал ответа В. В. Путина [Путин 2010]	Перевод [Putin 2010]
(Ларри Кинг: <b>То есть он (министр обороны США Роберт Гейтс — Д. М.) не прав, когда говорит, что ваша страна управляется секретными службами безопасности?</b> ) Владимир Путин: Он <b>глубоко заблуждается</b> . Наша страна управляется народом Российской Федерации через законно избранные органы власти и управления: через представительные — парламент — и через исполнительные — президент и правительство Российской Федерации.	<b>Larry King:</b> So he is wrong in saying that your country is being run by secret security services? <b>Vladimir Putin:</b> He is <b>profoundly wrong</b> . Our country is run by the people of the Russian Federation through legitimately elected bodies of power and administration: through representative bodies (the parliament) and executive bodies (the president and the government of the Russian Federation).

При всей своей прямоте В. В. Путину удается воздержаться от категоричного «Он не прав» или «Это неправильно». Как бы ни провоцировало его употребленное Ларри Кингом «wrong», он говорит, что министр обороны «глубоко заблуждается». Переводчик же интерпретирует его слова как «He is profoundly wrong».

В своей книге «Русские проблемы в английской речи» Линн Виссон указывает на то, что «фраза „You are wrong“ в США воспринимается как непростительная грубость», «в своем большинстве люди в Штатах склонны считать, что каждый из них должен сам взвешивать разные идеи и выбирать для себя приемлемую», «нельзя ожидать теплого, сердечного приема, ... если не избегать таких фраз, как *that's right/correct/objectively true*, подразумевающих, что говорящий знает истину в последней инстанции. Эти фразы очень плохо воспринимаются в обществе, где всем правит релятивизм» [Виссон 2003: 109—112].

«Заблуждаться» значит «ошибаться», «обольщаться», «обманываться» [Заблуждаться], т. е. по-английски «to be mistaken», а не «to be wrong».

Для перевода «глубоко» «Oxford Collocation Dictionary» предлагает самый широкий репертуар слов со значениями большей или меньшей глубины: *badly/gravely/profoundly/sadly/seriously/ very much / completely/utterly/wholly* [Mistaken]. Таким образом, можно сказать: «He is gravely/utterly/wholly mistaken». Однако, чтобы не допустить излишней оценочности, лучше всего остановиться на варианте: «He is very much mistaken». В пользу этого аргумента также говорит и частотность употребления словосочетания «very much mistaken». Если «загуглить» «wholly mistaken» (на момент анализа — 1 октября 2013 г.), мы получим 34 000 результатов употребления, «utterly mistaken» даст 38 200, «gravely mistaken» — 89 600, а победитель «very much mistaken» — 2 120 000.

Кто-то может возразить: почему нельзя «profoundly»? Ответ: потому что дело не в глубине, не в метафорическом смысле этого слова, а в той импликации, которое это слово несет, поскольку ошибаются «сильно».

Принцип «что написано пером, того не вырубишь топором» можно с уверенностью отнести к сфере перевода речей высокопоставленных чиновников. Немногие готовы лишиться раз биться за соблюдение законов адекватности и эквивалентности, к тому же это могут не позволять делать: практически все должности в новой России занимают вчерашние выпускники, т. е., как правило, малоопытные люди или же люди с ограниченным образовательным базисом.

В связи с этим хочется привести пример из недавнего советского прошлого, когда за мало-мальскую оплошность переводчик мог лишиться расположения партийного начальства и, как следствие, оказаться в немилости или просто не у дел: «В 1970-е годы министр иностранных дел СССР А. А. Громыко принимал своего шведского коллегу в Москве. Тогда отношения между нашими странами были довольно прохладными. А. А. Громыко сказал: „Ну вот, мы соседи, а друг на друга косимся“. Переводчик, недавний выпускник Московского государственного института иностранных языков им. М. Тореза, перевел: „We're neighbours, but look suspiciously at one another“. Министр, хорошо знавший английский, недовольно поправил: „Я же не говорил „подозрительного“ ...“, — и распорядился: „Больше его ко мне не водить!“» [Чужакин, Палажченко 2002: 52—53]. Эта ситуация еще раз подчеркивает то, что переводчику «следует соблюдать особую аккуратность по принципу „ни убавить, ни прибавить“, даже иногда в ущерб форме или стилю» [Там же: 52].

Анализ переводов речей российских президентов указывает нам и на проблемы, существующие с передачей таких понятий,

как «родина», «отечество», «отчизна», «судьба», «душа», «путь» и пр.

Если говорить о сложности адекватного перевода, например, «родины» и «отчества», то они, скорее всего, вызваны ненамеренным столкновением референциального и прагматического значений у этих слов. По своему референциальному значению эти слова относятся к одному и тому же денотату — «стране, гражданином которой является человек, где он родился, вырос и работает», т. е. по-английски «country», а по своему прагматическому значению эти слова разнятся, поскольку у языкового коллектива, а значит и его отдельных представителей, может быть различное отношение к данному знаку.

Как известно, «в наибольшей степени при переводе являются „наиболее переводимыми“ референциальные значения. В меньшей степени поддаются передаче при переводе значения прагматические» [Бархударов 2007: 71]. Для одного человека это место соотносится с матерью, для другого — с отцом, для кого-то это — земля, вскармливающая и окружающая заботой, место, где тепло, где тебя ждут, а для кого-то — место, к которому ты настроен очень патриотично и которое вызывает у тебя возвышенные чувства.

Известная журналист-переводчица Мишель Берди указывает на то, что «„**родина**“ for Russians is the word they use to describe their homeland in personal terms: the place where they belong, the traditions of home, the motherland that nourishes them and loves them» [Берди 2010: 258], а «„**отчество**“ is perceived as official, „governmental“, grandiloquent, it has a more political character — it's the state» [Там же: 259]. В результате оказывается, что эти слова синонимичны, но не равнозначны, а значит, могут представлять определенную переводческую трудность.

Например, в небольшой по объему инаугурационной речи В. В. Путина 7 мая 2012 г. эти слова встречаются в следующих контекстах: 1) *Вступая в должность Президента Российской Федерации, понимаю всю свою ответственность перед **Родиной**; 2) Считаю смыслом всей своей жизни и своим долгом служение **Отечеству**, служение нашему народу, поддержка которого вдохновляет и помогает решать самые сложные и трудные задачи; 3) Мы добьемся наших целей, если будем единым, сплочённым народом, если будем дорожить нашим **Отечеством**, укреплять российскую демократию, конституционные права и свободы, расширять участие граждан в управлении страной, в формировании национальной повестки дня, чтобы стремление каж-*

*дого к лучшей жизни было воплощено в совместной работе для процветания всей страны; 4) Мы обязательно добьемся успеха, если будем опираться на прочный фундамент культурных и духовных традиций нашего многонационального народа, на нашу тысячелетнюю историю, на те ценности, которые всегда составляли нравственную основу нашей жизни, если каждый из нас будет жить по совести, с верой и любовью к **Родине**, к своим близким, заботиться о счастье своих детей и благополучии своих родителей.*

Удивительным является то, что, если в предыдущие годы переводчики пытались всячески давать чуть ли не подстрочный перевод речей хозяина Кремля, то при переводе данной речи во всех четырех контекстах читается «country». Это невольно заставляет нас сравнить этот вариант с версией в англоязычных СМИ [Putin's Inauguration Speech]. К нашему не меньшему удивлению, перед нами чередование: *country — motherland — motherland — homeland: 1) I understand all my responsibilities to my **country**; 2) I believe that the meaning of my life and my duty is to serve my **motherland**...; 3) We will achieve our goals if we are a united and cohesive nation, if we cherish our **motherland**, strengthen Russian democracy, constitutional rights and freedoms, encourage citizens' participation in governing the country, in shaping the national agenda; 4) We will succeed if we rely on a solid foundation of cultural and spiritual traditions of our multinational people, on our ancient history, on the values that have always been the moral basis of our lives, if each of us lives according to conscience, faith and love for our **homeland** and our loved ones, taking care of our children's happiness and well-being of our parents.*

В связи с этим уместно сказать о том, что в речи Д. А. Медведева понятия «родина» и «отчество» практически отсутствуют, их заменяет «страна», в обиходе же В. В. Путина названные понятия частотны, поэтому при переводе В. В. Путина на английский язык «родину» и «отчество» сводить к «country» было бы неправильно.

Может быть, в англоязычном мире не уделяется большого внимания понятию «homeland» (не говоря о «motherland» и «fatherland»), но для языковой личности президента России эти понятия являются ключевыми, а значит, существенными и многозначительными, и к их переводу следует подходить с пристрастием. Как следствие, выбор понятий «homeland» и «motherland» в западном переводе не случаен, и переводчиков за это хочется похвалить.

При анализе многочисленных переводов речей российских президентов и премьеров обращает на себя особое внимание перевод эмоционально-оценочной лексики. И если, как известно, Д. А. Медведев без таких слов обходится с легкостью, то В. В. Путина без них просто невозможно себе представить.

Особенно задача усложняется тогда, когда эти слова включены в тематическую сетку текста (по Д. И. Ермоловичу, «структуру смыслов (и, следовательно, слов), имеющих особо важное информационное значение для раскрытия темы и связанных парадигматическими, синтагматическими и межуровневыми отношениями внутри этого текста» [Ермолович 2009: 54]).

Например (пример заимствован из статьи Д. И. Ермоловича [Ермолович 2009]), на открытии Всемирного экономического форума в Давосе 28 января 2009 г. В. В. Путин сказал: *Представления о самочувствии мировой экономики и реальном состоянии корпораций не должны находиться в плену иллюзий. Даже если эти иллюзионисты — крупные аудиторские и аналитические бюро* [Путин 2009].

В своих размышлениях об этом переводческом ребусе Д. И. Ермолович указывает на то, что «единство корня у слов „иллюзии“ и „иллюзионисты“ не только обеспечивает

смысловую связь двух единиц, но и имеет экспрессивное значение. Перевод фразы на английский язык осложняется тем, что словарные английские соответствия этим словам (*illusions* и *magicians*) не являются однокоренными. Второе из этих слов без связи с первым выпало бы из тематической сетки текста, его употребление сделало бы английский перевод бессмысленным» [Там же: 54].

В официальном переводе фраза звучит следующим образом: *We must not harbour any illusions while **assessing** the state of the global economy and the real corporate standing, even if such **assessments** are made by major auditors and analysts* [Putin 2009]. Как видно, «прямым соответствием слову „иллюзионисты“ в переводе пришлось пожертвовать, а тематическая сетка создана на основе повтора иных его элементов (*assessing* — *assessment*)» [Ермолович 2009: 54]. С точки зрения соблюдения принципов адекватности и эквивалентности выполнено все верно, однако непреклонным остается факт: экспрессивность оригинала потеряна. В другом же случае получился перебор.

Так, в вышеупомянутом интервью Ларри Кингу, отвечая на тот же вопрос, В. В. Путин в традиционной своей манере не стал лезть за словом в карман и выдал следующую сентенцию.

Оригинал	Перевод
И когда мы говорим нашим американским коллегам о том, что есть системные проблемы в этой сфере, мы слышим: «Вы к нам <b>не лезьте</b> . У нас так сложилось, так и будет». Мы <b>не лезем</b> , но я хочу и нашим коллегам посоветовать: и вы к нам <b>не лезьте</b> .	And when we tell our American colleagues that there are systemic problems in this sphere we hear, "Don't <b>poke your noses into our affairs</b> . This is how things work here and this is the way it is going to be." We are not <b>butting in</b> , but I would also like to advise our colleagues not to <b>poke their noses into our affairs</b> .

Как правильно сказал студент (Матвей Сапегин, студент романо-германского отделения, декабрь 2012 г.), данный перевод «не совсем адекватный», поскольку он изменяет более нейтральный и разговорный смысл фразы на агрессивный, «перепалочный». Более того, переводчиком не отражен момент повторения говорящим «не лезьте — не лезем — не лезьте и вы к нам». А это значимо в данной тематической сетке. Глагол «*butt in*», имеющий то же значение (вмешиваться), разрушает важную семантико-прагматическую линию. Можно было бы предложить использовать глагол «*meddle*». Нейтральный по своим жанрово-регистровым характеристикам, частотный в речи и, самое главное, односложный, он бы пришелся здесь очень кстати. В результате получился бы следующий вариант: «**Stop meddling** in our affairs. This is how things work here and this is the way it is going to be." We are not **meddling**, and I want to advise our colleagues **not to meddle** in our affairs either».

Разговор об экспрессивно-эмоциональной лексике был бы не полным, если бы он не затрагивал тему фразеологизмов и крылатых выражений. Однако для полного освещения этого вопроса требуется отдельная статья. Здесь мы ограничимся очень показательным примером.

В своей первой инаугурационной речи в далеком 2000 г. В. В. Путин патриотично говорил: *Здесь, в стенах Кремля, веками вершилась история нашей страны, и у нас нет права быть „Иванами, не помнящими родства“* (этот пример и его комментарий дала в своей работе студентка романо-германского отделения Наталья Берсенева в декабре 2012 г.). Переводчики ВВС решили пойти по безопасному пути и не переводить метафору буквально: *And we do not have the right to **be heedless of our past***. Кремлевские же переводчики, к сожалению, не учли разницы в культурных особенностях, и дали буквальный перевод фразы: *...and we have no right to be „Ivans who don't remem-*

*ber their predecessors*». Несмотря на вычурность, подчеркивающие метафорическую природу выражения, слово *ivans* в сознании некоторых американцев связано с шуточным, но иногда уничижительным и даже презрительным словом, обозначающим русских (его аналоги — *micks* для обозначения ирландцев, *dagos* — для обозначения испанцев, итальянцев и португальцев и т. д.).

Данный сюжет из переводческой практики кремлевской команды показывает, что, к сожалению, по прошествии многих лет допущенная некогда ошибка остается неисправленной, ее никто не замечает, к ней никто не возвращается, она запущена в безбрежное пространство Интернета, и значит, еще не раз будет вызывать улыбку у англоязычных читателей.

Завершая данную статью, хочется сказать несколько слов о пользе сравнительного анализа подобных переводов для старшекурсников.

Учитывая, что к своим исследованиям студенты приступили далеко не новичками в филологии (позади многочисленные экзамены по различным языковедческим дисциплинам, написана не одна курсовая, прослушан курс переводоведения, состоялось знакомство с метаязыком перевода, основными синтаксическими тонкостями и лексико-синтаксическими трансформациями), качество работы во многих проектах было на достаточно высоком уровне.

Самым неожиданным было то, что из желания оставаться объективными экспертами некоторые студенты даже пытались спорить с английскими переводчиками, критиковали их, порой ошибочно полагая, что те исказили смысл сказанного или не донесли его слово в слово. Это абсолютно нормальное явление, поскольку четверокурсникам еще непросто «оторваться от притяжения слова», сложно поверить в то, что многословная идея может быть оформлена одним или несколькими словами.

Вместе с тем, отмечая плюсы, следует сказать о том, что подобные задания дают студентам возможность проявить свой потенциал аналитика, лингвиста, культуролога, просто начитанного и образованного человека. И, конечно, хотелось бы вовлекать студентов в подобные проекты чаще, но злосчастный фактор времени не дает этого делать. Однако уже одно то, с каким энтузиазмом ребята берутся за выполнение подобных исследований и с какой серьезностью делают свои выводы, говорит о том, что эти люди правильно выбрали свою специальность и что, возможно, через критику других они будут критичнее относиться к себе.

Данная работа укрепила меня в мысли о том, что студентам нужно давать возможность критиковать. Это полезно даже в психологическом плане, ведь метода преподавания в вузе ненамного изменилась за прошедшее десятилетие. И первое, и последнее слово, как правило, остается за преподавателем, мы, преподаватели, с первого до последнего курса продолжаем критиковать студента за его ошибки и оплошности, и он продолжает сомневаться в том, что когда-нибудь сможет говорить о чем-то правильно. А в проектах, подобных этому, он видит чужие огрехи и через их анализ становится более зрелым, объективным, свободным. Пропадает страх, возникает кураж, появляется желание сделать лучше. Поразительными оказались следующие слова, которые одна из студенток дала в качестве постскриптума: «Довольно необычный опыт — пытаться анализировать работу переводчика, который должен быть профессионалом своего дела».

Многие студенты разбивали тексты на три колонки (оригинал — перевод Кремля — перевод западных СМИ), что позволяло более наглядно продемонстрировать ошибку и проводить более качественный анализ. Это дисциплинировало исследователя и вносило в работу дополнительную четкость и системность. Если говорить о дидактической составляющей эксперимента, то, помимо прочего, составление подобных таблиц дает студенту возможность находить такие межъязыковые соответствия, которых нельзя отыскать ни в одном словаре, или же попросту составлять глоссарии полезных слов и выражений (например, «вступать в должность» — «assume the presidency», «преемственность» — «continuity», «сплоченный народ» — «cohesive nation»). И, несомненно, подобное занятие обогащает активный и пассивный вокабуляр студента.

Возвращаясь к заявленной в заглавии теме, следует сказать о том, что переводы российских президентов и премьеров, выполненные доморощенными переводчиками, отличаются большим непрофессионализмом, стремлением выделять те слова и понятия, которые не следует выделять, заменять разговорную лексику книжной и, самое печальное, неумением работать со словарями и корпусными базами данных; до сих пор не создан редакционный отдел переводов, в котором в обязательном порядке должны работать носители языка, чтобы ограничивать свободу самоуверенных переводчиков, которые волею судеб оказались сопричастными новейшей российской истории. Как правильно заметила одна из студенток,

«в правительственном переводе, возможно, стоит установка не запротоколировать устную речь, а создать документ в официально-деловом стиле». Иностранцы же переводы, как и следовало ожидать, в большинстве случаев выполнены с соблюдением жанрово-регистрационных требований к работам подобного рода; от русских переводов их выгодно отличает то, что они передают речь любого должностного лица общепотребимым английским языком. Остается лишь вопрошать, почему редакторы сайта Кремля не могут выждать два дня, когда появится в западных СМИ перевод речи президента или премьера, и потом опубликовать этот проработанный носителями языка перевод, тем более что, как мы выяснили, однажды выложенное в Интернете остается там в первоизданном виде навсегда.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Бархударов Л. С. Язык и перевод: вопросы общей и частной теории перевода. Изд. 4-е. — М.: УРСС, 2013.
2. Виссон Л. Русские проблемы в английской речи. Слова и фразы в контексте двух культур. — М.: Р. Валент, 2003.
3. Ермолович Д. И. Наш перевод вперед лети! В лакуне остановка // Мосты : журн. переводчиков. 2009. № 1 (21).
4. Рецкер Я. И. Теория перевода и переводческая практика. — М.: Р. Валент, 2004.
5. Чужакин А. П., Палажченко П. Р. Мир перевода — 1. — М.: Р. Валент, 2002.
6. Швейцер А. Д. Контрастная стилистика: газетно-публицистический стиль в английском и русском языках. Изд. 3-е. — М.: УРСС, 2012.
7. Berdy, Michele A. The Russian Word's Worth. — Glas, 2010.

#### ИСТОЧНИКИ

8. *Заблуждаться* // Словарь русских синонимов. URL: <http://jeck.ru/tools/SynonymsDictionary/%D0%B7%D0%B0%D0%B1%D0%BB%D1%83%D0%B6%D0%B4%D0%B0%D1%82%D1%8C%D1%81%D1%8F> (дата обращения: 01.10.2013).
9. *Легендарная речь Мутко* набрала на YouTube миллион просмотров. 2011. 10 янв. URL: <http://sport.bigmir.net/football/other/1510473-Legenda>

rnaja-rech--Mutko-nabrала-na-YouTube-million-prosmotrov.

10. «Отлитые в граните»: 10 цитат президента Медведева. 2012. 5 мая. URL: <http://ria.ru/society/20120505/641550536.html#ixzz2druRf3Zb> (дата обращения: 04.09.2013).
11. Путин В. В. Инаугурационная речь. 2000. 7 мая. URL: [http://www.mn.ru/blog\\_reference/20120507/317328193.html](http://www.mn.ru/blog_reference/20120507/317328193.html) (дата обращения: 29.09.2013).
12. Путин В. В. Инаугурационная речь. 2004. 7 мая. URL: [http://www.mn.ru/blog\\_reference/20120507/317331265.html](http://www.mn.ru/blog_reference/20120507/317331265.html) (дата обращения: 29.09.2013).
13. Путин В. В. «Нынешний кризис — идеальный шторм»: выступление председателя правительства Российской Федерации В. В. Путина на открытии Всемирного экономического форума в Давосе. 2009. 29 янв. URL: <http://www.inosmi.ru/world/20090129/247023.html> (дата обращения: 02.10.2013).
14. Путин В. В. Интервью Ларри Кингу. 2010. 2 дек. URL: <http://www.inosmi.ru/politic/20101202/164626560.html> (дата обращения: 01.10.2013).
15. Путин В. В. Инаугурационная речь. 2012. 7 мая. URL: [http://www.intelros.ru/strategy/gos\\_rf/17313-inauguracionnaya-rech-vladimira-putina-7-maya-2012-g-moskva-kreml.html](http://www.intelros.ru/strategy/gos_rf/17313-inauguracionnaya-rech-vladimira-putina-7-maya-2012-g-moskva-kreml.html) (дата обращения: 29.09.2013).
16. *Esteemed* // BNC. URL: <http://bnc.bl.uk/saraWeb.php?qy=esteemed&mysubmit=Go> (дата обращения: 29.09.2013).
17. *Mistaken* // Oxford Collocation Dictionary. URL: <http://oxforddictionary.so8848.com/search?word=mistaken> (дата обращения: 01.10.2013).
18. *Putin V. Putin Speaks at Davos: a transcript of Russian Prime Minister Vladimir Putin's speech at the opening ceremony of the World Economic Forum in Davos, Switzerland.* 2009. 29 Jan. URL: <http://online.wsj.com/article/SB123317069332125243.html> (дата обращения: 02.10.2013).
19. *Putin V. Transcript of Vladimir Putin's interview with CNN's Larry King.* 2010. 2 Dec. URL: <http://en.rian.ru/interview/20101202/161586625.html> (дата обращения: 01.10.2013).
20. *Putin's Inauguration Speech.* 2012. 7 May. URL: <http://mediaresearchlab.wordpress.com/2012/05/07/putins-inauguration-speech-today/#comment-63> (дата обращения: 29.09.2013).
21. *Vladimir Putin inaugurated as President of Russia.* URL: <http://eng.kremlin.ru/transcripts/3749> (дата обращения: 29.09.2013).

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

УДК 82-54  
ББК Ш100.621

ГСНТИ 16.21.33; 16.21.27

Код ВАК 10.02.04

О. О. Никифорова О. O. Nickiforova  
Кашира, Россия Kashira, Russia

### ДИСКРЕДИТАЦИЯ ПРОТИВНИКА В ПАРЛАМЕНТСКИХ ДЕБАТАХ

**Аннотация.** Раскрывается понятие «парламентские дебаты», рассматривается их история. На примере выступлений немецких политиков анализируются стратегии, тактики, речевые приемы, используемые для дискредитации политического противника.

**Ключевые слова:** парламентские дебаты; стратегия; тактика; речевой прием.

**Сведения об авторе:** Никифорова Ольга Олеговна, аспирант.

**Место работы:** Лингвистический центр «Кликон».

**Контактная информация:** 142800, г. Ступино, ул. Бахарева, д. 23.  
e-mail: olga-kharina@yandex.ru.

### DISCREDIT OF THE OPPONENT AT THE PARLIAMENTARY DEBATES

**Abstract.** In this article we consider the concept of parliamentary debates and their history. On the example of two speeches of German politicians we analyze strategies, tactics and techniques which are used to discredit the opponent.

**Key words:** parliamentary debates; strategy; tactics; technique.

**About the author:** Nickiforova Olga Olegovna, Post-graduate student.

**Place of employment:** Linguistic centre "Click on".

Цель статьи — охарактеризовать стратегии и тактики дискредитации политического противника во время парламентских дебатов (для этого мы решили определить понятия стратегии и тактики; рассмотреть особенности парламентских дебатов; на примере двух выступлений описать стратегии и тактики дискредитации). Материалом исследования послужили парламентские дебаты в немецком бундестаге на тему отмены платы за обучение, состоявшиеся 13 декабря 2012 г.

В последнее время всё большую популярность приобретает тактико-стратегический подход (Е. Р. Левенкова, В. Е. Чернявская, Е. И. Шейгал, В. И. Карасик, О. С. Иссерс, А. В. Олянич, О. Н. Паршина, О. Л. Михалева и др.).

Изначально понятия стратегии и тактики относились к военной сфере. Стратегия (от греч. *stratos* — войско, *ago* — веду) — «наука о ведении войны, искусство ведения войны» [Ожегов 1949—1992; Чудинов 1910]. Тактика (греч. *taktika* — искусство построения войск, от *tasso* — строю войска) — «составная часть военного искусства» [Тактика]. У этих терминов появились дополнительные значения. Стратегия — «искусство руководства общественной, политической борьбой» [Ожегов 1949—1992]. Речевая коммуникативная стратегия — «совокупность запланированных говорящим заранее и реализуемых в ходе коммуникативного акта теоретических ходов, направленных на достижение коммуникативной цели» [Жеребило 2010]. Тактика — «средства, употребляемые для достижения чего-либо» [Чудинов 1910]. Речевая тактика — «выбор и использование логического или психологического речевого

приема, который представляется правильным, эффективным в данных конкретных складывающихся речевых условиях для достижения основной, стратегической цели беседы» [Романова 2010].

Два названных понятия существуют в соотношении друг с другом. Если представить стратегию как общий план осуществления чего-либо, то тактики — это конкретные способы реализации этого плана. Тактика, в свою очередь, тоже может в определенных случаях становиться стратегией. В связи с этим Е. Р. Левенкова вводит понятие «глобальной стратегии» — такой, из которой вытекают все остальные стратегии. В. Чугреев обозначает такую стратегию как базовую. Базовая стратегия — это стратегия, на основе которой выстраиваются все другие стратегии некоторой деятельности [Чугреев]. Базовой стратегией в политическом дискурсе является *стратегия воздействия на адресата*. В парламентских дебатах основным адресатом являются как политики других партий, которых нужно убедить в правильности своего мнения для принятия какого-либо закона, так и граждане страны (Германия является демократической страной, и парламентские дебаты доступны всем для просмотра).

Кроме используемых речевых стратегий и тактик, важно обратить внимание на речевые приемы. Коммуникативно-речевой прием (риторический прием) — элемент коммуникативно-речевой тактики, один из способов ее реализации. Прием осуществляется с помощью совокупности определенных речевых средств [Михальская 1998].

Таким образом, речевая стратегия реализуется с помощью тактик, а тактики,

в свою очередь, посредством речевых приемов. Сказанное относится ко всем жанрам политического дискурса, в том числе к парламентским дебатам.

Дебаты берут свое начало в Древней Греции, где они были важным элементом демократического устройства общины. В Средние века они получили распространение в Западной Европе. В 1960 г. в США интерес к ним возобновился во время президентских выборов. В современных демократических обществах дебаты распространены в парламентах и на телеэкранах [12].

Понятие дебатов тесно связано с понятиями диспута и дискуссии. Согласно определению М. П. Брандес, диспут является разновидностью публичного обсуждения, происходящего в форме борьбы мнений между его участниками, у которых нет единой точки зрения и заранее подготовленного ответа по какому-либо вопросу. Дискуссия — одна из форм спора как словесного состязания, обмен мнениями, высказываемыми несколькими лицами в отношении какого-либо предмета с целью достижения единого взгляда на этот предмет [Брандес 2004: 209—210]. Разница данных терминов состоит в том, что для дискуссии характерна экспликация «интенциональных состояний участников общения, в диспуте интенции остаются необозначенными, так как коммуникативная цель этого вида интеракции — обмен мнениями без явного давления на сознание собеседника» [Белова 1995: 50].

В «Энциклопедии политической науки» (The Encyclopedia of Political Science) приводится такое определение политических дебатов: «Политические дебаты дают возможность кандидатам специфического ведомства напрямую обмениваться и обсуждать идеи в формализованной и структурированной обстановке» [Kurian 2011: 375]. Дебаты являются особой формой применения языка для обмена аргументами, их можно отнести к одной из форм ведения спора [Gereds 2008]. В целом дебаты — это обмен мнениями по какому-либо вопросу, но, в отличие от дискуссии, дебаты имеют определенную структуру.

Парламентские дебаты представляют собой обмен доводами в рамках какой-либо политической темы и во многом отличаются от теледебатов. Теледебаты проводятся в основном перед президентскими выборами, их целью является воздействие на сознание избирателей. Парламентские дебаты организуются по конкретным политическим вопросам, и в защиту своей позиции выступают представители различных партий. Утверждение какого-либо закона без предва-

рительных публичных дебатов в немецком бундестаге противоречит конституции. В Германии парламентские дебаты доступны для просмотра в сети Интернет и иногда транслируются по телевидению, что делает их публичными.

Пленарные дебаты немецкого бундестага начинаются с сообщения президента бундестага, который оглашает список участников, порядок следования и правила проведения дебатов [Wikipedia]. Затем начинаются выступления представителей партий.

Обратимся к протоколу дебатов от 13 декабря 2012 г. на тему отмены платы за обучение. В дебатах участвовали представители ведущих партий Германии: SPD, CDU/CSU, die Linke, FDP, Bündnis 90/die Grünen, а также бывший министр образования Анетта Шаван (Annette Schavan).

Стратегии и тактики дискредитации противника мы анализируем на примере выступлений Эрнста Россмана (Dr. Ernst Dieter Rossmann), представителя партии SPD (SPD (Sozialdemokratische Partei Deutschlands) — Социал-демократическая партия Германии, СДПГ), и Стефана Кауфмана (Dr. Stefan Kaufmann), представителя партии CDU/CSU (CDU/CSU (Christlich Demokratische Union Deutschlands / Christlich-Soziale Union) — Христианско-демократический союз Германии / Христианско-социальный Союз, ХДС/ХСС. Партия CSU представлена в федеральной земле Баварии, в остальных федеральных землях — партия CDU). Это две партии, являющиеся политическими противниками. Партия SPD выступает за отмену налога на обучение в вузе, партия CDU/CSU — за его сохранение.

#### ВЫСТУПЛЕНИЕ ЭРНСТА РОССМАНА

Оппозиция «свои — чужие» является ведущей в политическом дискурсе. При этом «чужие» представляются в негативном свете и наделяются отрицательными качествами. В данном случае «чужие» — это те, кто придерживается противоположного мнения, т. е. выступают за сохранение налога на обучение. Это относится к партиям CDU/CSU (Христианско-демократический союз / Христианско-социальный союз) и FDP (Свободная демократическая партия). Эрнст Росман выражает негативное отношение к позиции этих партий прямо: *...все мы здесь в бундестаге и некоторые вне парламента знаем, что министр образования, так же, как и ответственные партий CDU/CSU и FDP, за налог на обучение.* Росман использует речевой прием **неоднозначности слов и выражений**, употребляя выражение *некоторые вне парламента*, так как не ука-

зывается, кто имеется в виду. При этом он подчеркивает, что в федеральной земле Гессен, где эти партии набрали большинство голосов, налога не существует: *CDU и FDP сохранили то, чего добились SPD и зеленые (die Grünen): „Прочь с налогом на обучение!“* Э. Россман намекает на некомпетентность данных партий, которые не смогли отстоять свою позицию. В свою очередь, партия SPD, к которой относится Россман, и зеленые, имеющие сходные взгляды по данному вопросу, представляются им как «свои» (с позитивной оценкой): *SPD и зеленые добились того, что налог на обучение отменяют.* Эрнст Россман выражает свое мнение очень эмоционально и категорично. Употребляя выражение «все мы знаем», он подразумевает «все мы знаем их неверную позицию», что подтверждается фразой *„Weg mit Studiengebühren!“* („Прочь с налогом на обучение!“). **Повелительное наклонение** подчеркивает, что партия, выступающая за налог, не достойна занимать лидирующее положение. Большая эмоциональность достигается постановкой восклицательного знака в конце предложения (в устной речи это подчеркивается интонацией). Выражение *„Studiengebühren weg“* („Прочь налог на обучение“) употребляется в речи Россмана неоднократно, и речевой прием **повтора** усиливает воздействие на слушателей.

Далее Россман перечисляет федеральные земли, где также не вводится налог на обучение, хотя CDU и FDP занимают там влиятельное положение. В Баварии же премьер-министр Хорст Зеехофер (Horst Seehofer, CDU) пообещал накануне выборов, что, независимо от результатов, налога на обучение в Баварии не будет. Россман требует ясной позиции от этих партий. Эмоциональность речи достигается употреблением повтора, а именно сочетанием **анафоры** и **эпифоры**: *An dieser Stelle wollen wir Klarheit. Wir wollen Klarheit über die Position der bürgerlichen Koalition von CDU/CSU und FDP. Wir wollen Klarheit darüber, wohin sie sich orientiert. Diese Klarheit muss es auch in Bezug auf Niedersachsen geben; denn Niedersachsen regiert von CDU und FDP, ist offensichtlich das letzte Bundesland ohne Einsicht. In Niedersachsen müssen die Wählerinnen und Wähler dafür sorgen — so haben sie es auch in anderen Ländern getan —, dass Studiengebühren sozusagen abgewählt werden. — В этом пункте мы хотим ясности. Мы хотим ясности в позиции гражданской коалиции CDU/CSU и FDP. Мы хотим ясности в том, на что она ориентируется. Эта ясность должна быть также в от-*

*ношении Нижней Саксонии; так как Нижняя Саксония, где правят CDU и FDP, является, очевидно, последней федеральной землей без благоразумия. В Нижней Саксонии избирательницы и избиратели должны позаботиться о том, как они это сделали в других федеральных землях, чтобы налог на обучение был, так сказать, не выбран на новый срок.* Повторяя выражение «мы хотим ясности», Россман подчеркивает неопределенность позиции «чужих». Здесь используется **стратегия преувеличения недостатков соперника**. Выражение *«должны позаботиться о том, чтобы налог на обучение был не выбран на новый срок»* является **метафорическим**. В данном случае Россман намекает на то, что «чужие» не должны быть переизбраны, так как их позиция неправильна.

В своей речи Россман использует **тактику постановки вопросов** с целью прояснить позицию других партий и правительства. Он задает вопрос коалиции CDU и FDP по поводу их четкой позиции относительно налога на обучение. Далее в своей речи он обращается к правительству: *Wir wollen endlich eine Antwort seitens der Bundesregierung auf die Frage, was sie zusätzlich zur Verstärkung des BAföG tun will. Dieses Spiel zwischen Bund und Ländern, bei dem jeder auf den anderen schaut, zerstört wiederum das Vertrauen in das BAföG, das Studierende mittlerweile gewonnen haben. — Мы хотим, наконец, получить со стороны федерального правительства ответ на вопрос, что оно собирается делать для усиления закона о содействии образованию. Эта игра между Союзом и федеральными землями, при которой каждый смотрит друг на друга, разрушает доверие к закону, которое обучающиеся не так давно получили.* С помощью вопросов формируется следующая картина: партия SPD четко ставит перед собой цели и добивается их, имеет ясную позицию, другие же партии и правительство не имеют явной позиции по определенным вопросам. Кроме того, задавая вопросы с целью прояснить чью-то позицию и чьи-то планы, Россман дает понять, что у его партии уже есть ответ на него. Как следствие, политик предлагает правительству сотрудничество и дает конкретные советы: поднять не облагаемый налогом минимум доходов. Кроме того, он делает подсказку «чужим», которые высказываются за прогрессивный принцип в налоговом праве: возможно, проблема также кроется в Законе о содействии образованию (речь идет о тех семьях, в которых вырос доход и которые уже не могут получать материальную помощь). Россман

не говорит, о какой партии идет речь, но все знают программы партий и понимают, что он намекает на CDU/CSU.

Таким образом, в своем выступлении Эрнст Россман использует стратегию преувеличения недостатков противника, которая реализуется с помощью тактики постановки вопросов и речевых приемов метафоры, повтора, анафоры и эпифоры, а также с использованием повелительного наклонения.

#### ВЫСТУПЛЕНИЕ СТЕФАНА КАУФМАНА

Стремление воздействовать на политического противника выражено в данном выступлении очень ярко. В своей речи Стефан Кауфман обвиняет партию SPD в бездеятельности, для чего использует **стратегию акцентирования недостатков противника**. Реализация этой стратегии служит **тактика насмешки над оппонентом**.

Предыдущий оратор от SPD Эрнст Россман сравнивается с Дедом Морозом, входящим через дымовую трубу «с большим и толстым мешком *мнимых* подарков», на котором написано: «*Финансирование обучения*». И в этом мешке не солидные и качественные деревянные игрушки и не инновационные высокие технологии, а «беспольный пластиковый хлам» и «неходовой товар». Дед Мороз становится под елку. В руке он держит розгу, на которой написано: «Социальная избирательность». Он дико вертит розгой в воздухе и напрасно пытается внушить страх тем, кто не хочет его подарков.

**Сравнения** делятся на два типа:

- 1) сравнение на основе прямого значения, которое является рациональным, объективным;
- 2) сравнение на основе метафоричного, переносного значения, которое часто является гиперболизированным, эмоциональным и субъективно оценивающим [Riesel 1975: 208].

Приведенное *сравнение* является метафоричным, основанным на субъективных представлениях Кауфмана о политическом противнике. Метафоричное сравнение имеет *символический характер*: в лице Деда Мороза Кауфман представляет не только Эрнста Россмана, но и всю партию социал-демократов, которые требуют финансирования обучения в качестве блага для студентов. В свою очередь, С. Кауфман считает, что финансирование никому не нужно и многие студенты сами этого не хотят, а выступают за то, чтобы плата за обучение была сохранена.

Употребление субъективно оценивающего сравнения служит для создания образности и оказывает прагматическое воздействие (коммуникативный эффект) на получателя сообщения [Riesel 1975: 210]. В приве-

денном примере употребляется **распространенное сравнение**. Оно имеет две основные функции:

- 1) наглядность;
- 2) сарказм.

**Наглядность** облегчает восприятие текста и упрощает его запоминание, так как оказывается воздействие на эмоциональную сферу и чувства.

**Сарказм** по отношению к позиции «чужих» выявляет ее недостатки. Сарказм мимикрирует под позитивно-оценочное высказывание: *Und was machen Sie, liebe Kolleginnen und Kollegen von der SPD, in Ihrem Antrag? — Das gilt allerdings weniger für Ihre Rede, lieber Herr Rossmann. — Sie kommen wie der Weihnachtsmann durch den Schornstein. — „А что делаете вы, дорогие коллеги из СПГ, в своих требованиях?“ — „Это, конечно, в меньшей степени относится к Вашей речи, дорогой господин Россман“.* — *„Вы появляетесь, как Дед Мороз через дымовую трубу“.* Однако сам сарказм всегда негативно-оценочен, выражает высшую степень негодования, направлен на борьбу с враждебными явлениями действительности.

Нужно обратить внимание на **обращение**, которое также носит саркастический характер: *liebe Kolleginnen und Kollegen von der SPD (дорогие коллеги из СПГ), lieber Herr Rossmann (дорогой господин Россман).*

Как было сказано выше, Стефан Кауфман употребляет метафоричное сравнение. Это скрытое сравнение, поскольку название одного предмета применяется к другому, и тем самым выявляется какая-нибудь важная черта второго [Арнольд 2002: 99]. Метафора имеет следующие функции:

- 1) привлечение внимания, напряженность внимания;
- 2) усиление наглядности, основанной на эмоциональном восприятии [Riesel 1975: 219];
- 3) выражение слегка иронического отношения автора к тому, о ком говорится [Арнольд 2002: 141];
- 4) конкретизация представления;
- 5) эстетическая выразительность [Брандес 2004: 370].

В тексте выступления С. Кауфмана усилению *наглядности* способствует **лексическая синонимия** для обозначения одного и того же понятия: *der Weihnachtsmann (Дед Мороз) — der Bärtige (Бородатый)*. Синонимический повтор, по мнению И. В. Арнольд, позволяет более полно и всесторонне раскрыть и описать предмет [Арнольд 2002: 147]. Синонимия сочетается с **метонимией** — *Der Bärtige*.

При реализации стратегии *указания на недостатки противника* используется

**тактика обвинения:** *Sie wollen das Bild einer Alternative in der Bildungspolitik zeichnen, aber Ihr Bild gerät zum Zerrbild. Sie outen sich als eine bildungsferne Partei, als eine Partei fern der bildungspolitischen Realität in unserem Land. — Вы хотите нарисовать картину альтернативы в образовательной политике, но Ваша картина становится карикатурой. Вы высказываетесь как партия, далекая от образования, как партия, которая далека от образовательно-политической реальности в нашей стране.* Для реализации тактики говорящий использует следующие речевые приемы:

– **Поетор**, который служит созданию эффекта динамического развертывания информации, что увеличивает убеждающее воздействие. В первом случае повторяется слово *Bild* (картина). Во втором случае используется вариативный повтор, который носит уточняющий характер: как партия, далекая от образования — как партия, которая далека от образовательно-политической реальности в нашей стране.

– Двойное **сравнение**, которое служит для выделения особенно важных, по мнению автора, негативных качеств оппонента. Говорящий делает акцент на его некомпетентности в обсуждаемом вопросе.

– **Просторечный глагол** «*sich outen*» («откровенно высказываться, выкладывать все начистоту»): *Sie outen sich als eine bildungsferne Partei. — Вы высказываетесь как партия, далекая от образования.* Парламентская речь относится к официальному стилю, в ней принято придерживаться литературного языка (Hochdeutsch). Отступление от литературной нормы в данном случае — это стилистический прием, который служит для выражения юмора и сатиры [Riesel 1975: 261].

Далее в своем выступлении Стефан Кауфман переходит к объективным данным, комментируя «карикатуру», которую создают, на его взгляд, социал-демократы в образовании. Он использует **прием перечисления**, создавая видимость упорядоченности сообщения, облегчая восприятие информации и выделяя три пункта: а) равенство возможностей; б) закон о содействии образованию (Bafög); в) стипендия Германии. По этим направлениям он считает политику оппонента неверной и использует при этом **тактику обвинения в бездейственности**, которая сочетается с рядом иных тактических схем.

В своих требованиях партия социал-демократов заявляет равенство возможностей для всех. Однако, по мнению Кауфмана, это невозможно, так как с середины 1990-х гг. существует разница в шансах на

поступление в вуз между детьми академиков и детьми рабочих. Кроме того, Берлин, где правит партия SPD, является самой социально несправедливой федеральной землей, так как социал-демократы не исполняют ничего из заявленного ими.

Кроме обвинения в бездейственности используется **тактика указания на некомпетентность соперника:** *Leider ist der SPD-geführte Bildungsabbau in meinem Heimatland Baden-Württemberg nun gerade in vollem Gange: Heute demonstrieren in Stuttgart Tausende Lehrer, angeführt von der GEW, gegen die katastrophale grün-rote Bildungssparpolitik. — К сожалению, осуществляемый СДПГ упадок образования в моей родной земле Баден-Вюртемберг сейчас в самом разгаре: сегодня тысячи учителей в Штутгарте принимают участие в демонстрации, возглавляемой профсоюзом, против катастрофической зелено-красной образовательной политики жесткой экономии.* Данная тактика реализуется с помощью речевого приема использования эмоционально окрашенной лексики и эпитетов: делается акцент на том, что политика, проводимая противником, «ужасна», «катастрофична».

Стефан Кауфман использует **тактику преувеличения недостатков противника:** *Sie können denen in Baden-Württemberg nichts von einem Bildungsabbruch erzählen; denn sie kennen die Diskrepanz zwischen dem, was die SPD fordert und dem, was sie vor Ort tut. — Тем в Баден-Вюртемберг вы можете ничего не рассказывать о прорыве в образовании, потому что они знают о несоответствии между тем, что СДП требует, и тем, что она на месте делает.* Говорящий подчеркивает, что партия социал-демократов не делает совсем ничего или делает безграмотно.

Стефан Кауфман обвиняет оппозицию в том, что она упоминает «о славных временах закона о содействии образованию» во время ее правления. При этом умалчивает о сокращениях стипендий во время правления канцлера Шмидта (Helmut Schmidt — немецкий политик от SPD. С 1974 по 1982 г. был пятым канцлером Германии) и только одной надбавке за все время правления SPD с 1998 по 2005 г. Анетта Шаван (представительница партии CDU/CSU. С 2005 по 2013 г. занимала пост министра образования) давно предлагала дальнейшее развитие финансирования обучения. В этом фрагменте дебатов снова реализуется **тактика обвинения в бездейственности:** *Sie fordern von anderen viel und liefern selbst nichts. — От других вы требуете многого, а сами ничего не поставляете.*

При реализации тактик обвинения в бездеятельности, указания на некомпетентность соперника, преувеличения недостатков противника используются следующие речевые приемы:

– На уровне синтаксиса характерно употребление **вопросительных предложений**: *Wann also sind Sie denn zufrieden? (Когда же вы будете довольны?)*, **восклицательных** и **эллиптических конструкций**: *Bravo! (Браво!)*; *BAföG. (Стипендия)*; *Chancengerechtigkeit, Chancengleichheit. (Равные возможности)*. Эллипсис — это средство речевой экономии. Кроме того, эллипсис придает речи разговорный оттенок, что повышает эмоциональность высказывания.

– **Анафора**: *Dort stehen Sie von der SPD seit über zehn Jahren in Regierungsverantwortung. Dort haben Sie keine Ihrer eigenen Forderungen umgesetzt. — Там вы от СДПГ несете правительственную ответственность уже больше 10 лет. Там вы не реализовали ни одного из своих требований.* Функции анафоры в данном случае сводятся к акцентированию бездеятельности оппонента: приводится конкретный пример того, что партия оппонента не выполняет своих требований.

– **Поемор**: *Sie besitzen die Dreistigkeit, erneut über die glorreichen Zeiten des BaföG während Ihrer Regierungszeit zu schreiben. ...In der glorreichen Zeit Ihrer Regierung von 1998 bis 2005 ist Ihnen, abgesehen von einer einzigen BaföG-Erhöhung im Jahr 2001, der wir zugestimmt haben, nicht viel gelungen. — У вас хватает наглости снова писать о славных временах BaföG во время вашего правления. ... В славные времена вашего правления с 1998 по 2005 г. вам*

*ничего не удалось, не считая одностороннего повышения BaföG в 2001 г., за которое проголосовали мы.* В данном случае повтор служит для репрезентации сарказма (выражение *die glorreichen Zeiten* употребляется в переносном значении).

Несколько раз упоминается надбавка к стипендии — 1,5 евро в месяц, — которую выделила партия SPD. Акцентирование сделано для того, чтобы адресат запомнил эту цифру. Стефан Кауфман подчеркивает ничтожность надбавки и бездеятельность оппонентов.

– Употребление **образных выражений**: *Ihr Antrag enthält viel Luft und kaum Substanz. — Ваше требование содержит много воздуха и никакой материи.* Здесь подчеркивается бесполезность требований.

Таким образом, при реализации стратегии **акцентирования недостатков противника** Кауфман использует тактики обвинения в бездеятельности, указания на некомпетентность соперника, сближения с адресатом, преувеличения недостатков противника. Эти тактики реализуются с помощью речевых приемов **сравнения, метафоры, лексической синонимии, метонимии, сарказма, анафоры, повтора, использования образных выражений, просторечий, перечисления**. Кроме того, используется прием **постановки риторических вопросов**, а также употребление **восклицательных конструкций**, усиливающих эмоциональность речи.

Обобщим результаты сравнительного анализа стратегий, тактик и речевых приемов, используемых в выступлении политиков двух противоборствующих партий, в виде таблицы.

Таблица

Стратегии дискредитации противника в выступлениях Эрнста Россмана и Стефана Кауфмана

Эрнст Россман	Стефан Кауфман
<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Стратегия преувеличения недостатков соперника:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– подчеркивание неопределенности позиции «чужих», неясности их взглядов;</li> <li>– употребление метафоры, повелительного наклонения, анафоры и эпифоры, неоднозначных слов и выражений.</li> </ul> </li> <li>● <b>Тактика постановки вопросов:</b> с помощью провокационных вопросов акцентируется неопределенность позиции «чужой» партии и делается конкретизация действий «своей» партии</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Стратегия акцентирования недостатков противника.</b></li> <li>● <b>Тактика насмешки над оппонентом:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– употребление метафоричного сравнения;</li> <li>– использование ироничного обращения к оппоненту;</li> <li>– лексическая синонимия, метонимия.</li> </ul> </li> <li>● <b>Тактика обвинения:</b> использование повтора, сравнения, употребление просторечий, перечисление.</li> <li>● <b>Тактика указания на некомпетентность соперника:</b> употребление эмоционально окрашенной лексики, эпитетов.</li> <li>● <b>Тактика преувеличения недостатков противника:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– использование вопросительных и восклицательных предложений, эллипсисов;</li> <li>– использование повтора, анафоры;</li> <li>– употребление образных выражений</li> </ul> </li> </ul>

Итак, дискредитация противника ярче выражена в речи Стефана Кауфмана. Речь Эрнста Россмана более логична, объективна, он четко формулирует свои требования и предлагает пути решения вопросов. Стефан Кауфман делает упор на эмоциональное восприятие информации, с помощью чего достигается блокирование критического мышления слушателей и зрителей дебатов.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. *Арнольд И. В.* Стилистика. Современный английский язык : учеб. для вузов. 4-е изд., испр. и доп. — М. : Флинта : Наука, 2002.
2. *Белова Е. Н.* Структура и семантика аргументативного дискурса (на материале слушаний комитетов и подкомитетов Конгресса США) : дис. ... канд. филол. наук. — СПб., 1995.
3. *Брандес М. П.* Стилистика текста. Теоретический курс (на материале немецкого языка) : учеб. 3-е изд., перераб. и доп. — М. : Прогресс-Традиция : ИНФРА-М, 2004.
4. *Жеребило Т. В.* Коммуникативная стратегия // Словарь лингвистических терминов / Т. В. Жеребило. Изд-е 5-е, испр. и доп. — Назрань : Пилигрим, 2010. URL: [http://lingvistics\\_dictionary.academic.ru/1557/коммуникативная\\_стратегия](http://lingvistics_dictionary.academic.ru/1557/коммуникативная_стратегия) (дата обращения: 27.06.2013).
5. *Михальская А. К.* Коммуникативно-речевой прием (риторический прием) // Педагогическое речеведение : словарь-справочник / А. К. Михальская ; под ред. Т. А. Ладыженской и А. К. Михальской. — М. : Флинта : Наука, 1998. URL: [http://ped\\_recheved.academic.ru/90/Коммуникативно-речевой\\_прием\\_\(риторический\\_прием\)](http://ped_recheved.academic.ru/90/Коммуникативно-речевой_прием_(риторический_прием)) (дата обращения: 28.06.2013).
6. *Ожегов С. И., Шведова Н. Ю.* Толковый словарь Ожегова. 1949—1992. URL: <http://dic.academic.ru/dic.nsf/ogegova/234406> (дата обращения: 27.06.2013).
7. *Романова Н. Н., Филиппов А. В.* Словарь. Культура речевого общения: этика, прагматика, психология. 2010 URL: <http://vocabulary.ru/dictionary/890/word/rechevaja-taktika> (дата обращения: 28.06.2013).
8. *Тактика* // Большая советская энциклопедия = БСЭ : в 30 т. — М. Советская энциклопедия, 1969—1978. URL: <http://dic.academic.ru/dic.nsf/bse/137924/Тактика> (дата обращения: 28.06.2013).
9. *Чугреев В.* Искусство стратегии и stalkinga. Карлос Кастанеда и его наследие. URL: [http://chugreev.ru/st-article/st\\_t.html](http://chugreev.ru/st-article/st_t.html) (дата обращения: 27.06.2013).
10. *Чудинов А. Н.* Стратегия // Словарь иностранных слов, вошедших в состав русского языка / А. Н. Чудинов. 1910. URL: [http://dic.academic.ru/dic.nsf/dic\\_fwords/34453/СТРАТЕГИЯ](http://dic.academic.ru/dic.nsf/dic_fwords/34453/СТРАТЕГИЯ) (дата обращения: 27.06.2013).
11. *Чудинов А. Н.* Тактика // Словарь иностранных слов, вошедших в состав русского языка / А. Н. Чудинов. 1910. URL: [http://dic.academic.ru/dic.nsf/dic\\_fwords/34949/ТАКТИКА](http://dic.academic.ru/dic.nsf/dic_fwords/34949/ТАКТИКА) (дата обращения: 28.06.2013).
12. *История дебатов* // Искусство полемики : офиц. веб-сайт белорусской дебатной организации. URL: <http://ncc-debate.org/istoriya-debatov/> (дата обращения: 20.06.2013).
13. *Gereds A.* Debattieren — Argumentieren mit Stil. 2008. 15 Okt. URL: <http://www.stilmagazin.com/debattieren-argumentieren-mit-stil/> (дата обращения: 06.08.2013).
14. *Plenarprotokoll 17/214* // Deutscher Bundestag. Stenografischer Bericht. 214. Sitzung. Berlin, Donnerstag, den 13. Dezember 2012. URL: <http://dipbt.bundestag.de/dip21/btp/17/17214.pdf#P.26218> (дата обращения: 21.06.2013).
15. *Riesel E., Schendels E.* Deutsche Stilistik : учеб. для ин-тов и ф-тов иностр. яз. — М. : Высш. школа, 1975.
16. *Kurian G. T.* The Encyclopedia of Political Science / George Thomas Kurian, editor-in-chief. — Washington : CQ Press, a division of SAGE, 2011.
17. *Wikipedia* : Die freie Enzyklopädie. URL: <http://de.wikipedia.org/>.

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

**Т. А. Островская** Т. A. Ostrovskaya  
Майкоп, Россия Maikop, Russia

**ПОВЕДЕНЧЕСКИЙ ДИСКУРС ЭЛИТЫ:  
ПРИЗНАКИ И ФУНКЦИИ**

**Аннотация.** *Предпринимается попытка описания сложного лингвистического явления — поведенческого дискурса элиты. Выявляются его конститутивные признаки и функции, вербальные и невербальные составляющие.*

**Ключевые слова:** *элита; поведенческий дискурс; вербальные и невербальные составляющие; конститутивные признаки; семиотика.*

**Сведения об авторе:** *Островская Татьяна Александровна, кандидат филологических наук, доцент кафедры английской филологии.*

**Место работы:** *Адыгейский государственный университет (г. Майкоп).*

**Контактная информация:** *385012, г. Майкоп, ул. Первомайская, 208.  
e-mail: ostrovska.t@mail.ru.*

**BEHAVIORAL DISCOURSE OF THE ELITE:  
CHARACTERISTICS AND FUNCTIONS**

**Abstract.** *An attempt is undertaken to describe the complex linguistic phenomenon of behavioral discourse of the elite. Its constitutive characteristics and functions are defined alongside with the verbal and non-verbal components.*

**Key words:** *elite; behavioral discourse; verbal and non-verbal components; constitutive characteristics; semiotics.*

**About the author:** *Tatiana Aleksandrovna Ostrovskaya, Candidate of Philology, Associate Professor of the Chair of English Philology.*

**Place of employment:** *Adigeya State University (Maikop).*

Применительно к контексту разных социальных институтов или макросоциальных функций (искусство, религия, спорт, наука, политика) в современной лингвистике выделяется множество типов дискурса. Ученые-лингвисты считают дискурс комплексным явлением, при анализе которого рассматриваются не только уровни языка, но и социальные характеристики, включая оценочную информацию, личностные характеристики, типы социокультурных ситуаций, а также вербальные (лингвистические) и невербальные параметры дискурса.

**Целью статьи** является определение конститутивных признаков и функций поведенческого дискурса элиты. Разнообразие методологических подходов к исследованию поведенческого дискурса элиты свидетельствуют о структурной сложности и содержательной глубине исследуемого дискурса.

Интерпретацию дискурса элиты (элитарной личности) невозможно ограничить лишь языковыми составляющими. При таком подходе его сущность и цели останутся незамеченными или будут исследованы одномерно. Термины «поведенческий дискурс элиты» и «поведенческий дискурс элитарной личности» в тексте статьи употребляются как синонимы, при этом первое определение шире: оно включает в себя описание поведенческих паттернов макросоциальной группы элиты. Под элитой понимаются индивиды, «которые обладают такими качествами, как высокая вариативность поведения, высокая когнитивная структурированность мышления, ярко выраженная способность к социальной адаптации, социально значи-

мый характер установки» [Васильева 2011: 8]. Дискурсивное пространство элитарной личности как представителя социального института образуется под влиянием дисциплинирующей силы внешних факторов. Эти факторы влияют на личность и контролируют все ее стороны жизни как через языковые средства воздействия, так и через другие механизмы, например через моду, средства массовой информации и другие, в чем и проявляются воздействующие функции каждого типа дискурса.

Само понятие дискурсивного пространства выходит далеко за пределы представления о тексте в его классической трактовке. Поскольку создание и восприятие текста ситуативно обусловлено, экстралингвистические факторы рассматриваются как элементы более широкого дискурсивного контекста. Такой контекст обладает широким набором экстралингвистических параметров и признаков: социальное пространство и эпоха, арсенал субкультуры элиты, рекрутизация понятий из других субкультур, модификация поведенческих паттернов элиты и пр.

Рассмотрение дискурса через поведенческие модели, т. е. исследование поведенческого дискурса элиты, предполагает знание «сценической площадки» (со всеми присущими ей чертами и оснащением), на которой разворачивается действие, декораций, на фоне которых происходят события, текста, который произносят актеры, скрытых мотивов их поступков — типичных для данной конкретной эпохи или диссонирующих, выходящих за рамки привычных социальных паттернов. Если дальше развивать «сцени-

ческую» метафору, можно отметить, что ожидания аудитории оправдывают как произносимые актерами тексты, декорации, костюмы, позы и интонации актеров, так и степень логичности взаимосвязи вербальных и невербальных элементов разворачивающегося действия.

*Поведенческий дискурс* элитарной личности понимается как развернутое во времени речевое произведение, являющее совокупность словесной (вербальной) и невербальной составляющих. Это своеобразный вербальный способ передачи социального символизма, воспроизводящий социально релевантные образы структурируемой действительности.

*Поведенческий дискурс* элиты, равно как любой другой социальной группы, является *средством хранения, передачи и регуляции знаний* при формировании *локальных поведенческих дискурсивных практик*, которые интегрированы во все социокультурные институты, так как в каждом из них есть своя элита.

Поведенческий дискурс элиты представляет собой и *комплекс дисциплинарных практик* [Фуко 1999: 233], проявляющихся как эффект властных отношений, которые образуют интеллектуально-ценностный фон, конституирующий определенные знания, действия, ценности и поведенческие модели элитарной личности, причем часто этой личностью не осознаваемые. Это означает, что поведенческий дискурс элитарной личности ориентирован на создание такой модели личности, социального и культурного субъекта, которая отвечала бы базовым ценностям элиты, определяемым через совокупность концептов, формирующим дискурс элиты. Например: *There is a price to be paid for membership in the most exclusive family in the world. <...> Upon joining, newcomers must surrender themselves to the protocol and habits already established. Old friends and old ways must be discarded, at least publicly. <...> Spontaneity is frowned upon except in the most carefully prearranged circumstances, like a visit to a children's hospital where Diana is expected to "spontaneously" embrace a child* [Seward 1997: 14]. / *Приходится платить определенную цену за то, чтобы стать членом самой привилегированной семьи в мире. Новый член семьи должен следовать требованиям протокола и не нарушать установленных правил. Он должен избавиться от старых друзей и от прежних привычек, по крайней мере, на публике. Всякое проявление импульсивности осуждается, если только это не тщательно срежиссированный „порыв“, как в случае посещения Диа-*

*ной детской больницы, когда она обняла ребенка* [перевод наш. — Т. О.].

Лексические единицы служат средствами актуализации дискурсообразующих концептов, в дискурсивном пространстве они дополняются невербальными, поведенческими компонентами. Поведенческий дискурс элиты характеризуется *высокой степенью концептуальности* и является доменом для множества лингвокультурных концептов. Для исследования его семиотики важно выявить дискурсообразующий потенциал базовых и периферийных концептов. К ним можно отнести:

- концепт избранности;
- концепт власти;
- концепт публичности;
- концепт социальной значимости;
- концепт привилегии;
- концепт политического влияния;
- концепт компетентности;
- концепт профессионализма;
- концепт ответственности;
- концепт успеха;
- концепт материального благосостояния (деньги);
- концепт нравственности и сохранения традиций;
- концепт целеустремленности;
- концепт космополитизма;
- концепт цинизма;
- концепт люмпенизации;
- концепт рациональности;
- концепт снобизма;
- концепт харизматичности;
- концепт консюмеризма;
- концепт интеллигентности;
- концепт свободы [Островская 2012: 95].

Каждый из концептов способен образовывать субдискурсы, которые в свою очередь формируют строй дискурса. Их борьба за гегемонию приводит к временным ситуациям доминирования определенных дискурсов, т. е. в определенном месте в определенное время модификация дискурсивных практик приводит к формированию некой новой конфигурации дискурса элиты.

Лингвокультурное пространство поведенческого дискурса элиты можно представить в виде схемы: центральное место займет базовый концепт «элитарная личность», поскольку реализация всех вышеперечисленных концептов возможна только через поступки, действия (т. е. поведение) элитарной личности. Концепт «элитарная личность», безусловно, является ядерным для всех субдискурсов элиты.

В процессе развития дискурсивных практик происходит их модификация, в чем и заключается *репродуктивный характер* дея-

тельности (поведения) субъекта дискурса. Основным стремлением субъекта, в данном случае элитарной личности, является, с одной стороны, введение инноваций, которые появляются благодаря пониманию своей социальной роли внутри сообщества (элиты) и наличие индивидуальных особенностей. С другой стороны, объект стремится поддерживать существующие социальные паттерны. Эти противоположно направленные процессы в совокупности формируют поведенческий дискурс элитарной личности на макросоциологическом уровне, в чем и состоит *социокультурная функция поведенческого дискурса*. Для модифицированной элиты нового тысячелетия характерны черты, которые появились благодаря возникновению и широкому распространению новых технологий и компактных мобильных устройств, что обусловило новые социальные матрицы дискурса (термин Нормана Фэркло), при которых *«привилегированные жители как Европейской, так и Тихоокеанской сферы, а также богатейших примыкающих к ним провинций станут освобожденными, надежными властью номадами, связанными между собой лишь желанием, воображением, алчностью и амбицией. Такая новая кочевая элита уже формируется, уже разрывает свои связи с родными местами — своим народом, своими близкими...»* [Аттали 1993: 18].

На закрепление социальных паттернов элиты, передачу культурных и институциональных ценностей в условиях борьбы дискурсов за гегемонию, каждый из которых является носителем отдельной субкультуры, влияют средства массовой информации [См.: Чудинов, Будаев 2006: 167]. Следовательно, можно утверждать, что СМИ являются средством *пролиферации поведенческого дискурса элиты*: «Культура слова в символическом пространстве культуры вытесняется визуальной, или видеокulturой. Источником культурной информации в эпоху медиакратии становятся экранные СМИ. Перед экранами кино и ТВ, мониторами компьютеров люди проводят значительную часть своего жизненного времени. Основная экранная продукция — картинки, анимационные, виртуальные образы. „Картинка“ в соединении с озвучкой, как известно, обладает большей суггестивной силой, чем вербальные знаки. Символическое поле значений и смыслов (добавим: и поведенческих моделей. — Т. О.), формируемое с помощью экранной картинкой, постоянно расширяется, вытесняет на периферию массовой культуры рациональные компоненты» [Русакова, Русаков].

*Онтологичность поведенческого дискурса элиты* состоит в том, что элиты вечны и, пока существует человечество, будут существовать и элиты, а на место исчезнувшей заступает новая, которая не всегда лучше старой. Поведенческий дискурс элиты включает в себя такие ключевые категории, как избранность, принадлежность к власти, публичность, сохранение традиций, харизматичность, наличие политического влияния, социальной значимости, привилегий, профессионализма, ответственности. В совокупности они образуют категориально-понятийное поле, ядром которого является «элитарная личность».

*Семиотичность* поведенческого дискурса элиты. С точки зрения семиотики поведенческий дискурс элиты представляет своеобразную знаковую систему, в которой происходит изменение семантики разных типов языковых единиц и стандартных речевых действий в совокупности с невербальными моделями поведения, включающими кинеснику и другие поведенческие реакции в рамках символического интеракционализма. Приведем пример: *В каждом обществе есть своя символика для того, чтобы отличить элиту от простого смертного. В <...> африканском племени это может быть ожерелье из зубов убитых зверей (или врагов из другого племени) В странах типа Узбекистана или Таджикистана это количество золотых зубов во рту, причем это не означает, что элитарен тот, у кого раньше других зубы выпали. Для обозначения своей элитарности вырываются здоровые зубы, чтобы заполнить рот золотом. У „новых русских“ мера элитарности определяется толщиной золотых цепур* [Розанова].

*Конвенциональность* поведенческого дискурса элиты проявляется в различных семантических формах: вербальных — клише, идиомы, прецедентные тексты, метафоры [См.: Чудинов 2008: 86—93], сленгизмы и прочие, невербальных — кинесика, поведенческие реакции, мир вещей и пр. Например: *На планете „Кин-дза-дза“ в фильме Данелии наиболее элитные слои определялись по цвету штанов: кто носит желтые штаны, перед тем положено приседать два раза с приветствием „ку“, красные штаны — три раза „ку“. „А как у вас на Земле определяют, перед кем надо три раза присесть?“, — спрашивает инопланетянин. „А, так это на глазок“, — отвечает землянин. „Ну вы там и дикари!“ — констатирует житель планеты Кин-дза-дза. В общем, да, дикари. Разве что кроме военных, у которых все четко прописано на по-*

гонах, так что когда встречаются двое людей в военных формах, они обычно, здороваясь, смотрят не в глаза, а на плечи [Там же].

*Институциональность* поведенческого дискурса элиты является его неотъемлемой характеристикой, так как субъектами дискурса элиты являются представители различных институтов: элиты по происхождению, меритократической элиты (творческой, культурной, политической, национальной, спортивной, религиозной и др.). Институты, по мнению Талкотта Парсонса, это «всеобщие модели норм, которые очерчивают категории предписанного, разрешенного или запрещенного поведения в социальных отношениях людей, в их взаимоотношениях друг с другом как членов общества и его различных подсистем и групп» [Parsons 1960: 177].

*Идеологичность* поведенческого дискурса элиты основывается на традиционной связи элиты и власти. Это система социальных взглядов, коллективно-групповых знаний, верований, основанная на групповых ценностях, нормах, интересах. Дискурс идеологичности позволяет осуществлять поиски истинного смысла, предзаданности соответствия неких явлений четко определяемым целям субъекта деятельности не только в рамках речевых коммуникаций, но и практически во всех типах коммуникативных практик, в том числе и поведенческих паттернах элиты: «Именно дискурс идеологичности делает абсолютно очевидным, понятным действительный смысл предназначения президентской речи, любого рекламного ролика, величественного офиса или PR-акции дарения игрушек детскому дому во время предвыборной кампании, позволяет осуществлять рационально-логическую операцию кодирования и декодирования этого имманентного смысла» [Арапова 2007: 121].

*Интертекстуальность* поведенческого дискурса элиты выражается в его свойстве воспроизводить паттерны как вербального, так и невербального поведения в рамках выражения определенной идеологии, социокультурных установок, ценностей, норм. Классическое определение понятиям интертекстуальность и «интертекст» дал Р. Барт: «Каждый текст является интертекстом; другие тексты присутствуют в нем на различных уровнях в более или менее узнаваемых формах: тексты предшествующей культуры и тексты окружающей культуры» [Барт].

В приведенном ниже примере действие происходит в Гонконге в последний год присутствия британцев.

— Когда сюда придет НОАК (Народно-освободительная армия Китая), настанет

всему как, — каламбурил он. — Так этим макакам и надо. Гонконг был рыбацким поселком до нас и им же станет после нас.

Этот голос показался мне более чем знакомым. Это был глас вековых аристократических привилегий, бесчисленных элитных школ и колледжей, глас, чопорно и высокомерно изрекавший чушь собачью с самоуверенностью пророка и считавший себя истиной в последней инстанции.

— Отдайте все здесь косоглазым и любуйтесь, как они станут резать курицу, несущую золотые яйца. Хотя не подлежит сомнению, что они сожрут все, что угодно.

Я повернулся и посмотрел в его сторону.

Я увидел его — такого бычка в дорогом костюме, светловолосого, вскормленного бифштексами с кровью, регби и англиканскими гимнами. Такой вот вкус чистой породной британской говядины, может, самую малость тронутую коровьим бешенством.

Бычок продолжал громогласно разглагольствовать, даже не думая взять на полтона ниже [Парсонс 2011: 26—27].

*Прагматический аспект* поведенческого дискурса элиты заключается в его функциях, главными из которых являются социальная солидарность, поддержание и сохранение системы ценностей, рекрутизация элиты, функция социального контроля.

Неоднозначность и многосторонность подходов к определению доминирующих функций поведенческого дискурса элиты отражает его полипарадигматичность и сложность как общественного феномена.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Арапова М. А. Дискурс идеологичности, или Теоретико-методологические основания социологического анализа идеологических процессов // Изв. Урал. гос. ун-та. 2007. № 51. С. 117—129.
2. Антали Ж. На пороге нового тысячелетия. — М. : Международные отношения, 1993.
3. Барт Р. Мифологии. URL: [http://rumagic.com/ru\\_zar/sci\\_philosophy/bart/2/](http://rumagic.com/ru_zar/sci_philosophy/bart/2/).
4. Васильева Л. Н. Теория элит: социология политики. — М. : Социум, 2011.
5. Островская Т. А. Взаимодействие концептов и дискурса в исследовании дискурса элиты // Национально-культурный компонент в тексте и языке: тезисы докл. V Юбилейной междунар. науч. конф. (Минск, 6—8 дек. 2012 г.). — Минск, 2012. — С. 93—98.
6. Парсонс Т. One for My Baby, или За мою любимую / Тони Парсонс ; [пер. с англ. М. Павловой]. — М. : Эксмо ; СПб. : Домино, 2011.
7. Розанова М. Ellita об элите // Elle : журн. URL: <http://revykin.com/rozanova/09.htm>.
8. Фуко М. Надзирать и наказывать. Рождение тюрьмы. — М. : Ad Marginem, 1999.

9. *Русакова О. Ф., Русаков В. М.* PR-Дискурс: теоретико-методологический анализ. URL: <http://gendocs.ru>.

10. *Чудинов А. П., Будаев Э. В.* Дискурсивное направление в зарубежной медиалингвистике // Изв. Урал. гос. ун-та. 2006. № 45. С. 167—175.

11. *Чудинов А. П.* Российская политическая метафора в начале XXI века // Политическая лингвистика. 2008. № 1 (24). С. 86—93.

12. *Parsons T.* Structure and Process in Modern Societies (A Collection of Essays). — Glencoe (Ill.), 1960.

13. *Seward I. Diana.* An Intimate Portrait. Contemporary Books. — Chicago (Ill.), 1997.

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

УДК 821.161.1.3(Рубина Д.)  
ББК ШЗЗ(2Рос=Рус)-8,44

ГСНТИ 16.21.33; 17.82.32

Код ВАК 10.01.01; 10.02.01

Т. М. Пономарева Т. М. Ponomareva

Москва, Россия; Измир, Турция Moscow, Russia; Izmir, Turkey

**ТОЛЕРАНТНОСТЬ  
(ИЛИ «НЕОБХОДИМОСТЬ ПРИЯТИЯ»)  
КАК СМЫСЛОБРАЗУЮЩАЯ ИДЕЯ  
РАССКАЗА Д. РУБИНОЙ «ТУМАН»**

**Аннотация.** На материале рассказа Д. И. Рубиной «Туман» (2008) рассмотрен генезис поликультурного конфликта, специфика его развития и возможный вариант преодоления разногласий между разными картинками мира (восточной и западной), найденный главным героем повествования: вычленение «Я»-нарратива из «Мы»-нарратива, что обеспечивает переход от активного неприятия к толерантности. Поиск внутренней гармонии задает определенный внутренний ритм организации повествования произведения.

**Ключевые слова:** толерантность; картины мира; ментальность; Запад; Восток; нарратив.

**Сведения об авторе:** Пономарева Татьяна Михайловна, аспирант, кафедра русской литературы и журналистики XX—XXI веков Московского педагогического государственного университета.

**Место работы:** помощник главы-основателя и старший преподаватель Общества изучения русского языка и культуры им. А. И. Солженицына (г. Измир, Турция).

**Контактная информация:** Bostanli Mah. 2013/1 e-mail: tatish76@mail.ru.

**TOLERANCE  
(OR “NECESSITY OF ACCEPTANCE”)  
AS THE CENTRAL IDEA  
OF D. RUBINA’S STORY “THE FOG”**

**Abstract.** The story of D. Rubina “The Fog” (2008) depicts the genesis of a policultural conflict, specific features of its development and the possible ways of overcoming the opposition between different linguistic world images (eastern and western), found by the protagonist: singling out of the I-narrative from the WE-narrative which ensures the transition from active antagonism to tolerance. The search of inner harmony gives certain inner rhythm to the narration in the story.

**Key words:** tolerance; linguistic world images; mentality; West; East; narrative.

**About the author:** Ponomareva Tatiana Mihaylovna, Post-graduate student of the Chair of Russian Literature and Journalism of XX—XXI centuries of Moscow State Pedagogical University.

**Place of employment:** Assistant of the Board Director and Senior Lecturer of the Association of the Russian Language and Culture n. a. A. I. Soljenitsin (Izmir, Turkey).

Sk, D:1 Yilmaz apt. 35540/ Karsiyaka, İzmir.

В рассказе Дины Рубиной «Туман» воссоздана сложная ситуация. Репатриант из России живет в Израиле и ежедневно, будучи полицейским, сталкивается с непривычными этическими принципами. Так, брат двух сестер насильственно помог старшей, старой деве, уйти из жизни, чтобы смыть позор, нанесенный ее тайными встречами с мужчиной — это был единственно возможный, по родовым меркам, выход.

В рубинском повествовании «я» автора преобразуется в «я»-образ, собранный, сотканный из героев произведения или, наоборот, перераспределенный между ними. При этом он создается не только одушевленными, но и неодушевленными участниками сюжета.

Благодаря «рассыпанию» точки зрения автора на множество возникает та необходимая объективность восприятия, когда читатель может посмотреть на описываемую в произведении ситуацию с разных сторон, другими словами, получается взгляд изнутри ситуации, так называемая обратная перспектива, как если бы герои какого-либо художественного полотна заговорили со зрителями.

Предметом исследования данной статьи является поиск компромисса между представителями разных ментальностей, сокрытый в поэтике рассказа Дины Рубиной «Туман», компромисса, который, по замыслу писателя, должен привести к преодолению извечного противостояния западного и восточного мышления. Конечно, с одной стороны, «Запад... конструирует Восток как своего... „чужого“... вмещающего все характеристики, считавшиеся незападными, а следовательно, негативными» [Лысенко 2012: 37]. С другой, между Западом и Востоком возможен диалог, хотя бы попытка не столько принять, сколько понять людей, с которыми живешь бок о бок и которые являются носителями другой ментальности, перейти от сложившегося образа «чужого» к образу «другого», или, как писал М. М. Бахтин в работе о поэтике Достоевского, возможность услышать «чужое слово», равноправность множественных «кругозоров» и позиций.

Причиной выбора именно этого произведения (рассказа «Туман») являются особенности социальной и личностной судьбы писателя Дины Рубиной, актуальные в рамках предпринятого исследования: большая часть

© Пономарева Т. М., 2013

жизни Рубиной приходится на советское время (отсюда если не транслирование, то знание советского менталитета); репатриация в Израиль вызвала погружение в менталитет страны проживания и осваивание иудейской мифологии — тому свидетельство творчество писательницы израильского периода; к особенностям страны проживания относится соседство еврейской и восточной (арабской) ментальности, с которой (как бы к ней ни относиться) приходится изо дня в день уживаться. Следует иметь в виду условность последней антитезы, так как собственно еврейская (в ближневосточном изводе) ментальность и культура — это тоже Восток.

Главный герой рассказа «Туман», Аркадий, живет в израильском городке, населенном немалым числом арабов. При этом сам Аркадий и его семья не «местные», он переехал в этот городок из России. Новая действительность, а также род деятельности — полицейский — заставляют его пересматривать свои взгляды на жизнь, учиться жить с носителями другой картины мира (Аркадий называет их «они»), которая, как выясняется, сильно отличается от его собственной. Этот конфликт и необходимость его разрешения становятся главной движущей силой сюжета рассказа.

Аркадий предстает перед читателем в угнетенном состоянии — он не хочет просыпаться, не хочет возвращаться в реальность: *Здравствуй, новый день, как бы тебя прожить* [Рубина 2008: 171]. Нежный стрекот будильника для него подобен пытке. Звуки, предметы раздражают. Однако основной конфликт назревает изнутри. Текст наполнен внутренними диалогами. Именно через обращение к «я»-адресату Аркадий пытается найти потерянное равновесие (кто прав, кто виноват; что белое, а что черное), так как общение с целью найти ответ и задать вопрос возможно только с «ты/вы». С «они» диалог как таковой невозможен. Таким образом, складывается оппозиция «свои» — «чужие», обозначаемая на графическом уровне курсивом (курсивом в тексте выделяются «они»). Функция местоимений здесь выходит за пределы исключительно дейктических: они становятся смыслообразующими в художественном повествовании, т. е. порождают «мы»-нарратив и «они»-нарратив, где «мы»-нарратив — это западная ментальность («запад-есть-запад»), а «они»-нарратив относится к представителям восточной ментальности (хотя в тексте нигде не упоминается понятие «восточный», оно прочитывается в контексте и подтексте, в стереотипе повседневности: Запад есть

противоположность Востоку). Но это вначале. Постепенно, в ходе проживаемых ситуаций, а также постоянного внутреннего диалога героя с собой (из-за невозможности, как уже говорилось, построить диалог с *ними*), от «мы»-нарратива начинает отделяться «я»-нарратив. Этот последний демонстрирует не только уход от «мы»-нарратива, но именно разделение «я»-нарратива в самом себе или, как уже говорилось выше, обращение к «я»-адресату. С одной стороны, «западный» человек в нем не согласен с некоторыми способами организации общежития у местного населения («восстановление семейной чести» через принудительную смерть одного из участников, всегда женского пола). С другой стороны, герой понимает: *Они так веками жили, и жить будут еще сто веков именно так. Ты их перевоспитать намерен? Но откуда ты знаешь, несчастный запад-есть-запад, что на их месте и в их шкуре не стал бы убивать свою Надежду, или вон Юльку, за то, что книги не бережет?* [Там же: 195] (выделено нами. — Т. П.).

Таким образом, примерно к середине повествования образуется уже тройственный конфликт: «запад-есть-запад», *они* и сам герой, который понимает позицию Запада, но не может не согласиться и с *ними*.

В начале повествования всё, что относится к «они»-нарративу (чужой, другой), окрашено в негативные тона, *они* — дикие, странные: *У них же младшая раньше старшей выскочить ни-ни... <...> они своих баб, как мух, давят, режут и жгут!* [Там же: 171] (выделено автором). При этом «мы»-нарратив — олицетворение правильного, носитель справедливости: *Можно, конечно, пуститься в опасные дебри под названием „восстановление семейной чести“ и, все вокруг разворотив, посчитать себя вершителем справедливости* [Там же: 177] (выделено нами. — Т. П.). Однако, во-первых, это уже не первый случай в практике Аркадия, а во-вторых, он уже достаточно давно живет среди этих *они*, и у него было достаточно времени, чтобы присмотреться и сопоставить свои внутренние убеждения и их образ жизни.

Интересно проследить расширение картины мира Аркадия, когда он от неприятия, отталкивания «другого» переходит к осознанной толерантности. Сначала на визуальном уровне происходит принятие ландшафта через нахождение схожести новой действительности со старой: *...по краям дороги голубые атлантические ели, которые в детстве он знал „кремлевскими“, а встретив в горах Галилеи, ахнул и остался здесь*

*жить* [Там же: 180]. Затем — на вкусовом: *За все эти годы он привык к здешней еде, и в последнее время, оказавшись за границей, очень по ней скучал* [Там же: 184]. И, как упоминалось выше, на психологическом уровне, когда Аркадий начинает представлять себя на месте *они*.

Обозначенный нами как основной, мотив «необходимости приятия» чужого находит свое воплощение на различных уровнях поэтики рассказа. Сложность принятия решения передается автором через обращение к образу «тумана» и связанным с ним ассоциативным рядом. Вынесенный в заглавие, туман приобретает силу концепта, т. е. такого понятия, которое задает тон первоначальному читательскому восприятию последующего текста. Затем концептуальная составляющая заглавного понятия буквально реализуется в художественном мире рассказа: *И здесь хозяйничал туман <...> Попадая в гущу облака, прохожий на миг растерянно замирал, словно высматривая надежную кочку среди болота...* [Там же: 202]. И дальше: *Туман, как сон, приоткрывает двери и дает заглянуть внутрь бездонного пространства, но стоит переступить порог, как глубина эта плющится, под ногой хлюпает лужа, а перед носом вырастает глухая стена...* [Там же: 205].

Туман во внешнем мире как нельзя лучше передает ощущение неясности, неопределенности в душе героя. Не случайно автор заставляет героя вспомнить о книге, прочитанной в юности... *Там тоже герой все кого-то ищет, и бродит, бродит в тумане...* [Там же: 181].

Ритм внутреннего и внешнего повествований (под внутренним повествованием подразумеваются мысли главного героя, его внутренние диалоги, являющиеся также частью текста и выделенные автором курсивом, т. е. графически отделенные от основного текста. Внешнее повествование — это остальной текст, «внешний мир») задается постоянным напоминанием о тумане, т. е. о необходимости двигаться медленно, на ощупь, когда знакомые при нормальном освещении вещи меняют свое привычное очертание, когда невозможно рассчитывать на обычные органы чувств. Для героя таким «движением на ощупь» становится постоянное столкновение с непониманием со стороны людей, которым он, как представитель закона, пытается помочь. Таким образом, туман, который в сознании людей всегда воспринимается как образ того, что затрудняет ориентацию в пространстве и во времени, в этом рассказе дополняется новыми смысловыми оттенками: «туманность», запу-

танность отношений между людьми, живущими согласно сложившимся традициям и не желающими их менять. И только тот, кто погрузится вместе с ними в этот «туманный» мир, проживет «полжизни», сможет начать различать то, что не заметит «запад-есть-запад».

Кульминацией рассказа является момент, когда Аркадий неожиданно для себя находит людей, которые смогли показать ему другую реальность, которая практически не связана с человеческой, в которой нет постоянных поисков ответа на вопрос, что хорошо, а что плохо. До этого читатель слышит только голос самого героя, видит происходящее его глазами: внутренние диалоги, в которых выражено собственное бессилие, попытки понять позицию противоположной стороны выплескиваются в буквальное блуждание героя по улицам знакомого города в тумане. Местность изменилась, приходится кружить и кружить по тем же самым маршрутам (*Даже выучив, как свои пять пальцев, каменную путаницу старого Цфата, в туманные зимние ночи можно запросто заблудиться в ее петлях и узелках...* [Там же: 205]). Герой ищет дом, который ему порекомендовал бармен. Об этом месте он, полицейский, т. е. тот, кто изучил городок вдоль и поперек, слышит впервые. Наконец-то дом найден. Он наглухо задраен от проникновения тумана, внутри него — свой мир, своя атмосфера: *...не то чтобы покинутое или заколоченное жилье, но явно крепко запертое от тумана на все запоры* [Там же: 206] (выделено нами. — Т. П.). Герой уже слегка пьян, издерган событиями последних дней, и вот он в полуподвальном помещении, где ему открывается новая картина мира, его новое осмысление. Он случайно слышит философский диалог между двумя людьми, которых мысленно называет *черный* и *белый*. В отличие от Аркадия, эти двое были *погружены в глубокое спокойствие* [Там же: 207]. *Черный* был каббалистом, *белый* — *белым* был *весь, с ног до головы, от седых, тронутых желтизной кудрей под лисьим малахаем, до белых чулок и белых туфель с пряжками...* [Там же: 207]. Несмотря на необычность одеяния, главный герой сразу представил второго в роли пожилого мушкетера, другими словами, это были просто люди, но им открылось нечто, что помогло внутренне успокоиться: они нашли возможность диалога без спора, признавая справедливость аргументов противоположной стороны. Они, размышляя вслух над древними текстами, находили силы к гармонии с собой и с окружающим миром: *...и каждое слово белого*

светится солнечной ясностью смысла, а каждое слово **черного** окутывает сущности и предметы тенью сомнений [Там же: 213].

*Но и свет и тьма нужны для управления миром, — **черный** слегка напряг голос... „Свет выявляет объекты в их индивидуальном существовании, а тьма, временно скрывая болезненно резкие воздействия, делает возможным взаимодействие сущностей, усиливая их эффективность...”* [Там же: 212]. В рассказе описывается достаточно короткий промежуток времени, но для Аркадия наконец-то происходит прерывание «дурной» бесконечности (невозможности примирения с традицией «восстановления семейной чести» через принудительную смерть участницы инцидента) и соглашение с необходимостью *приятия*. Сознание Аркадия, его внутренний мир находит выход: *закрывать дверь*.

На уровне символики текста туман — образ метания, поисков ответа вслепую. Дом, жильё с подвальной комнатой, «вроде караван-сарая», является спасением. Этот телеологический момент, момент обретения цели для причинно-следственных связей, можно назвать катарсисом в душе героя. Действительно, это не просто напрашивающийся вывод, но выход для разрешения конфликта, переживаемого героем. Это не ответ на мучающий вопрос, а признание наличия надличной воли. И в этом освобождение: *Наступало утро — время, когда вещи отделены одна от другой, и можно разглядеть их отличия, ощутить их границы, осознать их меру и осязать*

*душой красоту и величие Божьего мира...* [Рубина 2008: 215] (выделено автором).

Новое миропонимание, в котором нет вопросов и ответов (Аркадий хотел спросить у Всевышнего: почему, если он заботится о сотворенных им объектах, то допускает убийство одного другим. Может, он тоже соучастник преступления? [Там же: 213]). Но есть приподнятость над всей этой суетой: *Но спросить не успел. Вдруг они запели оба! <...> И Аркадий совсем не удивился, так и должно было быть: где же, как не в музыке, свет и тьма соединяются безупречно, не уничтожая, но обогащая друг друга!* [Там же: 213] (выделено нами. — Т. П.). Восстановленное внутреннее равновесие находит отклик во внешней действительности. Появившийся в то утро, когда герой выходит из подвального помещения, в котором провёл всю ночь, «сирийского шелка» туман, не задерживаясь, поднимается вверх.

Приобретенная благодать не омрачается и воспоминаниями об отречённом убийце своей сестры. С героем, несмотря на видимое поражение, остается чувство победы, так как он смог, пусть и после ее смерти, оправдать вынужденно умершую, а также совершить «необходимое приятие» все еще новой для него действительности, ставшей родной.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Лысенко В. Ориентализм и проблема чужого: ксенологический подход // Ориентализм / оксидентализм: языки культур и языки их описания / ред.-сост. Е. С. Штейнер. — М. : Совпадение, 2012.

2. Рубина Д. Туман // Я и ты под персиковыми облаками : рассказы / Д. Рубина. — М. : Эксмо, 2008. С. 170—216.

*Статью рекомендует к публикации д-р филол. наук, проф. Н. В. Барковская*

УДК 82-54  
ББК Ш100.621

ГСНТИ 16.21.55

Код ВАК 10.02.01; 10.02.19

**И. П. Ромашова** I. P. Romashova  
Омск, Россия Omsk, Russia

**«НОМО ЛЕГИТИМИРУЮЩИЙ»:  
ДИСКУРСИВНЫЕ ПРАКТИКИ  
МОДЕЛИРОВАНИЯ ОБРАЗА**

**Аннотация.** Рассматриваются текстовые и невербальные дискурсивные практики создания образа аудитории, одобряющей деятельность социального института. Вводятся термины «легитимность» и «легитимация». Анализ жанров легитимации подкреплен примерами из политического и корпоративного дискурсов.

**Ключевые слова:** дискурс; дискурсивная практика; легитимность; легитимация; тексты легитимации.

**Сведения об авторе:** Ромашова Инна Петровна, кандидат филологических наук, доцент, факультет филологии и медиакоммуникаций.

**Место работы:** Омский государственный университет им. Ф. М. Достоевского.

**Контактная информация:** 644077, г. Омск, пр-т Мира, 55а, 2-й корп. ОмГУ, к. 124.  
e-mail: romashova.inna@gmail.com.

**«HOMO-LEGITIMATING»:  
DISCURSIVE PRACTICES  
OF IMAGE MODELING**

**Abstract.** The article deals with text and nonverbal discursive practices of creating an image of the audience which approves of a social institution's activity. It introduces the terms of "legitimacy" and "legitimation". The analysis of legitimation genres is supported by the examples from political and corporate discourses.

**Key words:** discourse; discursive practice; legitimacy; legitimation; legitimation texts.

**About the author:** Romashova Inna Petrovna, Candidate of Philology, Assistant Professor, Faculty of Philology and Mediacommunication.

**Place of employment:** Omsk State University.

Любому социальному объекту для институционализации (закрепления в общественной системе) необходимо легитимировать свои практики не только в правовом и государственном дискурсах, но и в сознании общественности и других целевых групп. Аудитория может одобрить или не одобрить деятельность социального института. В зависимости от этого институт либо получает право беспрепятственно реализовывать свои общественные и дискурсивные практики, либо ему приходится прикладывать дополнительные усилия для преодоления сопротивления управляемого большинства.

Для предупреждения риска делегитимации в институциональном дискурсе используются специальные PR-практики, направленные на создание образа целевой аудитории, одобряющей деятельность этого института. Иначе говоря, в дискурсе создается образ «человека легитимирующего», которому приписывается ряд вербальных и невербальных действий, символизирующих оправдание деятельности социального актора.

Приемы моделирования образа адресата изучаются в лингвистической прагматике (В. В. Виноградов, Т. Г. Винокур, Т. В. Шмелева (последняя включает в модель речевого жанра «образ адресата», необходимый для успешной реализации данного жанра [Шмелева 1997])), в работах по рекламным

коммуникациям [Дубовская 2002; Паршин 2000], по дискурсу СМИ [Каминская 2009], в лингвистических исследованиях по имиджелогии [Сушненкова 2010]. В работах по рекламному дискурсу выделяются когнитивные эффекты дискурсивного моделирования необходимого восприятия от навязывания адресату нужного потребительского поведения до изменения его жизненных установок и ориентиров [Дубовская 2002], анализируются стандартные технологии внушения таких установок [Паршин 2000]. В терминах PR речь идет о «massage management» — направлении PR-деятельности, связанном с «управлением процессом адекватного восприятия аудиторией сообщений» [Чумиков 2001: 24]. Адекватным, как отмечает тот же автор, является восприятие, выгодное субъекту PR.

О значимости дискурсивного моделирования образа адресата, лояльного по отношению к социальному институту, свидетельствует большое количество жанров, реализующих эту задачу. Проведенный нами анализ практик политического, корпоративного, рекламного дискурсов позволил установить, что лояльный член сообщества или общества должен (1) «поддерживать» действия института, (2) «благодарить», (3) «выражать доверие», (4) «клясться» в верности и «присягать». Данные тактики находят воплоще-

Исследование выполнено при финансовой поддержке гранта РГНФ № 12-14-55001 «Лингвистика на службе гражданского общества: инновационные подходы в лингвистических исследованиях социальных процессов в Омской области».

ние в жанрах благодарности, в народных «письмах поддержки», в клятвах и присягах, в положительных «отзывах о работе» института и отдельных его организаций.

К жанрам, в которых выражается доверие институту, мы относим в первую очередь открытые письма и другие публикации в поддержку действий института и его представителей. *Учитывая большую роль ЗАО „Экоойл“ в экономике города и области, это предприятие должно иметь в законодательном собрании области своего представителя. Мы считаем, что таким представителем должен быть П. А. Панкратьев,* — так заканчивается материал с характерным названием «Нефтепереработчики поддержат!» (Омский каучук. 2008. № 4 (2031). С. 3). «Письма поддержки» используются накануне политических выборов, кадровых перестановок в государственных и коммерческих структурах и размещаются в корпоративных изданиях, на сайтах, в текстах листовок: *Кроме избирателей 130-го округа, у В. К. Веретено есть еще группа поддержки в лице читателей газеты „Мальчишки, девчонки“ (корпоративная газета «Оша». 2002. № 18 (63). С. 6); Нам, жителям Нефтяников, нужен депутат, защищающий в городском Совете наши интересы. Именно таким кандидатом является Олег Белявский. Он живет и работает в Нефтяниках, знает все проблемы нашего района и готов с момента избрания в городской Совет заняться их решением (листовка, 2012). Поддержка может быть выражена и в шуточной форме: У кандидата В. Ф. Шрейдера в избирательном бюллетене будет № 25. Находятся шутники, которые балагурят на его сайте [www.shreider.ru](http://www.shreider.ru) по этому поводу: „Этот номер 25-й очень нравится девчатам!“, „Чтобы мэром точно стать, нужен номер 25“ (газета «Доказываю делом». 2005. 14 марта. С. 4). Письма поддержки, открытые письма, порой закамуфлированные под редакционные статьи, имеют характерные названия: *Нам такой нужен!; Вот такой он человек!; Он не боится ответственности; Мы ему доверяем!; Наш Павел; В поддержку кандидатуры; Верим: не подведет!; Мы-за!!!; Это НАШ депутат; Почему нам нужно голосовать за ...?; Полетовцы, мы — за вас; Это мой банк и пр.**

Известны примеры, когда политические лидеры и руководители организаций обращаются к населению с лично адресованными письмами за поддержкой: *Уважаемый Петр Николаевич! Обращается к Вам Анатолий Чубайс — Председатель Правления РАО „ЕЭС России“. Во всем, что мы делаем, нам очень нужна Ваша Поддержка.*

*Именно об этом я и хотел рассказать Вам в своем письме (директ-мейл, рассылка, 2005).*

За письма поддержки «от лица народа», по сложившимся канонам легитимации, институт и его представители должны выразить благодарность своей целевой аудитории: *Уважаемые избиратели! Благодарим Вас за то, что Вы поддержали выдвижение наших кандидатур в органы власти! 22 марта 2002 года в день выборов надемся на Вашу поддержку. С уважением О. Матеев и В. Филатов (Красный путь. 2002. № 4. С. 1); Искренне благодарны за поддержку! Инициативная группа избирателей М. Сутягинского (листовка, 2000).*

Вторым жанром легитимации, таким образом, становится «благодарность». Например, благодарность сотрудников за предоставленные компанией возможности обязательно находит отражение в корпоративной печати: *Первый день открытия магазина был полон улыбок и комплиментов в адрес магазина и сотрудников. Многие покупатели заходили со словами: „Спасибо, что вы открылись!!! Мы же, в свою очередь, хотим выразить искреннюю благодарность всему руководству Компании „Красный куб“ (корпоративный журнал «Красный куб». 2008. Окт. С. 27). Благодарности представителей института и их целевой аудитории могут быть взаимными. В этом смысле благодарность можно охарактеризовать как традиционный ритуальный жанр легитимации.*

Кроме «писем поддержки» и благодарностей, к жанрам легитимации мы относим «клятву в верности»: *Туркменистан, отчизна любимая, край родимый мой, и в мыслях, и сердцем я всегда с тобой. За малейшее зло, причиненное тебе, да отнимется рука моя. За малейший навет на тебя да обессилеет язык мой. В час измены Родине, Президенту Туркменистана, священному стягу твоему да прервется дыхание мое (Национальная клятва Туркменистана. 2007).*

«Клятва верности» как жанр легитимации — весьма распространенная практика в различных типах дискурсов: государственном, политическом, профессиональном, корпоративном. В США, например, школьники произносят «клятву верности флагу», текст которой утверждается конгрессом: *Я клянусь в верности флагу Соединенных Штатов Америки и республике, которую он символизирует, одной нации под Богом, неделимой, со свободой и справедливостью для всех (I pledge allegiance to the flag of the United States of America and to the Republic for which it stands, one Nation under God,*

*indivisible, with liberty and justice for all*). Аналогичная традиция принесения клятвы государственному флагу появилась в 2013 г. в Республике Беларусь. Выпускники российских школ произносят клятву верности школе, родному городу, республике. В СМИ с 2013 г. обсуждается инициатива брать клятву с подростков, получающих паспорт РФ. Предлагается следующий вариант: *Я, гражданин Российской Федерации, торжественно беру на себя обязанность неукоснительного соблюдения законов нашего государства, считаю, что я должен быть веротерпимым, чтить традиции нашей страны, с уважением и почтением относиться к своим родным и близким, быть верным защитником конституционного строя, переносить все тяготы и лишения, которые могут возникнуть. Нарушив данное мною обязательство, считаю, что я поступил бесчестно по отношению к себе и окружающим меня гражданам нашей страны* (Коммерсант FM. 2013. 08.02).

Клятвы произносят сотрудники современных корпораций, причем эта практика стала настолько распространенной, что была спародирована участниками форума на HR-портале: *Я сегодня не просто вступаю, Как всегда ни туды ни сюды — Я сегодня собой пополняю „[название компании]“ родного ряды. Я не просто сегодня стал членом, Я семью обретаю свою. И теперь, преклонивши колено, Я присягу на верность даю...»* (HR-portal. 2007).

Легитимирующий перлокутивный эффект жанра клятвы определяется тремя факторами: (1) высокой оценкой института, данной в тексте (*отчизна любимая; родная компания, ... семья; одной нации под Богом, неделимой, со свободой и справедливостью для всех*); (2) описанием качества и интенсивности верноподданнических чувств, которые должен, согласно тексту, испытывать апологет по отношению к сообществу или институту (*верность, любовь, гордость, радость, готовность претерпевать лишения*); (3) интенсивностью наказания за нарушение клятвы (*да отнимется рука моя; да обессилеет язык мой; а иначе меня как Иуду предлагаю проклясть и убить*). Клятва, таким образом, выступает табу-жанром, с помощью которого осуществляется управление поведением членов социума.

В государственном, политическом, рекламном и корпоративном дискурсе можно дополнительно выделить жанр легитимации, который мы называли «слоганами единения». Это слоганы, речовки, девизы с семантикой отождествления или присвоения, начиная от девизов государств (*Единство обеспечивает*

*ет силу* (Ангола); *Одна нация — одна культура* (Армения); *Единство дает силу* (Бельгия) и мн. др.) и советских лозунгов (*Народ и партия едины; Программа партии — программа народа*) до постсоветских партийных слоганов (*Сильная Россия — Единая Россия; Народ! Медведев! Путин! Вместе победим!* — лозунги партии «Единая Россия», 2010), корпоративных речовок (*„Вымпелком“ — это ты, „Вымпелком“ — это я, „Вымпелком“ — моя компания*) и рекламных слоганов: *Мой стиль. Моя мебель* (диваны и мягкая мебель «El Todo»); *My goodness, my Guinness* (*Мой бог, мой Гиннес* — реклама пива), *Вот что я люблю* (Макдоналдс) и др.

Анализ способов создания образа «hoto легитимирующего» показывает, что речь идет не просто о наборе языковых средств, но именно о дискурсивной практике, поскольку подтверждением состоявшейся или демонстрируемой легитимации выступают не только высказывания «групп поддержки», но и их невербальные действия.

Классическим примером невербальной поддержки действий институтом являются аплодисменты. В советском политическом дискурсе в печатных материалах съездов КПСС фиксировалась реакция зала на выступления партийных лидеров: *бурные аплодисменты, бурные продолжительные аплодисменты*. Рукоплескания зала составляли значительный фрагмент видеохроники и трансляций со съездов и партийных конференций. Об аплодисментах как традиционном средстве выражения одобрения в советском и постсоветском дискурсивном пространстве говорят лингвисты (А. В. Олянич, Е. И. Шейгал). А. В. Олянич, автор презентационной теории дискурса, пишет о «вовлечении в демонстрационную коммуникацию знаков одобрения, таких как аплодисменты и овация» [Олянич 2002: 104]. «Политики, общаясь друг с другом и журналистами, постоянно помнят о „зрительской аудитории“ и намеренно или непроизвольно лицедействуют, „работают на публику“, стараются произвести впечатление и „сорвать аплодисменты“», — отмечает Е. И. Шейгал [Шейгал 2000: 92]. Семиотике звука и тишины в советском и постсоветском дискурсах посвящена работа философа С. Е. Вершинина, который отмечает: «Официальные политические мероприятия ожидаемо сопровождались различными шумами (съезды и собрания — аплодисментами, криками одобрения и здравицами). <...> Шум выполнял в обществе многообразные функции. Прежде всего, это функция социализации, т. е. вовлечения и приобщения индивидов к деятельности

социума (группы). Признание индивидом того или иного шума как совокупности технологически и социально необходимых звуков означало легитимацию социальной реальности» [Вершинин 2003: 18].

Эта традиция демонстрации одобрения активно развивается и в наше время. Перед визитом в Нижнекамск президента Татарстана Рустама Минниханова (11 сентября 2012 г.) всем участникам торжественного мероприятия, посвященного открытию в городе нового завода, раздали специальные памятки, в которых было написано, как вести себя при президенте республики (Вконтакте. 11.09.2012. URL: [go.kam.ru/news6246](http://go.kam.ru/news6246)): *Просим соблюдать следующие правила: 1. Всегда лицом к Президенту; 2. Соблюдаем этикет: не разговариваем, лица спокойные и приветливые. 3. Телефоны НЕ брать. 4. В руках — только флажки. 5. Аплодируем после всех выступлений гостей. 6. Когда в цех будет заходить Президент с делегацией, кричим „Ура!“ и машем флажками...*» (рис. 1).

Превращение аплодисментов в показатель лояльности и одобрения переходит из политической сферы в СМИ: «В такой вымороченной ситуации совершенно утрачивают

ся смысл и ценность аплодисментов. Их включают в ситкомах и юмористических шоу тогда, когда обязано быть смешно. Там обитает аллегорическая невидимая фигура **довольства** уровнем телепрограммы. Аплодисменты превращаются в обозначение **лояльности** живого зрительского множества к телевизионному продукту. Именно этот смысл аплодисментов нужнее всего телевидению. Поэтому присутствие артистов в телестудиях в роли увлеченных и **благодарных** зрителей — это самопиар, взаимовыгодное сотрудничество с телеканалами и **акция присягания в верности** корпоративных интересам. Телевидение же получает сразу фон, атмосферу, человеческое начало „для мебели“, а главное — **иллюзии собственной высокой народности**» [Сальникова 2010: 21—22]. В статье журналиста обозначены все прагматические эффекты аплодисментов, такие как демонстрация удовлетворения, лояльности, благодарности, поддержки. Те же функции выполняют улыбки. «Аплодисменты», «улыбки» и «флажки» организуются субъектом легитимации, при этом реальная поддержка институт не всегда интересует. Во всяком случае, до тех пор, пока не появятся риски делегитимации.

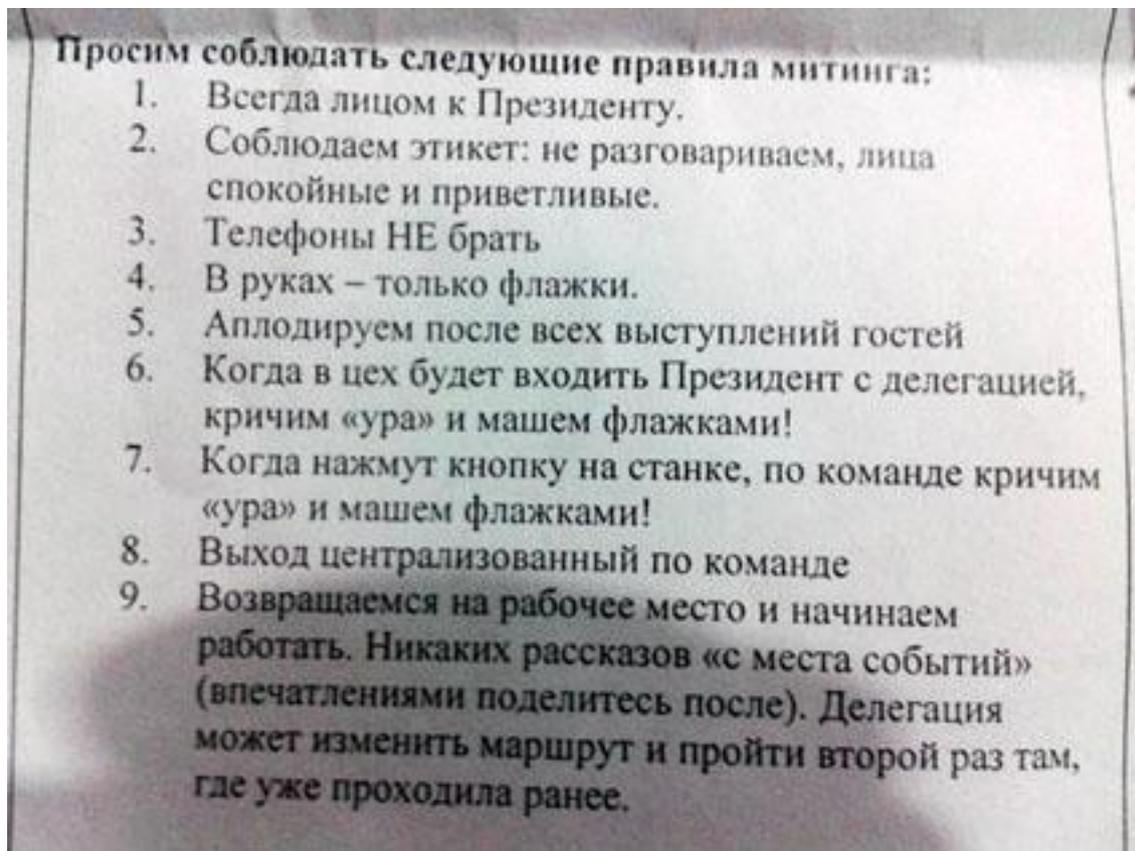


Рис. 1

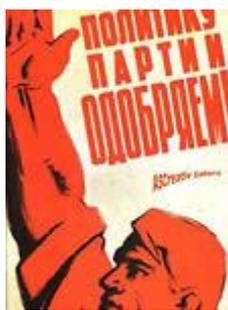


Рис. 2. Плакат 1970-х гг. (СССР)

Как всякая растиражированная практика, аплодисменты в качестве показателя лояльности стали объектом иронической рефлексии. В кинофильме «Добро пожаловать, или Посторонним вход воспрещен» (реж. Э. Климов, 1964 г.) пионер пародирует стереотипную фразу руководителя лагеря: *Аплодируем, аплодируем, кончили аплодировать!* Цитата из кинофильма вошла в паремиологический фонд и используется в качестве иронической реакции на официальную демонстрацию верноподданнических чувств: *Товарищи, не побоюсь этого слова, друзья, уже полмесяца, как мы можем говорить не йОгурт, а йогУрт! УРА, ТОВАРИЩИ! аплодируем, аплодируем, кончили аплодировать* (Комсомольская правда. 2008. № 13. 30 янв.).

Моделируемое отношение аудитории к институту закрепляется в разного рода креолизованных текстах, например в плакатах и рекламных роликах. В качестве примера приведем типичные для советского дискурса плакаты «*Политику партии одобряем!*» и «*Омичи за сильную единую Россию*» (рис. 2, 3).

На плакате и баннере визуальный ряд поддерживает вербальный. Идея «одобрения» воплощена в слогане и в фигуре «народного представителя», голосующего за решения партии (рис. 2). На рис. 3 идея единства партии и народа реализована через размещение фигур политиков, олицетворяющих партию, и пейзажа г. Омска, метонимически представляющего «омичей», в одном зрительном пространстве. В баннере использован так называемый нормальный угол съемки (камера находится на уровне глаз персонажей), что дает зрителям ощущение статусного равенства с изображаемыми. Обычный вариант визуального решения идеи «единства» таков: народ (в лице его отдельных представителей) изображается рядом с политиком или государственным деятелем, особенно во время «встреч лидера с населением».

Завершая обзор вербальных и невербальных средств создания образа «легитимирующей аудитории», отметим, что инсти-



Рис. 3. Плакат 2012 г. (г. Омск)

туты с помощью текстов легитимации контролируют восприятие своих социальных и дискурсивных практик. Благодаря текстам легитимации они закрепляют необходимое им социальное поведение и утверждают приемлемую для них институциональную картину мира.

Однако процесс дискурсивного влияния диалектичен: социум может не принять предписываемое ему поведение. Растиражированные дискурсивные практики с течением времени опознаются и становятся объектом иронической рефлексии. Например, «благодарность от лица всего советского народа» была спародирована в известных строках «Оды партии», которая стала одним из самых цитируемых текстов в Интернете:

*Прошла зима, настало лето, —  
Спасибо партии за это!  
За то, что дым идет в трубе,  
Спасибо, партия, тебе!*

Полагаем, что дискурсивные практики создания «нормы легитимирующего» применяются в каждом институциональном дискурсе. Во всяком случае, таковые обнаружены и описаны лингвистами в политическом [Дейк ван 2009; Спиридовский 2006], рекламном [Степанова 2010], массмедийном [Волкодав 2007], PR- [Русакова, Русаков 2011: 268] и корпоративном дискурсах. Более того, в XX в. появились специальные институты, деятельность которых направлена как раз на легитимацию любого социального объекта: это реклама и PR. Данными институтами применяются разнообразные легитимирующие практики дискурсивного характера. Отметим, что PR-специалистам приходится постоянно модернизировать арсенал «легитимирующих» жанров, стратегий и тактик, поскольку все они носят манипулятивный характер и, будучи опознанными общественностью, утрачивают свой речеводействующий потенциал. Соответственно дискурсивные практики легитимации требуют постоянного и системного изучения в синхронии и диахронии.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Вершинин С. Е.* Принцип шума или проблема звуковой толерантности // Дискурс-ПИ. 2003. № 3. С. 17—19.
2. *Волкодав М. А.* Применение политического дискурс-анализа в решении идеологических задач : на примере медиатизации политических текстов : дис. ... канд. филол. наук. — Краснодар, 2007.
3. *Дейк ван Т. А.* Воинствующая риторика мелкого союзника: политические имплицатуры и легитимация Аснаром войны в Ираке // Современный дискурс-анализ: методология: эмпирические имплицитации. 2009. Вып. 1, т. 2. С. 38—64.
4. *Дубовская И. Н.* Женский портрет на фоне рекламы // Вестн. МГУ. Сер. 19: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2002. № 2. С. 98—106.
5. *Каминская Т. Л.* Образ адресата в текстах массовой коммуникации: семантико-прагматическое исследование : дис. ... канд. филол. наук. — СПб., 2009.
6. *Олянич А. В.* Аплодисменты, аплодисменты! (Семантика и семиотика одобрения в массово-информационном дискурсе) // Чествуя филолога : сб. науч. тр. к 75-летию проф. Литвина Ф. А. — Орел, 2002. С. 104—117.
7. *Паршин П. Б.* Речевое воздействие и манипулирование в рекламе // Рекламный текст: семиотика и лингвистика. — М., 2000. С. 55—75.
8. *Русакова О. Ф., Русаков В. М.* PR-дискурс: теоретико-методологический анализ. 2-е изд., испр. и доп. — Екатеринбург, 2011.
9. *Степанова Е. В.* Реализация лингвопрагматического потенциала фактора адресата в рекламном дискурсе : дис. ... канд. филол. наук. — Волгоград, 2010.
10. *Спиридовский О. В.* Интертекстуальность президентского дискурса в США, Германии и Австрии // Политическая лингвистика. 2006. Вып. 20. С. 161—169.
11. *Сушеникова И. А.* Лингвокогнитивное исследование регионального имиджа : дис. ... канд. филол. наук. — Омск, 2011.
12. *Чумиков А. Н.* Связи с общественностью : учеб. пособие для студентов управлен. спец. вузов. — М. : Дело, 2001.
13. *Шмелева Т. В.* Модель речевого жанра // Жанры речи. — Саратов, 1997. С. 88—98.
14. *Шейгал Е. И.* Театральность политического дискурса // Единицы языка и их функционирование. — Саратов : СГАП, 2000. Вып. 6. С. 92—96.

**Статью рекомендует к публикации д-р филол. наук Н. Д. Федяева**

УДК 81'27  
ББК Ш100.63

ГСНТИ 16.21.27; 16.21.51

Код ВАК 10.02.19; 10.02.04

Т. Ю. Тамерьян T. Yu. Tameryan

В. А. Цаголова V. A. Tsagolova

Владикавказ, Россия Vladikavkaz, Russia

**НОМИНАТИВНОЕ ПОЛЕ  
СОЦИОПЕРСОНАЛЬНОГО КОНЦЕПТА  
KANZLERIN ANGELA MERKEL —  
КАНЦЛЕР АНГЕЛА МЕРКЕЛЬ**

**Аннотация.** Рассматриваются понятийные конститутивные признаки концепта «Kanzlerin Angela Merkel» / «канцлер Ангела Меркель» в немецкой лингвокультуре. Выявлено семь групп данных признаков: род деятельности, партийная принадлежность, территориальное происхождение, образование, социальное происхождение, семейное положение, вероисповедание.

**Ключевые слова:** политический дискурс; политическая лингвистика; персональный дискурс; социоперсональный концепт; понятийная составляющая.

**Сведения об авторе:** Тамерьян Татьяна Юльевна, доктор филологических наук, профессор кафедры иностранных языков для естественно-научных факультетов, факультет иностранных языков.

**Место работы:** Северо-Осетинский государственный университет им. К. Л. Хетагурова.

**Контактная информация:** 362025, г. Владикавказ, ул. Ватутина 44-46.  
e-mail: tamertu@mail.ru.

**Сведения об авторе:** Цаголова Виктория Азаматовна, старший преподаватель кафедры иностранных языков для гуманитарных факультетов, факультет иностранных языков; аспирант.

**Место работы:** Северо-Осетинский государственный университет им. К. Л. Хетагурова.

**Контактная информация:** 362025, г. Владикавказ, ул. Ватутина 44-46.  
e-mail: vika-t77@mail.ru.

**NOMINATIVE FIELD  
OF THE SOCIO-PERSONAL CONCEPT  
“CHANCELLOR ANGELA MERKEL”**

**Abstract.** The article deals with the constitutive features of the concept “chancellor Angela Merkel” in the German linguoculture. Seven types of conceptual features are revealed: the kind of activity, party affiliation, territorial origin, education, birth rank, marital status, religion.

**Key words:** political discourse; political linguistics; personal discourse; socio-personal concept; conceptual constituent.

**About the author:** Tameryan Tatyana Yulyevna, Doctor of Philology, Professor of the Chair of Foreign Languages for Natural Sciences Faculties, Faculty of Foreign Languages.

**Place of employment:** North-Ossetian State University n. a. K. L. Khetagurov.

**About the author:** Tsagolova Victoriya Azamatovna, Senior Lecturer of the Chair of Foreign Languages for Natural Sciences Faculties, Post-graduate Student.

**Place of employment:** North-Ossetian State University n. a. K. L. Khetagurov.

Появление политической лингвистики как особой отрасли языкознания напрямую связано с возросшим вниманием современного общества к внутри- и внешнеполитическим процессам, а также персонам политиков в их вербальном и паравербальном проявлениях, что обуславливает актуальность изучения политического дискурса как междисциплинарного объекта.

Политический дискурс находится в центре внимания многих исследователей, придерживающихся различных лингвистических направлений (А. П. Чудинов, А. Н. Баранов, Е. И. Шейгал, Э. В. Будаев и др.).

Новейшие тенденции политической лингвистики состоят в исследовании языка политической коммуникации широких контекстов и разнообразных жанров. При этом допускается широкая трактовка политического дискурса, которая включает «любые рече-

вые образования, субъект, адресат или содержание которых относится к сфере политики» [Шейгал 2004: 23]. В русле изысканий такого рода в качестве языкового материала привлекаются выступления политиков, политических обозревателей и комментаторов, публикации в СМИ, материалы специализированных изданий в области политики [Баранов 1997; Шейгал 2004].

Согласуется с данным подходом понимание политического дискурса как совокупности «дискурсивных практик, идентифицирующих участников политического дискурса как таковых или формирующих конкретную тематику политической коммуникации» [Пирогова, Баранов и др. 2000: 118].

Узкий подход к пониманию политического дискурса зиждется на представлении о данном феномене как о классе жанров, ограниченных политической сферой. Это

© Тамерьян Т. Ю., Цаголова В. А., 2013

предполагает описание таких жанровых вариаций, как правительственные обсуждения, парламентские дебаты, партийные программы, речи политиков [Дейк 1989: 72].

А. П. Чудинов, объединяя оба подхода, выделяет наиболее значимые аспекты изучения политической коммуникации:

1. Исследование языковых, текстовых или дискурсивных феноменов.

2. Исследование современного политического языка — историческое изучение политического языка.

3. Исследование общих закономерностей политической коммуникации — изучение идиостилей различных политических лидеров, политических направлений и партий.

4. Исследование институционального, медийного и иных разновидностей политического дискурса.

5. Сопоставительные и несопоставительные исследования [Чудинов 2006: 33].

Исследование персонального дискурса А. Меркель и ее языковой личности в настоящий период находится на стадии начальной разработки: отдельные аспекты данной проблематики затронуты в трех работах на материале немецкого языка, рассматривающих немецкий публицистический дискурс на базе статей немецких информационно-политических журналов «Der Spiegel» и «Focus» в период 2007—2009 гг. [Дедюкова 2010], фразеологическую составляющую персонального дискурса [Сопова 2011] и персонологию немецкой лингвокультуры [Черноморец 2010].

В данной статье на материале лексикографических источников и 770 статей, размещенных в немецких информационно-политических журналах «Der Spiegel» и «Focus» в период с сентября 2009 г. по сентябрь 2013 г. (второй срок пребывания Ангелы Меркель в должности Федерального канцлера Германии), выявляются понятийные конститутивные признаки концепта **«Kanzlerin Angela Merkel»** — «канцлер Ангела Меркель» в немецкой лингвокультуре.

Концепт **«Kanzlerin Angela Merkel»** представляет собой двухкомпонентное образование, состоящее из двух нуклеарных элементов — **«Kanzlerin»** и **«Angela Merkel»**. Понятийный пласт концепта, формирующий его содержание, структурируется на основе двух ядер — социополитического и персонального, обуславливающих сложное взаимодействие когнитивных признаков и способов их вербализации.

Из этого вытекают две самостоятельные этимологические истории концепта **«Kanzlerin Angela Merkel»**: история появления и развития лексемы *Kanzler* в немецком языке

и условная этимологизация личного имени *Angela Merkel*.

Лексема *Kanzler* ‘канцлер’ восходит к латинскому *cancellarius* ‘начальник канцеляристов, начальник канцелярии; высокий чиновник, ответственный за составление государственных документов и возглавляющий канцелярию’. В древневерхненемецкий вошло слово *kanzellāri* ‘канцелярист, писарь, нотариус’ (до 900 г.). Средневерхненемецкое *kanzelære* известно в значении ‘начальник канцелярии, начальник канцеляристов’. В IX в. появляется употребление *des īches kanzeler* ‘имперский служащий, ответственный за составление государственных документов’. В XV в. *Kanzler* — *hoher geistlicher Würdenträger, der mit der Ausfertigung öffentlicher Urkunden eines Herrschers betraut war* [Wahrig 1991; Pfeifer 1993] / высшее духовное лицо, которому было вверено составление публичных актов правителя. В XVI в. *Kanzler* — *Vorsteher einer Kanzlei* [Paul 1960: 320] / руководитель канцелярии.

Позже лексемой *Kanzler* обозначался высший придворный суд; в XVII в. происходит дальнейший семантический прирост — это уже «титул начальника канцелярии дипломатического представителя или консула» и «куратора университета» [DWDS].

На основе словарных дефиниций, представленных в этимологических и толковых словарях немецкого языка, мы выделили семантико-когнитивные признаки имени *Kanzler* ‘канцлер’ в немецкой лингвокультуре: 1) *Leiter einer Verwaltungsbehörde, Regierungschef* [Там же] / руководитель административной власти, глава государства; *Regierungschef in bestimmten Ländern, Bundeskanzler, Reichskanzler* [Там же] / глава государства в определенных странах, федеральный канцлер, рейхсканцлер; 2) *Beamter einer diplomatischen Vertretung, der für die Abwicklung administrativer Angelegenheiten zuständig ist* [Duden 1976: 1420] / служащий дипломатического представительства, который отвечает за решение административных вопросов; 3) *leitender Beamter in der Verwaltung einer Hochschule* [Duden 1976: 1420; DWDS] / руководящий служащий в правлении вуза.

Чрезвычайно значим для настоящего исследования тот факт, что в словарях немецкого языка лексема *Kanzlerin* ‘женщина-канцлер’ не зафиксирована. Это объясняется прежде всего тем обстоятельством, что А. Меркель — первая женщина-канцлер в истории ФРГ. Лексема *Kanzlerin* представляет собой дериват, образованный от существительного мужского рода *Kanzler* ‘канцлер’ при помощи суффикса женского рода *-in*, дифференцирующего профессионально-

гендерную принадлежность. В немецком языке суффикс *-in* стилистически не маркирован и не передает разговорную тональность и/или пренебрежительную коннотацию, характерную для суффиксов женского рода в аналогичной позиции в русском языке.

Имя *Angela* 'Ангела' вошло в немецкий язык в Средние века, оно происходит из латинского *angelus*: «1. Bote Gottes, Engel, die vom Himmel Geschickte — посланник Бога, ангел, посланная с неба; 2. die Engelhafte — ангелоподобная [Beliebte-vornamen.de; Vorname.com; Bedeutung von Namen].

Родословная А. Меркель имеет польские корни. Ее семья, проживая в Берлине, сменила польскую фамилию *Kazmierczak* (Казмирчек) на немецкую *Kasner* (Каснер) [Die Welt; Namensgeschichte der Familien Kaßner].

Фамилия первого мужа А. Меркель, которую она сохранила при разводе, несет для нее как для будущего политического лидера благоприятствующие символические смыслы: *Merkel* (*Merkle*) 'Меркель' происходит от уменьшительной формы архаичного германского имени *Markward* или *Mark*, что в диалектной форме звучало как *Merkle* или *Merkel* [Entstehung und Bedeutung des Familiennamens Merkel]. Его широкая популярность до конца XII в. продиктована внутренней формой: «1. Hüter und Schützer der Mark, Wächter der Grenze — хранитель и защитник маркграфства, страж границы; 2. Hüter des Waldes — хранитель леса». В современном немецком языке распространены такие варианты данной фамилии: *Markel*, *Märkel* и *Merkle* [Merkel (Deutsch)].

Первая нуклеарная составляющая имени концепта — лексема *Kanzlerin* 'канцлер' — формирует синонимический ряд имени на базе лексем *Bundeskanzlerin* 'Федеральный канцлер', *Regierungschefin* 'глава правительства'.

Синонимический ряд второй нуклеарной составляющей имени концепта — *Angela Merkel* — составили 7 объективаций: а) полная форма личного имени — *Angela Dorothea Merkel*, Ангела Доротея Меркель (в официальных документах); б) официальное обращение: *Frau Merkel* 'госпожа Меркель', *Missis Merkel* 'миссис Меркель' (на официальных приемах); в) краткая форма личного имени: *Angela Merkel* 'Ангела Меркель'; *Merkel* 'Меркель' (в заголовках и в текстах статей); г) дружеское/неформальное обращение: *Angela* «Ангела» (так к А. Меркель обращалась Аннет Шован, бывший министр образования ФРГ); *Angie* 'Анги' (так к А. Меркель обращались Н. Саркози и Б. Обама в неформальной обстановке, акцентируя близкие личные контакты).

Номинация *Angela Merkel* является доминантой синонимического ряда (35 % от общего количества).

Социоперсональный концепт «*Kanzlerin Angela Merkel*» репрезентирован 60 единицами.

Понятийные конститутивные признаки, репрезентирующие исследуемый концепт, составили 7 групп: «род деятельности» (31,66 %), «партийная принадлежность» (23,33 %), «территориальное происхождение» (13,33 %), «образование» (6,66 %), «социальное происхождение» (5 %), «семейное положение» (5 %), «вероисповедание» (3,33 %).

Наиболее вариативен концептуальный признак «род деятельности», реализованный 19 номинациями, выраженными преимущественно сложными существительными и словосочетаниями. Данная лексико-семантическая группа хронологически делится на две подгруппы — а) репрезентанты, номинирующие концепт «*Kanzlerin Angela Merkel*» до вступления А. Меркель в должность канцлера ФРГ: *Kultursekretärin* 'секретарь по культуре'; *Agitatorin der FDJ-Gruppe* 'агитатор группы ССНМ' (в ГДР А. Меркель активно участвовала в политической жизни, была членом районного комитета Союза свободной немецкой молодежи ГДР и секретарем по агитации и пропаганде); *damalige Bundesumweltministerin* 'бывший министр окружающей среды ФРГ'; *Umweltministerin* 'министр окружающей среды', *Bundesumweltministerin in der Regierung von Helmut Kohl* 'министр окружающей среды в правительстве Гельмута Коля' (после выборов в бундестаг в октябре 1994 г. А. Меркель получила в правительстве Г. Коля должность федерального министра по охране окружающей среды, охраны природы и ядерной безопасности); б) репрезентанты, номинирующие концепт «*Kanzlerin Angela Merkel*» в качестве канцлера ФРГ первого срока: *die erste deutsche Kanzlerin* 'первая женщина — немецкий канцлер'; *die erste Frau an der deutschen Regierungsspitze* 'первая женщина во главе немецкого правительства'; *die erste Frau an der Spitze ihres Landes* 'первая женщина во главе своей страны' (в 2005 г. Ангела Меркель стала первой женщиной — Федеральным канцлером в истории ФРГ); *die Chefin* 'глава' (государства); *die Kanzlerpartei-chefin* 'канцлер — глава партии'; *die heutige Regierungschefin* 'сегодняшний глава правительства'; *CDU-Kanzlerin* 'канцлер от партии ХДС' (с 20 сентября 2005 г. А. Меркель является председателем новой фракции «Христианско-демократический союз / Христианско-социальный союз», а с ноября 2005 г.

совмещает должности председателя фракции ХДС/ХСС и Федерального канцлера ФРГ); *die Machtphysikerin* 'физик у власти' (А. Меркель работала в Центральном институте физической химии при Академии наук ГДР в Берлине); *Politikerin* 'политик'; *die Staatsfrau* 'государственный деятель'; *die Amtsinhaberin* 'чиновник'. Доминантами в данной группе являются номинаторы *die erste deutsche Kanzlerin* 'первая женщина — немецкий канцлер' и *die Regierungschefin* 'глава правительства' (25 % от общего количества).

Когнитивный признак «**партийная принадлежность**» объективирован 14 репрезентантами, выраженными именами существительными и словосочетаниями: *die Christdemokratin* 'христианский демократ'; *Demokratin* 'демократ'; *die CDU-Politikerin/die CDU-Frau* 'политик партии ХДС'; *die sozialdemokratische Kanzlerin* 'социал-демократический канцлер'; *die Parteivorsitzende* 'председатель партии'; *Parteichefin* 'глава партии'; *die CDU-Parteivorsitzende/die CDU-Vorsitzende* 'председатель партии ХДС'; *die CDU-Generalsekretärin* 'генеральный секретарь ХДС'; *die CDU-Chefin* 'глава партии ХДС'; *die amtierende CDU-Chefin* 'действующий глава партии ХДС'; *ostdeutsche Frau in der CDU* 'восточно-немецкая женщина в ХДС' (в 1998 г. Ангела Меркель из Восточной Германии становится генеральным секретарем ХДС); *eine Radikale* 'радикал'. Репрезентант *die CDU-Chefin* 'глава партии ХДС' является доминантой в данной группе (27 % от общего количества).

Когнитивный признак «**территориальное происхождение**» представлен 8 номинациями, выраженными сложными существительными и словосочетаниями: *die Frau aus Templin* 'женщина из Темплина' (А. Меркель выросла и окончила школу в городке Темплине в ГДР); *die Frau aus dem Osten* 'женщина с Востока'; *die erste Ostdeutsche* 'первая восточная немка' (А. Меркель родилась и выросла в Восточной Германии); *die Ostdeutsche aus der Uckermark* 'восточная немка из Уккермарка' (Уккермарк — район в Германии, в состав которого входит городок Темплин, где выросла А. Меркель); *die Uckermärkerin* 'жительница Уккермарка'; *die DDR-Bürgerin* 'гражданка ГДР'. Доминантой в данной группе является номинация *die Frau aus Templin* 'женщина из Темплина' (29 % от общего количества).

Когнитивный признак «**образование**» реализован 4 номинациями, выраженными именами существительными: *Naturwissenschaftlerin* 'естествовед'; *Physikerin* 'физик' (А. Меркель окончила физический факультет

Лейпцигского университета и получила степень доктора естественных наук); *Doktor* 'доктор'; *die Gelehrte* 'ученый'. Лексема *Physikerin* 'физик' является доминантой в данной группе (42 % от общего количества).

Когнитивный признак «**социальное происхождение**» выражен 3 номинациями: *die Pfarrerstochter* 'дочь священника'; *die Tochter eines Pfarrers* 'дочь священника'; *die Pastorentochter* 'дочь пастора' (А. Меркель родилась в семье лютеранского священника). Лексема *die Pfarrerstochter* 'дочь священника' является доминантой в данной группе (43 % от общего количества).

Когнитивный признак «**семейное положение**» эксплицируется 3 номинациями: *eine geschiedene Frau* 'разведенная женщина' (в 1981 г. А. Меркель развелась с первым мужем, Ульрихом Меркелем, брак с которым продлился 4 года); *eine wiederverheiratete Frau* 'вторично вышедшая замуж женщина' (в 1998 г. А. Меркель повторно вышла замуж за Иоахима Зауэра, крупного ученого-химика); *kinderlose Frau* 'бездетная женщина' (А. Меркель не имеет детей, у ее второго супруга И. Зауэра есть два сына от первого брака). Данные номинации в исследуемом материале представлены статистически в одинаковом количестве — по 1,7 % от общего количества.

Когнитивный признак «**вероисповедание**» реализован 2 номинациями: *protestantische Frau* 'женщина-протестантка' (1,66 % от общего количества); *Protestantin* 'протестантка' (1,66 % от общего количества) — А. Меркель родилась в семье священнослужителя.

На основе анализа было смоделировано ядро номинативного поля социоперсонального концепта «**Kanzlerin Angela Merkel**», включающее такие когнитивные признаки, как «**род деятельности**», «**партийная принадлежность**» и «**территориальное происхождение**», и периферия, структурированная на основе следующих дифференциальных признаков: «**образование**», «**социальное происхождение**», «**семейное положение**» и «**вероисповедание**».

В заключение отметим, что понятийные конститутивные признаки нуклеарной и периферийной зон концепта «**Kanzlerin Angela Merkel**» представляют собой сложное ментальное образование, в котором социополитическая и персональная составляющие синкретичны.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Баранов А. Н. Политический дискурс: прощание с ритуалом // Человек. 1999. №6. С. 108—118.

2. Будаев Э. В., Чудинов А. П. Современная политическая лингвистика. — Екатеринбург, 2006.
3. Дедюкова М. В. Языковая личность в публицистическом дискурсе (на материале немецких журнальных текстов) : дис. ... канд. филол. наук. — М., 2010.
4. Дейк Т. А. Язык. Познание. Коммуникация : сборник работ. — М. : Прогресс, 1989.
5. Карасик В. И. О типах дискурса // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс : сб. науч. тр. — Волгоград : Перемена, 2000. С. 5—20.
6. Пирогова Ю. К., Баранов А. Н., Паршин П. Б., Репьев А. П., Кодзасов С. В., Борисова Е. Г. Рекламный текст. Семиотика и лингвистика. — М. : Изд. дом Гребенникова, 2000.
7. Сопова И. В. Фразеология и институциональный дискурс в лингвоперсоналогическом аспекте : дис. ... канд. филол. наук. — Белгород, 2011.
8. Черноморец М. В. Лингвокультурные концепты германских канцлеров : дис. ... канд. филол. наук. — Волгоград, 2010.
9. Чудинов А. П. Политическая лингвистика. — М., 2006.
10. Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса. — М. : Гнозис, 2004.
11. *Bedeutung von Namen* : сайт. URL: [www.bedeutung-von-namen.de](http://www.bedeutung-von-namen.de).
12. *Beliebte-vornamen.de* : сайт. URL: [www.beliebte-vornamen.de](http://www.beliebte-vornamen.de).
13. *Die Welt* : сайт. URL: [www.welt.de/polnische-Erregung-ueber-Angela-Merkel](http://www.welt.de/polnische-Erregung-ueber-Angela-Merkel).
14. *Duden* Das grosse Wörterbuch der deutschen Sprache : in 6 Bänden. B. 2 / Bibliographisches Institut Mannheim. — Wien : Zürich Dudenverlag, 1976.
15. DWDS = Das Digitale Wörterbuch der deutschen Sprache. URL: <http://www.dwds.de/> (дата обращения: 15.09.2013).
16. *Entstehung und Bedeutung des Familiennamens Merkel*. URL: <http://haus-der-namen.de/merkel.html>.
17. *Etymologisches* Wörterbuch des Deutschen / unter der Leitung von Dr. Wolfgang Pfeifer. — Berlin : Akademie Verl. GmbH, 1993.
18. *Merkel (Deutsch)* // Wiktionary : das freie Wörterbuch. URL: [de.wiktionary.org/wiki/Merkel](http://de.wiktionary.org/wiki/Merkel).
19. *Namensgeschichte* der Familien Kassner. URL: [www.familie-kassner.de/namensgeschichte](http://www.familie-kassner.de/namensgeschichte).
20. *Paul H.* Deutsches Wörterbuch. — Halle (Saale) : Veb Max Niemeyer Verlag, 1960.
21. *Vorname.com* : сайт. URL: [www.vorname.com](http://www.vorname.com).
22. *Wahrig Deutsches* Wörterbuch Bertelsmann. München : Lexikon Verl., 1991.

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

Е. А. Ханина E. A. Khanina

Ростов-на-Дону, Россия; Фленсбург, Германия Rostov-on-Don, Russia; Flensburg, Germany

**ФОРМИРОВАНИЕ  
ПОЛОЖИТЕЛЬНОГО ИМИДЖА ПОЛИТИКА  
ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ КОММУНИКАТИВНОЙ  
СТРАТЕГИИ ПРЕВОЗНЕСЕНИЯ**

**BUILDING  
OF A POSITIVE POLITICAL IMAGE  
BY USING SELF AFFIRMATION  
COMMUNICATION STRATEGY**

**Аннотация.** Рассматриваются манипулятивные коммуникативные стратегии, используемые в немецком политическом дискурсе. На примере коммуникативной стратегии превознесения иллюстрируется, как формируется положительный имидж немецкого политического деятеля.

**Abstract.** The article deals with manipulative communication strategies used in German political discourse. The process of building of a positive political image is shown on the example of self affirmation communication strategy.

**Ключевые слова:** речевая манипуляция; немецкий политический дискурс; коммуникативные стратегии и тактики; политический имидж; языковая игра.

**Key words:** linguistic manipulation; German political discourse; communication strategies and tactics; political image; language game.

**Сведения об авторе:** Ханина Елена Александровна, аспирант кафедры немецкой филологии, Южный федеральный университет.

**About the author:** Khanina Yelena Aleksandrovna, Post-graduate student, Southern Federal University.

**Место работы:** научный сотрудник Фленсбургского университета (Германия) в рамках стипендии Федерального канцлера Германии Фонда имени Александра фон Гумбольдта.

**Place of employment:** Research Fellow at the University of Flensburg (Germany) within the framework of German Chancellor Fellowship of Alexander von Humboldt Foundation.

**Контактная информация:** Viktoriastraße 5, Flensburg, Deutschland, 24937; 344082, Россия, г. Ростов-на-Дону, ул. Большая Садовая, 33, к. 409.  
e-mail: haninaea@rambler.ru.

При описании системы средств речевой манипуляции в политическом дискурсе актуальным является такое изучение средств реализации намерения манипулятивного воздействия, которое позволяет выявлять стратегии и тактики речевого манипулирования. По содержанию и форме выражения данные стратегии относятся к мотивированным целенаправленным иллюктивно обусловленным коммуникативным стратегиям. Они выражаются продуманным выбором языковых единиц и в современной прагмалингвистической трактовке представляются как имиджеобразующие [Матвеева (и др.) 2007: 6]. Целью данной статьи является рассмотрение коммуникативной стратегии превознесения, используемой немецкими политическими деятелями для формирования собственного положительного имиджа. Прежде чем приступить к рассмотрению стратегии превознесения в немецком политическом дискурсе, определим ее место в системе манипулятивных стратегий.

Коммуникация в рамках немецкого политического дискурса характеризуется стратегическим планированием реализации коммуникативной цели. При этом известно, что в политическом дискурсе речевое планирование достигает уровня технологий [Иссерс 2011: 177]. В современном политическом

дискурсе, отличающемся непрекращающейся борьбой идеологий, столкновением полярных политических интересов и манипуляцией фактами и мнениями в целях завоевания доверия избирателя, применяется широкий спектр коммуникативных стратегий, предназначенных для создания положительного/отрицательного имиджа субъектов политической деятельности, позитивного или негативного отношения к их взглядам и намерениям, результатам работы.

В связи с манипулятивной направленностью политического дискурса коммуникативные стратегии, используемые в рамках данного вида дискурса, некоторые ученые называют манипулятивными [См.: Денисюк 2000; Казаков 2013; Копнина 2007]. Так, Е. В. Денисюк [Денисюк 2000: 67] пишет о манипулятивной стратегии, представляющей собой систему двух субстратегий: а) субстратегии создания мотивации для объекта манипуляции к совершению нужного манипулятору поступка; б) субстратегии создания для манипулируемого интерпретации речевого события. Данные стратегии не представлены конкретными тактиками, поскольку мыслится, что любая коммуникативная тактика, помещенная в структуру манипулятивной стратегии, автоматически становится манипулятивной [Там же].

В целом сама манипуляция может рассматриваться в качестве макростратегии, включающей в себя частные стратегии [Катенева 2010]. Данная точка зрения применима к политическому дискурсу, поскольку объективно отражает его манипулятивный характер.

В политическом дискурсе все субъекты коммуникации делятся на «своих» и «чужих», и речевая деятельность, как правило, подчиняется определенной стратегии, общее содержание которой сводится либо к утверждению, восхвалению, либо к критике, развенчиванию взглядов и поступков политических деятелей, представляющих ту или иную партию. В одном случае акцентируются благоприятные перспективы прихода к власти «своих» кандидатов, в другом — негативные последствия завоевания власти «чужими» [Хабекирова 2011].

Исследуя политический дискурс как сферу реализации манипулятивного воздействия и исходя из его потенциальной агональности, выделяют три стратегии: 1) стратегия на понижение, реализуемая через тактику анализа «с минусом» (разбор ситуации, предполагающий имплицитное выражение отрицательного отношения к описываемому), тактику обвинения, тактику безличного обвинения, тактику обличения, тактику оскорбления, тактику угрозы; 2) стратегия на повышение, обслуживаемая тактикой анализа «с плюсом» (разбор ситуации, предполагающий имплицитное выражение положительного отношения к описываемому), тактикой презентации, тактикой неявной (само)презентации, тактикой отвода критики, тактикой (само)оправдания; 3) стратегия нейтральности, которая представлена тактикой побуждения, тактикой кооперации, тактикой размежевания, тактикой информирования, тактикой обещания, тактикой прогнозирования, тактикой предупреждения, тактикой иронизирования, тактикой провокации [Михалева 2004: 63]. Первая стратегия имеет своей целью принизить статус оппонента, представить его как незначительного политика, недостойного внимания электората, вторая стратегия направлена на повышение значимости, привлечения на сторону субъекта политического имиджа избирателей.

Достаточно часто в научной литературе встречаются следующие три названия стратегий: 1) стратегия дискредитации, умаляющая достоинства и достижения политических оппонентов (в немецких лингвистических работах: *Diskriminierung / Gegnerabwertung / negative campaigning* [См.: Efig 2005: 222—240; Pappert 2011]); 2) стратегия превознесения / (само)презентации политика,

возвышающая политического деятеля над его оппонентами (*Profilierung der eigenen Partei* в источниках на немецком языке [Там же]); 3) стратегия, превозносящая политических оппонентов. Как правило, последняя стратегия направлена на имплицитную дискредитацию оппонента, потому что она подразумевает скрытый отрицательный, а иногда и иронический смысл [Ворожцова 2011: 209—210]. По сути перечисленные стратегии представляют собой частные случаи стратегии на понижение и стратегии на повышение.

При исследовании политического дискурса выделяют и другие стратегии: борьбы за власть, самозащиты, удержания власти, информационно-интерпретационную, формирования эмоционального настроения адресата, убеждения, агитационную и др. [См.: Култышева 2013; Паршина 2007]. В немецкой научной литературе упоминаются стратегия поляризации — эксплицитное разграничение «мы — они» (*Polarisierung*), стратегия обличения дефицитов актуального политического курса (*Entlarvung von Defiziten in der bisherigen Politik*), стратегия пролонгации — продолжения взятого политического курса (*Prolongierung*), стратегия персонификации (*Personalisierung*), стратегия формирования имиджа (*Image-Konstruktion*) [См.: Efig 2005]. На наш взгляд, перечисленные стратегии либо слишком глобальны, как, например, стратегия борьбы за власть или стратегия удержания власти, и могут быть рассмотрены в качестве макростратегий, либо достаточно незначительны (стратегии формирования эмоционального настроения адресата, убеждения, обличения дефицитов актуального политического курса и др.) и поэтому могут являться тактиками отдельных коммуникативных стратегий.

В связи с вышеизложенным мы не исключаем возможность рассмотрения манипуляции в качестве макростратегии, используемой в политическом дискурсе, а интересующую нас стратегию будем называть частной манипулятивной стратегией. Перейдем к непосредственному рассмотрению стратегии превознесения в немецком политическом дискурсе.

Стратегия превознесения ориентирована на возвеличивание, укрепление авторитета политика, партии, правительства в сознании избирателя. Мотив стратегии превознесения — восстановить и/или увеличить доверие избирателя к деятельности субъекта политики [Антонова 2007: 89].

Стратегия превознесения может, в частности, рассматриваться в качестве личностно ориентированной стратегии, направленной на улучшение квалификативного имиджа

политика. В рамках данной стратегии часто используются высказывания, возвышающие моральные, интеллектуальные и профессиональные качества отдельного политика, а также качественные характеристики его социальной деятельности. Стратегия превознесения подразумевает улучшение имиджа политического деятеля, которое может происходить как независимо от его политического оппонента, так и в сравнении с ним [Паршина 2005; Tillmann 1989].

Проанализированный корпус высказываний показывает, что стратегия превознесения практически не используется журналистами, освещающими предвыборную кампанию, и присуща исключительно политикам, представляющим свою партию во время предвыборной гонки.

При выделении тактик стратегии превознесения нами были использованы высказывания, содержащие различные случаи языковой игры, под которой понимается осознанный, намеренный, прагматически мотивированный процесс использования говорящим возможностей языковой системы с целью оказания воздействия на адресата. Нами были выделены следующие три тактики, при помощи которых реализуется данная стратегия: тактика (само)презентации, тактика поляризации, тактика нейтрализации негативного представления о себе.

**1. ТАКТИКА (САМО)ПРЕЗЕНТАЦИИ** — представление кого-либо в привлекательном виде или представление говорящим себя в положительном, выгодном свете. Такая форма презентации не предполагает искренности и выводит на первый план технологический аспект, а именно владение экспрессивными средствами.

Важную роль в реализации тактики (само)презентации играет привлечение внимания к говорящему, его партии или коалиции. В большинстве примеров отсылка к самому себе или собственной партии является субъектом предложения и выражена с помощью личных местоимений «*wir*» (мы), «*ich*» (я), а также имен существительных и субстантивированных прилагательных, обозначающих партию: *CDU* (ХДС), *SPD* (СДПГ), *FDP* (СвДП), *die Linke* («Ди Линке»), *die Grünen* (зелёные). Обозначение себя, собственной партии в роли субъекта или объекта предложения сопровождается лексемами с положительной коннотацией, лозунговыми словами, политическими аффективами, повышающими эмоциональность и пафос высказывания.

Языковая игра при этом отражает специализированный вокабуляр партии, что способствует созданию узнаваемого партийного имиджа и ее позиционированию в соз-

нании избирателя [Nölke 2010: 138]. Так, ХДС/ХСС представляют себя народной партией (так же, как СДПГ), ориентированной на социально-рыночную экономику; СДПГ и «Ди Линке», будучи партиями «рабочего класса», традиционно апеллируют к социальной справедливости; партия «Зеленые / Объединение 90» нацелена на образованные слои населения, достигшие определенного благосостояния, ее основными ценностями являются экология и мир; СвДП видит себя партией среднего класса и обращается к свободе, разуму и понижению налогов и сборов.

**Примеры.** В следующих примерах используется обыгрывание звуковых повторов:

(1) *CDU — Volkspartei mit Flügeln* [Frankfurter Rundschau. 23.09.2009]. / *ХДС — народная партия с крыльями* (здесь и далее перевод примеров наш. — Е. Х.).

(2) *Weil wir die Partei des Mittelstandes, der Mittelschicht und der sozialen Marktwirtschaft sind* [Superllu. 30.03.2009]. / *Потому что мы партия малого и среднего бизнеса, среднего класса и социально ориентированной рыночной экономики.*

В данных высказываниях используется один из приемов обыгрывания звуковых повторов — аллитерация. С помощью данного приема политик выделяет в речевом потоке слова, которые приобретают интонационную значимость. За счет этого удается привлечь внимание адресата к наиболее важным словам и оказать на него определенного рода эмоциональное воздействие.

(3) *Ich sage gern, dass wir ein Politikverständnis vertreten, dass mal von mir „Vorfahrt für Vernunft“ genannt wurde* [Berenberg. 15.05. 2009]. / *Мне нравится говорить, что мы представляем политическую позицию, уже однажды названную мной „приоритет разума“.*

(4) *Je stärker die Linke, desto sozialer das Land* [«Ди Линке». 2009]. / *Чем сильнее „Ди Линке“, тем социальнее государство.*

(5) *Die Grünen waren immer die Partei der gebildeten Großstädter unter 60* [Der Spiegel. 2009. № 26]. / *Зеленые всегда были партией образованных горожан моложе 60.*

Эти примеры интересны тем, что в высказываниях обыгрывается начальный согласный названия партий, которые представляют политики, за счет чего у избирателя формируются прочные, легко вызываемые в памяти ассоциации с данными политическими партиями.

(6) *Die FDP war stets eine Kraft der Vernunft* [Münchener Merkur. 27.09.2009]. / *СвДП всегда была силой разума.*

В данном высказывании политиком цитируется часть известного предвыборного

слогана, содержащего рифму. Преимущество рифмованных слоганов в том, что они легко запоминаются и так же легко воспроизводятся.

В следующем высказывании используется игра с образностью — метафора:

(7) *Alles, was wächst, ist grün* [Hamburger Morgenpost. 28.08.2009]. / *Всё, что растёт, зеленого цвета.*

В данном примере обыгрывается символический цвет партии «Союз 90 / Зеленые». Метафорический образ призван вызвать положительные ассоциации с партией.

Языковая игра способствует акцентированию внимания адресата на чертах и качествах личности политика, которые в представлении избирателя связаны с лидерством.

Возможно использование **игры с многозначностью**:

(8) *Er macht es mit links* [Der Spiegel. 2009. № 11]. / *Он (О. Лафонтен) делает это с легкостью / Он делает это с „левыми“.*

Рассматриваемая языковая игра построена на потенциальной многозначности прочтения данного фразеологического единства. С одной стороны, фразеологическое единство «*etwas mit links machen*» обозначает «делать что-либо с легкостью», с другой стороны, попав в определенный контекст, высказывание может быть понято буквально: в нашем случае речь идет о политике, недавно примкнувшем к крайне левой партии «Ди Линке».

Для концентрации внимания на положительных качествах политика также используется игра, основанная на созвучии:

(9) *Das ist nicht **kühn**, sondern **kün***, „*kün*“ wie *Künast* [Bild. 28.09.2009].

В приведенном высказывании обыгрываются одинаково звучащие, но не совпадающие в написании прилагательное «*kühn*» (смелый, отважный) и часть фамилии политика (*R. Künast*).

При помощи языковой игры личности отдельных политических деятелей возводятся в статус культовых. Формирование привлекательного имиджа усиливается лексикой с положительной коннотацией.

В следующих примерах представлена **словообразовательная игра**:

(10) *Der Lafontainismus* [Der Spiegel. 2009. № 24]. / *Лафонтенизм.*

(11) *Kooperation statt Konfrontation, Ausgleich durch Verhandlung, den Gesprächsfaden nie abreißen lassen — alles davon gilt auch heute, das ist „Genscherismus“* [Bild. 21.09.2009]. / *Кооперация вместо конфронтации, компромисс через переговоры, никогда не обрывать нить беседы — всё это имеет силу и сегодня, это „геншеризм“.*

Подобные окказиональные образования, как правило, обозначают идеологические течения, воззрения и т. д., содержание которых связано со своеобразием политики, проводимой известным общественно-политическим деятелем.

Как мы видим, языковая игра способствует созданию узнаваемого партийного имиджа, акцентирует внимание потенциального избирателя на положительных качествах личности политика, возводит личности отдельных политических деятелей в статус культовых.

**2. ТАКТИКА ПОЛЯРИЗАЦИИ** заключается в противопоставлении «своего» и «чужого», в сопоставлении в нужном для себя аспекте деятельности своей партии с деятельностью других партий. При этом встречается как эксплицитное, так и имплицитное сравнение с конкурирующими партиями. Данная тактика реализуется в противительных и сопоставительных конструкциях с использованием дейктик первого лица «*wir*», «*uns*» (мы, нам) и называнием или подразумеванием партии оппонента. Компонент с дейктикой первого лица обычно сопрягается с положительно-оценочными словами, а смыслы, относящиеся к политическим конкурентам, содержат негативную оценку.

Языковая игра в рассмотренных высказываниях отражает ценности и политические ориентиры партии, представляемой политиком.

**Примеры.** Политик использует **игру с прецедентными феноменами**:

(12) *Realistischerweise muss man aber sagen, dass wir mit Parteien, die Steuern für Reiche senken und den Neubau von Atomkraftwerken wissenschaftlich untersuchen lassen, nicht auf einen grünen Nenner kommen* [F.A.Z. 19.09.2009]. / *Но реально смотря на вещи, нужно сказать, что мы не сможем прийти к общему зеленому знаменателю с партиями, которые понижают налоги для богатых и изучают проекты по возведению новых атомных станций.*

В настоящем высказывании обыгрывается устойчивое фразеологическое единство «*auf einen Nenner kommen*» (прийти к общему знаменателю). За счет добавления во фразеологическое единство прилагательного «*grün*» (зеленый) получилась довольно любопытная языковая игра, обладающая значительной степенью экспрессивности. Тем интересней эта языковая игра, что ее авторство принадлежит политику партии «Объединение 90 / Зеленые».

Достаточно часто встречаются **метафоры**:

(13) *Uns reicht es nicht, wie die Große Koalition ab und zu ein paar grüne Worte zu sprechen*

*und halbherzig oder gar entgegen der offiziellen Ziele zu handeln* [Euro. 03.09.2009]. / Нам недостаточно, как это делает большая коалиция, время от времени произносить пару зеленых слов и действовать скрепя сердце, а то и вопреки официальным целям.

(14) *Vernünftiger, als Branchen zu subventionieren, vernünftiger, als Unternehmen nach Unternehmen an dem Steuertröpf zu hängen, wäre es, die ganze Volkswirtschaft zu entlasten, alle, die arbeiten, zu entlasten* [Protokoll. 16/206]. / Разумнее, чем субвенционировать отдельные отрасли, разумнее, чем подключать предприятие за предприятием к налоговой капленице, было бы разгрузить народное хозяйство, разгрузить всех, кто работает.

В обоих примерах неожиданные, свежие метафорические образы, обладающие большой выразительной силой, направлены на придание экспрессивности высказыванию.

Очевидно, что языковая игра фокусирует внимание избирателя на политических ценностях той или иной партии.

**3. ТАКТИКА НЕЙТРАЛИЗАЦИИ НЕГАТИВНОГО ПРЕДСТАВЛЕНИЯ О СЕБЕ** может заключаться либо в отводе критики посредством приведения с целью доказательства невинности аргументов и/или фактов, с помощью которых можно объяснить какие-либо действия и поступки, либо в отрицании негативных суждений об объекте критики и его причастности к тому, чему дается отрицательная оценка. Тактика нейтрализации негативного представления о себе используется немецким политиком в случае озвучивания другим политиком или журналистом какой-либо критической информации о нем. В этом случае политик с помощью определенных речевых действий старается выставить себя в выгодном свете, сводя на нет сказанное или опровергая слова оппонента вескими доводами или потоком положительной информации.

В проанализированных нами высказываниях при реализации данной тактики используется обыгрывание звуковых повторов как средство выделения значимых слов и фокусирования на них внимания адресата. Приведем **примеры**:

(15) *Die FDP will Freiheit zur Verantwortung, nicht Freiheit von Verantwortung* [Münchener Merkur. 27.09.2009]. / СвДП призывает к свободе перед ответственностью, а не к свободе от ответственности.

Высказывание наглядно иллюстрирует, как при помощи аллитерации обыгрывается согласный «f», входящий в аббревиатуру названия партии. Помимо того что политик на уровне лексики постоянно повторяет существительное «Freiheit» (свобода) или прилагательное «frei» (свободный), которое за-

шифровано в названии партии (die FDP = die Freie Demokratische Partei), на фонетическом уровне он усиливает воздействие лексического повтора аллитерацией.

(16) *Die Freibeträge für Familien zu erhöhen, ist keine Politik für Reiche, sondern es sollte eigentlich der kleinste gemeinsame Nenner jenseits der Parteigrenzen in diesem Hause sein* [Protokoll. 16/206]. / Повышение необлагаемого налогом минимума — это не политика для богатых, это минимальный общий знаменатель, лежащий вне партийных границ, на этом высоком собрании.

Настоящий аллитерационный повтор привлекает внимание адресата к наиболее значимым словам.

(17) *Da ist die FDP nicht der nützliche Idiot im Sinne Lenins, der die Leiter für eine Linksregierung hält* [Hannoverische Allgemeine Zeitung. 23.09.2009]. / И в этом плане СвДП не тот полезный идиот в ленинском смысле, который держит стремянку для левого правительства.

В данном высказывании аллитерационный повтор направлен на вызов негативных ассоциаций по отношению к политическому оппоненту.

Подведем итоги. Целевая установка политического дискурса требует от политика такой организации речевой деятельности, которая обеспечивала бы привлечение на свою сторону избирателей, внушала бы ощущение правильности заданных действий и оценок, что отражается в выборе определенных коммуникативных стратегий. Обращение к спецификации типологии коммуникативных стратегий и тактик в политическом дискурсе приводит к выводу о том, что она неизбежно будет опираться на бинарную семиотическую оппозицию «свой/чужой».

Речевые действия в рамках стратегии превознесения направлены на создание положительного имиджа политического деятеля и партии, которую он представляет, во время предвыборной гонки. Стратегия превознесения реализуется через тактику (само)презентации, тактику поляризации и тактику нейтрализации негативного представления о себе, которые позволяют позиционировать политика и политическую партию в сознании избирателя, отграничить политику и партию от негативных политических действий оппонента и, если необходимо, обелить себя в глазах электората, чему, в частности, способствует использование языковой игры.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Антонова Ю. А. Коммуникативные стратегии и тактики в современном газетном дискурсе: отклики

на террористический акт : дис. ... канд. филол. наук. — Екатеринбург, 2007.

2. *Ворожцова О. А.* Стратегии и тактики политического дискурса (на примере политических выборов в США 2008 года) // Современные исследования социальных проблем. 2011. № 1(05). С. 209—210.

3. *Денисюк Е. В.* Феномен манипуляции: речедетельностная интерпретация // Культурно-речевая ситуация в современной России: вопросы теории и образовательных технологий : тез. докл. и сообщений Всерос. науч.-методич. конф. (Екатеринбург, 19—21 марта 2000 г.). — Екатеринбург, 2000. С. 66—68.

4. *Иссерс О. С.* Речевое воздействие : учеб. пособие. — М. : Флинта : Наука, 2011.

5. *Казаков А. А.* Способы языкового манипулирования в политическом медиадискурсе: попытка систематизации // Политическая лингвистика. 2013. № 3(45). С. 87—91.

6. *Катенева И. Г.* Механизмы и языковые средства манипуляции в текстах СМИ (на примере общественно-политических оппозиционных изданий) : автореф. дис. ... канд. филол. наук. — Новосибирск, 2010.

7. *Копнина Г. А.* Речевое манипулирование : учеб. пособие. — М. : Флинта : Наука, 2007.

8. *Кульшишева И. В.* Использование коммуникационных стратегий во время теледебатов избирательной кампании в Государственную думу 2011 года // Политическая лингвистика. 2013. № 3 (45). С. 106—114.

9. *Матвеева Г. Г., Бутусова А. В., Ломова О. Е., Моисенко Л. А., Одарюк И. В., Чигридова Н. Ю.* Теория и практика анализа текста в аспекте скрытой прагмалингвистики : моногр. — Ростов н/Д : ИУБиП, 2007.

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

11. *Паршина О. Н.* Стратегии и тактики речевого поведения современной политической элиты России : автореф. дис. ... канд. филол. наук. — Саратов, 2005.

12. *Паршина О. Н.* Российская политическая речь: теория и практика. — М. : Изд-во ЛКИ, 2007.

13. *Хабекирова З. С.* Стратегия дискредитации и приемы ее реализации в политическом дискурсе демократической оппозиции // Вестн. Адыгейск. гос. ун-та. Сер. : Филология и искусствоведение. 2011. Вып. 2 С. 154—161.

14. *Efing C.* Rhetorik in der Demokratie. Argumentation und Persuasion in politischer (Wahl-)Werbung // Sprache und Politik. Deutsch im demokratischen Staat. — Mannheim, 2005. S. 222—240.

15. *Nölke M.* Die Sprache der Macht. Wie man sie durchschaut. Wie man sie nutzt. — Freiburg : Haufe-Lexware GmbH & Co, 2010.

16. *Pappert S.* Politische Sprache und Kommunikation im Wahlkampf // Mitteilungen des Deutschen Germanistenverbandes. 2011. № 3, Jg. 58. — Göttingen : V&R unipress GmbH, 2011.

17. *Tillmann A.* Ausgewählte Textsorten politischer Sprache. Eine linguistische Analyse parteilichen Sprechens. — Göttingen : Kummerle Verl., 1989.

#### ИСТОЧНИКИ

18. *Berenberg.* — Berlin. 2009. 15.05.

19. *Bild.* — Berlin. 2009. 21.09; 2009. 28.09.

20. *Der Spiegel.* — Hamburg. 2009. № 11, 24, 26.

21. *Euro.* — München. 2009. 03.09.

22. *F.A.Z.* — Frankfurt am Main. 2009. 19.09.

23. *Frankfurter Rundschau.* — Frankfurt am Main. 2009. 23.09.

24. *Hamburger Morgenpost.* — Hamburg. 2009. 28.08.

25. *Hannoverische Allgemeine Zeitung.* — Hannover. 2009. 23.09.

26. *Münchner Merkur.* — München. 2009. 27.09.

27. *Protokoll.* 16/206.

28. *SuperIllu.* — Berlin. 2009. 30.03.

**Статью рекомендует к публикации д-р филол. наук, проф. Г. Г. Матвеева**

### РАЗДЕЛ 3. ЯЗЫК — ПОЛИТИКА — КУЛЬТУРА

УДК 821.161.1.1(Кабанов А.)  
ББК Ш33(2Рос=Рус)-8,445

ГСНТИ 16.21.33; 17.82.10

Код ВАК 10.01.03

**Н. В. Барковская** **N. V. Barkovskaya**  
Екатеринбург, Россия Ekaterinburg, Russia

«МЕЖ ДВУХ ОТЧИЗН»:  
**КНИГА СТИХОВ АЛЕКСАНДРА КАБАНОВА**  
**«БЭТМЕН САГАЙДАЧНЫЙ.**  
**КРЫМСКО-ХЕРСОНСКИЙ ЭПОС»**

«BETWEEN TWO MOTHERLANDS»:  
**A BOOK OF POETRY**  
**BY ALEXANDER KABANOV**  
**«BATMAN SAGAIDACHNY.**  
**CRIMEAN KHERSON EPOS»**

**Аннотация.** Книга стихов живущего в Киеве А. Кабанова посвящена осмыслению особого положения русского поэта, оказавшегося после распада Советского Союза в ситуации культурного разрыва с некогда единым литературным полем. Ирония в адрес официальных мифов о национальной исключительности Украины соседствует с грустью, вызванной ощущением отделенности от русского культурного пространства. «Остров» и «дорога» — основные метафоры, передающие чувство отброшенности и стремление восстановить разорванные связи с русской поэтической средой.

**Abstract.** A book of poetry by A. Kabanov currently living in Kiev, is devoted to the comprehension of a special status of the Russian poet who, after the Soviet Union collapse, appeared in the situation of cultural breach of the poetic field that used to be united. The irony towards the official myths of the unique nature of the Ukrain is mixed with sadness, which is caused by the separation from the Russian culture. “Island” and “road” are main metaphors that convey the feeling of rejection and the aspiration to restore broken links with the Russian poetry.

**Ключевые слова:** современная поэзия; книга стихов; культурная география; ирония.

**Key words:** modern poetry; a book of poetry; cultural geography, irony.

**Сведения об авторе:** Барковская Нина Владимировна, доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой современной русской литературы.

**About the author:** Barkovskaya Nina Vladimirovna, Doctor of Philology, Professor, Head of the Chair of Modern Russian Literature.

**Место работы:** Уральский государственный педагогический университет (Екатеринбург).

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

**Контактная информация:** 620017, г. Екатеринбург, пр-т Космонавтов, 26.  
e-mail: n\_barkovskaya@list.ru.

Александр Кабанов, как сообщает аннотация, одна из ключевых фигур в современной поэзии: автор семи книг стихов, лауреат нескольких премий, главный редактор журнала культурного сопротивления «ШО», один из основателей украинского слэма, координатор Международного фестиваля поэзии «Киевские Лавры». Книга стихов А. Кабанова «Бэтмен Сагайдачный. Крымско-херсонский эпос» вышла в московском издательстве «Арт хаус медиа» в 2010 г. Она посвящена осмыслению того нового положения Южной Украины (Донецкий бассейн, Крым, Северное Причерноморье), в котором регион оказался после распада Советского Союза.

*Отгаремели русские глаголы,  
стихли украинские дожди,  
лужи в этикетках Кока-Колы,  
перебрался в Минск Салман Рушди.*

*Мы опять в засаде и опале,  
на краю одной шестой земли,*

*там, где мы самих себя спасали,  
вешали, расстреливали, жели.*

*И с похмелья каялись устало,  
уходили в землю про запас.  
Родина о нас совсем не знала,  
потому и не любила нас.*

*Потому что хамское, блатное —  
оказалось ближе и родней,  
потому что мы совсем другое  
называли Родиной своей.*

[Кабанов 2010: 36]

Лирический герой переживает не только личную драму отчужденности от Петербурга, Москвы, Казани, но и общее «окраинное» положение древней скифской земли, получившей даже не просто статус окраины, обочины (экотона), но обреченной на островное существование, робинзонаду. Полуостров Крым осмысливается как *остров*, отделенный от общего культурного материка:

Статья выполнена в рамках проекта «Книга стихов как феномен культуры России и Беларуси», грант РГНФ № 13-24-01001.

© Барковская Н. В., 2013

*Где теперь мое комильфо?  
Хорошо, что нет неглиже!  
Был такой прозаик — Дефо,  
он писал о русской душе...*

[Кабанов 2010: 128]

Горькое чувство отверженности и одиночества только подчеркивается ерническими рифмами; французские слова, образ английского моряка Робинзона, потерпевшего кораблекрушение — все это имеет прямое отношение к «русской душе», с ее «всемирной отзывчивостью» и знаменитой тоской.

Подобное ощущение отброшенности, изоляции от некогда единого культурного пространства выражено и в лирических книгах Бориса Херсонского, русского поэта, живущего в Одессе; «новое средневековье», раздробленность и междоусобицы (с отчетливым психоделическим акцентом) обрисованы в романе С. Жадана «Ворошиловград», действие которого разворачивается на Луганщине. Есть, однако, и попытки истолковать межграницы по-другому — как зону контакта, связи, коммуникации. Так, книга «Кордон. (Три пограничных поэта)» [Кордон 2009] объединила стихи С. Жадана, А. Полякова, И. Сида. В аннотации сказано, что данный сборник являет собой «попытку прорыва между культурами», в нем «геополитика вытесняет геополитику». Как и авторы «Кордона», Борис Херсонский считает бесперспективной попытку навязать многонациональной Одессе один официальный миф: «...я наблюдал малоудачную попытку утвердить украинский одесский миф в качестве основного, официального. Этот миф основывался на том, что на месте турецкого Хаджибея когда-то было украинское поселение Кацюбеев, таким образом, Одессе — не двести лет, а целых шестьсот. Дерibas и Ланжерон спрятались было за спину атамана Головатого. А казацкие силы, участвовавшие во взятии Хаджибея, превратились на какое-то время в освободителей исконных земель от турок. Здесь дело не в фактах, а в акцентах» [Херсонский 2013].

А. Кабанов также сопротивляется историческим спекуляциям и однозначной национальной идентификации региона, где проживают украинцы, русские, евреи, молдаване, татары, цыгане. Книга открывается текстами, иронично деконструирующими «государственный эпос» Украины, точнее помпезный китч, «общие места». В качестве стихотворения-эпиграфа к книге дан курсивом текст, начинающийся такой строфой:

*„Новый Lucky Strike“ — поселок дачный,  
слышится собачий лайк,  
это едет Бэтмен Сагайдачный,  
оседлав роскошный байк.  
Он предвестник кризиса и прочих  
апокалиптических забав,  
но, у парня — самобытный почерк,  
запорожский нрав.  
Презирает премии, медали, сёрбает  
вискарь,  
он развозит Сальвадора Даля  
матерный словарь.*

[Кабанов 2012: 3]

Макаронический стиль, смешивающий лексику разных языков, воссоздает атмосферу не поликультурного региона, а бескультурного хаоса, поэтому супергерой — рэкетир, которого боятся «звери-олигархи, птицы-куркули», — распространяет вовсе не словарь народных говоров Владимира Даля, а словарь нелитературной брани имени сюрреалиста Дали.

Пародируя древние летописи и «Слово о полку Игореве», автор избирает «старые словесы» для рассказа о первом украинском драконе Тарасе, у которого были «усы / роскошные серебристые усы», об этом прародителе запорожцев — «первых панков». Из еще более древних греческих мифов пришел другой супергерой: якобы в Херсоне жил циклоп, красавец-цыган, у которого были в шесть рядов зрачки. Он угонял лошадей и в мешках под глазами прятал. Запорожцы, казаки, тачанки, скифские бабы, фразы «поворотись-ка, сынку» и «турецко-подданный мой отец», лиманы и майданы, «Одесса-мама» и тому подобное — все эти стершиеся культурные знаки, элементы национального мифа выворачиваются наизнанку.

*Местные лошади бредят тачанкой,  
что бронзовеет в степях под Каховкой,  
ржет на конфетах с клубничной начинкой,  
мчится в куплетах с печальной концовкой.*

*Скифские бабы (видать, от обиды)  
окаменели, в кровать не заманишь.  
Вспомнишь печальное небо Тавриды  
и позабудешь, писателем станешь.*

[Кабанов 2010: 14]

В оформлении обложки книги «Бэтмен Сагайдачный» использован пиксельный рисунок Стаса Орлова, но к антуражу Бэтмена добавлены изображение шестопера на шлеме (символ власти полковника в Запорожской Сечи) и трезубца на плаще (элемент герба Украины), из-под маски Бэтмена видны пышные запорожские усы. Каламбур в заголовочном комплексе книги травестиру-

ет фигуру воспетого в народной песне национального героя, гетмана Петра Сагайдачного, славного атамана Запорожской Сечи, совершившего в свое время успешные походы на Крымское ханство, Османскую империю и Русское царство, погибшего во время турецко-польской войны.

Не только украинский, но и великорусский неомиф травестируется А. Кабановым. В одном из стихотворений в форме нелепого киносценария рассказывается, что Причерноморье и Россия произошли от двух братьев-близнецов Одиссеев: „...когда-то боги были очень рассеянными / и в память об этом они сотворили огромную страну / и назвали ее — Россия, вернее — Рассея...“ / камера наезжает: зрители, постепенно кося, / ощущают крепленную патриотическую волну [Кабанов 2010: 48].

В стихотворении «Русское поле» говорится о насильственной разлуке поэтов по воле политиков, действующих в стилистике героев из американских боевиков, триллеров, неомифов:

*Иван-чай допивает кофе и включает  
защитное поле —  
Прозрачный купол на сотню гектаров,  
а то и больше,  
Теперь: царапайся, бей кувалдой,  
стреляй, натирай мозоли —  
Всем нерусским вход запрещен,  
особенно Мойше...*

[Кабанов 2010: 52]

Среди растущих на «ниве русской поэзии» трав (подорожник, полынь, ромашка, коровяк, мелиса, мята, пырей), у которых от жажды чешутся корни и скручиваются листья, упомянут пастернак — благодаря этой аллюзии текст напоминает о четвертом стихотворении из цикла Марины Цветаевой «Провода», обращенном к Б. Пастернаку: «Рас-стояние: версты, мили...», где также с горечью говорилось о том, что поэтов «не рас-сорили», но «рас-сорили» по разным концам земли.

В противовес идеологическим конструктам А. Кабанов рисует природный облик земли: Днепр и Южный Буг; сад — «шершав и абрикосов», травы: багульник, чертополох, камыш, одуванчик, цикламены, встречные огни херсонских дач, — птицы: дятел, синицы, ласточки, — «кардиограмма крымских гор», сверчок и стрекозы. Простые жители, хоть и не «самураи-запорожцы», но по своему величественны:

*Будто скороходы исполина —  
раздвоилась ночь передо мной  
и лоснилась вся от гуталина,  
в ожиданье щетки обувной.*

*Что еще придумать на дорожку:  
выкрутить звезду на 200 ватт?  
Не играют сапоги в гармошку,  
просто в стельку пьяные стоят.*

*В них живут почетные херсонцы,  
в них шумят нечетные дожди,  
утром на веранду вносят солнце  
с самоварным краником в груди.*

[Кабанов 2010: 15]

Ощущение эпичности возникает благодаря атмосфере древности этой земли: упоминаются Марк Аврелий, Одиссей, Геллеспонт, Терпсихора, Эллада, Таврида, Колхида, Троя, Архилох, Харон, Иона. Не только древняя культура создавала неповторимую ауру региона, но и XX век. Лирический герой, саркастически высмеивая идеологемы новейшего времени, мечтает произнести признание на скифском [Кабанов 2010: 35], перевести слова о Коктебеле «на коктебельский» [Кабанов 2010: 31]. Дом Максимилиана Волошина в Коктебеле был местом паломничества поэтов Серебряного века, в этом доме царил атмосфера дружеского общения, творчества, влюбленности... — «под небом из божьего стекла», как с грустной иронией скажет А. Кабанов.

Лирический герой книги видит свою задачу в том, чтобы восстанавливать связь, наводить мосты (разумеется, через слово и с помощью компьютера — гугла — Интернета, не раз упомянутых в стихах). Одна из автометафор — шелкопряд, неустанно ткущий шелковую нить, связующую землю и небо, прошлое и настоящее; возможно, это одна из нитей «мировой паутины» — сети Интернет:

*Я здесь, я тут,  
поэтому и зовут меня — тутовый  
шелкопряд,  
злые языки плетут,  
что я — не местный, что я —  
тамошний шелкопряд,  
понаехавший, gastarbaiter, пархатый  
шельмец.*

<...>

*А я по-прежнему тут, я еще и еще  
здесь,  
вот привели туристов, они  
из страны — Нэтрэба,  
километровой нитью укутан весь:  
от последней строки  
и до самого первого неба.*

[Кабанов 2010: 20]

Ключевое положение в книге занимает диптих «Мосты», входящий в цикл «Талисманские тексты. Из книги в книгу».

*Лишенный глухоты и слепоты,  
я шепотом выращивал мосты —  
меж двух отчизн, которым я не нужен.  
<...>*

*Я изучаю смысл родимых сфер:  
пусть зрение мое — в один Гомер,  
пускай мой слух — всего один Бетховен...*

[Кабанов 2010: 126]

Сознавая, что вокруг «темным-темно» и безмузыкально, поэт утверждает, что и в такой ситуации «есть ностальгия зрения и слуха!». Однако общая тональность книги не ерничество и не гордое самоутверждение героя, а печаль: *Поэт — сплошное ухо тишины / с разбитой перепонкой барабанной* [Кабанов 2010: 140]. Не случайно одной из автометафор становится старый пес: *А я ослеп и чуточку оглох <...> И время мне выкусывает блох, вылизывает память напоследок* [Кабанов 2010: 147]. Трогательно звучит «Колыбельная для пишущей машинки»: *На лице твоём морщинка, вот еще, и вот... / Засыпай, моя машинка, ангельский живот! <...> ты приляг на эти пальцы — на подушечки...* [Кабанов 2010: 152]. Доминирует в книге ощущение постистории, сумерек эпохи, зимы, заносающей снегом «и монастырь и нечистую силу», «кацапов, жидов и хохлов — / и другие нехитрые вещи» [Кабанов 2010: 130]. Игра словами в стихотворениях Кабанова явно восходит к поэзии В. Хлебникова, впрочем, и прямо названно: *Где жжется рукопись, где яростно живется / на Хлебникове и воде* [Кабанов 2010: 131]; ср. у Хлебникова знаменитое: «Усадьба ночью, чингисхань!». Группа кубофутуристов «Гилея» зародилась именно в Северном Причерноморье. Тем более грустно сознавать, что мечты Хлебникова о будущем мировом братстве людей не сбылись.

Взгляд на Крым подобен последнему прощанию:

*И чужая скучна правота, и своя  
не тревожит, как прежде,  
и внутри у нее провода в разноцветной  
и старой одежде.  
желтый провод — к песчаной косе,  
серебристый — к звезде над дорогой.  
не жалей, перекусывай все,  
лишь сиреневый провод не трогай.*

*Ты не трогай его потому, что поэзия —  
странное дело:  
все, что надо — рассеяло тьму  
и на воздух от счастья взлетело.  
То, что раньше болело у всех —  
превратилось в сплошную щекотку,  
эвкалиптовый падает снег, заматая  
навек слободку.*

*Здравствуй, рваный, фуфаечный Крым,  
потерявший империю злую,  
над сиреневым телом твоим я склонюсь  
и в висок поцелую.*

*Липнут клавиши, стынут слова,  
вот и музыка просит повтора:  
Times New Roman, ребенок иа, серый волк  
за окном монитора.*

[Кабанов 2010: 13]

Ключевой в этом стихотворении эпитет «сиреневый» можно истолковать по-разному: возможно, так был окрашен Крым на «больничной карте» страны, т. е. на географической карте; может быть, тут присутствует ассоциация с элегической песней разлуки «Сиреневый туман»; сиреневым может быть Крым от цветущей лаванды... Однако, и это главное, теперь почти весь мир для поэта сузился до экрана монитора.

Вместе с тем завершает книгу «дорожное» стихотворение: поезд куда-то увозит героя, и это начало разлуки. В руках пассажира — чайный пакетик, разовый «пакетик печали» с пеньковой нитью, но за окном все же «мир, по наитию, свеж и прекрасен», с полустанками и зимними звездами, которые не стереть и не стряхнуть [Кабанов 2010: 153]. Мотив пути с его богатой культурной памятью вводит тему транзита как вариант связи, пересечения границ, наведения «мостов».

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Кабанов А. Бэтмен Сагайдачный. Крымско-херсонский эпос. — М. : Арт Хаус медиа, 2010.
2. Кордон. Три пограничных поэта. — М. : Арт Хаус медиа, 2009.
3. Херсонский Б. Одесский синдром // Крещатик. 2011. № 11. URL: <http://magazines.russ.ru/kreschatik/2011/1/he28.html> (дата обращения: 14.09.2013).

**Статью рекомендует к публикации д-р философии, проф. Л. Цонева**

Е. Д. Бондаренко Y. D. Bondarenko

Екатеринбург, Россия Ekaterinburg, Russia

**СОВЕТСКИЕ СЦЕНАРИИ ИМЯНАРЕЧЕНИЯ:  
ДИАЛОГ С ТРАДИЦИЕЙ**

**THE SOVIET NAMING SCENARIOS:  
DIALOGUE WITH TRADITION**

**Аннотация.** Анализируется феномен новой советской обрядности на примере сценариев имянаречения 1920-х и 1960-х гг. Представлена попытка систематизации разрозненных описаний советского обряда наречения именем. За основу нового ритуала берется существующий сценарий и полностью меняются его концептуальное содержание, «устаревшие» реалии и символы.

**Abstract.** The phenomenon of new soviet ceremonialism is examined in the article on the example of naming scenarios created in the 1920-s and 1960-s. It is an attempt of systematization of isolated descriptions of soviet ceremony of naming. The basis of the new ritual is formed by the previous scenario, however its conceptual content and «outdated» symbols change completely.

**Ключевые слова:** семиотика; семантика; советская обрядность; культурный сценарий; обряд имянаречения; советизмы.

**Key words:** semiotics; semantics; soviet ceremonialism; cultural scenario; ceremony of naming; sovietism.

**Сведения об авторе:** Бондаренко Елена Дмитриевна, аспирант кафедры русского языка и общего языкознания.

**About the author:** Bondarenko Yelena Dmitrievna, Post-graduate student of the Chair of the Russian Language and General Linguistics.

**Место работы:** Уральский федеральный университет им. Первого Президента РФ Б. Н. Ельцина (Екатеринбург).

**Place of employment:** Ural Federal University named after the First President of the Russian Federation B. N. Yelcyn (Ekaterinburg).

**Контактная информация:** 620000, г. Екатеринбург, пр-т Ленина, 51, к. 306.  
e-mail: jelena.kazakowa@gmail.com.

Конфликт традиционного и нового, возникший в первые годы советской власти, отразился в разных областях жизни, в том числе в сфере имянаречения и переименований. В 1920-х гг. самым широким образом практикуются своего рода «антонимические эстафеты»: новое имя встает в один смысловой ряд со старым, но противопоставлено ему по своему ассоциативно-культурному фону, например: *Романово* → *Ленино*, *Короли* → *Большевик*, *Великокняжеская* → *Пролетарская*, порт *Императорская Гавань* → *Советская Гавань*; улицы *Петербурга* → *Ленинграда*: *Дворянская* → *Деревенской Бедноты*, *Мещанская* → *Гражданская*, переулок *Юнкерский* → *Красного Курсанта*; пароходы «*Король Альберт*» → «*Карл Либкнехт*», «*Многострадальный*» → «*Оправданный*» и т. п. [Березович 1994: 48]. По сходному механизму возникают новые хронимы типа *Красная Пасха* '1 мая', *Красное Рождество* '13 января' [Атрошенко 2012], а также наименования новых семейных обрядов: *красная свадьба*, *красные похороны*, *красные крестины* [Жидкова 2012; Канторович 2007]. «Эстафетность» действует не только на уровне названий, но и на уровне самих сценариев: если концептуальное наполнение новых обрядов принципиально противоположно традиционному, то сама их форма, структура сохраняется, являя собой имитацию «устаревших» традиций. Таким образом, новый сценарий призван не просто

заменить старый, но и дискредитировать его. Для этой цели в структуру сценария могут даже вводиться специальные элементы: к примеру, в 1920-х гг. в сценариях советских семейных обрядов нередко появляется обличительная «проповедь» председателя, высмеивающая церковное таинство крещения, венчания и пр.

В настоящей статье представлен анализ феномена новой советской обрядности на примере сценариев имянаречения, создававшихся в 1920-х и 1960-х гг. Основным материалом для исследования послужили контексты из газетных публикаций разных лет, данные личных блогов (Livejournal.com) и интернет-форумов, на которых участники делятся своими воспоминаниями о «красном крещении», а также факты, приводящиеся в этнографической литературе. В статье осуществляется попытка систематизации разрозненных описаний советского обряда наречения именем (ссылки на источник будут указываться только при цитировании. В остальных случаях ссылки не приводятся).

Интенции, закладываемые в новые сценарии, отражаются в терминологии советских обрядов. Если ранее ребенку давали имя в ходе таинства *крещения*, то советская трансформация сущности обряда влечет за собой соответствующие изменения терминологии: «*Красные крестины*», «*красные октябрины*» и «*звездочки*» («*звездины*») — это обрядовое творчество поколения револю-

ции, искавшего выражения своему обновленному Октябрем мироощущению и не желавшего отмечать рождение ребенка старым обрядом, который веками ставил на человеке клеймо „раба божьего“» [Декрет Советской власти...]. И так, по аналогии с другими «красными» праздниками в оппозицию традиционным *крестинам* появляются *красные крестины*. Посвящение новорожденного Христу преобразуется в советских сценариях в посвящение делу Октябрьской революции, что отражается в наименованиях *октябрины*, *красные октябрины*, *октябрение*: «Родители получали красную люльку, а к пеленкам младенца прикалывали комсомольский значок — „принимали в комсомол“. Весь этот ритуал именовался „октябрением“» [Ирошников, Шелаев 1991: 34]. Традиционный символ — крест, распятие — заменяется на новый — красную пятиконечную звезду Октября, отсюда наименования *звездочки*, *звездины*.

Показательно, что новая терминология не становится фактом литературного языка, остается в рамках так называемой идеологической номенклатуры — функционирует в ограниченном узусе, преимущественно в публицистике, а в живой языковой среде нередко воспринимается как инородный элемент. Слова, употребляемые для обозначения самого обряда или обрядового действия, пишутся в кавычках: «Крестины замещались „красными крестинами“, „октябринами“, с назначением „красных кумовьев“ из числа партийных активистов» [Митрохина 2002]. В нормативные словари попадает только наименование *октябрины*. В ССРЛЯ оно приводится в следующем значении: «Существовавший в СССР в первые годы революции обычай взамен крестин торжественно, приглашая гостей, давать новорожденному имя» [ССРЛЯ, 8: 829]. В сходном значении слово фиксируется в словаре Д. Н. Ушакова, в «Большом толковом словаре русского языка» С. А. Кузнецова, толковом словаре Т. Ф. Ефремовой, а также в «Толковом словаре языка Совдепии».

Несмотря на то что новая терминология имянаречения включалась в словари далеко не в полном объеме, она была вполне усвоена и освоена языком, о чем свидетельствует значительное количество производных от наименований обряда, ср. глаголы *звездить*, *озвездить*, *прооктябрить*: «Я категорически заявил, что дочь свою в принудительном порядке звездить не буду. А в загсе говорят: свидетельства о рождении дочери не дадут, пока не озвездишь» (письмо в газету «Известия», предположительно 1964 г.; цит. по: [Нехамкин 2005: 2012]); «Наш завком

очень энергичный, и поэтому решили прооктябрить, как ту, так и другую» (М. Булгаков. Золотые корреспонденции Ферапонта Ферапонтовича Капорцева). Создаются новые термины, называющие участников обряда, например: *звездная* — «Уже сама будучи мамой, эта девушка решила принять крещение, в крестные позвала „звездную“» [В Миргороде возродили обряд... 2011]; *звездный отец*, *звездная мать* — «Двое присутствующих брали на себя ответственность за пролетарское воспитание; назывались они „звездный отец“ и „звездная мать“» [Архимандрит Рафаил (Карелин) 1999: 113]; *красные крестные* и др. Особые оттенки значения приобретает наименование *почетные родители*, ср.: «Являясь с согласия родителей как бы восприемниками ребенка, „почетные“, „названные“ или „нареченные“ родители принимают на себя обязанности, выполнявшиеся прежде крестными отцом и матерью» [Декрет Советской власти...]. Данное обозначение «советских крестных» представляет собой новый термин, созданный по традиционным механизмам. Слова *почесть*, *почет* и пр. — традиционные номинации свадебного обряда, ср. твер. *почестка* 'угощение, обед на второй день свадьбы в честь родственников и гостей жениха (в доме родителей невесты)' [СРНГ, 30: 384]; *почётники* 'прием и угощение родственников невесты в доме родителей жениха после венчания' [СРНГ, 31: 9]. В советскую эпоху слова этого корня несколько переосмысляются, ср. выражения *почетная грамота*, *почетный караул*, *доска почета* и другие, что находят свое выражение и в новом термине семейной обрядности — *почетные родители*.

Обратимся к самому сценарию «красных крестин». Какой обряд, по мнению советских идеологов, имел шансы побороться с традицией крещения?

Новый сценарий имянаречения начинает разрабатываться в 1920-х гг. Борьба с «религиозными пережитками», являющаяся, очевидно, сверхзадачей нового обряда, доходила порой до абсурдных крайностей: к примеру, цензура, запретившая в 1925 г. «Мухину Свадьбу» К. Чуковского (первое издание сказки, известной читателям под названием «Муха-Цокотуха»), поставила автору в вину желание «удержать на поверхности жизни отмирающие и отживающие формы быта» — именины и свадьбу [Свердлова 2001: 9].

Впрочем, появление нового ритуала имянаречения в 1920-х гг. инициируется не только «сверху», но и «снизу». В результате борьбы советской власти с церковнослужителями в деревне складывается ситуация,

при которой крестить детей просто некому: все священники изгнаны, храмы не действуют. Между тем необходимость обряда имянаречения, включения ребенка в социум не исчезает. Отсюда появляются самостоятельные попытки создания нового обряда, описанные, в частности, К. Логиновым: «В деревне Пильмасозеро двух родившихся в мае 1931 г. младенцев решили „покрестить“ по советскому ритуалу. Вызвали из Пудожа двух представителей советской власти. Чиновники в сельсовете в торжественной обстановке записали в новую учетную книгу первые два имени „будущих строителей коммунизма“. Чтобы „порвать с проклятым наследием прошлого и церковной религией“, представители власти отказались давать детям христианские имена. Мальчика, которого хотели назвать Михаилом, назвали Будимиром. А девочку, которая должна была стать Марией, — Розарией. Председатель передал детей с рук на руки „красным крестным“ (представителям советской власти из района), а те — отцам. Для большей торжественности сельчан колонной (во главе с родителями с детьми на руках) с кумачовым флагом обвели вокруг деревни, словно в крестный ход на Пасху. Но — обряд не понравился, традиция не получилась, книга потерялась. И у тех, кого в 1931 г. „покрестили по-советски“, возникли проблемы с документами» [Логинов 2010: 69—70].

Уже в этом сюжете выделяется несколько специфичных для советского «крещения» моментов. В результате обрядовых действий младенец включается в социум и становится «будущим строителем коммунизма». Соответственно и сам обряд должен происходить в общественном учреждении, в данном случае в сельсовете. Функции распорядителя, «гражданского священника» выполняет руководящее лицо учреждения, в данном примере — председатель сельсовета. Ответственными за воспитание советских граждан должны быть люди, уже достигшие некоторых успехов в «строительстве коммунизма» — «красными крестными» становятся представители советской власти. В ходе сценария выделяется два ключевых эпизода. Центральный эпизод — выбор имени для ребенка — продолжает линию «отказа от прошлого»: детей принципиально называют именами, отсутствующими в христианском календаре. По сути в конфликт вступает желание родителей дать детям «обычные имена» (Михаил и Мария) и воля общественности: представители власти «переводят» имена на советский лад — Будимир и Розария. Второй знаковый эпизод обряда — «красный крестный ход». В инвариантном

сценарии крещения присутствует момент, когда крещаемые во главе со священником, держа в руках свечи, трижды обходят купель. По-видимому, в новом сюжете этот эпизод контаминируется с традицией крестного хода в праздник.

Таким образом, за основу нового ритуала берется существующий сценарий, и полностью меняется его концептуальное содержание, «устаревшие» реалии и символы.

Далее проанализируем основные структурные особенности обряда *октябрин* и попытаемся соотнести их структуру со структурой традиционного обряда крещения.

**I. Функции обряда.** Основной в ритуале имянаречения в советское время была функция социализации нового человека. Если раньше ребенок благодаря таинству крещения «вступал в ряды» рабов Божьих, то «в ходе обряда „октябрин“ новорожденный гражданин Страны Советов непосредственно включался в борьбу за освобождение человечества...» [Филатов 1967: 45].

**II. Место действия.** Обряд совершается в каком-либо значимом для данного общества учреждении — в красном уголке клуба («В переднем углу клуба отряд пионеров с алым стягом поет под негромкую дробь барабана: „Мы молодая гвардия Рабочих и крестьян...“» [Филатов 1967: 45]), в местном, деревенской кузнице и т. д.

Имянаречение младенца может проходить в рамках общественного мероприятия, о чем свидетельствует часть текста одного из памятных удостоверений, выданных родителям новорожденного в 1924 г.: «На торжественном заседании члены городской ячейки РЛКСМ с представителями от районного комитета РКП(б), районного комитета РЛКСМ, женотдела и пионеров, посвященном новорожденной Цепелевой, коллективно постановили дать ей имя Октябрин в честь Великой пролетарской революции...» [Филатов 1967: 44—45].

**III. Участники действия.** Руководить процессом должен был специалист с соответствующей идеологической подготовкой: «В качестве „батюшки“ чаще всего выступал третий секретарь по идеологической линии» [Белоброва 2011]. Это мог быть председатель сельсовета, клуба, позже — работник ЗАГСа. Обычно в обряде также принимали участие приглашенные чиновники: представители от районного комитета РКП(б), районного комитета РЛКСМ, женотдела, руководители партийных и комсомольских ячеек. Новый гражданин получал поздравления от представителей различных профессий, в частности, тех, которые имеют родители.

В роли *красных крестных* (*красных ков*, *почетных родителей* и др.) могли выступать крупные общественные деятели. К примеру, на октябринах в Иваново-Вознесенске (предположительно в 1927 г.) в роли красного крестного отца выступал А. В. Луначарский. Среди первых «восприемников» был и М. И. Калинин. На Украине одним из зачинателей нового гражданского обряда «звездины» стал легендарный герой Гражданской войны Г. И. Котовский [Декрет Советской власти...].

«Восприемниками» младенца могли стать пионеры: «Идут пионеры с барабанным боем и возвращаются с матерью, которая несет на руках ребенка. Публика аплодирует, кричит „ура!“ Когда все вошли в клуб, молодая мать заявляет: „Ребенок принадлежит мне только физически. Для духовного воспитания передаю его обществу“. Аплодисменты. Председатель берет ребенка на руки, пионеры развевают над ним полотнище своего знамени» [Филатов 1967: 45]. В других сценариях «красных крестин» нового гражданина принимают в строгой последовательности октябренок, пионер, комсомолец, коммунист и, наконец, «почетные родители».

**IV. Атрибуты.** На месте иконостаса в советском обряде оказываются портреты вождей, перед которыми родители ребенка дают обещание воспитать честного советского гражданина. На стенах развешаны красные знамена, лозунги. Крест замещает красная звезда. В некоторых сценариях ребенка кладут в красную люльку, прикалывают ему к пеленкам комсомольский значок и т. д.

Значимым атрибутом обряда является музыка: туш в исполнении духового оркестра, советские гимны, «Вихри враждебные веют над нами», «Интернационал». В 1960-х гг. гимны сменяет песня «Пусть всегда будет солнце».

Новорожденному гражданину было принято преподносить полезные подарки: собрание сочинений Ленина, красное байковое одеяло, комсомольский значок, торжественное принятие в пионеры, в комсомольцы или даже в РКП(б) и пр. В качестве «аналога» христианской традиции дарения на именины иконы и жития святого покровителя ребенка предлагалось дарить портреты вождей или того революционного деятеля, в честь которого назван ребенок.

**V. Коммуникативная сущность ритуала.** Всё перечисленное выше можно считать попыткой переработки традиционной структуры христианского обряда с наполнением ее новыми гражданскими атрибутами. Однако есть принципиальное отличие нового со-

ветского ритуала имянаречения, полностью противопоставляющее его традиции.

Традиционный обряд максимально «фатичен» — это замкнутая четкая заданная структура. Участники обряда только выполняют отведенные им функции. Новый же сценарий предлагает функции творца имени, «номотета» передать социуму. Коллектив сам создает и разрабатывает сценарий обряда имянаречения, путем голосования решает вопрос об имени ребенка. Таким образом, создается мнимая свобода выбора имени. Ср.: «Загнали наконец Ванькина в пузырек. Стих Ванькин, и соединенными усилиями дали мы два красивых имени: *Роза* и *Клара*. — Как конфетка будут октябрины, — говорил наш председатель, потирая мозолистые руки, — лишь бы Ванькин ничего не изгадил» (М. Булгаков. Золотые корреспонденции Ферапонта Ферапонтовича Капорцева).

Более того, в 1960-х гг., когда новый обряд имянаречения пытаются возродить и улучшить, появляются даже специальные научные статьи, посвященные проблеме создания «успешного» обряда. В частности, в книге А. Филатова анализируются неудачи 1920-х гг. и разрабатываются «составляющие успеха» нового ритуала: «Но новые обряды должны быть, конечно, совершеннее старых, религиозных. И совсем не нужно, как это сейчас во многих случаях еще делается, пропагандировать новые обряды только и прежде всего как средство борьбы с религией. Ведь новая обрядность создается для украшения человеческой жизни, а не просто „в пику“ церковникам» [Филатов 1967: 14].

**VI. Ход действия.** На основании анализа текстов, описывающих обряды *октябрин*, *звездин*, *красных крестин*, можно попытаться реконструировать примерный сценарий советской традиции торжественного имянаречения.

1. Ввод, начало обряда. «Торжественное заседание открылось хорovým исполнением присутствующими партийного гимна „Интернационал“ и песни „Смело, товарищи, в ногу“. По окончании пения, как записано в протоколе, с приветствиями выступали члены президиума, представители 34 территориальной дивизии, волостной милиции. После каждого приветствия струнный оркестр исполнял по куплету „Интернационала“» [Руднев 2009: 38].

2. Вступительная часть. Советский «чин оглашения» проходил в форме лекции о вреде церковного крещения. Лекторы апеллировали к доводам разума, говоря, к примеру, о нарушении правил гигиены во время таинства крещения: «Выявлен боль-

шой процент заболеваемости среди крещеных детей, и даже заболевания со смертельным исходом» [Жидкова 2012].

3. Наречение именем. В 1920-х гг. в продолжение тенденции отказа от традиции происходит «дехристианизация» именослова: «„Вообще, — давалось разъяснение в одной из книг, вышедших в 20-х годах, — родители могут избрать своему ребенку имя, заимствованное из мертвой или живой природы. Этим они порвут с религиозными именами, докажут свой разрыв с идолопоклонством“. Было время, когда общие собрания обсуждали вопрос, как назвать ребенка, чтобы увязать его имя с выполнением промфинплана или выпуском первого трактора» [Филатов 1967: 44].

Создавались так называемые красные святцы, в которых имена посвящались каким-либо революционным событиям: «Имя *Мюд* — празднует свои именины в Международный Юношеский День, *Май*, *Труд* — 1-го мая, *Нинель*, *Вил*, *Владимир* — в день рождения Ленины, *Степан* — на выбор: либо в день смерти Степана Халтурина, либо Степана Шаумяна и т. д.» [Троцкий 1924: 5]. При этом днем именин, по аналогии с празднованием памяти святых в христианстве, предлагалось сделать день смерти героя — носителя имени.

Существуют даже примеры таких «святцев», в которых вновь созданные имена организуют некий «красный календарь». Ср. выбор имени Шарикова в «Собачем сердце» М. Булгакова: «— По календарю искали. Какие тебе, говорят? Я и выбрал. — Зина, из смотровой календарь, пожалуйста. — Ни в каком календаре ничего подобного быть не может. — Довольно удивительно, когда у вас в смотровой висит. — Пожалуйста. — Ну и где? — Да вот. 4-го марта празднуется. — Да, действительно... В печку его. Сейчас же».

4. Собственно обряд. Троекратное погружение в воду, которым сопровождалось таинство крещения, было преобразовано в «крещение звездой», которая в новом обряде заменяла крест: «Товарищи по работе пришли в одну семью, где родилась девочка, поздравили родителей, выбрали имя ребенку и преподнесли наказ: „Мы осеняем тебя не крестом, не святой водой и молитвой, а нашим Красным знаменем борьбы и труда, пробитым пулями, разорванным штыком... Когда твой разум окрепнет, прочти эти строки, встань в ряды бойцов, разбей последние остатки рабства и страдания, в которых веками томилось человечество...“» [Энциклопедия русских обычаев 2000: 40—41].

5. По окончании обряда совершался символический «крестный ход», ср. воспомина-

ния гражданки Украины (родилась в 1939 г): «В кузне — а кузнецы тогда были в почете в деревне — носили малыша вокруг наковальни и пели „Интернационал“» [Рубцова 2011].

6. Итогом обряда становилось условное вступление младенца в ряды пионеров, в комсомольскую ячейку или в профсоюз: «В Самаре первые октябрины прошли в мае 1924 г. в Народном доме трубочного завода. Малышку приняли в пионерский отряд, повязали галстук, тем самым задавая ее политическую социализацию» [Филатов 1967: 14].

В заключение отметим, что попытки советской власти разработать новый сценарий имянаречения оказались относительно успешными. Обряд (в относительно близких вариациях и со сходной терминологией) получил распространение на достаточно широкой территории: в частности, локальные традиции «октябрин» отмечаются в Москве, Ленинграде, в Курской и Самарской областях, в Бурятии, на Урале, на Украине, в Латвии, Армении и других республиках СССР. Для сравнения: прецедент введения «атеистического» обряда имянаречения был в 2009 г. в Испании; во время ритуала над «крещаемым» читалась Европейская декларация о правах ребенка и некоторые статьи Конституции, а крестные давали обещание воспитывать дитя в духе демократических свобод, равенства и мира [В Испании атеисты пытаются...]. Однако в этом случае говорить о новой традиции не представляется возможным, так как за два года «по-новому» крестили всего 15 детей.

О том, что сценарий октябрин стал своеобразным маркером эпохи, свидетельствует появление эпизодов, посвященных новому обряду имянаречения, в сатирической литературе (фельетон И. Ильфа и Е. Петрова «Октябрины», «Золотые корреспонденции Феропонта Феропонтовича Капорцева» и «Собачье сердце» М. Булгакова) и кинематографе (экранизация «Собачьего сердца» режиссера В. Бортко).

О популярности гражданского обряда имянаречения (впрочем, уже не в 1920-х, а в 1960—1970-х гг.) можно судить также по детским поверьям, связанным со звездами. Приведем воспоминание одного из пользователей «Живого журнала» (родился в 1977 г.): «Когда я сегодня рассказал об этом snowman\_fedya и jaerraeth, они очень удивились, потому что их не звездили и они даже не знали, что такой обычай существовал в конце 1970-х. А между тем, в моем детском садике даже бывало поверье: кого не звездили — расти не будет» [Назаренко 2006].

Наконец, сохранению в памяти советского ритуала способствует использование термина *звездины* для обозначения современного гражданского сценария торжественного имянаречения: «Звездины — интересный праздник. Его проводят в кругу самых близких родственников и друзей. Здесь ведущую роль в организации мероприятий, подготовке праздничного стола должны взять на себя братья, сестры, тети, дяди. Маме не до этого. Ребенок требует от нее много внимания и сил. Украшают праздничный стол 1—2 букетами цветов, красными или голубыми лентами и т. д.» [Как организовать День рождения?]. К примеру, 3 июля 2010 г. в Судиславском молодежном центре проходили «Звездины», организованные как театральное представление. Ведущая программы и прилетевший аист поочередно доставали конверты розового (с именем девочек) и голубого (с именем мальчиков) цвета, зачитывали стихи в честь каждого младенца и т. д. [Звездный час].

Таким образом, если сам обряд, искусственно созданный в советское время с целью отказа от предшествующей «имперской» традиции, не получил прямого продолжения, то термин, его обозначающий, оказался более удачным и сохранился вплоть до настоящего времени.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. *Архимандрит Рафаил (Карелин)*. Церковь и мир на пороге апокалипсиса. — М., 1999.
2. *Атрошенко О. В.* Русская народная хронимия в советском и постсоветском идеологическом пространстве // Политическая лингвистика. 2012. № 1 (39). С. 84—91.
3. *Белоброва О.* Что такое звездины, или За что советская власть «Муху-Цокотуху» запретила? // TopAuthor.ru : интернет-сообщество. 2011. 2 авг. URL: [http://www.topauthor.ru/CHto\\_takoe\\_zvezdini\\_ili\\_za\\_chno\\_sovetskaya\\_vlast\\_Muhu-TSokotuhu\\_zapretila\\_5850.html](http://www.topauthor.ru/CHto_takoe_zvezdini_ili_za_chno_sovetskaya_vlast_Muhu-TSokotuhu_zapretila_5850.html) (дата обращения: 26.08.2013).
4. *Березович Е. Л.* К вопросу о лексическом варьировании в ономастике // Проблемы варьирования языковых единиц. — Екатеринбург, 1994. С. 46—54.
5. *Декрет Советской власти* об отделении церкви от государства. URL: [http://www.fiesta-da.ru/index.php?option=com\\_content&task=view&id=158](http://www.fiesta-da.ru/index.php?option=com_content&task=view&id=158) (дата обращения: 26.08.2013).
6. *Жидкова Е.* Введение новых гражданских праздников и обрядов в 1950—60-е годы // Интернет-портал Института всеобщей истории РАН. URL: [http://www.igh.ru/index.php?option=com\\_content&view=article&id=136:vvedenie-novykh-grazhdanskikh-prazdnikov-i-obryadov-v-1950-60-e-gody&catid](http://www.igh.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=136:vvedenie-novykh-grazhdanskikh-prazdnikov-i-obryadov-v-1950-60-e-gody&catid)

=82:stenogrammy-konferentsij&Itemid=130 (дата обращения: 25.11.2012).

7. *Звездный час* // Интернет-портал «Молодежная политика Костромской области». 2010. 2 авг. URL: <http://www.kdm44.ru/news/1865.html> (дата обращения: 25.11.2012).

8. *Ирошников М., Шелаев Ю.* Октябрьские // Родина. 1991. № 9—10. С. 34—37.

9. *Канторович И. В.* Красные октябрины и квартирный вопрос // Первое сентября. 2007. № 3. URL: <http://his.1september.ru/article.php?ID=200702304> (дата обращения: 25.11.2012).

10. *В Миргороде возродили* обряд торжественной регистрации новорожденных (комментарий к сообщению) // Клумба : интернет-портал. 2011. 11 янв. URL: <http://klumba.ua/club/post-4966/> (дата обращения: 26.08.2013).

11. *Логинов К. К.* Традиционный жизненный цикл русских Водлозерья: обычаи, обряды и конфликты. — М. ; Петрозаводск, 2010.

12. *Митрохина О.* Скажи мне, что ты празднуешь... // Первое сентября. 2002. № 48. URL: <http://his.1september.ru/article.php?ID=200204802> (дата обращения: 25.11.2012).

13. *Назаренко М.* Блог Михаила Назаренко. Запись от 22.19.2006. URL: <http://petro-gulak.livejournal.com/437120.html> (дата обращения: 26.08.2013).

14. *Нехамкин С.* Не звездите! // Известия. 2005. 27 дек. URL: <http://izvestia.ru/news/309853> (дата обращения: 26.08.2013).

15. *Рубцова И.* Подражайте святому // Православный Санкт-Петербург. 2011. № 7 (235), июль. URL: <http://www.pravpiter.ru/pspb/n235/ta007.htm> (дата обращения: 25.11.2012).

16. *Руднев В. А.* Рождение ребенка — это дело всего трудового коллектива! // Бълое Дъло. 2009. № 8 (24), авг. С. 37—38.

17. *Свердлова К. О* «Чуковщине». // Красная печать : двухнед. орган отдела агитации, пропаганды и печати ЦКВКП(б). — М., 1929. С. 9—10. URL: <http://www.chukfamily.ru/Kornei/Proetcontra/Sverdlova.htm> (дата обращения: 26.08.2013).

18. *ССРЛЯ* = Словарь современного русского языка : в 17 т. — М. ; Л. : 1950—1965.

19. *Троцкий Л.* Вопросы быта // Юный пролетарий. 1924. № 1. С. 5.

20. *Филатов А. Н.* О новых и старых обрядах. — М., 1967.

21. *Энциклопедия русских обычаев* / сост. Н. А. Юдина. — М., 2000.

22. *Как организовать День рождения?* Советы и рекомендации // Kprazdniky.ru : интернет-портал. URL: [http://kprazdniky.ru/organizaciya\\_prazdnikof/194-den-rozhdenija.html](http://kprazdniky.ru/organizaciya_prazdnikof/194-den-rozhdenija.html) (дата обращения: 25.11.2012).

23. *В Испании* атеисты пытаются внедрить практику атеистических «крещений» // NewsRu.com. 2011. 30 мая. URL: <http://www.newsru.com/arch/religy/30may2011/schwonder.html> (дата обращения: 25.11.2013).

**Статью рекомендует к публикации д-р филол. наук, проф. М. Э. Рут**

С. П. Васильева S. P. Vasilyeva

А. Г. Ильина A. G. Ilyina

Красноярск, Россия Krasnoyarsk, Russia

**ЭСТЕТИЧЕСКИЕ ЦЕННОСТИ  
В ЯЗЫКОВОМ СОЗНАНИИ**

**ЖИТЕЛЕЙ ПРИЕНИСЕЙСКОЙ СИБИРИ**

**Аннотация.** Рассматривается фрагмент языкового сознания, отражающий ценности эстетики на материале данных анкет, полученных методом свободного ассоциативного эксперимента, информантами в котором были жители Приенисейской Сибири (Красноярска и Красноярского края). При анализе полученных слов-реакций учитывается содержание ответов, частотность реакций-ассоциаций, парадигматические и синтагматические отношения со стимулом, частеречная принадлежность ассоциаций, возраст испытуемых.

**Ключевые слова:** свободный ассоциативный эксперимент; стимул; реакция; эстетика; ценности; синтагматика; парадигматика; социальные и территориальные факторы.

**Сведения об авторе:** Васильева Светлана Петровна, доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой общего языкознания.

**Место работы:** Красноярский государственный педагогический университет им. В. П. Астафьева.

**Контактная информация:** 660049, г. Красноярск, ул. А. Лебедевой, 89.  
e-mail: vasilyeva@kspu.ru.

**Сведения об авторе:** Ильина Анна Геннадьевна, магистрант 1 курса филологического факультета.

**Место работы:** Красноярский государственный педагогический университет им. В. П. Астафьева.

**Контактная информация:** 660049, г. Красноярск, ул. А. Лебедевой, 89.  
e-mail: vasilyeva@kspu.ru.

**AESTHETIC VALUES IN THE LANGUAGE  
CONSCIOUSNESS OF THE INHABITANTS  
OF THE YENISEI SIBERIA**

**Abstract.** The article deals with a fragment of language consciousness, reflecting the values of aesthetics on the material obtained by questionnaires during a free-association experiment, in which residents of the Yenisei Siberia (Krasnoyarsk and the Krasnoyarsk Territory) served as informants. In analyzing the words, we take into account the contents of responses, the incidence of reactions associations, paradigmatic and syntagmatic relations with the stimulus, parts of speech characterization of associations, the age of the informants.

**Key words:** free association experiment; stimulus; response; aesthetics; values; syntagmatics; paradigmatics; social and territorial factors.

**About the author:** Vasilyeva Svetlana Petrovna, Doctor of Philology, Professor, Head of the Chair of General Linguistics.

**Place of employment:** Krasnoyarsk State Pedagogical University n.a. V. P. Astafyev.

**About the author:** Anna G. Ilyina, Master's Degree Student of the Philological Faculty.

**Place of employment:** Krasnoyarsk State Pedagogical University n.a. V. P. Astafyev.

Понятие ценности является важнейшей мировоззренческой категорией: «Ценность есть нечто всепроникающее, определяющее смысл и всего мира в целом, и каждой личности, и каждого события, и каждого поступка» [Лосский 1999: 138]. Феномен ценности представляет собой компонент человеческой культуры, вместе с нормами и идеалами, он соотносится с важными сферами человеческой жизни: хозяйственно-экономической, образовательно-воспитательной, психологической, эмоциональной и культурно-духовной, а также имеет множество подтипов в зависимости от содержания, субъекта, роли в жизни человека и человечества [Здравомыслов 1986: 59].

В языке как системе номинативных единиц отражаются предпочтения человека,

в частности в выборе объектов для номинации: то, что не представляет ценности, не номинируется. Для психолингвистики, изучающей языковое сознание человека, его индивидуальные ценностные представления, а также коллективные ценностные представления групп людей, разделенных по различным признакам, важно, какими средствами человек (коллектив) выражает свои представления о ценном. Психолингвистический эксперимент, в данном случае свободный ассоциативный эксперимент, в наше время признается наиболее реальным способом заглянуть в сознание человека.

Ассоциация, по мнению Р. М. Фрумкиной, «это связь между некими объектами или явлениями, основанная на нашем личном, субъективном, опыте. Опыт этот может

совпадать с опытом той культуры, к которой мы принадлежим, но всегда является также и сугубо личным, укорененным в прошлом опыте отдельного человека» [Фрумкина 2007: 189].

Авторами метода ассоциативного эксперимента принято считать исследователей практической психологии Х. Г. Кента и А. Дж. Розанова (1910). В области психолингвистики варианты ассоциативного эксперимента были разработаны Дж. ДIZE и Ч. Осгудом. В отечественной психологии и психолингвистике методика ассоциативного эксперимента была усовершенствована и апробирована в экспериментальных исследованиях А. Р. Лурии и О. С. Виноградовой и др. Также значительный вклад в изучение ассоциаций в нашей стране был внесен представителями Казанской лингвистической школы [Фрумкина 2001: 187].

В психолингвистике для обработки данных используются различные методики классификации реакций, например на основе содержания, при этом исследователи оперируют следующими типами: 1) ассоциации по смежности. К ним относятся ассоциативные пары слов, не имеющих общих существенных признаков в своем содержании (например, *бабушка — блины*). Разновидностью данных ассоциаций являются ассоциации, возникшие на основе отношений «часть — целое» (например, *бабушка — морщины*). Практически к этому типу вербальных ассоциаций относятся все так называемые тематические ассоциации. Однако если использовать лингвистическую терминологию, то более точно было бы говорить об ассоциациях метонимического типа (в частности, о синекдохе как случае метонимии); 2) ассоциации по сходству. В наиболее общем виде под сходством понимают наличие у рассматриваемых предметов одного или нескольких общих существенных признаков. Сходство содержаний реакций-ассоциаций (сходство лексических значений) подразумевает наличие в значениях слов-ассоциатов общих сем, иногда называемых классемами. В данном случае вполне правомерно говорить об ассоциациях метафорического, или эпитетного типа [Леонтьев 1998: 59]. На основе различных отношений друг к другу сходных значений можно выделить следующие разновидности ассоциаций по сходству: а) детерминационные (эпитетного типа) — пары таких слов, в которых содержание одного члена (значение процессуального или непроцессуального признака) входит в содержание второго члена в качестве одного из признаков этого содержания (*бабушка — старая, мудрая* и т. п.), т. е. один член явля-

ется непосредственным обозначением собственно признака второго члена; б) классификационные (метафорического типа) — пары слов, имеющих в своем содержании как минимум один общий существенный признак. Они достаточно разнообразны и включают ассоциативные пары, соотносимые с членами различных лексико-семантических полей и групп (например, *бабушка — старушка, белый — черный*).

При описании реакций-ассоциаций на основе отношений содержания ассоциируемых слов нужно иметь в виду, что классификации имеют относительный характер, так как некоторые ассоциативные пары могут одновременно (по разным основаниям) принадлежать к различным типам и подтипам (синкретические ассоциации). Например, в паре *бабушка — дедушка* можно усматривать как сходство (классификация по общему признаку «старый человек»), так и смежность (*бабушка и дедушка — бабушка рядом с дедушкой*). В паре *белый — цвет*, с одной стороны, проявляются гиперонимические отношения (классификация: цвет — белый, черный, красный, зеленый и т. д.), с другой — отношение признака к предмету (детерминация: белый цвет, белого цвета).

В среднем обычно отмечают следующие типы ассоциативных связей: 1) смысловая близость, при которой ассоциативным ответом является слово-синоним: *большой — огромный*; 2) смысловая противопоставленность: *белый — черный*; 3) созвучность, рифма по типу *кино — вино*; 4) отношения «выше — ниже» по типу *фрукт — яблоко*; 5) отношения «часть — целое» и «целое — часть» по типу *дом — комната* [Фрумкина 2007: 194].

В каждом конкретном случае набор смысловых связей зависит от полученного материала. Ассоциации, исследуемые нами, более всего соответствуют содержанию модели В. А. Пищальниковой, определяющей динамическое соотношение между стимулом и ассоциатом как 1) предметное содержание, 2) представление (мысленное воссоздание образов предметов и явлений), 3) ассоциацию (спонтанно возникающую связь между отдельными ощущениями, восприятиями, представлениями на основе ассонанса — частичного совпадения, сходства каких-то сторон, качеств), 4) оценку (мнение, суждение о качествах, предмете, характере), 5) понятие (конкретное значение) [Пищальникова 2003: 207].

Цель данной работы — анализ реакций-ассоциаций (ассоциативных полей), полученных в результате ассоциативного эксперимента, информантами для которого по-

служили жители Приенисейской Сибири (Красноярска и Красноярского края). Нас интересует репрезентация эстетических ценностей в языковом сознании представителей региона.

При анализе полученных слов-реакций мы учитывали содержание ответов, частотность реакций-ассоциаций, парадигматические и синтагматические отношения со стимулом, частеречную принадлежность ассоциаций, возраст испытуемых.

По результатам ассоциативного эксперимента среди жителей города Красноярска и Красноярского края для исследования эстетических ценностей было отобрано 70 анкет с реакциями на слова-стимулы «Красота», «Красивый», «Прекрасный». Общее количество реакций на данные стимулы — 86. Возраст информантов — от 19 лет до 61 года.

Ассоциативное поле стимула «Красота» имеет следующее наполнение: *страшная сила* (6), *взгляд, по-американски, Достоевский* (3), *спасет мир* (7), *в природе, любовь* (5), *радость* (2), *внутренняя, души* (2), *гармония* (3), *классно* (2), *образ, супер, женщины, тела, роза* (3), *счастье* (2), *семья, ребенок*.

На стимул «Красота» получено 20 ассоциатов, среди них 10 имен существительных в форме именительного падежа. Они вступают в парадигматические отношения со стимулом. Синтагматические отношения представлены падежными формами: *в природе, женщины, тела*. Среди ассоциаций есть прецедентные единицы: *Достоевский* (3), *страшная сила* (6), *спасет мир* (7).

Смысловые отношения со стимулом выражены следующим образом:

- 3 понятийные реакции: *гармония* (3), *любовь* (5), *образ*;
- 5 реакций-представлений: *взгляд, по-американски, спасет мир* (7), *в природе, внутренняя*;
- 1 реакция-ассоциация: *Достоевский* (3);
- 4 реакции предметного содержания, выраженные словами: *души* (2) *женщины, тела, роза* (3);
- 2 реакции эмоционального характера: *классно* (2), *супер*;
- 5 реакций оценочного характера: *страшная сила* (6), *семья, ребенок, счастье* (2), *радость*.

Для описания ассоциативного поля целесообразно выделить его ядро и периферию на основании частотности полученных ассоциаций (см. табл. 1).

Таблица 1. Ядро ассоциативного поля «Красота»

Слово-реакция	Частота
спасет мир	7
страшная сила	6
любовь	5
Достоевский	3
гармония	3
роза	3

В сознании красноярцев «Красота» связывается со спасением мира и представляет собой *страшную силу*. Если вынести за скобки, что *страшная сила* — журналистский штамп, то можно думать, что в тревоге за судьбы мира человек ищет спасение в красоте, а красота — это в конечном счете *любовь и гармония*. Ассоциация с Достоевским свидетельствует о том, что «Красота» связывается с русской культурой и искусством. Не случайно на первом месте в сознании русского человека слова Достоевского: «Красота спасет мир». Реакция *роза* может быть истолкована в предметном и теософском значении: роза как цветок символизирует красоту, Роза как христианский символ Богородицы устанавливает связь с христианским пониманием красоты *внутренней, красоты души и гармонии*, понимание которой выходит за рамки эстетических ценностей и прорастает в область нравственных представлений, о которых пишет Даниил Андреев в книге «Роза Мира» в виде мечты о гуманном, без насилия устройстве мира.

На периферии ассоциативного поля «Красота» располагаются не менее важные для жизни человека представления, связанные с *природой, женщиной, семьей, ребенком, телом*. Следует отметить, что все полученные реакции носят позитивный характер и подтверждаются эмоциональными оценками: *классно, супер*.

При анализе слов-реакций на стимул «Красивый» были выделены следующие ассоциации: *приятный* (2), *прекрасный* (3), *парень, муза, дом, стан, модный, цветной, человек* (2), *закат, голос, Влад, кот, журнал, парик, карандаш, взгляд, гордый*. Их можно классифицировать следующим образом:

- 12 реакций с предметным содержанием синтагматического характера: *человек* (2), *закат, голос, кот, журнал, парик, карандаш, взгляд, парень, дом, стан, муза*;
- 3 реакции-представления: *модный, гордый, цветной*;
- 1 реакция-понятие: *прекрасный* (3);
- 1 оценочная реакция: *приятный* (2);
- 1 реакция-ассоциация: *Влад*.

Данные репрезентации языкового сознания испытуемых мы можем сравнить с представлениями древнерусского человека о красивом, обратившись к исследованию Т. И. Вендиной. Изучая языковое сознание человека X—XI вв. по материалам «Старославянского словаря» под ред. Р. М. Цейтлин, Р. Вечерки и Э. Благовой, Т. И. Вендина отмечает, что «красота для средневекового человека — это, прежде всего, понятие нравственное, соотносящееся с категорией добра и блага, поэтому красивый человек — это человек добрый» [Вендина 2002: 68].

Ядерную группу ассоциаций поля «Красивый» представляют реакции *прекрасный* (3), *приятный* (2), *человек* (2). Как мы видим, среди наших материалов нет ассоциации *добрый*, но есть позитивные синонимы — *прекрасный*, *приятный* — и, вероятно, наиболее современные, хотя и представляющие периферию: *модный*, *гордый*, *цветной*. В качестве определения стимул «Красивый» может быть отнесен к *человеку* (2), конкретным предметам и явлениям, среди которых также находится человек в различных его проявлениях: *парень*, *муза* (в конкретном значении), *голос*, *взгляд*, *стан*; жилище: *дом*; природа: *закат*, *кот*; артефакты современной цивилизации: *журнал*, *парик*, *карандаш*.

Стимул «Прекрасный» вызвал следующие реакции: *принц*, *человек*, *печаль*, *день* (5), *чудесный*, *сон*, *красивый* (2), *мир*, *дом* (2), *чудо*, *пейзаж*. Среди них выделяются:

- 4 реакции предметного содержания синтагматического характера: *дом* (2), *человек*, *пейзаж*, *принц*;
- 3 реакции-представления: *день* (5), *сон*, *мир*;
- 2 ассоциации: *печаль*, *чудо*;
- 1 понятийная реакция: *красивый* (2);
- 1 оценочная реакция: *чудесный*.

Ядерная группа представлена тремя реакциями: *день* (5), *дом* (2), *красивый* (2). *День* — это представление о текущем времени, *дом* — это место и защита, следовательно, языковое сознание, репрезентирующее позитивную оценку настоящего, защищенность, настроено весьма оптимистично.

Следует отметить, что, несмотря на смысловую близость стимулов «Красивый» и «Прекрасный», они не совпадают, скорее взаимодополняют друг друга. Стимул «Прекрасный», выражающий высшую степень красивого, содержащий экспрессивную кон-

нотацию, в меньшей степени связан в языковом сознании с *человеком* и в большей степени обращен к оценке времени и места в окружающем человека мире.

Исходя из данных таблицы 2, мы можем сделать вывод, что реакции-ассоциации на стимулы «Красивый» и «Прекрасный» в большинстве случаев наполнены предметным содержанием (*дом*, *парик*, *журнал*, *карандаш*) или указывают на субъекта (*Влад*, *парень*, *принц*). Во многом это обусловлено синтагматическими связями, которые отражают предикативные отношения по схеме «существительное + прилагательное». Грамматический класс этих стимулов обозначает признак предмета, поэтому в языковом сознании информантов возникают ассоциации, связанные с носителем этого признака — существительным.

Стимул «Красота» из-за своего абстрактного значения имеет низкий процент понятийных реакций, в основном данное слово вызывает реакции-представления, связанные с именем русского писателя Ф. М. Достоевского, что говорит о высоком уровне образованности испытуемых. Примечательно, что на данный стимул нет негативных реакций, ассоциации имеют положительный оттенок, оценочный компонент представлен сленговыми выражениями *классно*, *супер*, характерными для молодежи.

Для анализа ассоциаций по возрастному показателю мы разделили информантов на четыре возрастные группы: от 18 до 24 лет (юношество), от 25 до 35 лет (первый период зрелости), от 36 до 60 лет (второй период зрелости), от 61 до 74 лет (преклонный возраст). В результате анализа оказалось, что в языковом сознании испытуемых молодого и зрелого возраста слово «Красота» ассоциируется с именем Ф. М. Достоевского. В преклонном возрасте «Красота» в большинстве случаев ассоциируется с состоянием *радости* и *любви*, отмечается также представление о *внутренней красоте*, *красоте души*, в отличие от языкового сознания молодого поколения, у которого данный стимул вызвал реакцию-ассоциацию *внешняя красота*. Важно отметить в формировании ядерной зоны ассоциативного поля «Красота» наличие прецедентных выражений (*страшная сила*, *спасет мир*). Возможно, это связано с тем, что большинство испытуемых молодого поколения имеет гуманитарное образование.

Таблица 2. Количественное выражение смысловых отношений, %

Стимул	Понятие	Предметное содержание	Представление	Ассоциации	Оценка	Отказ
Красота	7,5	4,5	67	13,5	7,5	–
Красивый	13,5	55	18	4,5	9	–
Прекрасный	12	30	41	12	5	–

У представителей всех поколений на стимул «Красивый» доминировали реакции с предметным содержанием: *журнал, карандаш, дом, голос, кот, парень, парик, человек*, что обусловлено грамматически (признак предполагает наличие предмета). Среди реакций представителей юношеского возраста выделяется единичная ассоциация *Влад*; в этом случае стимул-признак вызвал предельно конкретную реакцию, сводимую для данного носителя языкового сознания к одному человеку.

На стимул «Прекрасный» информанты всех возрастных групп, кроме юношеской, ответили словом *день*, из чего можно заключить, насколько важное место в языковом сознании носителей языка занимает *время*. Реакции трех возрастов можно объединить осознанием прекрасного как чего-то *чудного, радостного и светлого*. Языковое сознание представителей юношеского возраста отразило довольно пессимистическое понимание прекрасного: *сон, печаль*.

Таким образом, репрезентация эстетических ценностей в языковом сознании жителей Приенисейской Сибири связывается прежде всего с именем и творчеством великого русского писателя Ф. М. Достоевского (большинство данных реакций является текстовыми реминисценциями). В «Русском ассоциативном словаре» реакция *спасет мир* также стоит на второй позиции по частоте, а реакция *день* на стимул «Прекрасный» —

на первом месте, что свидетельствует об устойчивости национально-культурного блока эстетических ценностей в сознании носителей русского языка Приенисейской Сибири.

Представление о *красоте, красивом, прекрасном* в языковом сознании всех возрастных групп связано с позитивным представлением о времени и месте. Отсутствие негативных реакций-ассоциаций на данные стимулы позволяет судить о позитивном векторе эстетических ценностей испытуемых.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Вендина Т. И. Средневековый человек в зеркале старославянского языка. — М. : Индрик, 2002.
2. Здравомыслов А. Г. Потребности. Интересы. Ценности. — М. : Политиздат, 1986.
3. Леонтьев Д. А. Ценности и ценностные представления в индивидуальном и групповом сознании: виды, детерминанты и изменения во времени // Психологическое обозрение. — М., 1998.
4. Лосский Н. О. Ценность и бытие // Бог и мировое зло. — М., 1999.
5. Пищальникова В. А. Общее языкознание. — М., 2003.
6. Русский ассоциативный словарь. URL: <http://tesaurus.ru/dict/dict.php>.
7. Фрумкина Р. М. Психолингвистика : учеб. для студентов высших учебных заведений. — М. : Академия, 2001.
8. Фрумкина Р. М. Психолингвистика : учеб. для студентов высших учебных заведений. — М. : Академия, 2007.

**Статью рекомендует к публикации д-р филол. наук, проф. Т. М. Григорьева**

**М. Б. Ворошилова** **M. B. Voroshilova**  
Екатеринбург, Россия Ekaterinburg, Russia

**КРЕОЛИЗОВАННЫЙ ТЕКСТ:  
ПРИНЦИП ЦЕЛОСТНОСТИ**

**ИЛИ ПРИНЦИП ЗАМЕНЯЕМОСТИ**

**Аннотация.** Рассматривается смешение понятий «типы корреляции» и «степень креолизации», нередко приводящее к разрушению понятия «креолизованный текст». Описаны результаты эксперимента, который позволил не только в очередной раз доказать, что креолизованный текст неделим, целостен, но и обосновать гипотезу об основах интерпретации креолизованного текста.

**Ключевые слова:** креолизованный текст; тип корреляции; степень креолизации.

**Сведения об авторе:** Ворошилова Мария Борисовна, кандидат филологических наук, доцент кафедры риторики и межкультурной коммуникации.

**Место работы:** Уральский государственный педагогический университет (Екатеринбург).

**Контактная информация:** 620017, г. Екатеринбург, пр. Космонавтов, 26, оф. 221.  
e-mail: shinkari@mail.ru.

**CREOLIZED TEXT:  
PRINCIPLE OF INTEGRITY**

**OR PRINCIPLE OF REPLACEABILITY**

**Abstract.** The article deals with the misconception of the notions of “correlation type” and “degree of creolization”, which often leads to the ruin of the notion of “creolized text”. The article describes the results of the experiment which not only proved that the creolized text is indivisible and integral, but also made it possible to formulate the hypothesis of the fundamental principles of creolized text interpretation.

**Key words:** creolized text; correlation type; degree of creolization.

**About the author:** Voroshilova Maria Borisovna, Candidate of Philology, Associate Professor of the Chair of Rhetoric and Intercultural Communication.

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

26, of. 221.

Креолизованный текст — крайне модное и популярное в современных научных трудах понятие, востребованное при изучении самых различных дискурсов: рекламного и политического, художественного и научного (подробный аналитический обзор современных исследований представлен в нашей монографии «Политический креолизованный текст: ключи к прочтению» [Ворошилова 2013]).

Чаще всего в центре внимания исследователей, по нашим наблюдениям, оказывается проблема корреляции, взаимодействия вербальных и визуальных знаков креолизованного текста. С одной стороны, это самая доступная и простая система анализа, с другой — самая противоречивая и «опасная», нередко приводящая в результате научных изысканий к «уничтожению», разрушению самого понятия креолизованного текста.

Все современные российские исследователи единогласно приняли положение, что креолизованный текст — это особый феномен, в котором вербальный и невербальный компоненты образуют одно визуальное, структурное, смысловое и функционирующее **целое**, что предполагает его комплексное прагматическое воздействие на адресата. Мы сознательно выделили ключевое в данном определении слово «целое», чтобы еще раз подчеркнуть важнейшую черту креолизованного текста: в нем изображение и

слово, вербальный и невербальный компоненты никогда не представляют собой некую «сумму семиотических знаков», их значение интегрируется и «образует сложно построенный смысл» [Анисимова 2003]. Таким образом, исследователи также соглашались, что между вербальной и невербальной частями креолизованного текста устанавливаются разные виды корреляции, и в современной лингвистике существует несколько подходов к их описанию и классификации.

Несмотря на многообразие предлагаемых авторами подходов к описанию способов корреляции компонентов креолизованного текста, в последнее время ученые чаще обращаются к самой простой трехчленной классификации, в соответствии с которой способы создания креолизованных текстов, состоящих из вербальных компонентов и изображений, делятся на три основные модели:

- а) вербальный текст + изображение;
- б) изображение + вербальный текст;
- в) вербальный текст = изображению.

Предложенная классификация, опирающаяся на описание характера передаваемой информации, позволяет определить отношения между компонентами текста, т. е. фокусирует внимание ученого на вопросе о значимости той или иной знаковой системы. Тем самым происходит подмена основания классификации, так как в центре внимания оказывается вопрос о степени крео-

Статья написана в рамках федеральной целевой программы «Научные и научно-педагогические кадры инновационной России» на 2009—2013 гг. Государственный контракт № 14.740.11.1117.

© Ворошилова М. Б., 2013

лизации текста, а не о корреляции его элементов.

Изначально в основе описания данных моделей креолизованного текста (в частности, смотри работу: [Чигаев 2010]) лежал принцип первичности (заменяемости) вербального и визуального элемента, т. е. важен был сам принцип создания текста: то, вербальный ли текст был добавлен к визуальному, или наоборот. Соответственно первые две модели рассматривались как примеры текстов с частичной креолизацией (по классификации Е. Е. Анисимовой), и лишь третья трактовалась как «монолитное лингговизуальное образование, в котором нельзя менять вербальные либо иллюстративно-визуальные элементы без потери смысла всего текста».

Однако, получив широкое распространение (возможно, в силу своей простоты и доступности), данная классификация утратила свои изначальные установки, что привело к «разрушению» самого понятия креолизованного текста, текста единого, целостного и монолитного. Теперь нередко в современных трудах мы можем прочесть следующее: «...в данном примере изображение вторично и может быть заменено другим без потери общего смысла текста» [мы сознательно не указываем автора, так как данный вывод, к сожалению, частотен в современных исследованиях].

Мы выбрали три примера современной карикатуры, которые некогда были охарактеризованы как примеры первого и второго типа, в которых утрата одного из элементов, по мнению исследователей, не приведет к потере смысла текста в целом, и провели собственное «расследование».

На первоначальном этапе мы провели эксперимент, в ходе которого респондентам были предложены только визуальные компоненты текста. Для определения смысла текста нами были поставлены два вопроса:

1. Определите смысл данной карикатуры в 1—2 предложениях.

2. Кто изображен на карикатуре (известно, что карикатуры посвящены проблемам современного шоу-бизнеса)?

Мы сознательно конкретизировали второй вопрос, так как иначе ответы респондентов могли быть ограничены перечислением конкретных визуальных образов, представленных в карикатуре.

Итак, нами были опрошены 52 студента Уральского государственного педагогического университета 1 курса; средний возраст опрашиваемых составил 17—18 лет. Мы считаем количество испытуемых достаточным, так как данный эксперимент носит

скорее характер предварительный, пилотажный, ведь его цель — уточнить, «увидеть» проблему.

На следующем этапе исследования мы провели анализ созданных студентами топики, так называемых интерпретирующих текстов, в результате описали основные смысловые версии исходного текста.



Рис. 1

Первый текст (рис. 1), как показал эксперимент, обладает наивысшей степенью многозначности: нами были выделены 8 основных смысловых версий (в ответах респондентов сохранены авторские орфография и пунктуация):

1. БОГАТЫМ ВСЕ ДОЗВОЛЕНО / БОГАТЫЕ ЖИВУТ ШИКАРНО (11):

– *Богатые слишком высокого мнения о себе и думают, что им все можно; королева берет власть над всем и делает все что хочет; раз я у власти, мне можно делать все, что я захочу; зажиточные люди зажавшиеся, которым все разрешено; королева живет в своей удовольствие, ей наплевать на важные дела; те, кто стоит у власти, живут в свое удовольствие; когда есть деньги и власть — можно позволить себе все;*

– *шикарная жизнь богатых; показана власть и шикарная жизнь царствующим; королевская жизнь очень хороша и беззаботна; у богатых больше возможностей и привилегий.*

2. НЕДОСТОЙНОЕ ПОВЕДЕНИЕ КОРОЛЕВЫ (9):

– *некорректное поведение королевы; королева разбойница; королева бездельничает и развлекается; наглая королева; разбойница у власти ведет разгульный образ жизни; пьющая королева; величественная натура показана в недостойном облике; пьяная женщина; пьющая королева.*

3. ЭГОИЗМ (6):

– *эгоизм и тщеславие; эгоизм (2); королева любит власть и не думает о мнении окружающих; эгоистичная, самовлюб-*

ленная баба; Царица слишком эгоистична, ей нравится почести и то, что ее веселят, но ей мало.

4. ЖЕСТОКОСТЬ ВЛАСТЬ ИМЕЮЩИХ / СТРАХ ПОДЧИНЕННЫХ (6):

– королева мучает своих подданных; шут находится под влиянием королевы, оттого он несчастен; власть находится в одних руках, приводит народ к боязни и смирению; когда человек богат, его многие боятся. вот и эта женщина запугала шута; держит всех в страхе; королева добивается власти жестокостью.

5. ПРОТИВОПОСТАВЛЕНИЕ БЕДНЫХ И БОГАТЫХ (4):

– богатые правят, удел бедных — прислуживаться; Богатые слишком высокого мнения о себе и думают, что им все можно. Поэтому люди более низкого уровня у них в роли шута. И их в серьез они не воспринимают; богатый и бедный; одному все, другому ничего.

6. ИЗБАЛОВАННОСТЬ (4):

– избалованная женщина; избалованная; избалованная королева; избалованная принцесса.

7. РАДОСТЬ (2):

– королева радуется какому-то успеху; король радуется чем-то счастливым.

8. АЛЧНОСТЬ (2):

– алчность.

Итак, семантическим ядром интерпретационного поля анализируемого текста является негативная оценка власть имущих: им все позволено, они жестоки, эгоистичны, нередко ведут себя недостойно, непристойно.



Рис. 2

Второй текст (рис. 2) обладает меньшей степенью многозначности, что, по нашему мнению, обусловлено легко прочитываемой апелляцией к широко известному прецедентному феномену (двое из ларца, мультфильм «Вовка в тридевятом царстве»), который и задал основной вектор интерпретации. Итак, нами были выделены 5 основных смысловых моделей:

1. ЛЕНЬ (16):

– высмеивание лени (2); лень до добра не доведет; Вовка лентяй. ему не хочется ничего делать и он нашел тех, кто будет за него все исполнять; лентяй, который ничего не хочет делать; ленивый мужчина смотрит телевизор; ленивый Вовка; лень одного ученика; Вовка лентяй и хочет чтоб за него все решали и делали двое из ларца; Вовочка бездельник, который не хочет ничего делать, а ждет пока за него сделают все; лень (4); ленивый, наивный человек; человек настолько ленивый, что не хочет сам не только что-либо делать, но и думать.

2. ЗАВИСИМОСТЬ ОТ СМИ (11):

– Всякая реклама, информационные структуры все решают за нас. Лишая нас свободного выбора. Давят на нас и ограничивают выбор; изображена зависимость людей от телевидения, он так и манит людей; зависимость людей от телевизора; влияние СМИ на сознание людей; смотря рекламу люди покупают то, что им не надо, то есть за них решают; чрезвычайный просмотр ТВ и зависимость от него; не смотрите много телевизор, а то сойдете с ума; телевидение повелевает рэзумами; СМИ прозомбировали сознание людей; нельзя много смотреть телевизор. Он пагубно влияет на человека, тем более на детей; современные технологии дают неполное раскрытие человеческого. Не дают ему действовать самостоятельно.

3. САМОСТОЯТЕЛЬНОСТЬ МНЕНИЯ (8):

– нужно иметь свое мнение; никому нельзя позволять принимать за тебя решение; имей свое мнение и не бойся его высказывать; боязнь принимать самостоятельные решения; несостоятельность Вовки принять решение; нужно всегда иметь свою точку зрения и быть самостоятельным, никто другой за тебя ничего не сделает; нужно все делать самому; делай все самостоятельно.

4. ВЛИЯНИЕ / ЗАВИСИМОСТЬ (6):

– Сильное влияние двоих из ларца на человека; зависимость людей от чего или кого-либо; ты будешь слушать нас и делать то, что мы тебе говорим. и не важно хочешь ты этого или нет. мы сможем внушить тебе все что угодно; двое из ларца навязывают свое мнение мальчику; один решает за других и тем самым вмешивается в жизнь, полностью контролирую ее; двое из ларца все будут решать за него.

5. ГЛУПОСТЬ (3):

– глупость, необразованность; глупые людишки; глупость.

Семантическое ядро данного текста составили такие взаимосвязанные понятия, как лень, несамостоятельность, соответственно зависимость, причиной чего является пагубное влияние на человека, в том числе влияние рекламы, СМИ. Полученные результаты еще раз подтвердили высокую значимость прецедентного феномена в ходе интерпретации текста.



Рис. 3

Третий текст (рис. 3), несмотря на традиционность образа медведя в русской культуре, оказался самым сложным для респондентов (более 10 человек не смогли предложить свое прочтение текста), что, скорее, обусловлено его «богатой» многозначностью. Поэтому большинство опрошенных за центральный визуальный образ, образ, задавший вектор интерпретации, выбрали слезу или цветок, что, конечно, привело к низкой вариативности. Нами было выделено всего две семантические модели:

#### 1. ЧУВСТВА (29):

– У больших и сильных людей, которые выглядят мужественно, тоже есть чувства; самые чувствительные медведи; даже самые страшные и опасные, казалось бы, звери способны на искреннюю радость и восхищение; Медведи с необычным, несвойственным диким зверям поведением; у животных то есть есть чувства.

##### 1.1. ДОБРОТА (7):

– доброта должны быть в мире; изображена добродушность и открытость души медведя; медведи очень добрые; добрые мишки; Даже казалось бы, в самом страшном человеке на наш взгляд можно найти доброе и ранимое сердце; медведи — это выражение доброты, теплоты.

##### 1.2. СЧАСТЬЕ (6):

– медведи счастливы или не счастливы; он плачет от счастья; счастье или горе медведей; медведи испытывают чувства счастья; плачет от счастья (2).

##### 1.3. РАДОСТЬ (4):

– показаны слезы радости; радостные медведи; медведи радуются; радость.

#### 1.4. ЛЮБОВЬ (4):

– Любовные чувства; мы восхищены вами и любим вас; дарит своей любимой медведице цветок; влюбленный медведь, долго ожидавший свою возлюбленную.

#### 1.5. ЖАЛОСТЬ (3):

– Они плачут; жалость; отчаяние, жалость.

#### 2. ЛЮБОВЬ К ПРИРОДЕ (4):

– Показана любовь к природе; медведи олицетворяют живую природу и просят людей не загрязнять и не уничтожать ее; Люди настолько изменили природу, они губят ее, поэтому уже сами животные слезно просят сохранить ее; Медведи обращаются к человеку с просьбой „не губи природу“.

Итак, семантическим ядром интерпретационного поля данного текста стали чувства, несвойственные диким животным.

Второй вопрос поставил многих респондентов в тупик, так как обозначенная сфера-мишень не соотносилась с полученными ранее интерпретациями. Интересно и то, что в результате мы получили полностью противоположные оценки многозначности представленных текстов. Итак, меньше всего (15) вариаций было предложено респондентами в реакциях на первый текст:

- Пугачева и Галкин — 24;
- Пугачева — 14;
- женщина с ребенком; эгоистичная женщина и ее ребенок, о котором она не думает; дети и родители; беспечные родители — 4;
- Павел Воля — 2;
- Степаненко — 2;
- Аллегрова — 1;
- Ленин — 1;
- олигархи — 1;
- Бритни Спирс — 1;
- актер и актриса — 1;
- Сталин — 1;
- правительство — 1;
- Мадонна — 1;
- Сергей Зверев — 1;
- Бари Алибасов — 1.

Итак, предсказуемо ключевыми для респондентов стали образы королевы (Пугачева — королева эстрады) и шута (Галкин, Павел Воля, Степаненко). Анализируя полученные результаты, считаем необходимым обратить внимание на следующие факты:

1) 14 респондентов отметили только образ королевы эстрады, не придав значения образу шута;

2) при этом 4 обратили внимание не только на образ шута, но и на его расположение на карикатуре: шут сидит не у ног королевы, что было бы традиционно, а рядом, что, бес-

спорно, и спровоцировало реакцию «женщина с ребенком».

На второй текст респондентами было предложено уже 22 реакции:

- бр. Запашные — 8;
- продюсер самодовольный; продюсер и его подопечные; Чай вдвоем и их продюсер; продюсер — 4;
- Путин и Медведев — 3;
- чиновники и президент; президент; чиновники — 3;
- Киркоров — 3;
- бизнесмен и его подчиненные; слишком активные помощники; начальник и его подчиненные — 3;
- Братья Сафроновы / Сафроновы и экстрасенс — 2;
- дуэт им. Чехова и Гарик Харламов — 2;
- современные СМИ; СМИ — 2;
- потребитель и рекламодатель; покупатель и рекламирующие порошок — 2;
- Светлаков, который любит поговорить с телевизором — 2;
- Сергей Зверев — 2;
- Билан — 2;
- Дж. Бибер — 2;
- бр. Гримм — 1;
- Сададьский и сестры Олсен — 1;
- Чай вдвоем и их продюсер — 1;
- Даша Букина — 1;
- Быков и интерны — 1;
- работники телемагазина — 1;
- сестры Лохан — 1;
- Бр. Кличко — 1.

Данные образы продемонстрировали большую многозначность. Мы выделили три основных признака определения героев:

- двойственность (братья/сестры, дуэт; к этой категории мы отнесли неразделимую пару «Медведев — Путин»);
- подчинение (продюсер и подопечные, бизнесмен и подчиненные);
- влияние (реклама, СМИ), что еще раз доказывает важность прецедентного феномена.

Самым богатым оказался третий текст, что, как мы уже отмечали, обусловлено многозначностью образа медведя в русском сознании.

- *Виа-гра* — 4;
- гр. Серебро — 3;
- актеры; нераскрывшиеся таланты — 3;
- Поклонницы — 2;
- зрители и слушатели; зрители в театре — 2;
- Борис Моисеев — 2;
- гр. Корни — 2;
- Бурановские бабушки — 2;
- Сергей Зверев — 2;
- Лещенко и его семья — 1;

- *Шафутинский и его дети* — 1;
- *Комеди Клуб* — 1;
- *люди, слушающие Малахова* — 1;
- *братья Сафроновы* — 1;
- *гр. Фабрика* — 1;
- *Иванушки* — 1;
- *Билан* — 1;
- *семья Пресняковых* — 1;
- *Лев Лещенко, И. Кобзон, М. Боярских* — 1;
- *Евгений Кузин, Глеб Жемчугов, Сергей Пынзарь* — 1;
- *Мартирисян, Цикало, Ургант* — 1;
- *КВН* — 1;
- *Стас Михайлов* — 1;
- *Участники телепередачи „Жди меня“* — 1;
- *Добрынин, Пахмутова* — 1;
- *Пелагея, Ваенга* — 1.

Основными признаками для респондентов стали:

- тройственность (трио: группа «Серебро», группа «ВИА-ГРА»);
- семейственность (Лещенко и его семья, Шафутинский и его дети);
- «слезливость» (самый яркий пример — участники телепередачи «Жди меня»).

На следующем этапе исследования мы проанализировали целостные креолизованные тексты предложенных карикатур.



Он (М. Галкин) — любимый шут у ног королевы, но шут с деньгами и со связями.

Данный креолизованный текст построен по принципу перекрестной корреляции, когда визуальный и вербальный компонент лишь отчасти перекрывают друга, но при этом каждая часть вносит в прочтение собственные важные элементы.

В центре текста — пара Пугачевой и Галкина, причем образ примадонны является центральным визуальным образом, что подтверждается результатами эксперимента, хотя на вербальном уровне в центре — образ Галкина. На разных уровнях текста автором также поставлены различные акценты в оценке данных образов: если в тексте шут сидит у ног королевы, но при этом именно он позволяет королеве жить шикар-

но, то на визуальном уровне он занимает место ребенка (что было отмечено респондентами в ходе эксперимента), а это указывает не только на возраст прототипов, но и на их социальную роль.



Второй текст построен по принципу вербально поддерживающей корреляции, т. е. вербальный ряд («Новостные и развлекательные программы») ставит необходимый акцент в тексте, в данном случае обозначает сферу-мишень. Таким образом, семантика данного текста может быть прочитана только при соединении значений вербального и визуального, в данном случае прецедентного, образа и определена как «всепроницающее влияние современного телевидения на инертного телезрителя».



От благодарных поклонников

Третий текст также построен по принципу вербально поддерживающей корреляции. Перед нами классический пример креолизованной метафоры, в которой сфера-источник определена на визуальном уровне, а сфера-мишень — на вербальном. Классические три медведя представляют благодарных поклонников со слезами умиления на щеках и традиционными букетами для кумира.

Итак, проведенный нами эксперимент доказал, что все три примера представляют собой классический креолизованный текст, целостный и монолитный, в котором ни одна из частей не может быть заменена, убрана без потери общего смысла.

Возможно, наши утверждения покажутся крайне категоричными, и оппоненты возражат, что существует принцип заменяемости (вариативности), но приложим ли данный

принцип к «классическому» пониманию креолизованного текста как единого целого? С нашей позиции, однозначно нет: важнейшей характеристикой креолизованного текста является невозможность иметь варианты невербальной или вербальной части. Любая замена одного из компонентов текста ведет к созданию нового варианта, равноправного со всеми предыдущими.

Например, третий текст ранее был определен исследователями как креолизованный текст, созданный по первой модели («вербальный текст + изображение»), в которой «первичен текст, а изображение вторично (заменяемо)». Предположим, что визуальный образ медведя может быть заменен на не менее традиционный образ щенка.

Для проверки данной гипотезы мы провели еще один эксперимент. Респонденты были распределены на две группы: первой группе была предложена описанная ранее карикатура с изображением трех медведей «От благодарных поклонников»; второй группе была представлена карикатура с изображением щенка с цветком в зубах и подписью «От благодарного поклонника» (рис. 4).



Рис. 4

И той, и другой группе было дано так сформулированное задание: «Охарактеризуйте изображенных поклонников». Отметим, что эксперимент мы проводили также со студентами Уральского государственного педагогического университета (1 курс, 52 человека), но ранее не задействованными нами, что позволило избежать наложения результатов первого и второго эксперимента.

Итак, в ходе анализа предложенных студентами топиков мы выделили ключевые характеристики «благодарных поклонников». Среди общих оказались следующие:

- РАДОСТЬ:
  - мишки (5): *Он очень рады; радостные; радостный взгляд; на их лице радость: на лице слезы радости;*

- щенок (7): *Поклонник рад, виляет хвостом, также о его радости говорит широкая улыбка; рад судя по вилянию хвоста; в глазах радость; радостный песик: он переполнен радостью.*
- ДОБРОТА:
  - мишки (5): *Мишки с добрыми глазами; с доброй душой; добрый; доброжелательные; они добрые; в позитиве;*
  - щенок (3): *Добрый; незлобный; дружелюбный.*
- ВОСХИЩЕНИЕ:
  - мишки (6): *Лица у медведей восхищенные; они в восхищении от увиденного; в восторге; смотрят с восхищением; их лица выражают неподдельное восхищение;*
  - щенки (4): *Восхищенные глаза; восхищенный; восхищена; смесь восхищения и восторга.*
- БЛАГОДАРНОСТЬ:
  - мишки (2): *Благодарные; благодарен*
  - щенок (2): *Искренняя благодарность; благодарность.*
- СЧАСТЬЕ:
  - мишки (6): *Счастливы; плачет от счастья; они счастливы;*
  - щенок (2): *Не до конца верит в свое счастье; счастливый.*
- УДИВЛЕНИЕ:
  - мишки (3): *Удивленный; удивленны происходящим; удивляются;*
  - щенок (2): *Удивлен, удивленный.*

Однако для нас более существенно, что данные карикатуры получили и совершенно различные оценки. Так, вполне предсказуемо поклонник-щенок был охарактеризован как преданный, верный (*Преданный, ведь он преданный пес; верный как пес; верный поклонник; преданный; он верный и надежный* (7)), а исконный образ трех медведей получил целый спектр самостоятельных оценок.

Так же, как и в первом эксперименте, респонденты отметили несвойственную медведю чувствительность (*ранимые, чувственные, сентиментальные*), двое студентов отметили национальность медведей (*русские*), что, возможно, было вызвано ассоциацией с героями русских народных сказок.

Но наиболее частотными, а значит, существенными стали две характеристики: во-первых, медведи агрессивны, они страшные фанатики (*Большие и страшные; большие, лохматые, страшные с ногтями; их много затопчут; агрессивные; страшные фанатики* (5)), во-вторых, медведи тугоухи, они поклонники попсы и фанеры (*Глухие; тугоухие; поклонники попсы (они же тугоухие); любите фанеры* (4)).

Итак, как мы видим, замена визуального ряда приводит к созданию совершенно иного текста, лишённого целого спектра заложенных автором смыслов.

В заключение отметим, что проведенный эксперимент позволил получить еще один существенный результат: нам удалось доказать, что степень прочтения, точность интерпретации текста зависит от степени многозначности визуального образа. Чем многозначнее образ, тем сложнее он поддается интерпретации и сильнее зависит от вербального компонента. Именно классический образ медведя оказался самым сложным для респондентов, в то время как прецедентный образ «двое из ларца», имеющий закреплённое значение в русском языковом сознании, задал участникам эксперимента точный вектор для интерпретации.

Также мы отметили, что респонденты, сталкиваясь со сложным, многозначным визуальным образом, ищут некий знак-индекс (слеза у медвежонка, цветок), который и задает для них вектор интерпретации. Так, например, количественное преобладание характеристики *радостный* при описании образа щенка, по нашему мнению, обусловлено изображением, ведь щенок радостно виляет хвостом.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Анисимова Е. Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов) : учеб. пособие для студ. фак. иностр. яз. вузов. — М. : Academia, 2003.
2. Чигаев Д. П. Способы креолизации современного рекламного текста : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01 — Русский язык. — М., 2010.
3. Ворошилова М. Б. Политический креолизованный текст: ключи к прочтению : моногр. / Урал. гос. пед. ун-т. — Екатеринбург, 2013.

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

Е. С. Гриценко E. S. Gritsenko

Нижний Новгород, Россия Nizhny Novgorod, Russia

**ГЛОБАЛИЗАЦИЯ И МАРКЕТИЗАЦИЯ:  
РЫНОЧНАЯ МЕТАФОРА  
В РАЗЛИЧНЫХ ВИДАХ  
ДИСКУРСИВНЫХ ПРАКТИК**

**GLOBALIZATION AND MARKETIZATION:  
MARKET METAPHOR  
IN DIFFERENT DISCOURSES**

**Аннотация.** В статье рассматривается влияние дискурса глобализма на коммуникативные практики и процессы концептуализации. На материале русского и английского языков анализируется экспансия рыночного дискурса в некоммерческие сферы и раскрывается роль глобального английского как инструмента дискурсивной маркетинга.

**Abstract.** The paper deals with the impact of globalism and market metaphor on communication and conceptualization. It examines the spread of commercial discourse into other social domains and describes the role of English as an instrument of discursive marketing.

**Ключевые слова:** язык; глобализация; дискурс; рыночная метафора; английский язык; русский язык.

**Key words:** language; globalization; discourse; market metaphor; English; Russian.

**Сведения об авторе:** Гриценко Елена Сергеевна, доктор филологических наук, профессор, проректор по научной работе.

**About the author:** Gritsenko Elena Sergeevna, Doctor of Philology, Professor, Vice-Rector for Research.

**Место работы:** Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н. А. Добролюбова.

**Place of employment:** Nizhny Novgorod Linguistic University n. a. N. A. Dobrolubov.

**Контактная информация:** 603155, г. Нижний Новгород, ул. Минина, 31а.  
e-mail: egritsenko@lunn.ru.

Современная лингвистика все более активно обращается к анализу языковых аспектов глобализации. Соотнесение глобализации с языком требует осознания ее сущности через проблемное поле семиотических систем. Глобализация — это потоки не только товаров, денег, людей, но и идей, нарративов, стилей и жанров; это сложный коммуникативный процесс, частью которого являются глобальные дискурсы, репрезентирующие современные глобальные идеологии и конкурирующие системы взглядов [Fairclough 2006; Кирилина, Гриценко, Лалетина 2012; Гриценко 2011]. Глобализация как дискурс представляет собой своего рода когнитивный фильтр, позволяющий глубже осмыслить разнообразные социальные, экономические, политические процессы [Гриценко, Дуняшева 2013; Кирилина, Гриценко 2011]. Одним из наиболее влиятельных дискурсов глобализации является глобализм с присущими ему идеями свободного рынка и неолиберальной идеологией.

Ярким проявлением глобальной экспансии рыночных ценностей является перенос приемов и моделей западного менеджмента из сферы частного бизнеса в некоммерческую сферу. Это приводит ко вхождению в повседневную жизнь и язык метафоры рынка, идеи товарности, купли-продажи, к смене ценностных установок. Рыночная метафора задает формат социальных отношений, в рамках которых государство, обра-

зование, наука, культура и т. п. позиционируются как частные предприятия, оказывающие услуги, а общество — студенты, граждане, организации — как клиенты, потребители данных услуг. Подобное позиционирование определяет характер коммуникативных взаимодействий, следствием чего становится дискурсивная маркетинга — масштабная социальная тенденция, которая зарождается в языке и реализуется им.

Еще в начале 1990-х гг. британский ученый, один из основоположников критического дискурс-анализа Н. Фэрклаф обратил внимание на растущую роль PR-риторики в коммуникативных практиках западных университетов [Fairclough 1993: 143]. В последующие годы эта тенденция усилилась. В университетах появились специальные структурные подразделения (отделы по связям с общественностью, департаменты внешних связей / коммуникаций и т. п.), в задачи которых входят различные формы «продвижения», в том числе создание текстовых продуктов соответствующего жанра (стратегия, миссия и пр.).

В 2010 г. языковед из Австрии Г. Маутнер проанализировала причины проникновения речевых штампов корпоративного дискурса в некоммерческую коммуникацию и обосновала теорию интердискурсивного взаимодействия (a theory of interdiscursive alignment), отражающую статусный дисбаланс господствующих и подчиненных

коммуникативных систем, который приводит к размыванию защитных границ «слабой» системы под систематическим разнонаправленным воздействием системы, обладающей «властью» (рис. 1) [Mautner 2010: 222].

Ключевыми элементами предложенной модели являются дифференциал власти (power differential) — ситуация, когда одна из коммуникативных систем обладает большей властью; эрозия защитных границ системы, обладающей меньшей властью; аккомодация, ориентированная на источник власти; диалектическое взаимодействие отдельных актов адаптации и дискурсивных практик. Интертекстуальность в данном случае выступает как функция власти: чем выше авторитет дискурса, тем больше вероятность его копирования.

В качестве примера внедрения корпоративной риторики в академическую среду Г. Маутнер приводит текст обращения к родителям абитуриентов, размещенный на сайте одного из частных университетов США, где ключевыми являются слова «бизнес», «клиент», «работа», «инвестиция»: «...even though we are a non-for-profit organization, we run university like a business, and you child is our customer. It is our job to see that our customer receives the best possible investment — a relevant education — for their future» [Mautner 2012: 217]. Не менее показательны тексты объявлений о приеме на работу в британские и американские университеты с оче-

видным акцентом на предпринимательских качествах кандидата: претендент на должность декана, руководителя кафедры, лаборатории должен быть «лидером», «стратегом», уметь «работать в команде» и т. п. (*a team player, leader, strategist, action-oriented, effective*). Очевидным проявлением «ориентации на потребителя» являются «брендовые» названия министерств австрийского правительства: в течение ряда лет Министерство науки, образования и культуры называло себя *Министерством Будущего*, а Министерство сельского и лесного хозяйства, водных ресурсов и охраны окружающей среды — *Министерством Жизни* [Mautner 2010: 218]. Аналогичную интенциональную направленность демонстрирует текст вывески на одной из лондонских церквей, информирующий прохожих о том, что данный приход — это не только место молитв, но и «бизнес» (*„a place of worship, a business and a care organization...“*), который «содействует развитию гостеприимства и искусств» и «оказывает финансовую помощь» Церкви благодаря работе кафе, сувенирного магазина и «насыщенной программе дневных и вечерних концертов» (*„promoting excellence in hospitality and the arts and financially underpinning the Churches work through our Café, Gallery and Shops in the Crypt and our extensive program of lunchtime and evening Concerts“*) [Mautner 2010: 219].

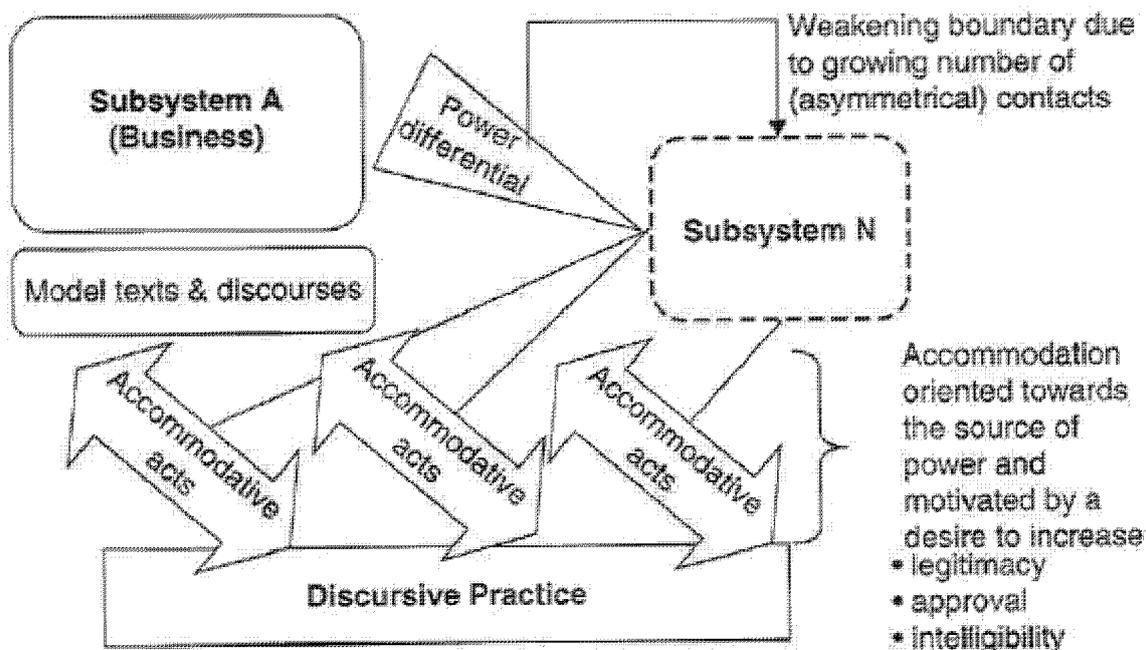


Figure 17.1 A theory of interdiscursive alignment

Рис. 1. Схема дискурсивной маркетинга Г. Маутнер

Рыночная риторика характеризует и современную русскоязычную коммуникацию, в которой интердискурсивное взаимодействие сопровождается взаимодействием межъязыковым. Экспансия коммерческого дискурса, как правило, опосредуется английским языком, который не только поставляет лексический материал для дискурсивной маркетинговой маркировки, но и сам становится «брендом». В статье описываются особенности реализации рыночной метафоры в русскоязычном коммуникативном пространстве на фоне глобальных процессов и раскрывается роль английского языка как инструмента дискурсивной маркетинговой маркировки.

Методологической основой исследования являются концепция социолингвистики глобализации Ж. Бломмаерта и обоснованное в ней понимание языка как мобильного ресурса [Blommaert 2010] и теория индексальности и идеологической природы языковой вариативности [Silverstein 2003; Eckert 2012]. Сложность и динамичность речевых практик, ставших объектом изучения, обусловила необходимость применения комплексных исследовательских методик, сочетающих элементы социолингвистики, критического дискурс-анализа и этнографии речи.

Материалом исследования послужили тексты СМИ, программы развития российских вузов, стандартизированные речевые практики сферы услуг, а также результаты опросов и (квази)этнографических интервью, раскрывающие особенности воздействия дискурсов глобализации на конструирование идентичности и стратегии самопозиционирования. Значительная часть текстов для анализа взята из сети Интернет. Обращение к Интернету связано с возможностью быстрого сбора и обработки больших объемов разнообразного по тематике и жанрам текстового материала, его новизной, современностью, постоянной обновляемостью, а также доступностью и удобством в использовании. К анализу привлекались как текстовые произведения, специфичные для интернет-общения, так и тексты, созданные во внесетевом коммуникативном пространстве.

Исследование выявило усиление роли рыночной метафоры в концептуализации науки и образования. При этом если в англоязычной коммуникации рыночная риторика характеризует как дискурс о науке, так и собственно научные тексты, то в российском коммуникативном пространстве рыночная метафора в основном определяет понимание науки, что иллюстрирует процесс локализации глобального — «присвоение» глобальных дискурсов и коммуникативных практик в местной среде.

В тех случаях, когда идеи рынка задают вектор научного осмысления процессов и явлений, посредником, как правило, выступает английский язык и (или) отрасль знания, связанная с рынком. Например, в основе разграничения понятий «имидж» и «образ» в русскоязычной научной и бытовой коммуникации лежат идеи пиара и маркетинга. Понятием «имидж» (от англ. *image*) схвачен рыночный характер современной жизни: в отличие от образа, над имиджем ведется целенаправленная работа с целью его «продвижения», ср.: (1) «**Имидж** — это целенаправленно сформированный образ кого-либо или чего-либо» [Наумова 2004 : 8]; (2) «**Ваш образ** — это то впечатление, которое непроизвольно складывается о вас у окружающих. **Имидж** — это искусственно создаваемый образ, помогающий подчеркнуть ваши достоинства, скрыть недостатки, выставить вас в выгодном свете» [Чем отличаются...].

В зарубежной социологии и лингвистической антропологии рыночная метафора определяет характер концептуализации языка. Примером может служить понимание языка как символического капитала в работах П. Бурдьё, считавшего, что язык является источником экономического неравенства, когда те или иные акценты, диалекты, речевые репертуары или уровень владения языком определяют материальное положение человека [Bourdieu 1991]. М. Хеллер раскрывает многообразные формы «коммодификации» языка как навыка и составляющей идентичности в различных «нишах» глобальной экономики — рекламе, маркетинге, туризме и пр. Речь идет об использовании языка как «товара» или как составляющей конечного продукта, которая создает его «добавленную стоимость», например: определенный речевой репертуар как знак «хорошего обслуживания», французское название парфюмерного магазина или надпись на местном языке на сувенире как символ «подлинности» и т. п. [Heller 2010]. М. Мейерхофф и Н. Нидзельски используют рыночную метафору для объяснения механизмов глобальной экспансии американского английского: как товар, обладающий большей «покупательной способностью», он вытесняет другие языки [Meyerhoff, Niedzielski 2003: 535].

Ж. Бломмаерт опирается на идеи рынка в определении социолингвистики ресурсов — новой теоретической модели языка эпохи глобализации: «*Sociolinguistics is the study of language as a complex of resources, of their value, distribution, rights of ownership and effects*» [Blommaert 2010: 29]. Частным случаем рыночной метафоры является ис-

пользование понятия «упаковки» применительно к семиотической составляющей коммуникации: *«It is the **packaging** of topic, place, style and people that makes up the indexical direction of communication»* [Blommaert 2007: 119].

В России вопрос об «экономической ценности» языка получил более широкое освещение не в научной литературе, а в различных видах публичного дискурса. Весьма распространенным является представление об иностранном языке как инструменте достижения финансового благополучия. В средствах массовой информации, на интернет-форумах и рекрутерских порталах знание иностранного языка представляется как конкурентное преимущество, а время и средства, затраченные на его изучение, — как доходная инвестиция, что полностью вписывается в логику рынка, определяющую иерархию ценностей в современном российском обществе [Палетина 2012].

Материальное благополучие становится основным мотивом изучения иностранного языка. По мнению опрошенных нами в 2011 г. нижегородских студентов, среди которых были филологи, журналисты, педагоги, психологи, менеджеры и программисты, знание иностранного языка воспринимается прежде всего как обязательное условие успеха в профессиональной сфере. Большинство респондентов считают, что английский язык поможет им в будущем *„решать проблемы, связанные с профессиональным, карьерным ростом“* и получить *„престижную, хорошо оплачиваемую работу“*.

Метафора рынка определяет глобальное позиционирование научных исследований как деятельности, имеющей коммерческое измерение. Современные дискурсы науки и образования изобилуют вербальными маркерами типа *«услуга», «доход», «продукция», «заказчик», «покупатель», «коммерциализация», «конкурентоспособность»*. Наука позиционируется как объект инвестиций (государственные и региональные программы, государственные задания) и конкурентной борьбы за привлечение средств (конкурсы, гранты). К показателям развития университетов относят *высокое качество наукоёмкой **продукции**, образовательных и научно-технических **услуг** и расширение их **ассортимента*** [Стратегия трансфера знаний...].

Всё чаще ставится вопрос о *маркетинге* научных разработок. В вузах создается *инновационная инфраструктура, включающая подразделения, призванные сформировать на базе университета среду для развития наукоёмкого **бизнеса** путем **коммерциализации** научных исследований*

[Инновационная структура УрФУ]. Происходит ценностная амелиорация концепта «предпринимательство»: уверенно входит в русскоязычный академический обиход калька с английского *предпринимательский университет*, показателем успешного развития становится *доля выпускников, прошедших обучение предпринимательству* [Стратегия-2020], в кадровой политике предлагается использовать критерий *академической продуктивности* [Программа развития].

Широкое распространение в сфере образования получают понятия и методы проектного менеджмента. Мероприятия по совершенствованию работы вуза позиционируются как *глобальный проект*, частью которого является *ребрендинг ... фирменного стиля, ... традиционных образовательных программ, кадрового состава, управленческой деятельности, материальной базы...* [Федоров]. Новым способом выражения глобальной ориентации является калька с английского в названии-бренде, например: *Мининский университет (Minin University)* [Мининский университет; Minin University].

Наблюдается содержательное и жанровое сближение программ развития вузов с бизнес-планом. Так, презентация Дальневосточного федерального университета в первом туре конкурса программ повышения конкурентоспособности российских вузов среди ведущих мировых научно-образовательных центров включала SWOT-анализ — метод, используемый преимущественно в бизнес-практике. Показателем и выбор языка презентаций. Хотя условиями конкурса это не оговаривалось, десять из пятнадцати университетов-победителей первого тура подготовили свои презентации на английском языке, два — на русском и английском и лишь три университета представили презентации на русском языке. Такое соотношение показывает, что не только в сфере рекламы и городском ландшафте [Кирилина 2011; Ривлина 2012], но и в академической среде английский язык используется как средство продвижения и маркетинговый ресурс. При прочих равных презентация, доклад, статья на английском языке имеют конкурентные преимущества и воспринимаются как более современные, профессиональные, инновационные.

Подобное восприятие связано с идеологиями языка — системами представлений, оценок и суждений о языке (родном и/или иностранном), циркулирующих в современном российском обществе. Выше уже отмечалось характерное для современной молодежи представление об иностранном языке как инструменте достижения материального благополучия. Идеология экономической

ценности языка имеет и другие измерения: проведенные опросы и изучение материалов СМИ показывают, что для работодателей и рекрутеров хороший английский кандидата маркирует ряд позитивных качеств, востребованных на рынке труда. По мнению директора одного из ведущих нижегородских кадровых агентств<sup>1</sup>, кандидат, знающий английский язык, *более образован, усидчив, интеллектуален, готов к пониманию западной культуры*; знание языка *говорит о том, что человек в принципе целеустремленный, тянется к новым знаниям, дисциплинированный* и т. п.

Как показало пилотное исследование, проведенное совместно с А. А. Аликиной (в печати), англоязычная терминология часто используется в резюме при описании должностных обязанностей и достижений, чтобы подчеркнуть профессионализм и «компенсировать» недостаток опыта, например: (1) *...Разработка и реализация нестандартных концепций в наружной и **индоор** рекламе* [Резюме № 24421457]; (2) *...осуществляла постановку по **бренд-букам** наемным дизайнерам* [Резюме № 22843536].

В деловой среде глобальный английский является индексом эффективности, что ускоряет процесс заимствования и облегчает вхождение в русский язык новых слов и понятий, появление которых не связано с заполнением семантических лакун, а акцентирует «новые подходы». Например, калька с английского *дорожная карта (roadmap)* теснит привычный *план мероприятий*. В двуязычном информационном буклете форума «Открытые инновации — 2013» аналогом английского словосочетания *Forum Topics* является словосочетание «*Тематические тренды Форума*», где англицизм «тренд» семантически избыточен, но выполняет семиотическую функцию.

Примером индексального использования английского языка может служить название молодежного форума Приволжского федерального округа «iВолга 2013» [Молодежный форум...]. Оно представляет собой межъязыковую игру: префикс *i-* за счет отсылки к английскому и ассоциацией с продуктами компании «Apple» указывает на инновационность, а название русской реки и изображение иволги на эмблеме форума передают локальные коннотации русскости (рис. 2).

<sup>1</sup> Опрос сотрудников нижегородского кадрового агентства «Анкор» и интервью с ними проводились осенью 2011 г. в рамках научно-исследовательской работы по проекту федеральной целевой программы «Научные и научно-педагогические кадры инновационной России на 2009—2013 гг.»



Рис. 2. Эмблема молодежного форума ПФО «iВолга»

Использование английского языка как бренда и средства «продвижения» делает менее релевантными требования языковой корректности. К примеру, редакция журнала «Be Clever» Нижегородского инновационного бизнес-инкубатора объясняет выбор названия издания совокупностью графических и фонетических аналогий между английскими словами *clever* и *clover* и русскими *клевер* и *клéво*: *Четырехлистник клевера во всем мире считается символом удачи. Плюс к этому русскоязычное слово „клевер“ по английски вполне можно написать как clever, то есть „умный“.* Логическая цепочка замкнулась: *успех сопутствует умным! Новое название ориентировано прежде всего на технически и лингвистически образованную молодежь. Оно будет хорошо понятно и для иностранных коллег, поскольку „играет“ на едином понимании двух разных по смыслу слов, вместе создающий образ символа успеха и интеллекта. Кроме того, слова „клевер“ и clever легко трансформируются в молодежное сленговое „клевый“.* *Клево, не так ли?* [Be Clever 2013: 1]. Несмотря на очевидные лексико-семантические «натяжки», свою индексальную функцию английское название выполняет: коннотирует приверженность глобальным рыночным ценностям, инновационность, «продвинутость», креатив.

О глубине и интенсивности процессов дискурсивной маркетинга свидетельствует широкая сочетаемость слова «бренд», легко входящего в самые неожиданные коллокации. Поисковые программы «Yandex» и «Google» уже на первой странице дают десятки разнообразных сочетаний: *Нижний Новгород как бренд; революция как бренд; русский язык как бренд; любовь как бренд; „Аль-Каида“ как бренд; наркотики как бренд; Рюрик (Штирлиц и т. п.) как бренд; бренд как культура* [Google.ru]; *бренд как религия; бренд как средство коммуникации; личный бренд как нематериальный актив специалиста; создаем себя как бренд* [Yandex.ru]

и т. п. В университетской среде можно услышать выражения *бренд кафедры*, *бренд научного направления*. При этом само слово «бренд» продолжает оставаться семантически неассимилированным. В рамках настоящего исследования был проведен электронный экспресс-опрос, в котором участники оценили степень нативизации выражения «культурный бренд», выбрав один из трех вариантов ответа. Из 200 респондентов лишь 5 % считают, что выражение «культурный бренд» звучит «по-русски», 40 % выбрали ответ «не совсем по-русски» и 55 % — «совсем не по-русски». Любопытно, что никто из респондентов не прокомментировал диссонанс между духовным и материальным в сочетании-стимуле.

Опрос, проведенный службой исследований портала «Headhunters.ru», в котором приняло участие более двух тысяч человек, продемонстрировал готовность воспринимать в качестве бренда такой нерыночный, казалось бы, параметр, как фамилия. На вопрос «Сколько времени заняло восстановление имени в профессиональном сообществе?» более 80 % респонденток-женщин, сменивших фамилию, дали четкий ответ, указав временной промежуток от 3 месяцев до 5 лет (рис. 3) [Фамилия и карьера: как это связано?].

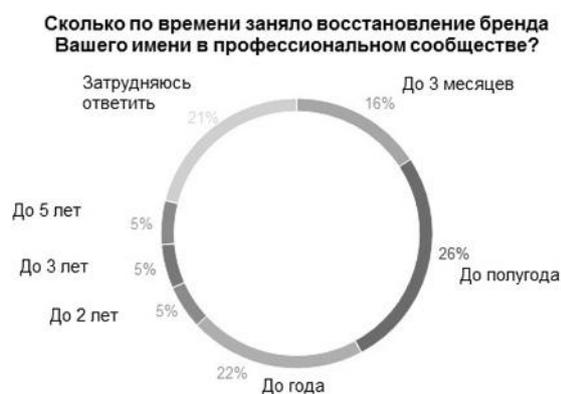


Рис. 3. Результаты опроса посетителей портала «Headhunters.ru» для исследования «Фамилия и карьера: как это связано»

Существование аналогии между фамилией и брендом подтвердили и результаты нашего собственного исследования весной 2013 г. Оно повторяло формат опроса десятилетней давности, проведенного совместно с американскими коллегами для выявления причин и последствий смены/сохранения женщинами фамилии в браке. Тогда одним из наиболее заметных расхождений в ответах респонденток из России и США были «следы» феминистского дискурса в нарративах американок и их отсутствие в ответах российских женщин. (Имеются в виду рассу-

ждения о «равном партнерстве», «собственности», «потере идентичности женщиной, но не мужчиной» и т.п. (“as long as out partnership is equal, I don’t feel being owned”, “I am not sure if I like the fact that women completely lose their identity and men do not”).) Вербальные ассоциации подобного рода отсутствовали в ответах российских женщин: понятия гендерного доминирования и идентичности были на тот момент относительно новыми для русского языкового сознания.) Новый опрос должен был уточнить, повлиял ли эгалитарный гендерный дискурс, пришедший в Россию с глобализацией, на идентификационные практики россиянок. Исследование не выявило значимых изменений в стратегиях гендерного самопозиционирования, но показало влияние дискурса глобализма и рынка на речевые практики самоидентификации: гораздо более частыми в нарративах российских женщин стали ссылки на узнаваемость фамилии у «работодателей», «заказчиков», «коллег» и «клиентов». Выявленная особенность относится и к комментариям, полученным от россиянок, вышедших замуж за иностранцев и проживающих за границей: *Прибавляя фамилию мужа к моей замечаю, что не возникает, как прежде вопросов, живу ли я в Италии или нет, что помогает, в частности, дать уверенность партнерам и клиентам — в том числе в вопросах моего легального и долгосрочного пребывания в стране.*

Всё это говорит о дискурсивном сдвиге — глубоком и прочном осознании себя субъектом рынка и переносе рыночных категорий в личную сферу.

Рыночная метафора определяет характер коммуникативных взаимодействий практически повсеместно. Можно с большой долей уверенности утверждать, что обилие англицизмов в передачах российского телевидения, радио, в печатных СМИ также определяется логикой рынка — стремлением привлечь *покупателей* (зрительскую аудиторию), позиционировать себя как *производителя*, предлагающего современный, удовлетворяющий мировым требованиям *товар*, и т. п.

Универсальной дискурсивной позицией повседневности является позиция клиента, ежедневно взаимодействующего с различными «поставщиками услуг» (в их роли выступают магазин, банк, авиакомпания, государственные или муниципальные службы, налоговая инспекция, органы ЖКХ, пенсионный фонд, справочное бюро, отдел социальной защиты и пр.). Современные практики делового общения воспроизводят англо-

американские нормы «эффективной коммуникации» [Cameron 2008; Лалетина 2011], которые нередко вступают в конфликт с коммуникативными нормами русской культуры. К примеру, речевые штампы глобальной сферы услуг приняты многими коммерческими и государственными организациями за образец общения организаций с гражданами по телефону. При этом не учитывается, что в русском языке на системном уровне закреплено различие между формальным и неформальным стилями общения и в сфере обслуживания немаркированным традиционно считался формальный стиль, который не предусматривает, например, обращения клиента к сотруднику по имени. «Экспорт» глобальных (англо-американских) норм с характерной для них персонификацией общения (например, когда отвечающая на телефонный звонок клиента сотрудница представляется: «*Отдел соцзащиты Н...ского района, Ольга*») вносит в этот формат определенный диссонанс. Сотрудники старшего возраста в силу привычки обычно представляют себя по имени-отчеству (*Налоговая инспекция по Б...му району, Надежда Ивановна*), что вызывает улыбку. В русском языке в аналогичных ситуациях используется не имя, а фамилия (*Клочкова слушает, Петров у аппарата*), или указывается место работы / должность отвечающего (*приемная ректора, Отдел соцзащиты*).

Английский язык опосредует вхождение в российское коммуникативное пространство идей и образов неолиберального индивидуализма. Примером может служить растущая популярность речевых штампов (калек), индивидуализирующих призыв. Речь идет, например, о предпочтительном использовании «ты»-форм императива во втором лице единственного числа (*Переходи на электронный счет — оплачивай услуги онлайн!*) вместо традиционных менее персонифицированных «вы»-форм (*Летайте самолетами «Аэрофлота»*). Новая форма широко используется не только в дискурсе коммерческой рекламы, но и в обращениях русскоязычных сайтов международных корпораций к будущим сотрудникам (*Открой для себя новые возможности — работай в Intel!*). Хотя индивидуализм не является базовой ценностью русской лингвокультуры, под влиянием глобализации в средствах массовой коммуникации и в Интернете всё чаще появляются образцы эгоцентричного дискурса, акцентирующего идеи успешности, личностного роста и материального процветания (*Я поступил в ННГУ! ННГУ — мой выбор!*).

Таким образом, глобальная экспансия рыночного дискурса имеет разные измере-

ния. Особенностью его «присвоения» в российском коммуникативном пространстве является роль английского языка как инструмента дискурсивной маркетизации — посредника между глобальным и локальным на уровне слов и идей. Метафора рынка задает формат восприятия, а ее языковые реализации — англицизмы индексируют престиж, успешность, современность, инновационность, эффективность, компетентность, профессионализм. При этом рыночный дискурс не навязывается обществу бизнесом: новые дискурсивные репертуары — результат выбора самих субъектов коммуникации (индивидов, организаций), стремящихся быть понятыми и (вос)принятыми в глобализирующемся мире.

В условиях стремительной языковой и культурной гибридизации легко оказаться в плену дискурсивных штампов. Лингвистический анализ коммуникативных практик направлен на то, чтобы раскрыть суть происходящих процессов и уберечь от креолизации русский язык и культуру.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Гриценко Е. С. Глобальное и локальное в речевых практиках молодежных субкультур // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 19: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2012. № 2. С. 87—93.
2. Гриценко Е. С. Язык и безопасность в контексте глобализации // Власть. 2011. № 11. С. 9—11.
3. Гриценко Е. С., Дуняшева Л. Г. Языковые особенности рэпа в аспекте глобализации // Политическая лингвистика. 2013. № 2(44). С. 141—147.
4. Кирилина А. В. Перевод и языковое сознание в динамической синхронии: психические границы языка (на материале русского языка Москвы) // Вопросы психолингвистики. 2011. № 1 (13). С. 30—40.
5. Кирилина А. В., Гриценко Е. С. Основные модели описания языковых изменений в условиях глобализации // Власть. 2011. № 5. С. 56—59.
6. Кирилина А. В., Гриценко Е. С., Лалетина А. О. Глобализация в аспекте лингвистики // Вопросы психолингвистики. 2012. № 15. С. 18—37.
7. Лалетина А. О. Глобализация и идеологии языка в современной России: анализ метаязыковой рефлексии в профессиональной сфере // Вопросы психолингвистики. 2012. № 15. С. 56—65.
8. Лалетина А. О. Язык и норма в контексте глобализации и виртуализации общения // Вестн. Нижегород. гос. лингвист. ун-та им. Н. А. Добролюбова. 2011. № 14. С. 44—51.
9. Наумова С. А. Имиджелогия : учеб. пособие / Томск. политех. ун-т. — Томск, 2004.
10. Ривлина А. А. О некоторых особенностях и лингвистических проблемах процесса формирования массового русско-английского билингвизма // Социальные и гуманитарные науки на Дальнем Востоке. 2013. Т. 37, № 1. С. 61—66.
11. Blommaert J. Language and Globalization. — Cambridge Univ. Pr., 2010.

12. Bourdieu P. Language and Symbolic Power / ed. by J. B. Thomson. — Cambridge, Mass. : Harvard Univ. Pr., 1991.

13. Cameron D. Globalizing 'communication' // New Media Language / ed. by Jean Aitchison and Diana M. Lewis. — L. : Routledge, 2008. P. 27—35.

14. Eckert P. Three waves of variation study: The emergence of meaning in the study of variation // Annual Review of Anthropology. 2012. № 41. P. 87—100.

15. Fairclough N. Critical Discourse Analysis and the Marketisation of Public Discourse: The Universities // Discourse and Society. 1993. № 4 (2). 1993. P. 133—168.

16. Fairclough N. Language and Globalization. — L. : Routledge, 2006.

17. Heller M. The Commodification of Language // Annual Review of Anthropology. 2010. № 39. P. 101—114.

18. Maunter G. The Spread of Corporate Discourse to Other Social Domains // Language and the Market / ed. by P. Kelly-Holmes and G. Moutner. — Palgrave MacMillan, 2010. P. 215—225.

19. Meyerhoff M., Niedzelski N. The Globalization of Vernacular Variation // Journal of Sociolinguistics. 2003. Vol. 7/4. P. 534—555.

20. Silverstein M. Indexical order and the dialectics of sociolinguistic life // Language and Communication. 2003. № 23. P. 193—229.

#### ИСТОЧНИКИ

21. *Инновационная структура УрФУ* // Урал. федерал. ун-т им. первого Президента России Б. Н. Ельцина : сайт. URL: <http://urfu.ru/innovation> (дата обращения: 28.09.2013).

22. *Мининский университет*. URL: <http://www.mininuniver.ru>.

23. *Молодежный форум «Волга 2013»*. URL: [http://ivolgaforum.ru/all\\_news](http://ivolgaforum.ru/all_news).

24. *Программа развития* / НИУ «ВШЭ». URL: [http://strategy.hse.ru/Concurrent\\_2013](http://strategy.hse.ru/Concurrent_2013) (дата обращения: 5.11.2013).

25. *Резюме № 22843536*. 2013. 4 дек. URL: <http://www.superjob.ru/print/resume/cv-22843536.html>.

26. *Резюме № 24421457*. 2013. 17 нояб. URL: <http://www.superjob.ru/print/resume/cv-24421457.html> (дата обращения: 5.10.2013).

27. *Стратегия трансфера знаний Нижегородского государственного университета им. Н. И. Лобачевского* // Нижегород. гос. ун-т им. Н. И. Лобачевского : сайт. URL: <http://www.unn.ru/general/transfer.html> (дата обращения: 2.11.2013).

28. *Стратегия-2020: стратегия развития Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского – Национального исследовательского университета до 2020 года* // Нижегород. гос. ун-т им. Н. И. Лобачевского : сайт. URL: <http://www.unn.ru/general/2020.html> (дата обращения: 18.10.2013).

29. *Фамилия и карьера: как это связано?* // HeadHunter : сайт. URL: <http://nn.hh.ru/article/13179> (дата обращения: 8.07.2013).

30. *Федоров А. А.* [интервью]. Открытое педагогическое образование «Мининский университет» как глобальный проект // Столица Нижний : сайт. URL: <http://stolitsanmag.ru/?id=6770> (дата обращения: 2.11.2013).

31. *Чем отличаются и чем похожи ИМИДЖ и ОБРАЗ?* // Вопросы и ответы Google : сайт. URL: <http://otvety.google.ru/otvety/thread?tid=109f58770206cc27> (дата обращения: 18.10.2013).

32. *Be Clever* : журн. Нижегородского инновационного бизнес-инкубатора. 2013. № 1.

33. *Google.ru* : сайт. URL: <https://www.google.ru/>.

34. *Minin University* // Twitter. URL: <https://twitter.com/mininuniver>.

35. *Yandex.ru* : сайт. URL: <http://www.yandex.ru/>.

**Статью рекомендует к публикации д-р филол. наук, проф. В. В. Химик**

Е. В. Иванова Y. V. Ivanova  
Челябинск, Россия Chelyabinsk, Russia

**ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ ФАНТАСТИКА:  
МЕТАФОРИЗАЦИЯ  
ПРИРОДНЫХ ЯВЛЕНИЙ**

**ECOLOGICAL SCIENCE FICTION:  
METAPHORIZATION  
OF NATURAL PHENOMENA**

**Аннотация.** На примере образа Эль-Ниньо рассматривается метафоризация природы в произведениях экологической фантастики.

**Abstract.** The article studies the metaphORIZATION of nature on the example of the image of El Nino in the works of ecological science fiction.

**Ключевые слова:** экологическая фантастика; фантастический дискурс; метафоризация природы.

**Key words:** ecological science fiction; science fiction discourse; metaphORIZATION of nature.

**Сведения об авторе:** Иванова Елена Валерьевна, кандидат филологических наук, доцент кафедры немецкого языка.

**About the author:** Ivanova Yelena Valerievna, Candidate of Philology, Associate Professor of the Chair of the German Language.

**Место работы:** Челябинский государственный университет.

**Place of employment:** Chelyabinsk State University.

**Контактная информация:** 454021, г. Челябинск, ул. Бр. Кашириных, 129, к. 332.  
e-mail: elena-ivanova79@yandex.ru.

Экологическая проблематика в конце XX в. становится универсальной в политике, науке и художественной литературе, проникает и в нашу повседневную жизнь и объединяет ученых различных областей знания с представителями гуманитарного познания, искусства и культуры.

В последние десятилетия экологическая фантастика оформляется в относительно самостоятельный подвид научно-фантастической литературы, имеющий множество точек соприкосновения с другими течениями и направлениями фантастического дискурса, однако обладающий собственным предметом художественного осмысления — проблемой взаимоотношения живых организмов и их сообществ между собой и с окружающей средой. Впрочем, выделение экологической фантастики в отдельный вид фантастического дискурса, как предлагают некоторые исследователи и читатели, кажется нам нецелесообразным, так как экологические мотивы обнаруживаются практически в любом произведении любого автора. Вопросы экологии, как науки, затрагиваются в таком случае только в единичных произведениях.

Среди наиболее распространенных образов в произведениях экологической фантастики встречаются три основных экологических мотива: 1) ядерная катастрофа и ее радиоактивные последствия (образ мира после ядерной катастрофы, люди, которые живут глубоко под землей или становятся мутантами); 2) торжество компьютерного разума, окончательно истощившего природные ресурсы, умирающая планета; 3) посте-

пенное и целенаправленное низведение к нулю всех экологических показателей самим человеком (погибающая планета, жители которой часто вынуждены покинуть ее в поисках другой, более подходящей для жизни, или заняты поисками чистых экологических источников в других временах и измерениях) [Косарева 2001: 42].

Интерес для нашего исследования представляют экологические архетипические мотивы и образы, лежащие в основе создаваемых писателями-фантастами альтернативных реальностей. Один из наиболее распространенных архетипических образов в произведениях экологической фантастики — это персонифицированное представление природы и природных явлений. Рассмотрим типичное моделирование природных явлений на примере романа «Der Schwarm» (Стая) немецкого автора Франка Шетцинга. Произведение вышло в 2004 г., его называют «технотриллером с высокой моралью и глубоким содержанием». Главное отличие «Стаи» от типичного романа-катастрофы заключается в том, что не человек вступает в борьбу с разрушительной катастрофой или некими чудовищами, напротив, некая неведомая разумная сила сознательно объявляет войну человечеству, стремясь уничтожить его в отместку за многовековое загрязнение окружающей среды, достигшее критической точки.

«Стая» — типичный пример экологической фантастики, где экологическая тематика является сюжетобразующей. Достаточно нескольких строчек аннотации, чтобы без

Исследование выполнено при финансовой поддержке Министерства образования и науки РФ в рамках федеральной целевой программы «Научные и научно-педагогические кадры инновационной России на 2009—2013 гг.», государственный контракт № 16.740.11.0761.

© Иванова Е. В., 2013

сомнений отнести роман к экологической фантастике:

*Ein peruanischer Fischer verschwindet auf offener See. Heerscharen hochgiftiger Quallen belagern die Küste Australiens. Vor Kanada bleiben die Wale aus. Erst mit wochenlanger Verspätung treffen sie ein, doch die Tiere verhalten sich ungewohnt aggressiv. Unterdessen findet ein Ölbohrteam am Grund der norwegischen See seltsame Würmer mit gewaltigen Zangenkiefern, die sich zu Millionen in den Meeresboden graben. Wie hingezaubert scheinen sie dem Biologen Sigur Johanson, der die Tiere untersucht, um herauszufinden, ob von ihnen eine Gefahr für die Offshore-Industrie ausgeht. Johanson ahnt, dass hinter den Anomalien mehr steckt als eine Reihe kurioser Zufälle: Etwas wendet das Leben im Meer gegen den Menschen. Zu ähnlichen Schlüssen gelangt auch der indianische Walforscher Leon Anawak, der sich über Nacht mit dem Zusammenbruch des Waltourismus, fanatischen Umweltschützern und dem amerikanischen Militär herumschlagen muss, das plötzlich einen Mantel des Schweigens über die Vorfälle zieht. Offenbar wissen die Regierungen der USA und Kanadas mehr über die Bedrohung aus den Ozeanen: Eine Katastrophe dämmert herauf, die den Fortbestand der menschlichen Rasse in Frage stellen könnte. Doch wer oder was löst sie aus? Die Wissenschaftler müssen erkennen, dass der Mensch über den Planeten, den er vermeintlich beherrscht, weniger weiß als über den Weltraum [Schätzing 2012: 7] (ср. аннотацию к русскому переводу романа: *Перуанский рыбак исчезает в открытом море. Полчища ядовитых медуз осаждают берега Австралии. В Канаде мирные киты превратились в агрессоров. На дне Норвежского моря появились миллионы червей с мощными челюстями — и они мешают нефтедобыче. Различные ученые предполагают, что за этими аномалиями кроется нечто большее, — что-то направляет обитателей морей на человека. Под вопросом оказывается дальнейшее существование рода человеческого. Но кто или что развязывает катастрофу, исходящую из океана? В поисках виновника ученые и военные сталкиваются с худшими из своих кошмаров и сознают: о подводном мире своей планеты мы знаем еще меньше, чем о космосе...* [Шетцинг 2005: 6]).*

В «Стае» природа и природные явления, живые организмы и их сообщества с помощью метафоры представляются как противники человека, ведущие против него борьбу не на жизнь, а на смерть. Возьмем, к примеру, образ Эль-Ниньо. Эль-ниньо — теплое

сезонное поверхностное течение в Тихом океане у берегов Перу и Эквадора, которое появляется раз в 3-7 лет после исчезновения холодного течения и существует не менее одного года. Это катастрофическое явление нарушает местный рыболовный промысел, вызывая миграцию или гибель рыбы и планктона, что, в свою очередь, приводит к гибели птиц, питающихся морской рыбой.

В анализируемом романе Эль-Ниньо губит не только рыб, птиц и других морских жителей, но и людей. Эль-Ниньо наносит значительный ущерб экономике целого региона, вызывает страх рыбаков и в XX — начале XXI в. имеет особо разрушительные последствия: *Nach den verheerenden El Niños Ende der Neunziger hatten sogar die Fabrikarbeiter ihre Jobs verloren. Die großen Sardellenschwärme waren nie zurückgekehrt. / После разорительных Эль-Ниньо девяностых годов даже фабричные рабочие лишились мест. Большие косяки сардин исчезли безвозвратно.*

Определение *verheerend* (с нем. *опустошительный, разорительный, губительный ужасный*), согласно этимологическому словарю немецкого языка, восходит к древневерхненемецкому *firheriōn* ‘ausplündern, verwüsten’ (ограблять, разграблять, обирать; расхищать, опустошать, разорять), в средневерхненемецкий период имеет форму *verhern* ‘mit Heeresmacht überziehen, verderben, besiegen’ (покрыть военной мощью; портить; побеждать, наносить поражение, одолевать, одерживать верх) и этимологически связано с персонифицированным образом разбойника, грабителя, преступника, соперника. Родство с лексемой *Herr* (армия, войско) подчеркивает мощную силу и власть Эль-Ниньо, наводящего страх на рыбаков и других жителей прибрежных районов: *Das beginnende Jahrtausend hatte offenbar beschlossen, Ucañan auszusondern. Inzwischen wurde er seiner Empfindungen nicht mehr Herr. Einerseits fühlte er sich bestraft. Von El Niño, der Peru seit Menschengedenken heimsuchte und für den er nichts konnte. / Новое тысячелетие решило, видно, отбраковать таких, как Уканьян. Он уже мало понимал в происходящем. С одной стороны, он чувствовал себя наказанным. Его карал Эль-Ниньо, с незапамятных времен устрашавший Перу, против которого он ничего не мог поделывать.*

Один из героев романа, рыбак Хуан Наркисо Уканьян, который появляется на первых страницах книги и становится первой жертвой, считает, что время и природа решили за ненадобностью избавиться от него.

Уканьян справедливо полагает, что ему и его живописной лодочке нет места в новом мире, разрастающемся вокруг родного Уанчако. В действительности в варварском истреблении рыбных запасов и сплошной вырубке лесов виноваты владельцы рыболовных флотилий, но поскольку с ними бороться невозможно, то виновниками экологической катастрофы представляются простые рыбаки типа Уканьяна, как будто это он зазывал сюда плавучие фабрики и японские и корейские траулеры, как будто это он повывтаскал из моря миллионы тонн тунца и скумбрии. Вроде бы Уканьян ни при чем, но виноватым себя чувствует.

Природа объявляет войну человечеству, атакует, застигает врасплох, массово убивает людей, и Эль-Ниньо выступает на ее стороне в качестве союзника, воюющего против человечества:

*Vierzehn Tote auf einen Schlag! Das klingt nach **Attacke**. Als **seien die Leute überrascht worden**. Dann Seewespen. So weit draußen vor der Küste, was tun die da? Als hätte sie jemand da hingezaubert.*»

»Was mich stutzig macht«, sagte Johanson, »ist, dass es sich ausgerechnet um die zwei gefährlichsten Arten handelt.«

»Ganz recht«, sagte Olsen gedehnt. »Aber jetzt warte mal, wir sind nicht in Amerika, bastel dir keine Verschwörungstheorie zusammen. Es gibt noch eine weitere Erklärung für die Zunahme der Plagen. **Einige meinen, El Niño sei schuld**, andere sagen, die Erwärmung des Erdklimas.«

»Четырнадцать трупов одним махом! Это похоже на атаку. Как будто людей застигли врасплох. Потом медузы. Так далеко от побережья, что они там делают? Как будто их там кто наколдовал.«

»Что меня озадачивает«, — сказал Йохансон, »так это то, что речь идет о двух самых опасных видах.«

»Совершенно верно«, — протянул Олсен. »Но только не поддавайся на теорию заговора, мы же не в Америке. Есть и другое объяснение.«

Некоторые считают, что **виноват Эль-Ниньо**, другие говорят, что виновато потепление«.

Другой вариант моделирования образа природы и природных явлений — это представление их как исполнителей воли некой высшей силы, Бога, что иллюстрирует и само название (в пер. с испанского *El Niño* — «младенец Христос»): *Manchmal beließ es das **Christkind** dabei, einfach ein wenig die Natur durcheinander zu bringen, aber alle vier bis fünf Jahre **schickte es die Strafe des Himmels über die Menschen, als wolle es***

*sie vom Angesicht der Erde tilgen. Wirbelstürme, verdreißigfache Regengüsse und tödliche Schlammflutungen — jedesmal verloren Hunderte ihr Leben. / Иной раз **младенец Христос** ограничивался легким нарушением природного порядка, но раз в четыре-пять лет он **насылал на головы людей кару небесную, словно желая стереть их с лица земли**. Бури, ураганы, ливневые дожди и смертоносные селевые потоки уносили сотни жизней.*

В прошлом люди, чтобы задобрить Эль-Ниньо, приносили ему жертвы, как языческому богу. Согласно старой церковно-богословской теории, жертва — знак преклонения человека перед божеством, проявление покорности, благодарности и тому подобных чувств [Токарев]. Особо жестокая форма жертвоприношения — принесение в жертву людей, и особенно детей, которые воспринимались как наиболее удобная богам жертва, поэтому, чтобы избежать или смягчить последствия Эль-Ниньо, ему также приносились людские жертвы: *Ucañan wusste aus Erzählungen, was Archäologen in den alten präkolumbianischen Tempeln nahe der Stadt Trujillo gefunden hatten, gleich hinter der Pyramide des Mondes. **Neunzig Skelette hatten da gelegen, Männer, Frauen und Kinder, erschlagen oder erdolcht. In einem verzweifelten Versuch, den hereinbrechenden Fluten des Jahres 560 Einhalt zu gebieten, hatten die Hohepriester das Leben von neunzig Menschen geopfert, und El Niño war gegangen. Wen musste man opfern, um die Überfischung zu stoppen?** / Уканьян слышал по рассказам, что археологи раскопали в древнем доколумбийском храме близ города Трухильо, прямо за пирамидой Луны. **Девяносто скелетов лежали там — мужчин, женщин и детей, убиты или заколоты. В отчаянной попытке замолить наступающие наводнения 560 года жрецы принесли в жертву жизни девяносто людей, и Эль-Ниньо ушел. Кого принести в жертву теперь, чтобы остановить браконьерство?***

Но то, что удавалось в прошлом, не помогает в настоящем. Сколько бы ни молились рыбаки, помощи или избавления они не получают. Возможно, предполагает герой книги, они молятся не тем богам или их христианский бог менее могуществен: *Vielleicht, ging es Ucanan duch den Kopf ..., bin ich ja wirklich dumm. Dumm und schuldig. Wir alle sind schuldig, weil wir uns mit einem christlichen Schutzheiligen eingelassen haben, der weder etwas gegen El Niño tut noch gegen die Fischereiverbände und staatliche Absprachen. / А может, думал Уканьян,*

...я действительно глуп. Глуп и виноват. Мы все виноваты, потому что связались с христианским покровителем, который не может справиться ни с Эль-Ниньо, ни с рыболовецкими компаниями, ни с государственными лицензиями.

Однако люди, понимая, что подружиться с природой им уже не удастся, не теряют надежды договориться с ней: *El Nino kam und ging, so war es immer gewesen. Man konnte sich nicht unbedingt mit ihm anfreunden, aber irgendwie arrangieren. Seit jedoch der pazifische Reichtum in Schlepnetzen verendete, deren Öffnungen groß genug waren, dass zwölf Jumbo Jets nebeneinander reingepasst hätten, halfen nicht mehr Gebete.* / Эль-Ниньо приходил и уходил, так было всегда. Подружиться с ним было нельзя, но договориться было можно. Однако с тех пор, как тихоокеанские богатства выгребли тралами, в пасти которых вошло бы по дюжине реактивных самолетов, молитвы больше не помогали.

Природа показывает свое второе лицо — она может быть не только противником человека, но и другом, и даже покровителем (лексема *wohlwollend* 'благосклонный, благоволящий' от глагола *wohlwollen* 'быть благосклонным, благоволить' выражает покровительство, доброжелательное расположение по отношению к кому-либо): *Auch dieses Jahr gab es einen El Niño, allerdings einen vergleichsweise harmlosen. Solange er sich in Grenzen hielt, zeigte El Niño mitunter ein zweites Gesicht, ein lächelndes, wohlwollendes.* / В этом году тоже был

Эль-Ниньо, правда, относительно безобидный. Пока он держал себя в руках, показывая временами свое второе лицо — улыбающееся и благосклонное.

Проведенное исследование показывает, что природа и природные явления в произведениях писателей-фантастов нередко метафорически моделируются как противник человека, значительно превосходящий его по силам, с которым трудно или невозможно бороться, так что приходится либо молить его о пощаде, принося жертвы, либо пытаться мирно с ним договориться, выполняя его условия. В последнем случае соперник будет благосклонен и доброжелателен.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Константинова Э. Холод и пламя : рассказы. — София : София Пресс, 1990. С. 5—10.
2. Косарева А. Фантастика в аспекте экологических проблем // Всерос. науч. конф. «Бренное и вечное: экология человека в современном мире» (23—24 окт. 2001 г.) : тез. докладов и выступлений / ред. кол. : Г. П. Выжлецов, И. Ф. Игнатъева ; НовГУ им. Ярослава Мудрого. — Великий Новгород, 2001. Вып. 4. С. 42—44.
3. Токарев С. А. О жертвоприношениях. URL: [http://annales.info/other/small/tokarev.htm#\\_ftn1](http://annales.info/other/small/tokarev.htm#_ftn1) (дата обращения: 14.09.2013).

#### ИСТОЧНИКИ

4. Шетцинг Франк. Стая / пер. с нем. Т. Набатниковой. 2-е изд., испр. — М. : Захаров, 2005.
5. Schätzing Frank. Der Schwarm. 24 Aufl. — Fischer Taschenbuch Verl., 2012.

Статью рекомендует к публикации д-р филол. наук, проф. Е. Н. Азначеева

Г. А. Казаков G. A. Kazakov  
Москва, Россия Moscow, Russia

**РЕЛИГИОЗНЫЙ ПАФОС  
СОВЕТСКИХ ГИМНОВ**

**RELIGIOUS OVERTONES  
IN SOVIET ANTHEMS**

**Аннотация.** Несмотря на атеизм советского государства, его гимны проникнуты религиозным пафосом и библейскими аллюзиями. Этот парадокс можно объяснить стилиобразующей силой церковнославянизмов в русском языке, влиянием речи революционеров из церковной среды и стремлением большевиков к сакрализации своей идеологии. Для сравнения: гимны социалистической Югославии и Кубы не имеют этой особенности. Причина последнего факта может заключаться в «цивилизационных амбициях» СССР (строительство нового мира).

**Abstract.** In spite of the atheist character of the Soviet regime, its national anthems were full of Biblical expressions and religious overtones. This paradox may be explained by the style-forming power of Slavonicisms in the Russian language, by the influence of the speech features of the revolutionaries who had a church background, and by the Soviets' move to endue their ideology with a sacred status. By contrast, the anthems of socialist Yugoslavia and Cuba have nothing religious in them, perhaps, because USSR was much more "civilizationally ambitious" in terms of its claims to build up a new world.

**Ключевые слова:** язык и религия; сакральное; библеизмы; государственный гимн; советская идеология.

**Key words:** language and religion; the sacred; Biblical expressions; national anthem; Soviet ideology.

**Сведения об авторе:** Казаков Григорий Александрович, аспирант кафедры общего и сравнительно-исторического языкознания филологического факультета, Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова; старший преподаватель кафедры иностранных языков и межкультурной коммуникации, факультет лингвистики и межкультурной коммуникации.

**About the author:** Kazakov Grigory Aleksandrovich, Post-graduate Student of the Chair of General and Comparative-Historical Linguistics of the Philological Faculty of the Moscow State University named after M. V. Lomonosov, Senior Lecturer of the Chair of Foreign Languages and Intercultural Communication of the Faculty of Linguistics and Intercultural Communication.

Место работы: Московский институт лингвистики.

Place of employment: Moscow Institute of Linguistics.

**Контактная информация:** 129075, г. Москва, ул. Новомосковская, 15а.  
e-mail: amicilinguarum@rambler.ru.

Государственный гимн — это концентрированное выражение государственной идеологии, национальной идеи; воздействуя музыкой на эмоции человека, а словами — на сознание, он побуждает слушающего к отождествлению себя с нацией, государством.

в качестве государственного гимна России после Февральской революции 1917 г. Здесь ради краткости текст приводится без второго и третьего куплетов, которые лишены сакральной патетики и для данного исследования интереса не представляют.

Многие государственные гимны<sup>[1]</sup> изначально имели форму молитвы к Богу за монарха и отечество или содержали в себе призывание с небес благ на государя (при этом личное благополучие правителя ассоциировалось с процветанием всего народа). Такие примеры, как российский дореволюционный гимн «Боже, царя храни» и британский „God save the King (Queen)“ — «Боже, храни короля (королеву)», — очевидны. Но сохраняются ли следы религиозного пафоса в гимнах атеистических государств? Ниже в свете этого вопроса рассматриваются гимны СССР<sup>[2]</sup>.

**Текст**

Отречёмся от *старого мира* [1],  
Отряхнём его прах с наших ног [2]!  
Нам не нужно *златого кумира* [3],  
Ненавистен нам *царский чертог* [4].  
Мы пойдём к нашим  
*страждущим братьям* [5],  
Мы к голодному люду пойдём,  
С ним пошлём мы злодеям  
*проклятья* [6] —  
На борьбу мы его позовём.

«РАБОЧАЯ МАРСЕЛЬЕЗА». «Рабочая Марсельеза» на мотив французской революционной песни с русским текстом П. Л. Лаврова (опубликован в 1875 г.) использовалась Временным правительством

**Припев:**  
Вставай, подымайся, рабочий народ!  
Иди на врага, люд голодный!  
Раздайся, клич мести народной!  
Вперёд, вперёд, вперёд, вперёд, вперёд!

Не довольно ли вечного горя?  
Встанем, *братья* [5], повсюду зараз —  
От Днепра и до Белого моря,  
И Поволжье, и Дальний Кавказ —  
На воров, на собак — на богатых  
И на злого вампира-царя.  
Бей, губи их, злодеев проклятых,  
*Засветись, лучшей жизни заря* [7].

*Припев.*

И взойдёт за кровавой зарёю  
*Солнце правды* [8] и *братской любви* [9],  
Хоть купили мы *страшной ценою* —  
*Кровью* [10] нашу — счастье земли.  
И настанет година свободы:  
Сгинет ложь, *сгинет зло навсегда* [11],  
И *солятся в одно все народы* [12]  
В вольном царстве *святого* [13] труда.

*Припев.*

#### Религиозные параллели

- [1] «И увидел я новое небо и новую землю, ибо *прежнее небо и прежняя земля* миновали, и моря уже нет» (Откр. 21:1).
- [2] «*Отрясите прах от ног ваших*» (Мф. 10:14).
- [3] «Не делай себе *кумира*» (Исх. 20:4); «...народ ... собрался к Аарону и сказал ему: встань и сделай нам *бога*, который бы шел перед нами... И сказал им Аарон: выньте *золотые серьги*, которые в ушах ваших жен, ваших сыновей и ваших дочерей, и принесите ко мне. И весь народ вынул *золотые серьги* из ушей своих, и принесли к Аарону. Он взял их из рук их и сделал из них *литого тельца*» (Исх. 32:1—4); «Царь Навуходоносор сделал *золотой истукан*» (Дан. 3:1).
- [4] «...девы, подруги ее, приводятся с весельем и ликованием, входят в *чертог Царя*» (Пс. 44:15—16). Вдобавок само слово «чертог» — устаревшее.
- [5] «*Братья*» — религиозное обращение; «*страждущие*» — архаизированная форма вместо «*страдающие*».
- [6] «*Проклятье*» — религиозное понятие.
- [7] «Раздели с голодным хлеб твой и скитающихся бедных введи в дом; когда увидишь *нагого*, одень его и от единокровного твоего не укрывайся. Тогда *откроется, как заря, свет твой*, и исцеление твое скоро возрастет, и правда твоя пойдет пред тобою, и слава Господня будет сопровождать тебя» (Ис. 58:7—8).
- [8] «А для вас, благоговеющие пред именем Моим, взойдет *Солнце прав-*

*ды* и исцеление в лучах Его» (Мал. 4:2). Из тропаря праздника Рождества: «Рождество Твое, Христе, Боже наш, воссия мирови свет разума; в нем бо звездам служащие звездою учахуся Тебе кланяться, *Солнцу Правды...*».

- [9] «Всегда по справедливости мы должны благодарить Бога за вас, *братия*, потому что возрастает вера ваша, и умножается *любовь каждого друг ко другу* между всеми вами» (2 Фес. 1:3); «...покажите ... в *братолюбии любовь*» (2 Пет. 1:5—7).
- [10] «Первосвященники, взяв *сребреники*, сказали: непозволительно положить их в сокровищницу церковную, потому что это *цена крови*» (Мат. 27:6); «*Вы куплены дорогою ценою*» (1 Кор. 6:20, 7:23); «*Кровь Иисуса Христа ... очищает нас от всякого греха*» (1 Ин. 1:7).
- [11] «...Ныне князь мира сего *изгнан будет вон*» (Ин. 12:31); «И *низвержен был великий дракон, древний змий, называемый дьяволом и сатанюю...*» (Откр. 12:9); «И отрет Бог всякую слезу с очей их, и *смерти не будет уже; ни плача, ни вопля, ни болезни уже не будет*, ибо *прежнее прошло*» (Откр. 21:4).
- [12] «...Где *нет ни Еллина, ни Иудея, ни обрезания, ни необрезания, варвара, Скифа, раба, свободного*, но все и во всем Христос» (Кол. 3:11); «да *будут все едино*, как Ты, Отче, во Мне, и Я в Тебе» (Ин. 17:21).
- [13] «*Святой*» — религиозное понятие.

**«ИНТЕРНАЦИОНАЛ».** Изначально написанный и исполненный во Франции в 1888 г., «Интернационал» стал гимном коммунистических партий. Перевод на русский язык выполнил в 1902 г. А. Я. Коц. Первые месяцы после Октябрьского переворота большевиков «Интернационал» конкурировал с «Марсельезой», но затем окончательно утвердился в качестве гимна советского государства.

#### Текст

Вставай, *проклятьем* [1] заклеименный,  
Весь мир *голодных и рабов* [2]!  
Кипит наш *разум возмущенный* [3]  
И в *смертный бой* [4] вести готов.  
Весь мир *насилья* [5] мы разрушим  
До основания, а затем  
Мы наш, *мы новый мир построим* [6], —  
*Кто был ничем, тот станет всем* [7].

*Припев:*

*Это есть* [8] *наш последний*  
*И решительный бой* [9];  
С Интернационалом  
*Воспрянет* [10] *род людской* [11]!

Никто не *даст* нам *избавленья* [12]:  
*Ни бог, ни царь и не герой* [13].  
Добьёмся мы *освобожденья*  
Своею собственной рукой.  
Чтоб свергнуть гнёт рукой умелой,  
Отвоевать своё добро, —  
Вздувайте горн и куйте смело,  
Пока железо горячо!

*Припев.*

Лишь мы, работники всемирной  
Великой армии труда,  
Владеть землёй имеем право,  
Но паразиты — никогда!  
И если *гром великий* [14] грянет  
Над сворой псов и палачей, —  
Для нас всё так же *солнце* станет  
*Сиять огнём своих лучей* [15].

*Припев.*

#### Религиозные параллели

- [1] «Проклятье» — религиозное понятие.  
[2] «И будут они бродить по земле, жестоко *угнетенные и голодные*; и во время голода будут злиться, хулить царя своего и Бога своего» (Ис. 8:21).  
[3] «Сказав это, Иисус *возмутился духом*, и засвидетельствовал, и сказал: истинно, истинно говорю вам, что один из вас предаст Меня» (Ин. 13:21).  
[4] «Смертный бой» (а не «смертельный») — архаизированная форма.  
[5] «Мы знаем, что мы от Бога и что весь *мир лежит во зле*» (1 Ин. 5:19).  
[6] «Ибо вот, Я творю *новое небо и новую землю*, и прежние уже не будут воспоминаемы и не придут на сердце» (Ис. 65:17); «И увидел я *новое небо и новую землю*, ибо прежнее небо и прежняя земля миновали, и моря уже нет» (Откр. 21:1).  
[7] «Многие же *будут первые последними, и последние первыми*» (Мф. 19:30).  
[8] «Это есть» — употребление глагола-связки в настоящем времени придает предложению возвышенно-книжный стиль.  
[9] Параллель с конечной битвой между добром (Богом) и злом (дьяволом), в которой победит Бог. Ср.: «Это — бесовские духи, творящие знамения; они выходят к царям земли всей вселенной, чтобы собрать их на брань

в оный великий день Бога Вседержителя» (Откр. 16:14); «И увидел я зверя, и царей земных, и воинства их, собранные, чтобы сразиться с Сидящим на коне и с воинством Его» (Откр. 19:19).

- [10] «Воспрянет» — глагол возвышенного стиля.  
[11] «Род людской» — словосочетание возвышенного стиля; ср. «род человеческий» (Деян. 17:26). Необходимо сказать, что сама идея сверхнациональной общности имеет параллель в христианском учении, «где нет ни Еллина, ни Иудея ... но все и во всем Христос» (Кол. 3:11).  
[12] «Избавление» — существительное возвышенного стиля.  
[13] «Не надейтесь на князей, на сына человеческого, в котором нет спасения» (Пс. 146:3).  
[14] Образы катаклизмов при явлениях Бога и перед концом света. Ср.: «И поднял меня дух; и я слышал позади себя *великий громовой голос*: благословенна слава Господа от места своего!» (Иез. 3:12); «Тогда сказал им: восстанет народ на народ, и царство на царство; будут большие землетрясения по местам, и глады, и моры, и ужасные явления, и великие знамения с неба» (Лк. 21:10—11); «И отверзся храм Божий на небе, и явился ковчег завета Его в храме Его; и произошли *молнии и голоса, и громы и землетрясение и великий град*» (Откр. 11:19).  
[15] «Не будет уже солнце служить тебе светом дневным, и сияние луны — светить тебе; но Господь будет тебе вечным светом, и Бог твой — славою твоею» (Ис. 60:19); «И город не имеет нужды ни в солнце, ни в луне для освещения своего, ибо слава Божия осветила его, и светильник его — Ангел» (Откр. 21:23).

Парадокс: несмотря на интернационализм большевистской идеологии в 1920-х гг., «Интернационал», гимн эпохи, полон славянизмов. Это можно объяснить тем, что русский текст песни был написан еще до революции, и автор, видимо сознательно, решил усилить патетику борьбы за свободу, справедливость и перестроение мира аллюзиями на евангельские образы<sup>[3]</sup>. Кроме того, как пишет А. М. Селищев, «в среде русских революционеров, в особенности в студенческой части ее, было немало лиц, прошедших духовную школу. <...> После революции 1917 г. количество лиц, вышедших из духов-

ной среды, стало весьма значительным в рядах революционных и советских деятелей на самых различных поприщах, не исключая и антирелигиозной пропаганды. Благодаря воздействию этих лиц, проникали в широкие круги советской общественности некоторые черты языка этих деятелей — некоторые слова и сочетания церковнославянского происхождения... Употребление „славянизмов“ связывалось у говорящего с особой значимостью, выразительностью, с той или иной эмоцией» [Селищев 2003: 62—63]<sup>[4]</sup>.

С 1930-х годов, и особенно в годы Великой Отечественной войны, идеологический вектор СССР начал меняться: Сталин перестраивал семиотику Советского государства. Это воплотилось не только в гигантомании, но и в сакрализации самого государства, во многом с ориентацией на дореволюционные имперские нормы: перевод письменностей народов СССР на кириллическую основу, «малое возрождение» Русской православной церкви в 1943 г., возвращение погон в армии, упорядочение рангов во всех ведомствах, введение формы для гражданских служащих, сооружение нового здания Московского университета на Воробьевых горах, напоминающего по виду западноевропейские соборы — происходило строительство некоей «цивилизации» со своей «мифологией» [Пушкарев 2008: 348].

Война с нацистской Германией только усилила эти явления. Как отмечает Н. А. Соболева, «с началом войны на первый план вышли совсем другие факторы: в официальной большевистской идеологии прежние коммунистические и интернационалистические компоненты оказались оттесненными на второй план национально-государственными, великодержавными, что было сделано в сугубо прагматических целях как средство мобилизации всех сил советского народа на разгром врага. Эти перемены стояли в одном ряду с усилением пропаганды русского и советского патриотизма, роспуском Коминтерна, улучшением отношений с Русской православной церковью и т. д.» [Соболева 2005: 13].

Стало возможным употреблять слова «Россия», «русский»; поэзия и пропагандная риторика наполнились славянизмами, которые воскрешали в языковом сознании русского народа национальные чувства, образы старины и вековой империи. «Если бы десять-пятнадцать лет тому назад советский гражданин начал употреблять эти „милые русскому сердцу слова“, его обвинили бы в „великодержавных тенденциях“, „поповщине“ и пр. и сочли бы вообще „чуждым эле-

ментом“, но возрождение религии в СССР, или, вернее, ее лицемерная легализация привели к появлению в литературе не только бытовых архаизмов, но и так называемых церковнославянизмов, ранее немислимых в советском языке» [Фесенко 1955: 116]. Из моды, возникшей под влиянием отдельной социальной группы, использование славянизмов превратилось в часть государственной политики.

Все эти изменения отразились в песне «Священная война».

**«СВЯЩЕННАЯ ВОЙНА».** Эта патриотическая песня, опубликованная в 1941 г., на стихи В. И. Лебедева-Кумача не имела статуса государственного гимна, однако по своему значению для СССР в годы Великой Отечественной войны и по своей стилистике она приближается к гимну. Сакральный пафос заявлен уже в самом названии эпитетом «священная».

#### Текст

Вставай, страна огромная,  
Вставай на *смертный бой* [1]  
С фашисткой *силой тёмною* [2],  
С *проклятою ордой* [3]!

*Припев:*  
Пусть *ярость благородная* [4]  
Вскипает, как волна!  
Идет война народная,  
*Священная* [5] война.

Как два различных полюса,  
Во всём враждебны мы.  
За *свет и мир* [6] мы боремся,  
Они — за *царство тьмы* [7].

*Припев.*

Дадим отпор душителям  
Всех *пламенных идей* [8],  
*Насильникам, грабителям,*  
*Мучителям* [9] людей!

*Припев.*

Не смеют *крылья чёрные* [10]  
Над Родиной летать,  
Поля её просторные  
Не смеет враг топтать!

*Припев.*

Гнилой фашистской *нечисти* [11]  
Загоним пулю в лоб,  
*Отребью человечества* [12]  
Сколотим крепкий гроб.

*Припев.*

Пойдём ломить *всей силою,  
Всем сердцем, всей душой* [13]  
За землю нашу милую,  
За наш Союз большой!

*Припев.*

#### Религиозные параллели

- [1] «Смертный бой» (а не «смертельный») — архаизированная форма.
- [2] Образ мистической темной силы.
- [3] Образ адских полчищ. Ср. «И из дыма вышла саранча на землю... По виду своему саранча была подобна коням, приготовленным на войну; и на головах у ней как бы венцы, похожие на золотые, лица же ее — как лица человеческие; и волосы у ней — как волосы у женщин, а зубы у ней были, как у львов. На ней были брони, как бы брони железные, а шум от крыльев ее — как стук от колесниц, когда множество коней бежит на войну... Число конного войска было две тьмы тем; и я слышал число его. Так видел я в видении коней и на них всадников, которые имели на себе брони огненные, гиацинтовые и серные; головы у коней — как головы у львов, и изо рта их выходил огонь, дым и сера» (Откр. 9:3, 7—9, 16—17).
- [4] «Ярость гнева Господня» (Иер. 4:8), «пламень гнева» (Пс. 69:24), «доколе, Господи, будет пылать ярость Твоя, как огонь?» (Пс. 89:46), «с гневом и пылающею яростью» (Ис. 13:9), «возгорится гнев Господа и ярость Его» (Втор. 29:20), «пламенный гнев» (Иер. 30:24). О возможности праведного гнева: «[Иисус] возрев на них с гневом, скорбя об ожесточении сердец их...» (Мк. 3:5); при этом «всякий, гневающийся на брата своего *напрасно*, подлежит суду» (т. е. возможен оправданный гнев) (Мф. 5:22).
- [5] Сакральность заявлена самим словом «священная».
- [6] «Я образую свет и творю тьму, делаю мир и произвожу бедствия; Я, Господь, делаю все это» (Ис. 45:7); «просветить сидящих во тьме и тени смертной, направить ноги наши на путь мира» (Лк. 1:79); «Я свет миру; кто последует за Мною, тот не будет ходить во тьме, но будет иметь свет жизни» (Ин. 8:12).
- [7] «...Теперь ваше время и *власть тьмы*» (Лк. 22:53); «благодаря Бога и Отца... *избавившего нас от власти тьмы*» (Кол. 1:12—13).

- [8] «...Духом пламенейте» (Рим. 12:11).
- [9] «...Диавол ... был *человекоубийца* от начала и не устоял в истине, ибо нет в нем истины. Когда говорит он ложь, говорит свое, ибо он лжец и отец лжи» (Ин. 8:44).
- [10] Враг представляется в мистическом образе некоего демонического существа, возможно, дракона, летучей мыши или ворона.
- [11] Образ нечистой силы.
- [12] «Люди отверженные, люди без имени, *отребье земли*» (Иов. 30:8); «*отродье* грешников» (Числ. 32:14).
- [13] «Возлюби Господа Бога твоего *всем сердцем твоим, и всею душою твоею, и всею крепостию твоею, и всем разумением твоим*» (Лк. 10:27).

#### ГИМН СССР («Союз нерушимый...»).

Смена идеологических установок с мировой революции на укрепление централизованного национального государства потребовала и нового государственного гимна. Работа по его созданию в форме открытого конкурса началась в 1942 г. Свои предложения представили 170 композиторов и 41 поэт [Соболева 2005: 13]. Победил вариант с музыкой А. В. Александрова и стихами С. В. Михалкова и Г. А. Эль-Регистана. 14 декабря 1943 г. он был утвержден, а в ночь на 1 января 1944 г. впервые был исполнен на радио. Официальное повсеместное исполнение гимна вводилось с 15 марта 1944 г.

После разоблачения культа личности Сталина гимн исполнялся без слов, а в 1977 г. была утверждена новая редакция текста, в которой отсутствовали имя Сталина и куплет об армии и были добавлены слова о коммунистической партии.

#### Текст (1943—1956)

*Союз нерушимый* [1] республик свободных  
Сплотила навеки Великая Русь [2].  
Да здравствует созданный волей народов  
*Единый, могучий* [3] Советский Союз!

*Припев:*

Славься, Отечество наше свободное,  
Дружбы народов надежный оплот!  
Знамя советское, знамя народное  
Пусть от победы к победе ведет!

*Сквозь грозы сияло нам*

*солнце свободы* [4],

И Ленин Великий нам *путь озарил* [5].

Нас вырастил Сталин. На верность  
народу,

На труд и на подвиги нас вдохновил.

*Припев.*

Мы армию нашу растили в сраженьях,  
Захватчиков подлых с дороги сметем!  
Мы в битвах *решаем судьбу*  
*поколений* [6],  
Мы к славе *Отчизну* [7] свою поведем!

*Припев.*

**Текст (1977—1991)**

*Союз нерушимый* [1] республик свободных  
Сплотила *навекы Великая Русь* [2].  
Да здравствует созданный волей народов  
*Единый, могучий* [3] Советский Союз!

*Припев:*

Славься, Отечество наше свободное,  
Дружбы народов надежный оплот!  
Партия Ленина — сила народная  
Нас к торжеству коммунизма ведет!

Сквозь грозы сияло нам солнце свободы,  
И Ленин Великий нам путь озарил:  
На *правое дело* [8] он поднял народы,  
На труд и на подвиги нас вдохновил!

*Припев.*

В победе *бессмертных* [9]  
*идей коммунизма*  
Мы видим *грядущее* [10] нашей страны,  
И красному знамени славной *отчизны* [7]  
Мы будем всегда *беззаветно верны* [11]!

*Припев.*

#### Религиозные параллели

- [1] «Клятвенный союз» (Неем. 6:18); «вечный союз» (Иез. 16:60); «вечный завет» (Быт. 17:7).  
[2] Перекликается со словосочетанием «Святая Русь».  
[3] «Единый», «могучий» (могущественный) — эпитеты Бога.  
[4] «...Праведники воссияют, как солнце» (Мф. 13:43); «не зайдет уже солнце твое, и луна твоя не сокроется, ибо Господь будет для тебя вечным светом, и окончатся дни сетования твоего» (Ис. 60:20); «остановилось солнце, и луна стояла, доколе народ мстил врагам своим» (Нав. 10:13); «так да погибнут все враги Твои, Господи! Любящие же Его да будут как солнце, восходящее во всей силе своей!» (Суд. 5:31).  
[5] «Иисус ... сказал им: Я свет миру; кто последует за Мною, тот не будет ходить во тьме, но будет иметь свет жизни» (Ин. 8:12); «поведу слепых дорогою, которой они не знают, неизвестными путями буду вести их;

*мрак сделаю светом* пред ними, и кривые пути — прямыми» (Ис. 42:16).

- [6] Заявлена всемирно-историческая, вневременная сила народа. Создается образ народа как могущественного гиганта, вершащего историю.  
[7] Слово «отчизна» имеет возвышенно-архаический оттенок. Вернулось в относительно широкое употребление во время Великой Отечественной войны. В словаре Д. Н. Ушакова (выпущен в 1935—1940 гг.) оно помечено как «устаревшее и риторическое», а в словаре С. И. Ожегова (выпущен в 1949 г.) уже только как «высокое».  
[8] «Делать правду» (Пс. 15:2).  
[9] Сама идея бессмертия религиозна.  
[10] «Грядущее» — слово книжно-возвышенного стиля, особенно в сравнении с нейтральным «будущим».  
[11] «Беззаветно» — слово высокого стиля.

Пожалуй, самым концентрированным выражением «религиозных» представлений в атеистическом государстве является культ вождей, о чем свидетельствуют упоминания в гимне 1943 г. имен Ленина и Сталина в контексте возвышенных образов, а также само слово «культ». Поистине религиозным гимном можно назвать речь писателя А. Авдеенко на VII съезде Советов, обращенную к Сталину: «...Люди во все времена, всех народов будут твоим именем называть все прекрасное, сильное, мудрое, красивое. Твое имя есть и будет на каждом заводе, на каждой машине, на каждом клочке земли, в каждом сердце человека» [Фесенко 1955: 29—30]. (Привлекает к себе внимание здесь не только пафос, но и обращение на «ты» к первому лицу государства, что в контексте официальной речи можно оправдать только ее «молитвенным» характером<sup>[5]</sup>.) Интересное явление «сакрализации» отыменного прилагательного «сталинский» описали в своей книге «Русский язык при советах» А. и Т. Фесенко: «Эпитет „сталинский“ стал узаконенным синонимом всего положительного, первоклассного, наилучшего: „под солнцем сталинской конституции“, „сталинский блок коммунистов и беспартийных“, „сталинская забота о человеке“, „сталинская закалка“ (школа, выучка), „сталинская премия“, „сталинский лауреат“, „сталинский стипендиат“, „сталинские соколы“, „сталинское племя“, „сталинский урожай“, „сталинский маршрут“, „сталинский план преобразования природы“, „сталинские стройки коммунизма“, „великие сооружения сталинской эпохи“ и пр.» [Фесенко 1955: 29].

Сравнивая гимны «Рабочая Марсельеза», «Интернационал», песню «Священная война» и гимн «Союз нерушимый...», можно заметить, что первые три произведения имеют в своих текстах прямые библейские цитаты («отряхнем его прах с наших ног» — «отрясите прах от ног ваших», «кто был ничем, тот станет всем» — «будут первые последними и последние первыми», «всей силою, всем сердцем, всей душой» — «всем сердцем твоим, и всею душою своею, и всею крепостию своею»), в то время как гимн «Союз нерушимый...» менее насыщен религиозным пафосом (религиозные аллюзии скорее косвенные, патетическая тональность задана прежде всего архаично-возвышенной лексикой); кроме того, в «Союзе нерушимом...» нет развертывания сюжетной линии одухотворенной борьбы, которая присутствует в трех других текстах. Возможно, это связано с тем, что, в отличие от «Марсельезы» и «Интернационала», которые изначально были написаны как волнительные призывы к революционным действиям и не предназначались для государственного употребления, гимн СССР 1943 г. создавался по заказу, чтобы отразить «победу рабочего класса и установление власти трудящихся», а также «дружбу и мир народов СССР» [Соболева 2005: 15], т. е. уже результаты закончившейся борьбы.

В приведенных примерах можно наблюдать следующие способы создания религиозного пафоса:

- 1) использование цитат из Библии или аллюзий на ее образы;
- 2) употребление церковнославянизмов;
- 3) построение системы образов по принципу противопоставления добра и зла.

Основными мотивами «сакральной патетики» большевистских идеологических произведений являются:

- 1) гигантомания (гиперболизм) — преувеличение важности тех или иных фактов, например придание всемирно-исторического значения явлениям национального уровня (революции, армии, личности вождя и т. п.);
- 2) разрушение старой и строительство новой реальности;
- 3) борьба между добром и злом (при этом добром, разумеется, является новый, советский строй, а злом — его противники);
- 4) идеальное будущее.

Анализ лексики и системы образов гимнов «Рабочая Марсельеза», «Интернационал», песни «Священная война» и гимна СССР «Союз нерушимый...» в сопоставлении с библейскими цитатами, на наш взгляд, позволяет с уверенностью говорить о присутствии религиозного пафоса в советских

идеологических текстах. Не вызывает сомнения, что их авторы были знакомы с Библией и церковнославянскими богослужебными речениями.

Возникает вопрос: почему же в идеологических текстах (притом принадлежащих атеистической идеологии) нагнетается религиозный пафос? Возможно, это объясняется тем, что сакральная семантика производит особо сильное и глубокое воздействие на человека, в силу связи представлений о сакральном с базовыми структурами сознания (центральная зона ментальности по С. В. Лурье [Лурье 1994: 142]), а именно с локализацией образов добра и зла. Последнее ярче всего просматривается в тексте «Священной войны», где определено образуются два семантических полюса: добро выражается словами «Родина» (оно, со всей очевидностью, приобретает в этом тексте сакральный статус), «пламенные идеи», «свет и мир», а зло — словами «сила темная», «проклятая орда», «насилтники», «душители», «губители», «крылья черные», «враг», «нечисть», «отродье», «царство тьмы».

Для сравнения интересно отметить, что, хотя социалистические Куба и Югославия были более терпимы к религии, чем СССР, их гимны лишены религиозного пафоса.

#### Гимн социалистической Югославии

Heј Славени, јоште живи  
Дух наших дедова  
Док за народ срце бије  
Њихових синова.

Живи, живи дух славенски  
Живеће веков'ма.  
Залуд прети понор пакла,  
Залуд ватра грома.

Нек' се сада и над нама  
Буром све разнесе,  
Стена пуца, дуб се лама,  
Земља нек' се тресе.

Ми стојимо постојано  
Као клисурине,  
Проклет био издајица  
Своје домовине!

#### Перевод

Гей, славяне, еще жив  
Дух наших дедов,  
Пока за народ бьется сердце  
Их сыновей.

Жив, жив дух славянский,  
Он будет жить вечно.  
Тщетно угрожает [нам] пропасть ада,  
Тщетно пламя грома.

Пусть [себе] сейчас и над нами  
Все разнесет бурей,  
Скалы треснут, дуб сломится,  
Пусть земля трясется.

А мы стоим крепко,  
Слово утесы.  
Да будет проклят предатель  
Своей родины!

#### Гимн социалистической Кубы

¡Al combate corred Bayameses,  
que la patria os contempla orgullosa;  
no temáis una muerte gloriosa,  
que morir por la patria es vivir!

En cadenas vivir es vivir  
en afrenta y oprobio sumido.  
Del clarín escuchad el sonido;  
¡a las armas, valientes, corred!

#### Перевод

Торопитесь в битву, жители Байамо,  
Отчизна с гордостью взирает на вас.  
Не бойтесь погибнуть во славе,  
Умереть за отчизну —  
это [настоящая] жизнь.

Жизнь в цепях — это  
Жизнь в позоре и бесчестьи.  
Слушайте звук горна —  
К оружию, смелые люди, вперед!

Как можно видеть, в обоих гимнах пафос скорее социально-исторический (в гимне Югославии акцент сделан на силу народа, в гимне Кубы — на борьбу за свободу).

Возможно, это связано с тем, что правительства этих стран не ставили таких задач цивилизационного строительства, как Советский Союз. Позволим себе даже высказать предположение: чем масштабнее цивилизационные амбиции государства («мы новый мир построим»), тем выше градус религиозного пафоса в поддерживающей его идеологической риторике.

#### ПРИМЕЧАНИЯ

[1]. В английском языке само слово *hymn* употребляется только в отношении религиозных песнопений; государственные гимны называются словом *anthem* (из греческого *ἄντιφωνος* «противогласие»), т. е. попеременное пение, как и русское «антифон»).

[2]. К выражениям из гимнов даны параллели из Библии и православных богослужебных текстов, а также филологические комментарии. Библейские цитаты приводятся в синодальном переводе по изданию Российского библейского общества 1998 г. Курсив в текстах наш — Г. К.

[3]. Интересно, что религиозный тон проявился и в музыкальной структуре произведения [Соболева 2005: 12].

[4]. О церковнославянизмах в работах Ленина см.: [Матвеев 1990]. Примеры употребления славянизмов большевиками также приводит американский исследователь церковнославянского языка Б. Беннетт [Bennett 2011: 1—2].

[5]. Для сравнения: в английском языке Бог — практически единственное лицо, по отношению к которому сохраняется употребление архаичного местоимения 2 лица ед. ч. *thou* («ты»); во всех других случаях используется обращение 2 лица мн. ч. *you* («вы»).

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Лурье С. В. Метаморфозы традиционного сознания. Опыт разработки теоретических основ и их применения к анализу исторического и этнографического материала. — СПб., 1994.
2. Матвеев Б. И. Фразеологизмы церковнославянского происхождения в работах В. И. Ленина // Русский язык в школе. 1990. № 2 (77).
3. Пушкарев Б. С. Две России XX века. Обзор истории 1917—1993. — М., 2008.
4. Селищев А. М. Язык революционной эпохи. Из наблюдений над русским языком (1917—1926). Изд. 2-е, стер. — М., 2003.
5. Соболева Н. А. Из истории отечественных государственных гимнов // Отечественная история. 2005. № 1.
6. Фесенко А., Фесенко Т. Русский язык при советах. — Нью-Йорк, 1955.
7. Bennett B. Religion and Language in Post-Soviet Russia. — Abingdon, Oxon ; New York, 2011.

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

УДК 821.161.1.3(Каразин Н. Н.)  
ББК Ш33(2Рос=Рус)-8,43

ГСНТИ 17.07.21; 16.21.33

Код ВАК 10.01.01

А. Д. Казимирчук А. D. Kazimirchuk  
Москва, Россия Moscow, Russia

**ДИХОТОМИЯ «ВОСТОК — ЗАПАД»  
В ПРОИЗВЕДЕНИЯХ Н. Н. КАРАЗИНА**

**Аннотация.** Основное содержание исследования составляет анализ и пересмотр оппозиции «Восток — Запад» на примере ориенталистской прозы Н. Н. Каразина, которая обладает большим потенциалом для изучения общественной и политической жизни конца XIX в. — времени колониальной экспансии Российской империи.

**Ключевые слова:** Н. Н. Каразин; ориентализм; «Восток — Запад»; колониальная Россия; Туркестан; завоевание Средней Азии; русская колониальная литература.

**Сведения об авторе:** Казимирчук Александра Дмитриевна, аспирант кафедры русской новейшей литературы и читательских практик.

**Место работы:** Московский городской педагогический университет.

**Контактная информация:** 129226, г. Москва, 2-й Сельскохозяйственный пр-д, 4.  
e-mail: sasha\_kazik@mail.ru.

**EAST — WEST DICHOTOMY  
IN THE PROSE OF N. N. KARAZIN**

**Abstract.** The main purpose of this research is the analysis and review of the East-West opposition on the example of the N. N. Karazin's Orientalist prose which personifies high potential for studying social and political life of the late XIX century during the colonial expansion of the Russian Empire.

**Key words:** N. N. Karazin; Orientalism; east-west; colonial Russia; Turkestan; the conquest of Central Asia; the Russian colonial literature.

**About the author:** Kazimirchuk Aleksandra Dmitrievna, Post-graduate Student of the Chair of Modern Russian Literature and Reading Practices.

**Place of employment:** The Moscow City Pedagogical University.

Ориенталистская литература содержит огромный потенциал для изучения исторической, политической и общественной жизни конца XIX в. и дает представление о том, в каких декорациях происходило завоевание и освоение тех или иных территорий. Тема Востока всегда очень интересовала русских писателей, художников и путешественников, каждый из которых старался запечатлеть свои приключения на бумаге. К Востоку как к объекту освоения, месту изгнания, творческому мифологизированному образу всегда было двойственное отношение — его либо ненавидели, презирали и боялись, либо безмерно любили, очаровывались им и находили в нем несметный источник вдохновения. Николай Николаевич Каразин был одним из тех, кого служба, долг и честь вынудили отправиться на войну в Туркестан в 1867 г. Он навсегда пленился образами Востока. Позднее, получив множество ранений и выйдя в отставку, он использовал свой опыт для создания серии удивительных повестей и романов о туркестанском и амударьинском походах, переселенцах и обо всем том, что происходило в этих краях во время завоевания: «Интересная и своеобразная жизнь в далеких краях доставила Каразину богатый материал для будущих его работ» [Нива1908: 923].

«Певца русского Туркестана» в республиках Средней Азии, так же, как и ранее в Советском Союзе, считают писателем и художником идеологически не очень по-

лезным и избегают всяческих о нем воспоминаний. Однако сегодня, когда тема имперского опыта России со всей его неоднозначностью вызывает широкий интерес и востоковеды стараются находить все больше и больше информаторов, сложно умалчивать о том, чьи картины выставлены в Третьяковской галерее, а гравюры украшают издания Пушкина, Гоголя, Достоевского, Толстого, Тургенева, Некрасова и многих других классиков литературы. На волне интереса к данной теме, пересмотра оппозиции «Восток — Запад», весьма важным является возрождение творческого достояния тех людей, которые были свидетелями территориальной экспансии Российской империи, принимали участие в завоеваниях и, несомненно, могли многое рассказать: «На местах главная польза приносится офицерами и чиновниками, а не выпускниками восточного факультета» [Бартольд 1963—1967: 1], — говорил российский востоковед Василий Владимирович Бартольд о главенствующей роли в работах по сбору информации о крае не академических экспертов, а военных, путешественников, миссионеров и купцов. Одним из таких людей был Николай Николаевич Каразин — военный, художник, писатель, этнограф и путешественник, который провел более 10 лет в Туркестане и чье писательское наследие составляет порядка 20 томов увлекательной, разнообразной и глубокой прозы о русских на Востоке. Возможно, Каразин по степени одаренно-

сти, многообразия этой одаренности не уступает Немировичу-Данченко, Мельникову-Печерскому, Мамину-Сибиряку, Григоровичу, Оммулевскому, Короленко и остальным авторам, писавшим о жизни в провинциях и колониях: «В довоенные времена, когда советская критика называла иногда вещи своими именами, Каразин считался самым талантливым писателем колониального жанра» [Дудаков 2000: 383].

Каразина знали как писателя, любили как автора приключенческих повестей и романов, художника-иллюстратора, журналиста, которого публиковали «Нива», «Дело», «Всемирная иллюстрация», «Беседа», «Illustrated London News» и другие периодические издания: «У Н. Н. Каразина, — писали в „Ниве“ после его смерти, — был очень большой талант, и притом талант истинно русский: порывистый, страстный, увлекающийся» [Нива 1908: 923—924]. Однако его же с удовольствием критиковали, причем весьма едко: «„Недавняя быль“ г. Каразина вся соткана из стрельбы-пальбы, да из дыма-облака. О заглавии мы, разумеется, спорить не будем. Автору захотелось назвать 70 страниц печатной бумаги „былью“, ну, и пусть себе называет на здоровье былью» [Дело 1879: 274]; «...внутренний мир героини ... фигурирует для г. Каразина только в качестве полотна, по которому бойкая кисть батального живописателя рисует серой краской дым, красной — кровь, золотисто-желтой — пушки и зеленой — их лафеты» [Там же: 278].

Художественная мощь каразинских текстов, важнейший корпус проблем и вопросов, которые он затрагивает, их глубина и многоплановость ушли на второй план в списке его побед и талантов и стали жертвами предрассудков относительно «колониальных» авторов в Российской империи. Причиной тому послужила, как говорит Мережковский в сборнике «Вечные спутники», «культурная неотзывчивость», которая является «первородным грехом русской критики» [Мережковский 2012: 329]. Подобное отношение к писателям-военным во многом было результатом недовольства политикой Александра II, реформенной критикой и общим скепсисом относительно пути развития страны. Поражение России в Крымской войне спровоцировало антизападные настроения и «в попытках определить Россию как независимую или противостоящую Западной Европе страну» [Тольц 2013: 16] возродили и упрочили смещение интереса, и политического и духовного, к Востоку, где не действуют законы дряхлеющей Европы. Об этом ранее написал Лермонтов, предсказавший

это смещение, в стихотворении «Умиравший гладиатор»: «Не так ли ты, о европейский мир, / Когда-то пламенных мечтателей кумир, / К могиле клонишься бесславной головою» [Лермонтов 1988: 151]. Об этом же пишет Каразин в мистическом романе «Наль», где с главным героем происходит удивительное духовное перерождение: *Это тоже свое — для них... Да и для нас тоже с тобою, поверь, не совсем чужое!; — Да у тебя, вишь, все азиаты... по твоему, и Россини, и Шекспир... И сам черт лысый — все одного рода; Наль улыбнулся и спокойно отвечал: — Все человечество отсюда* [Каразин 1905, т. 5: 38].

Интерес к ходу войны сочетался с критическими, а порой и циничными выпадами в адрес всех сражающихся на землях Туркестана. По воспоминаниям друга и соратника Каразина Вас. Ив. Немировича-Данченко, с которым они вместе оказались в 1878—1879 гг. в эпицентре Сербско-турецкой и Русско-турецких войн, участников туркестанских походов оскорбительно называли «победителями халатников» [Немирович-Данченко 1903: 14], выражая тем самым пренебрежительное отношение к службе российских воинов. Тем не менее гордое имя «туркестанец» являлось кодовым, ключевым словом для «своих», для тех, кто знал, что происходило на самом деле, понимал цену победы и все подводные камни вторжения: «Никогда еще туркестанец-солдат не бросал своего товарища в неизвестной опасности!» [Каразин 1905, т. 5: 57]. М. Д. Скобелев именовал «туркестанцами» доблестных, храбрых солдат и, как пишет Немирович-Данченко в своих воспоминаниях, приводя личные впечатления о Скобелеве, «старые боевые товарищи только переглянулись молча, но видно было по лицам, что при одних названиях этих мест целый рой воспоминаний возник у обоих» [Немирович-Данченко 1886: 147]. А в октябре 1877 г. под Плевной, побывав на левом фланге нашей Дунайской армии, Скобелев с нежностью, трепетом и некоторой горечью замечает: «Ах, если бы здесь были туркестанские войска!» [Немирович-Данченко 1886: 147], будучи при этом прекрасно осведомленным о репутации тех, кто воевал в Средней Азии: «Помните, как при начале кампании думали у нас о туркестанцах. Про меня говорили, что мне и батальона поручить нельзя. На офицеров наших свысока смотрели, а они первыми легли здесь... А все-таки хорошее время было» [Там же: 147—148].

Служба в армии во многом формировала представление военных о Востоке, доминирующее, в духе «бремени белых», пред-

ставление о «просветительской и освободительной» миссии в Средней Азии, но в случае с Каразиным определение «колониальный писатель» обладает гораздо более широкими коннотациями. Согласно Эдварду Саиду, колониальные писатели делятся на тех, кто беспрекословно вторит основной идеологической ветви мышления, навязанной правительством, и является частью «общих попыток Европы управления отдельными землями и народами» [Саид 2012: 6], и на тех, для кого эта тема является предметом тщательного размышления и попыткой «открыть не-европейский мир для анализа и суждения» [Там же: 18]. Последний вариант предполагает все подводные камни душевных переживаний: пленение Востоком и «восточным», отчаяние, депрессию, ненависть к насилию вместе с пониманием неизбежности вторжения и собственного бессилия что-либо изменить. Подобное жизнеощущение русский философ и ученый Александр Эткинд называет «эффектом бу-меранга» или «внутренней колонизацией» [Эткинд 2013: 19], при которой отправленный покорять Восток становится его заложником, чувствует отчужденность по отношению к прежней жизни и невозможность к ней вернуться, желание понять нравы и душу покоряемого сообщества, с которым ощущает необъяснимое родство и даже желание стать его частью. В результате этой душевной, духовной антиномии человек становится «колонируемым колонизатором». Во многих своих произведениях Каразин проникновенно описывает страшную, неизведанную трансформацию, происходящую с человеком, чья жизнь и сущность характера являются лишь выражением его веры в надежность окружающей обстановки. При соприкосновении с подлинной, ничем не смягченной природой такой субъект лишается основы собственного бытия, в его сердце вселяется внезапная и глубокая тревога или же его засасывает в пучину безволия: *Глушь, скука, лишение всего, что хотя сколько-нибудь может называться умственной пищей, — это притупляющее, давящее однообразие местной жизни могло бы совершенно убить его натуру, затянуть хмельною тиной все в нем живое, но этого не случилось. А случилось это со многими, почти со всеми, кого только судьба забросила в эту забытую дикую глушь* [Каразин 1905, т. 13: 15]. Позднее об этом напишет английский колониальный писатель Джозеф Конрад в рассказе «Аванпост прогресса»: «К чувству одиночества, отчетливому представлению об оторванности своих мыслей и своих ощущений,

к отрицанию всего привычного и надежного присоединяется утверждение необычного и грозящего опасностью, представление о вещах неясных, отталкивающих и не поддающихся контролю; это волнующее вторжение терзает цивилизованные нервы и глухых и мудрых» [Конрад 1983: 245].

Главный герой повести Каразина «В камышах» Петр Касаткин, описывая это давящее, притупляющее состояние, говорит: *Игра и пьянство, пьянство и игра — вот два главных элемента местной жизни. Трезвые минуты считались положением ненормальным, и если бы в человеке не нашлось какой-нибудь противодействующей силы, если бы эта сила оказалась несостоятельною в борьбе со своим страшным врагом, тоскливою скукою, то ему приходилось бы только одно — окунуться с головою в этот ужасный, всепоглощающий омут* [Каразин 1905, т. 13: 15]. Герои Конрада так же топили страх и одиночество в омуте алкогольного опьянения, который помогает спастись от той самой всепоглощающей тьмы, размытого «нечто», при нахождении в котором в человеке проявляется сущность его собственной природы. Эта всепроникающая субстанция напоминает мыслящий океан из «Соляриса», который засасывает Куртца, Марлоу и всех, кто сталкивается с нетронутой цивилизацией в рассказе «Сердце тьмы». Каразин, вопреки Конраду, говорит о странной связи между западными людьми и восточными, об их едином источнике происхождения, о переплетении у самой корневой основы: *„Благодатный“ протянул руку, нагнулся и стал медленно откапывать пальцами молодой росток, пробившийся меж камнями. Вот это — я! — указал он на корень; Это — ты! — указал он на стебелек с первыми зачатками листьев. — Разрежь здесь — оба погибнут, вместе — они целы и живы* [Каразин 1905, т. 5: 64].

Для объяснения сути дихотомии «Восток — Запад» Каразин прибегает к образу «дороги», или «пути», в условиях которых происходит постепенная глубочайшая смена жизненных парадигм, и в простых, маленьких людях вдруг проявляется их подлинная натура, все лучшие и отвратительные склонности их души. В романе Каразина с «Севера на юг» во время длительного путешествия на «землю обетованную» жена Степанамалыша, много лет ему изменявшая, уходит с заезжим купцом, а дядя Василий вдруг становится склонен к подлости, воровству, предательству семьи, друзей и даже веры и т. д. По Каразину, человек, остающийся один на один с чужеродной средой и своим

внутренним миром, имеет два варианта: либо слиться с окружающим, либо воспротивиться ему и, скорее всего, погибнуть. Автор заметил, что истоки дихотомии лежат в самой сути путешествия, будь то поход на войну или переселение — возвращение из него оказывается невозможным по одной простой причине: возвращается всегда не тот, кто ушел; ср.: *Шибко по привыкли мужики к дорожной жизни, так по привыкли, что о своих деревенских избах, почитай-что, и вовсе забыли. Обжились на возах, втянулись в дорогу, всю бы жизнь так и шли бы* [Каразин 1905, т. 7: 102]. Образ переселенца у Каразина во многом воплощает саму основу оппозиции «Восток — Запад»: вынужденные беглецы, сосланные на чужеродную землю элементы, приспособляются, ненавидят восточную, бесплодную землю и одновременно обожают, будто ныне не они владеют ей, а она ими: *Так вот они, эти Кара-Кумы проклятые... Пропадать приходится, — а впрочем, ничего слава тебе, Господи, идти можно... Ну, и шли, назад не ворочались* [Там же: 81]; *Мертво и безлюдно в этом степном городе; словно проклятие тяготеет над ним... Ведь живут же, подумаешь, люди, словно для них земля сошлась клином, словно их на цепи держат в этом проклятом месте* [Там же: 36].

Явление «переселения», как пишет Каразин, возникло к концу пятидесятых годов... с упрочнением нашей власти в глубине Азии, т. е. к началу семидесятых годов, когда независимость Бухары, Кокана и Хивы спела свою лебединую песню [Каразин 1886: 6]. Это явление помогло внимательно рассмотреть то, что происходит при соприкосновении двух сообществ на тесных узлах единой территории, образующем живое национальное коммуникационное пространство, в котором сходятся Запад и Восток. Тогда уже стало популярным мнение о том, что в основе силы государства лежит принцип уважения к племенным особенностям инородцев — «этнического плюрализма как особой силы России» [Тольц 2013: 48], у которого появилось все больше и больше сторонников.

Описывая переселенцев, Николай Каразин, как и следует художнику, вырисовывает все оттенки душевной пустыни, в которой оказывается человек, лишенный привычного окружения, у которого не остается ничего, кроме себя самого. Такой человек, подобно Маугли, рано или поздно обязан встретиться лицом к лицу со своими страхами, с тем самым «омутом», в эпицентре которого он очутился. В повести «В камышах» герой проходит важнейшие этапы инициации на этом

пути — встречу с женщиной и поединок со зверем, — чтобы стать тем, кем он единственно может стать — «чужим среди своих, своим среди чужих». Однако, как мы знаем, Маугли остается человеком в джунглях, никто из животных не может выдержать его взгляда, он не уподобляется им, а герои Каразина — учатся и наблюдают. Маугли возвращается к цивилизации, а для героев Каразина окончательное возвращение оказывается невозможным: за время путешествия они становятся другими людьми и, пережив глубокие внутренние трансформации, навсегда остаются во власти Востока. В романах Каразина нет просветительского пафоса, который есть у Киплинга, у которого очевидно, что Маугли несет не просто огонь, а прометеевский огонь, и возвращение есть ни на миг не подвергаемое сомнению ощущение правоты цивилизатора.

В произведениях «Тьма непроглядная», «Погоня за наживой», «Тигрица», «В камышах» и во многих других, в которых происходит вынужденный контакт, близкое сближение Запада с Востоком, двух экосистем, двух чуждых миров в надежде соединиться в некую третью стихию, квинтэссенцию лучшего из них, происходит странное: либо ад, разрушение до основания жизней всех вовлеченных персонажей, либо открытый финал, из которого ясно только одно — надежда на рай существует, но пока только надежда. Мы видим, как указанные две стихии нуждаются друг в друге, тянутся одна к другой, но при вмешательстве нечистых помыслов, некой темной стороны одна стихия неизменно поглощает другую и отравляется сама. Возможно, подобное обуславливало исключительно имперский опыт России, потому что «Российскую империю выделяло пограничное положение между Западом и Востоком; сложная сословная структура, включавшая и западные, и восточные элементы» [Эткинд 2013: 47]. Многие английские и французские ученые и политики считали, что захватнические войны России в Средней Азии — это завоевание одних людей Востока другими. Однако при внимательном изучении зарубежных колониальных писателей напрашивается вывод о том, что столкновение модерна и архаики, невозможность (или все-таки возможность) сосуществования архаических и христианских культур и антагонизм Востока и Запада — это одна из главных дилемм всего мира.

Сам Каразин, кажется, верит в возможность сосуществования, в возможность создать некий третий мир, мир согласия и взаимного уважения. Вследствие этого Каразин, уехавший колонизировать, начал учиться,

мгновенно освоил татарский язык и другие наречия, проявлял интерес к исламу и суфизму. В его произведениях нашли отражение почти все важнейшие события из жизни края, которым он стал свидетелем. На страницах журналов «Нива» и «Дело» опубликованы рассказы и повести с зарисовками к ним, сотни иллюстраций с сообщениями о происходящем, репортажи, военные очерки, запечатлевшие основные сцены активных военных действий за десять лет. В своих произведениях Каразин поднял национальные вопросы, вопросы коррупции и переселенцев, чему посвящен целый роман. Каразин был одним из первых, кто зарисовал и описал землетрясение 28 мая 1887 г.

Под властью магнетизма неиспорченной цивилизации, возможности стать другим в этой цивилизации, заново найти свое место в мире или вернуть то, что было утрачено, писатель даже после выхода в отставку не единожды возвращаться в Среднюю Азию. Образы и картины этой страны, сюжеты, лица, обряды и культура не покидали его до самой смерти, возникали на холсте, во многочисленных статьях, рассказах и романах.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. *Бартольд В. В.* Сочинения : в 9 т. / ред.кол.: Б. Г. Гафуров (пред.) и др. — М. : Изд. вост. лит. : Наука, 1963—1977.
2. *Дудаков С. Ю.* Парадоксы и причуды филосемитизма и антисемитизма в России. — М. : Российский государственный гуманитарный университет, 2000.
3. *Дело.* 1879. № 1.
4. *Нива.* 1908. № 52.
5. *Немирович-Данченко В. И.* Скобелев. Личные воспоминания и впечатления В. И. Немировича-Данченко. — СПб. : Изд. П. П. Сойкина, 1903.
6. *Тольц В.* Собственный Восток России: политика идентичности и востоковедение в позднимперский и раннесоветский период / пер. с англ. — М. : Новое литературное обозрение, 2013.
7. *Саид Э. В.* Культура и империализм. — СПб. : Владимир Даль, 2012.
8. *Эткинд А.* Внутренняя колонизация. Имперский опыт России / авториз. пер. с англ. В. Макарова. — М. : НЛЮ, 2013.
9. *Каразин Н. Н.* В камышах // Н. Н. Каразин. Полн. собр. соч. : в 20 т. — СПб., 1905. Т. 13.
10. *Каразин Н. Н.* Наль // Н. Н. Каразин. Полн. собр. соч. : в 20 т. — СПб., 1905. Т. 5.
11. *Каразин Н. Н.* От Оренбурга до Ташкента : путевой очерк. — СПб. : Изд-во Герман Гоппе, 1886.
12. *Каразин Н. Н.* С севера на юг // Н. Н. Каразин. Полн. собр. соч. : в 20 т. — СПб., 1905. Т. 7.
13. *Киплинг Р.* Восток есть Восток. — М. : Худ. лит., 1991.
14. *Конрад Д.* Тайфун : повести и рассказы / сост. и предисл. Д. Урнова. — М. : Моск. рабочий, 1983.
15. *Конрад Д.* Сердце тьмы и др. повести. — СПб. : Азбука, 1999.
16. *Лермонтов М. Ю.* Собр. соч. В 2 т. Т. 1. — М. : Правда, 1988.
17. *Мережковский Д. С.* Вечные спутники: портреты из всемирной литературы. — СПб. : Азбука : Классика, 2012.

**Статью рекомендует к публикации д-р филол. наук, проф. Э. Ф. Шафранская**

**Н. И. Коновалова** **N. I. Konovalova**  
Екатеринбург, Россия Ekaterinburg, Russia

### МИФОЛОГЕМА КАК СВЕРНУТЫЙ САКРАЛЬНЫЙ ТЕКСТ

### MYTHOLOGEME AS A CONCISE SACRED TEXT

**Аннотация.** Мифологема рассматривается как операциональная единица анализа культурно-национальной картины мира. Приводится поэтапная модель лингвокультурного анализа мифологемы, демонстрируемая на примере анализа мифологемы «ночь». Выявляются расхождения между дефинициями толковых словарей и представлением мифологемы «ночь» в русском языковом сознании.

**Abstract.** The mythologeme is viewed upon as an operational unit of analysis of the national cultural world image. A stage model of linguo-cultural analysis of the mythologeme "night" is worked out. Differences between the definitions found in the dictionaries and the reflection of the mythologeme in the Russian linguistic mentality are further described.

**Ключевые слова:** мифологема «ночь»; симпатическая магия; лингвокультурный анализ; народная медицина; семейно-бытовые обряды; заговоры; этимологический анализ.

**Key words:** the mythologeme "night"; sympathetic magic; linguo-cultural analysis; popular medicine; family rites; charms; etymological analysis.

**Сведения об авторе:** Коновалова Надежда Ильинична, доктор филологических наук, профессор, директор Института филологии, культурологии и межкультурной коммуникации.

**About the author:** Konovalova Nadezda Ilinichna, Doctor of Philology, Director of the Institute of Philology, Cultural Studies and Intercultural Communication.

**Место работы:** Уральский государственный педагогический университет (Екатеринбург).

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

**Контактная информация:** 620017, г. Екатеринбург, пр. Космонавтов, д. 26, оф. 282.  
e-mail: sakralist@mail.ru.

Сакральный текст обладает особой символикой, являющейся отражением в нем реликтов мифологического сознания, для которого, как известно, «нет восприятия, которое не включалось бы в мистический комплекс, нет явления, которое было бы только явлением, нет знака, который был бы только знаком: слово никогда не могло бы здесь быть просто словом. Всякая форма предмета, всякий пластический образ, всякий рисунок имеет свои мистические свойства: в силу той же необходимости эти свойства имеет и словесное выражение, которое является словесным рисунком» [Леви-Брюль 1994: 70].

Мистический комплекс «явление — образ — слово», типичный для сакрального текста, характеризует симультанность, одновременность, нерасчлененность [Словарь иностранных ... 1964: 591] образного познания мира и его мифоритуальной интерпретации. Архаическое сознание моделировало свой образ мироздания, свою виртуальную реальность, населенную множеством вымышленных персонажей, которые воспринимались как реально существующие рядом с человеком, вокруг него, только невидимые. Иллюстрацией мистического опыта освоения действительности может служить, например, развернутость демонологического семантического пространства. Эти мифические образы символизировали домашний очаг (*Чур, пенаты*), неосвоенное, сакрально негаран-

тированное пространство (*лешие, водяные, болотные*), модель семьи (*домовой — домовиха — домовята*), болезни (*Трясея, Озняя, Глухая* и др. имена сестер-лихорадок, олицетворяющих симптомы болезни), причины несчастий (*насыльный бес, ходячая порча, летучий огонь*) и т. д.

Таких выразительных символических образов не было бы без мифа, как, впрочем, и мифа без символа.

В области современного гуманитарного знания понятие мифологемы стало междисциплинарным, что, с одной стороны, приводит к размыванию его дефиниции, с другой — свидетельствует о согласовании разных парадигм: философской, культурологической, социологической, психологической, филологической при исследовании феномена общественного и индивидуального сознания.

Неоднозначность определения сущностных характеристик понятия «мифологема» можно, по-видимому, рассматривать как следствие обращенности исследователей к разным аспектам этого феномена в русле исторически сложившихся школ изучения мифа: психологической (К. Юнг), структурной (К. Леви-Стросс), ритуально-мифологической (Дж. Фрэйзер), структурной фольклористики (В. Я. Пропп).

В современном употреблении можно выявить следующие смыслы, включаемые в объем понятия «мифологема»:

1) максимально большая смыслообразующая единица текста мифа (определение, по сути близкое к исходному, отражающее его семантико-функциональные параметры и используемое в современных исследованиях по мифологии);

2) единица религиозного нарратива (в данном случае во внимание принимается одна из существенных характеристик мифологемы, отражающая ее связь с культом);

3) цитата из библейского текста (такое понимание представляет лишь одну из частных разновидностей мифологемы, используется в работах по лингвофольклористике и текстологии);

4) элемент наивного представления о мире, выступающий в роли результата его когнитивного освоения (определение мифологемы, обращенное к ее психоментальной сущности, характерное для современной когнитивистики);

5) исходные образы и сюжеты в искусстве, основанные на традициях народной культуры и приобретшие статус символических (подход, характерный для культурологической и этнологической парадигмы исследований);

6) лексическая единица знакового характера, выступающая как репрезентант свернутого текста мифологического содержания (мифологема в семиотическом ракурсе);

7) некая первичная сюжетная схема, некая кросскультурная идея, встречающаяся в фольклоре разных народов (определение, в обобщенном виде представляющее использование понятия «мифологема» в трудах по этнопсихологии, этнографии, фольклористике);

8) стереотипы массового сознания, в том числе идеологические клише (подобный подход к использованию понятия «мифологема» характерен для современной социолингвистики).

Все приведенные выше определения апеллируют к особенностям ментальной основы мифологемы. Наивно было бы предполагать существование в сознании современного носителя языка базовых мифологем пралогического мышления в исконном виде, однако тот факт, что они в трансформированном варианте «дожили» до наших дней, находит несомненное подтверждение в некоторых социально-культурных стереотипах. Не случайно самое активное использование в последние годы термин «мифологема» получил именно в рамках социолингвистических и лингвокультурологических исследований проблем обыденного сознания. Ср., например, учет в рекламных технологиях социальной мифологизации традиционных культурных феноменов (образов), что рас-

считано на такие свойства массовой культуры, как претензии на формирование вкусов «большинства». Потребитель должен легко усваивать содержащуюся в рекламе информацию, а наиболее легко, как известно, усваиваются именно архаические образы, которые часто эксплуатируются рекламой. Практически любое рекламное сообщение апеллирует к архетипическим мифологемам, обращение к которым может быть не обязательно осознанным, так как автор и получатель информации находятся в одном культурном поле, в котором данная мифологема существует и однозначно декодируется. Архаические (мифологические) пласты есть в сознании любого человека как «знак культурной самоидентичности человека» [Лобок 1997: 27].

Предварительные замечания позволяют рассматривать мифологема как операциональную единицу анализа культурно-национальной картины мира. Эта единица обладает многоуровневой иерархией смыслов: во-первых, она обращена в прошлое, ее основу составляют традиции национальной культуры; во-вторых, она отражает настоящее, реальность современной культурной ситуации, стереотипы коллективного сознания. Эти параметры мифологемы обуславливают необходимость обращения как к анализу мифоритуальной традиции, так и к интерпретации современных проявлений исходных архетипов. Предлагаемая ниже модель лингвокультурного анализа мифологем базируется на следующих постулатах:

- Мифологические представления являются **основой ритуалов**, представляют их «мыслительную часть». Именно в мифологических представлениях заложено первичное практическое знание человека о мире, поэтому они выступают основой регламентации поведения отдельного индивида в соответствии с правилами, принятыми социумом.

- Мифологема как единица мифологических представлений синтезирует особым образом осмысленную реальность практического знания о предмете и сакральность ритуализованного образа предмета, сложившегося в сознании человека (в коллективном представлении).

- Мифологема может выступать в качестве единицы структурирования культурного текста, включающего элементы разных кодов: вербального, предметного, акционального и прочих, что обусловлено существенными свойствами мифа, который «в качестве своеобразного способа освоения действительности ... характеризуется тем, что все вещи и явления воспринимаются в нем как сопричастные друг другу» [Исаев 2002: 88].

В соответствии с вышесказанным модель лингвокультурного анализа мифологеми можно представить следующим образом:

1. Семантическая структура «имени» мифологеми (по словарным дефинициям).

2. Современные социально-культурные стереотипы, представляющие мифологему.

3. Сюжеты-исток (мифологические, обрядовые, фольклорные, бытовые).

4. Элементы мифа, формируемого данной мифологемой (система образов, сквозных мотивов, ритуальных действий и атрибутов).

5. Связанная с мифологемой идиоматика (афористика) и ее интерпретация.

6. Трансформация семантики мифологеми: забвение, переосмысление, рождение новых смыслов и т. п.

Приведем вариант лингвокультурологического комментария сакрального текста на примере мифологеми *ночь*, которая характеризуется особой символической нагруженностью, в том числе сакральной. Отметим здесь лишь те элементы семантики мифологеми, которые несут сакральные смыслы. С одной стороны, *'ночь — разрушение, смерть'*, *'ночь — архетип тьмы и мрака'*; с другой — это *'намеренное столкновение с силами зла и победа над смертью'*, *'ночь — жизнь духов, теней, призраков, оборотней, ведьм и вообще всякой нечисти'*; *'ночь — время главных таинств жизни'*; *'ночь мистична и метафизична'*; *'волшебная ночь делает невозможное возможным'*; *'ночь — время предчувствий'*; *'ночь — сфера бессознательного'* [См., напр.: Жюльен 1999; Символы... 2003].

Даже такое эскизное представление символического комплекса, репрезентирующего семантику *ночи*, позволяет сделать вывод о необходимости интерпретации этой мифологеми в широком культурном контексте, поскольку отмеченные символические смыслы лишь в незначительной степени отражены словарными дефинициями. Ср.: «1. Ночь — время, когда солнце бывает под закрытом (горизонтом). 2. Север. *Сибирские реки на ночь потекли*. 3. Тьма, потемки, темь, темень, темнота, мрак. 4. Невежество, незнание истин и добра: *Народ этот умом и сердцем живет в ночи*. 5. Глухая ночь — полночь, вполне наставшая ночь, между сумерками и зарею» [Даль 1989: 557].

Можно отметить преобладание денотативных характеристик обозначаемого, и даже символически маркированный блок *'тьма, потемки, темь, темень, темнота, мрак'* выступает здесь лишь как образная база оценочной коннотации для компонента *'мрак духовный'*. Ср. также данные «Русского семантического словаря»: 1. Ночь — часть

суток от захода до восхода солнца, между вечером и утром. 2. Глубокая ночь — ее самое темное, глухое время. 3. Варфоломеевская ночь — в Париже в 1572 г. массовое убийство гугенотов католиками в ночь святого Варфоломея, организованное Екатериной Медичи и ее приближенными. 4. Ночь нависла над кем-чем — о наступлении мрачной, тяжелой поры. 5. Не к ночи будь помянут — о ком-н. очень неприятном, кого лучше не вспоминать (первоначально о чёрте). 6. Тысяча и одна ночь! (разг. шутл.) — о чем-н. запутанном, сложном, связанном с приключениями.

В данной дефиниции *ночь* также представлена денотативными семантическими множителями (в частности, 'время' и 'состояние'), и хотя авторами включается историко-культурная информация (в том числе и сакрального плана), символические смыслы не отражаются совсем.

Такое лексикографическое представление *ночи* частично соотносится с направлениями актуализации концептуальных признаков, которые можно выявить при анализе словообразовательного потенциала имени мифологеми (на материале словообразовательного словаря русского литературного языка, без учета диалектных производных, значительно активнее разрабатывающих это понятие). Ср.: а) уменьшительно-ласкательные образования от производящего: *ночка, ноченька, ночушка*; б) обозначения предметов по отношению к производящему: *ночник, ночлег, ночлежка*; в) названия живых существ — насекомых, животных, лиц через соотношение с производящим: *ночница, ночник, ночевщица, ночевальщик, ночлежник, ночлежница, соночлежник, полуночник, полуночница*; г) обозначение признаков, соотносимых с производящим: *ночной, ночью, предночной, по-ночному, полночный, полуночный, пополуночи, ночесь*; д) действия, мотивированные производящим: *ночевать, заночевать, переночевать*; е) временные характеристики, соотносимые с производящим: *полночь, всенощная* [Фразеологический... 2003, т. I: 677].

Не вызывает сомнения тот факт, что количество и репертуар производных свидетельствуют о хорошей разработанности как денотативной, так и коннотативной зон понятия и о возможности многообразных ассоциативных связей семантических компонентов мифологеми *ночь*. Это подтверждается и данными афористики, отражающей именно культурные коннотации, слабо представленные в толковых словарях: «Ночь — опасное время, когда совершаются неблагоприятные дела»: *Ноченька все покроет; По ночам*

*и лисамышкует* ('промышляет'); *Темна ночь татю родная мать; Темна Божья ночь, черны дела людские.*

Ночь — сакрально негарантированное, нечистое (демоническое) время, поэтому следует заручиться помощью ангелохранителей: *К ночи не поминай чертей; Домовой по ночам стучит и возится, выживая хозяина; На ночь избу подпахать* (подмести), *чтобы ангелам чисто прохаживаться; Спокойной (покойной, доброй) ночи* — пожелание на ночь хорошего сна, отдыха; *Не к ночи будь сказано* — не время, не следует говорить, упоминать о ком-либо или о чем-либо, так как эта мысль может вызвать чувство страха; *Не к ночи будь помянут* — о ком-(чем)-либо страшном, очень неприятном. Выражение напоминает о древних суевериях: наши предки верили, что достаточно вслух произнести имя зверя, злого духа или чертей, как они тут же появятся. На такие слова налагалось табу [Бирих, Мокиенко, Степанова 2005: 480].

Ночь — время таинств, бдений, символизирующих победу духа над плотью, ночь сакральна и является временем рождения и воскресения Бога [Символы ... 2003]: *Всенощная служба, всенощное бдение* — 'церковная служба, проводимая ночью накануне праздников'. *Всенощник (печь)*. Пирог, который пекут к церковному празднику. *Как закончится всенощная, так домой придут и всенощники едят, а готовят их раньше; На Иванов день пекут всенощники.*

Таким образом, можно говорить о «нестыковке» лексикографического «портрета» мифологемы *ночь* и психологической реальности ее представления в русском языковом сознании.

Считаем, что анализ культурно насыщенных понятий должен включать комплекс мифоритуальных, психологических, символических, прагматических, когнитивных, лингвокультурных и т. п. оснований формирования их структуры и семантики. Содержательно-смысловой анализ мифологемы в качестве обязательного этапа предполагает интерпретацию представленных в ней элементов мифа (системы образов, сквозных мотивов, ритуальных действий и атрибутов, клишированных словесных формул и т. п.).

К содержательным компонентам сакрального текста относится сакральная символика, анализ которой дает ключ к пониманию образного познания мира и его мифоритуальной интерпретации. Описание мифосимволизма сакрального текста предполагает обращение к словесным магическим формулам и языковым средствам выражения символика «сопричастности». Эта символика по отношению к мифологеме *ночь*,

в частности, находит отражение а) в симпатической магии — одном из основных приемов народной медицины (суть ее заключается в том, чтобы получить желаемое / передать нежелаемое посредством изображающих этот процесс действий, направленных от человека к какому-либо предмету: камню, растению и т. п.); б) в партициптивной магии заговорного текста, проявляющейся в метафорическом параллелизме названий (обряда и ассоциативно связанного с ним предмета; имени персонифицированного духа ночи и явления, предмета, с которым он связан, причем эта связь может быть весьма условной); в) в символических образах (олицетворенной ночи и ночных духов, болезни или ее отдельного симптома и т. п.); г) в наборе специализированных оберегов; д) в цветовых символах ночи. Так, пример **симпатической** магии мы видим в обряде купания ребенка, родившегося ночью: чтобы младенец был спокойным, бабка кладет в воду для купания три камешка, которые берет из избы, с улицы и из бани, и говорит: «Как эти камешки спят и молчат, никогда не кричат, не режут, ... так бы и у меня раб Божий младенец спал бы и молчал, никогда не кричал, не ревел».

Ярким примером партициптивной заговорной магии являются ритуальные действия по изгнанию полуночниц, имена которых связаны с симптомами детской ночной бессонницы (*изгнание полуночны-беспокойны, избавление от полуночницы-бессонницы-беспокойницы, отпугивание плаксы, задабривание бессонницы-полуночницы* и т. п.; см. ниже). Ср. также партиципацию имени ночного мифологического персонажа и названия растений и настоев из них: **Ночник, полуночник. Настой трав, в котором купали детей для избавления от ночниц.**

К символическим образам *ночи* можно отнести как саму олицетворенную ночь, которую часто называют именами собственными (*Пелагея, Маврея, Маремьяна, Еремия, Катерина, полуночница Анна Ивановна* и др.), так и персонифицированные предметы, способные издавать звуки: *батюшка воротный скрип, бабушка дверной скрип, матушка сенная дверь* и др.

Семантика мифологемы *ночь* связана в основном с культурной информацией о сфере семейно-бытовой обрядности и народной медицины, что проявляется, в частности, в персонификации духов ночи и ритуалах взаимодействия с ними.

Главными мифологическими персонажами ночи являются *ночницы* — «ночные демоны, нападающие главным образом на детей (иногда только новорожденных,

до крещения) и лишаящие их сна, а также сама вызванная ими болезнь (бессонница и крик). Термин *ночницы* известен всем славянам. По хорватским поверьям *ночницы* — длинноволосые бабы с когтями на пальцах рук. По единичным польским данным, они могли быть похожими на птиц или летучих мышей. В Западной Белоруссии верили, что *ночица* могла принять вид черного мохнатого червяка: если он проползет под колыбелью, то ребенок будет кричать по ночам. Чаще, однако, говорилось о невидимости этих духов или об их неясном, неразличимом в темноте облике [Славянские древности... 1995: 436—437].

В русской традиции *ночницы* — самый «популярный» персонаж заговоров от детской бессонницы. Названия *ночиц*, как правило, отражают представления об их типичных действиях. Приведем самые частотные имена *ночиц* и их действий, отмечаемые в текстах русских заговоров: **Шутуха-бутуха полунощица!** *Не шути, не греши! Малоги младенца Андрея не тронь, не шевели, за волосица не тереби, за бока не щипли, за подошвицы не щекоти!*; **Полунощица-бессонница,** *не теши, не потешайся над малым ребенком, теши-потешайся над жарком, над парком*; **Щокотуха-рокотуха,** *полунощица, не май мое дитя, не мотай ни по дням, ни по ночам, ни по вечерным зорям*; **Госпожа полунощица,** *в изголовье не стой, через головье не гляди, белого лица не цапай у раба Божьего Ивана*; **Пресвятая полунощица,** *не имай мого дитю, не позорь мого дитю, в глаза не гляди, ясны очи не лومي* и др.

В случаях, когда внутренняя форма имени ночных духов затемнена, продуктивным является использование элементов этимологического анализа. Это дает возможность объяснить «принципы прочтения мифа или истолкования ритуала, а парадигматический набор повторяющихся в мифе мотивов образует условие понимания текста, причем само это понимание не что иное, как знание правил соотношения прецедента с данным актуальным событием» [Топоров 2004: 488]. См. в этой связи наблюдения Т. А. Гридиной над актуализацией (в том числе на основе отсылки к прецеденту) разных зон ассоциативного потенциала слова в детской речи: «Случаи использования детьми прецедентной стратегии семантизации довольно редки, однако они, безусловно, намечают некоторую перспективу актуализации культурного слоя ассоциативного контекста слова в сознании ребенка» [Гридина 2013: 16].

Приведем примеры такого рода «номинативной рефлексии», нашедшей отражение

в номинациях ночных духов: *Шутуха-бутуха / шутуха-бутуха*. Ср.: *бутетениць* ‘колотить кого-либо, драть за волосы’; *буткать* ‘стучать, толкать’; болг. *бутам* ‘стучаю, касаюсь’, словен. *butati* ‘бить, стучать’. Ср. также: *шум*, предполагают родство с лит. *siaũsti* ‘бушевать’, *siaũstis* ‘веселиться’. Может быть, связано с *шустрый*? Родственного лит. *siũsti* ‘беситься’, *siaũsti* ‘буйствовать, свирепствовать’ [Фасмер 1986, т. 1: 252].

*Бутуха-лепетуха*. Ср.: польск. *lepietać się* ‘стукаться, ударять, хлопать’. Такое сочетание в одном имени двух слов с одинаковым мотивировочным признаком является своеобразным этимологическим «дублированием» названия действия с целью выражения его особой экспрессии.

*Полунощица-щекотунья*. Ср.: *щекотать* ‘щебетать, болтать’. Звукоподражательного происхождения, аналогично болгарскому *скагатаць* ‘пищать’, украинскому *заскиглити* ‘завизжать, поднять крик’.

*Щекотуха-егозуха*. Ср.: *егоза* ‘непоседа, юла’, родственно *яглый* ‘буйный, быстрый’.

*Щокотуха-рокотуха*. Ср.: *рокотать* ‘звучать’, *рокот*, связанное с *речь*; ср. также чеш. *řehtati* ‘хихикать’. Первоначально звукоподражательное.

*Чохотурщица (щекотурница)*. Ср.: *чахнуть* ‘исчезать, усыхать’. Возможно, от *чехор*? ‘беспокойный человек, забияка’, *чехорной* ‘задорный, драчливый’, ср. чеш. *čechrati* ‘дергать, трепать’. Возможна и другая мотивация: от *щекотать* (см. выше).

*Стрепетуха-полунощица*. Ср.: *стрепет* ‘резкий шорох’. В основе лежит звукоподражательный корень, как в лат. *streps*, *-ge* ‘шуметь, бушевать, греметь’, *стрепетать* ‘верещать, шуметь, визгом, свистом’.

*Бессонница-переполощица*. Ср.: *переполох*, *полох* ‘страх, ужас, испуг’, др.-русск. *полошити* ‘пугать’.

Можно отметить, что имена демонологических персонажей ночи в основном звукоподражательны. Это связано со спецификой обозначаемого: *ночницы* — духи, невидимые существа, которым приписываются все необъяснимые, странные, пугающие ночные звуки. Производящими для большинства наименований мифологических существ выступают глаголы с семантикой неуравновешенного поведения, активного воздействия на объект, нанесения ему вреда, а также действия, сопровождаемого резкими, неприятными звуками.

Страх перед *ночницами* обуславливает применение оберегов — «различных магических средств, предохраняющих человека от потенциальной опасности. Действие оберега состоит в том, чтобы различными спо-

собами предотвратить еще не реализованное зло — создать преграду между охраняемым объектом и опасностью, магически „закрыть“ охраняемый объект, сделать его невидимым, нейтрализовать носителя опасности, ... отогнать опасность, задобрить ее» [Славянские древности... 1995: 443].

Типичной стратегией взаимодействия с *ночницами* является задабривание с помощью ласковых обращений: *госпожа полуночница, ноченька-полуноченька, полуночная матка, пресвятая полуночница, полуночница-владчица* и т. п.

Традиционными «ночными» цветосимволами считаются три холодных цвета: *черный* — цвет потусторонних сил, ночи, тьмы, тайны; *темный* — такой, где тьма, потемки, мало свету для глаз, мрачный, подобный ночи, не освещаемый солнцем; *рябой (пестрый)* — цвет, в сфере народной духовной культуры связанный с негативными представлениями: изменчивостью, несчастьем, болезнью, нечистой силой и смертью. Ср. выражение *воробьиная ночь* 'страшная, жуткая ночь со вспышками молний, бурей и грозой', ночь, когда «гуляют черти» (от *рябовая, рябья, рябинная ночь*, народно-этимологически переосмысленного как *рябиновая*, а затем и *воробьиная ночь*), изначально соотносившееся с представлением о пестроты [Бирх, Мокиенко, Степанова 2005: 481]. Формальные преобразования привели к ремотивации: выражение *воробьиная ночь* в синхронном употреблении осмысливается как 'короткая летняя ночь с непрерывными грозами или зарницами', ночь, когда воробьи вылетают из гнезд, тревожно чирикают, собираются в стайки.

Таким образом, судьба мифологемы *ночь* демонстрирует трансформацию ее семантической структуры. Об этом свидетельствуют и показания современного языкового сознания, например, данные, приводимые в «Русском ассоциативном словаре». Ср. модели ассоциативных полей с ключевыми словами, составляющими ядро мифологемы *ночь*:

*НОЧНОЙ*: *гость* 10; *сторож* 9; *бар*, *город* 5; *клуб*, *кошмар* 4; *ветер*, *горшок*, *дозор*, *звонок*, *патруль* 3; *вор*, *дневной*, *ковбой*, *мотылек*, *обход*, *портье*, *свет*, *страж*, *темнота* 2; *банкет*, *бриз*, *визит*, *вопл*, *вояж*, *вылазка*, *двор*, *день*, *дождь*, *донос*, *зал*, *замок*, *колпак*, *кровать*, *круиз*, *ларек*, *мрак*, *налет*, *незабываемый*, *огонек*, *пейзаж*, *поздний*, *полет*, *разговор*, *свежий*, *связной*, *сеанс*, *театр*, *темно*, *темный*, *тишина*, *трамвай*, *ужас*, *фламенко*, *шум*, *экспресс* 1; 106+56+0+36;

*НОЧНЫМИ*: *дорогами*, *улицами* 8; *часами* 7; *кошмарами* 5; *бабочками*, *тропами* 4;

*огнями*, *поездами*, *темно* 3; *делами*, *поездом*, *путями*, *степями*, *сторожами* 2; *бабочками* *сыт*, *валяться*, *вечерами*, *волки*, *дежурства*, *дети*, *днями*, *дозор*; *звездами*, *звездными*, *играми*, *кони*, *кровать*, *овраг*, *оргиями*; *парочка*, *перебросками*, *подвигами*, *поезд*, *поездками*, *похождениям*, *прогулками*, *проделками*, *проулками*, *рейсами*, *руками*, *снами*, *сновидениями*, *соловьями*, *тайными*, *темными*, *трамвай*, *тропками*, *филином*, *фонарь*, *шторами*, *ястребами* 1; 100+52+8+37;

*НОЧЬ*: *темная* 133; *день* 63; *темна* 30; *темно* 25; *звездная* 19; *звезды* 17; *темнота* 14; *тихая* 12; *коротка* 10; *белая*, *длинная*, *луна*, *лунная* 9; *дочь*, *перед Рождеством* 8; *пришла*, *теплая* 7; *прочь*, *сон*, *утро* 6; *глухая*, *тиха* 5; *долгая*, *звезда*, *и день*, *короткая*; *любви*, *на дворе*, *нежна*, *спать* 4; *постель*, *прошла*, *Рождество*, *светлая*, *темень*, *тишина*, *точь-в-точь*, *холодная*, *черный* 3; *безлунная*, *без сна*, *брачная*, *воздух*, *в степи*, *глубокая*, *желтоглазая*, *кино*, *кровать*, *любовь*; *наступила*, *отдых*, *полночь*, *прекрасна*, *светла*, *святая*, *сutki*, *хорошо*, *ясная* 2; *бархатная*, *бесконечная*, *благодарная*, *благодатная*, *блаженство*, *близка*, *будет*, *в душе*, *в лесу*, *вместе с девушкой*, *в ночном*; *вокруг*, *в полнолуние*, *гулкая*, *деревня*, *дерево*, *длинный*, *для двоих*, *дом*, *дорога*, *до утра*, *друг молодежи*, *ель*, *женщина*, *живой*, *за полночь*, *звездной*, *июньская*, *комната*, *короткий*, *костер*, *красивая*, *легла*, *летняя*, *лето*, *люблю*, *майская*, *месяц (луна)*, *может нам помочь*, *напролет*, *необычно*, *непроглядная*, *новогодняя*, *Новый год*, *окно*, *отдых от рабочего дня*, *очень темна*, *первая*, *под Рождество*, *привидений*, *приятная*, *провести*, *пролетела*, *прохладная*, *пьяная*, *радость*, *рассвет*, *романтическая*, *свежая*, *светла и хороша*, *свиданий*, *сегодня*, *соловей*, *сплошная*, *спокойная*, *страха*, *страшно*, *сумасшедшая*, *счастья*, *телескоп*, *темный*, *тень*, *тепло*, *тихо*, *только моя*, *туман*, *ужас*, *ужасов*, *улица*, *ух*, *хороша*, *хорошая*, *чаровница*, *черна*, *черная*, *черная река*, *чернота*, *чудная*, *южная*;

*НОЧЬЮ*: *темной* 11; *темно* 10; *днем*, *звезды*, *спать* 6; *в лесу*, *гулять*, *и днем*, *луна*, *небо*, *поздней*, *страшно*, *темнота*, *темный* 2; *бандит*, *будет залп*, *в Коканде*, *в подъезде*, *в постели*, *в пустом переулке*, *в темноте*, *выйти*, *долгою*, *звезда*, *звездная*, *как-то*, *кошки*, *Крис Кельми*, *кровать*, *лодка*, *любить*, *любовь*, *муж*, *на кладбище*, *на крыше*, *на машине*, *на улице*, *не спать*, *нож*, *ужастики*, *нужно спать*, *один*, *окно*, *петь*, *под луной*, *поздно*, *пойти*, *поцелуй*, *приходить*, *сад*, *снят*, *сон*, *спит*, *спят*, *те-*

**мень, темной выйду в лес, ты, ушёл, чернь 1; 102+58+1+44 [РАС 384—385].**

Мы выделили реакции, хотя бы в какой-то степени отражающие отмеченные выше мифосимволические смыслы.

В заключение можно отметить, что динамика семантики мифологем в современном социокультурном контексте связана в значительной степени с утратой сакрального компонента и с выдвиганием на передний план профанного, обыденного, бытового, сниженного, лишённого таинственности.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. *Бирих А. К., Мокиенко В. М., Степанова Л. И.* Русская фразеология. Историко-этимологический словарь / под ред. В. М. Мокиенко. — М., 2005.
2. *Гридина Т. А.* Потенциальная семантика детских словотворческих инноваций в свете экспериментальных данных: методика прямого толкования // Уральский филолог. вестн. / гл. ред Т. А. Гридина. — Екатеринбург, 2013. № 3. Сер.: Психолингвистика в образовании. Вып. 2.
3. *Даль В. И.* Толковый словарь живого великорусского языка. — М., 1989.

4. *Жюльен Н.* Словарь символов. — Урал Л. Т. Д., 1999.
5. *Исаев М. И.* Словарь этнолингвистических понятий и терминов. — М., 2002.
6. *Леви-Брюль Л.* Сверхъестественное в первобытном мышлении. — М., 1994.
7. *Лобок А. М.* Антропология мифа. — Екатеринбург, 1997.
8. *РАС = Русский ассоциативный словарь.* Т. 1. От стимула к реакции. — М., 2002.
9. *Символы, знаки, эмблемы : энцикл. / авт.-сост. В. Э. Багдасарян, И. Б. Орлов, В. Л. Телицын.* — М., 2003.
10. *Славянские древности : этнолингвист. слов. : в 5 т. / под ред Н. И. Толстого.* — М., 1995.
11. *Словарь иностранных слов / под ред. И. В. Лехина.* — М., 1964.
12. *Топоров В. Н.* Исследования по этимологии и семантике. — М., 2004.
13. *Фасмер М.* Этимологический словарь русского языка : в 4 т. — М., 1986.
14. *Фразеологический словарь русского языка.* Т. 1. / сост. А. Н. Тихонов.— М., 2003.

**Статью рекомендует к публикации д-р филол. наук, проф. Т. А. Гридина**

Э. А. Лазарева E. A. Lazareva

Е. В. Горина E. V. Gorina

Екатеринбург, Россия Ekaterinburg, Russia

**КОМПОЗИЦИОННО-РЕЧЕВЫЕ СРЕДСТВА  
ДИСКУРСИВНОЙ ЗАЩИТЫ:  
СЕМИОТИЧЕСКОЕ ВАРЬИРОВАНИЕ  
В ИНТЕРНЕТЕ**

**TEXTUAL TECHNIQUES  
OF DISCURSIVE PROTECTION:  
SEMIOTIC VARIATION  
ON THE INTERNET**

**Аннотация.** Рассматриваются средства, используемые в Интернете для создания оптимальных условий для работы пользователя в Сети. Средства дискурсивных защит обеспечивают дружелюбность Интернета к адресату, защищают пользователя от коммуникативных неудач, позволяют усилить взаимодействие между автором и адресатом в Сети.

**Abstract.** The article deals with the techniques used on the Internet to create optimal conditions for the network user. The techniques of discursive protections ensure the friendliness of the Internet to the addressee, protect the user against communicative failures and allow to strengthen interaction between the author and the addressee on the net.

**Ключевые слова:** Интернет; дискурс; средства дискурсивных защит; коммуникативный конфликт; оптимизация работы с документом в Интернете.

**Key words:** Internet; discourse; techniques of discursive protections; communicative conflict; document handling optimization on the Internet.

**Сведения об авторе:** Лазарева Элла Александровна, доктор филологических наук, профессор кафедры теории архитектуры и профессиональных коммуникаций.

**About the author:** Lazareva Ella Aleksandrovna, Doctor of Philology, Professor of the Chair of Theory of Architecture and Professional Communication.

Место работы: Уральская государственная архитектурно-художественная академия (Екатеринбург).

Place of employment: Ural State Academy of Architecture and Arts (Ekaterinburg).

**Контактная информация:** 620000, Екатеринбург, Толмачева, 24, к. 409.  
e-mail: elazareva@r66.ru.

**Сведения об авторе:** Горина Евгения Владимировна, кандидат филологических наук, доцент кафедры русского языка и стилистики департамента «Факультет журналистики» Института гуманитарных наук и искусств.

**About the author:** Gorina Evguenia Vladimirovna, Candidate of Philology, Associate Professor, Chair of the Russian Language and Stylistics, Department of Journalism, Institute of the Humanities and Arts.

Место работы: Уральский федеральный университет им. Первого Президента России Б. Н. Ельцина (Екатеринбург).

Place of employment: Ural Federal University named after the First President of Russia B. N. Yeltsin.

**Контактная информация:** 620000, г. Екатеринбург, пр-т Ленина, 51.  
e-mail: gorina9@yandex.ru.

Когда идет речь об Интернете, мы обращаем внимание на его дружелюбность, удобную организацию и привлекательность для широких масс. На наш взгляд, комфортность интернет-среды во многом обеспечивается набором специальных средств, раскрываемых в теории дискурсивной защиты. Данная теория выстраивается на основании суждений А. А. Реформатского [Реформатский 1933] относительно большой роли параграфемных средств в процессе восприятия заложенного в тексте смысла. Известный ученый обращал внимание на то, что способы оформления, средства подачи материала часто корректируют отношение к нему со стороны адресата. Строка может подаваться рубленным жирным шрифтом или

изысканным курсивом в вензелях, и всякий раз понимание содержания высказывания будет зависеть от вида шрифта, от его цвета, места элемента на странице, фона и т. п. Внешняя форма знака, по мнению выдающегося лингвиста, во многом определяет, как будет воспринято содержание. На этих рассуждениях А. А. Реформатского мы выстраиваем современную теорию дискурсивной защиты, демонстрирующую направленность знаковой системы Интернета на адресата. Мы говорим о наборе средств, обеспечивающих дискурсивную защиту адресата от коммуникативных неудач, недопонимания замысла автора, искажения сведений и тому подобных дефектов восприятия информации или конфликтов во время общения в Интернете.

Исследование проведено при финансовой поддержке молодых ученых УрФУ в рамках реализации программы развития УрФУ.

© Горина Е. В., Лазарева Э. А., 2013

Средства дискурсивной защиты облегчают восприятие текста, улучшают сам текст, помогают автору сделать информацию более выразительной и эффектной. «Защита» в данном случае понимается как обеспечение гарантий пользователю максимально точного, быстрого, легкого понимания контента и комфортных условий работы с ним [Лазарева, Горина 2010; Скворцов, Лазарева, Горина 2009]. В предложенном термине «теория дискурсивной защиты» отражается суть самого объекта: мы подходим к Интернету именно как к дискурсу.

Мы выделяем две группы средств дискурсивной защиты. Во-первых, композиционно-речевые средства, существующие в Интернете, появившиеся с его возникновением и до сих пор очень активные в Сети. Во-вторых, технические средства — элементы самой машины, средства, «живущие» вне Сети, в самом компьютере пользователя. Представим названные группы средств дискурсивной защиты в виде таблицы.

Таблица. Средства дискурсивной защиты

Композиционно-речевые							Технические		
сегментация/интеграция	компрессия	повторы	ссылочно-отсылочные элементы	семиотическое варьирование	внутренняя политекстуальность	текстовые элементы	параграфемные средства	курсор мыши	элементы рабочего стола

Каждое из указанных средств направлено на создание дружелюбного к пользователю виртуального пространства. Средства дискурсивной защиты в первую очередь призваны максимально снизить недопонимание между автором и адресатом в Сети, облегчить деятельность и автора, и адресата. Кратко охарактеризуем каждый из элементов.

Сегментация и интеграция — это связанные процессы деления, сегментирования информации на самостоятельные блоки и в то же время объединения, интегрирования самостоятельных частей в одно целое произведение. Процессы сегментации и интеграции происходят непрерывно и совершаются не только создателями интернет-страниц, но и пользователями. Любое интернет-СМИ состоит из массы отдельных, самодостаточных фрагментов, субдискур-

сов, старается отвечать журналистскому принципу: «Обо всем понемногу, и о немногом все». Журналисты предлагают рубрики, подрубрики, тематические полосы, разделы — это все значительные сегменты информации. Однако само издание является сложным, составным произведением, в котором интегрированы разнообразные самостоятельные элементы. Читатель, в свою очередь, тоже сегментирует предложенные ему блоки, разделяя каждый раз для себя первостепенное и вторичное, более интересное и скучное. Процессы сегментирования и интегрирования помогают более четко построить сложное произведение, разделить значимые части, представить пользователю удобную плоскость для работы с информацией [Лазарева 2011].

Компрессия обязательно сопровождает процесс интеграции и сегментации, позволяя сжать часть сведений до указующих, ссылочных форм. Компрессия — это сжатие сведений для возможности их одновременного размещения на видимом модуле. Именно благодаря компрессированным ссылкам мы одновременно можем видеть на одной странице в Сети разнообразие совмещенных субдискурсов. Компрессированные части легко уживаются друг с другом на одной плоскости, они занимают меньше места, и их удобно подавать вместе с иллюстрациями. Пользователь, ориентируясь по компрессированным частям, более точно представляет себе набор предлагаемых в Сети сведений, не теряется среди объема информации, открывает новые вкладки на своем рабочем столе и управляет таким образом информацией в соответствии со своими пристрастиями.

Повторы в Интернете разнообразны и встречаются крайне часто. Повторяется сама информация в Сети: каждая тема раскрывается на множестве сайтов, подается в разных ракурсах, со множеством подробностей или, наоборот, лаконично. Повторяемость сведений обеспечивает вариативность сообщений, что предоставляет адресату возможность найти для себя такую форму изложения сведений, которая максимально бы устраивала его. Повторяются и элементы текста, и изображения, и ссылки — все существующие элементы Интернета могут повторяться на одной или на разных страницах в Сети. Повторы обеспечивают четкость, структурированность документов, а также приводят к запоминаемости информации пользователем.

Ссылочно-отсылочные элементы — это образующая черта Интернета, поскольку гиперссылки делают информацию в Сети

бесконечной и при этом обозримой. Пользователь Интернета ориентирован на ссылочные указатели, он приспособляется видеть их, а создатели страниц в Сети используют многие средства дискурсивных защит, чтобы сделать ссылки более видимыми, заметными, удобными для пользователя.

Внутренняя политекстуальность говорит о том, что в Интернете, как и в жизни, существует множество когнитивных сфер. В Сети они могут быть расположены на видимой странице (открытом плоскостном модуле) либо на скрытых за гиперссылками модульных пространствах. Внутренняя политекстуальность вскрывает проблему восприятия сведений на разных плоскостях, а также затрагивает вопросы совмещения разных субдискурсов, их организацию на модуле при помощи гиперссылок, а также влияние ближайшего контекста на их восприятие пользователями [Лазарева 2011].

Текстовые элементы как средства дискурсивной защиты подразумевают анализ разнообразных средств, оформляющих сообщение в Интернете: односложные или двусложные наименования структурных частей составного текста (названия рубрик, подрубрик, анонсов, заголовочных комплексов); словесное выражение наименований смайлов или мемов; русские сокращения и сокращения с использованием элементов английского языка; слова из олбанского языка «падонкафф»; текстовые части креолизованного текста и т. п.

Параграфемные средства повышают выразительность интернет-страниц, облегчают пользователю ориентацию в открытом документе, указывают на содержательные нюансы предлагаемой информации. Знаки разных семиотических групп помогают оформить сегментированные блоки в Интернете, разместить их на одной площадке и сделать узнаваемыми, видимыми для адресата. Параграфемные элементы позволяют читателю понять статус информации, значение отдельных фрагментов составного произведения [Лазарева 2008].

Технические средства дискурсивной защиты сосредоточены в самой машине пользователя и применяются не только при работе в сети Интернет. К техническим средствам мы относим курсор мыши (он меняет свой вид в зависимости от типа информации, предложенной пользователю) и элементы рабочего стола (рабочая панель: закладки, кнопки, устанавливаемые пользователем для удобной работы с документами, иконки домашней страницы, значок браузера и т. п.).

Особого внимания заслуживает одно из композиционно-речевых средств дискурсив-

ной защиты — семиотическое варьирование. Семиотическое варьирование демонстрирует сочетание элементов разных знаковых систем на одном пространстве. В Интернете мы видим знаки математики, пунктуации, аудио-, видео- и текстовые компоненты, анимацию, разнообразные шрифты и цвета, кроме того, композиционно-пространственное расположение элементов и особое выделение фрагментов текста (заголовка, лида, анонса, врезки) также подчеркивают варьирование разных способов кодирования информации. Комбинация разносистемных знаков делает страницу Интернета яркой, выразительной и содержательной, и, несмотря на пестроту, понятной адресату. Пользователь сталкивается с разной информацией на одной плоскости, что отражается таким средством дискурсивной защиты, как внутренняя политекстуальность. Рассмотрим в качестве примера екатеринбургский портал «Е1», включающий самые разные субдискурсы на одном плоскостном модуле составного дискурса Сети: «новости», «бизнес», «коммерция», «здоровье», «отдых», «еда», «недвижимость», общение на разных форумах и т. д. Сочетание множества разнообразной информации организуется разными способами ее передачи. Семиотическое варьирование позволяет предложить адресату одновременно множество сведений, отграничив их друг от друга, сделав видимыми, узнаваемыми на странице. Пользователь со временем учится понимать те или иные знаки, открывающие ему какие-либо возможности, говорящие о чем-либо. Например, подчеркивания он понимает как сигнал того, что подчеркнутый элемент является ссылочным, способным вывести на отдельную страницу, предлагающую более подробную информацию по какому-либо частному поводу. Выделение шрифтами, цветом, кеглем и т. п. также может свидетельствовать не только о смысловом выделении значимого компонента, но и о его гиперссылочности. Анимация часто оформляет рекламные тексты, рамки и цветовое решение позволяют разграничить части составного текста на плоскости страницы Сети. Смайлы, мемы, математические или пунктуационные знаки используются для восполнения недостающего объема эмоциональности в текстах, выразительности общения. Включение аудио- или видеофрагментов расширяет возможности автора и адресата, обеспечивает мультимедийность Интернету как средству массовой коммуникации.

Как видно, при широком наборе семиотических компонентов в Интернете сложился некий список зарекомендовавших себя зна-

ков, сигналов, символов, использующихся практически на всех страницах Сети. Это приводит к оптимизации восприятия структуры любого документа со стороны пользователя. Даже попав на незнакомый сайт, портал, форум, блог и т. п., адресат может довольно быстро разобраться в его строении, ориентируясь на знакомые знаки. Эта сторона семиотического варьирования приводит и к сохранности самой системы Интернета. Шаблонность, одинаковое использование одних и тех же знаков на разных площадках в мировой паутине, единство места, значения, функции того или иного знака в интернет-документе делают Сеть систематизированной, продуманной, понятной и удобной территорией для всех пользователей. Семиотическое варьирование — это системообразующее свойство Интернета, поскольку подчеркивает его жизнеподобие. В реальности каждый человек оказывается среди множества знаков, это повторяется и в виртуальном мире, чем демонстрируется, что Интернет — это технически организованное подобие жизни.

Жизнеподобие Сети подчеркивается еще одной стороной семиотического варьирования, а именно тем, что оно заставляет пользователей воспринимать информацию не линейно и плоско, как в печатной форме средств массовой коммуникации (печатных газетах, журналах, рекламе и т. д.), а многомерно, объемно. Адресат одновременно и воспринимает видимый плоскостной модуль, и предполагает, что может быть скрыто за гиперссылочными фрагментами. Пользователь видит и текстовые компоненты, и анимированные, и поданные в виде символов (иконки соцсетей, схемы, знаки строки для комментария, разного рода иллюстрации и т. п.). Креолизация интернет-страницы, создаваемая за счет семиотического варьирования, высока и оказывает влияние на процессы восприятия информации пользователем. Пользователь совершает гораздо больше работы, понимая составное интернет-произведение. Ему приходится и ориентироваться в заданной системе знаков, и классифицировать, сегментировать накопленные на видимой плоскости субдискурсы, и видеть предоставленные ему возможности для обратной связи, вдобавок ему приходится вдумываться в содержание того, что изложено авторами страницы. Адресат постоянно совершает работу по распознаванию кодов разных знаковых систем, в результате семиотическое варьирование приводит к высокой концентрации активности адресата.

Семиотическое варьирование активизирует адресата и тем, что поддерживает из-

менения, произошедшие в коммуникативной модели Интернета. Практически на каждой странице в Сети благодаря определенным знакам, символам адресат получает возможность поделиться ссылкой на своем аккаунте в соцсетях, оставить комментарий под материалом автора, оценить материал и узнать оценки других пользователей, поучаствовать в голосовании, опросе, конкурсе, высказаться на форуме и т. д. Наконец, пользователь имеет возможность встать на место автора и делиться собственной информацией (вести блог, организовать свой сайт, зарегистрироваться в соцсети и т. п.). Именно знаки разных семиотических групп указывают адресату на открытые перед ним возможности.

Еще одной функцией семиотического варьирования является сжатие информации до ссылочно-отсылочного элемента или краткого значка-сигнала. Использование значков-иконок, иллюстраций, подчеркиваний помогает сократить объем информации, свести ее до уровня ссылочного элемента. Пользователь видит в Сети подчеркнутые строки и понимает, что данное подчеркивание не только является смысловым выделением важной мысли автора, но и становится гиперссылкой, способной перевести на новую информационную страницу. Ссылочным элементом может стать любой компонент, выделенный особым образом (подчеркнутый, поданный в своем цвете, более крупным шрифтом, анимированный).

Взаимодействие разных знаков, символов, сигналов, разные способы кодирования информации не только дают возможность сжать информацию, но и обеспечивают оптимальную работу с документом в Сети, обеспечивают системность Интернета, гарантируют двусторонний канал взаимодействия между автором и адресатом. Однако в первую очередь семиотическое варьирование — это средство дискурсивной защиты. Оно предусматривает защиту пользователя от недопонимания замысла автора. Разными знаками автор указывает читателю на ракурс своих рассуждений, тональность повествования, первостепенные и вторичные по важности части произведения. Семиотическое варьирование оказывает влияние на восприятие информации адресатом. С одной стороны, оно защищает пользователя от непонимания и искажения авторского замысла. С другой стороны, воздействует и может использоваться как средство манипулирования. Например, на портале «Е1» главная новость всегда подается отдельно, что обозначается специальными рамочками, более крупным шрифтом, выразительной

иллюстрацией, цветным фоном, подчеркнутыми ссылками, цветовыми выделениями. Материал, поданный в центре страницы, будет восприниматься как главный, центральный текст, станет привлекать больше внимания. То, что расположено внизу, сбоку, более мелко по размеру, трактуется как что-то неинтересное, неважное и крайне редко замечается адресатами. Разумеется, оформление текста, его подача может быть воздействующим средством. Шрифт, расположение, цвет и т. д. могут по-своему настроить читателя на особое восприятие текста.

Подытожим сказанное. Семиотическое варьирование гарантирует читателю более точное понимание мысли автора, защищает его от коммуникативных неудач, но может быть использовано как средство воздействия на сознание и эмоции адресата. Семиотическое варьирование приводит к оптимизации работы с документом в Сети, позволяет расширить двусторонность канала «ав-

тор — текст — адресат», активизирует работу сознания пользователя, сжимает информацию до уровня сигнала о чем-либо.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. *Лазарева Э. А., Горина Е. В.* Теория защит А. А. Реформатского в современных средствах массовой коммуникации // Изв. Урал. федер. ун-та. Сер. 1: Проблемы образования, науки и культуры. 2010. № 4 (81). С. 135—143.
2. *Лазарева Э. А.* Интернет-текст и Интернет-дискурс // Текст в коммуникативном пространстве современной России : моногр. — Барнаул : Изд-во Алт. ун-та, 2011. С. 265—273.
3. *Лазарева Э. А.* Конституирующие особенности Интернет-рекламы // Политическая лингвистика. 2008. № 3 (26). С. 142—148.
4. *Реформатский А. А., Коушанский М. М.* Техническая редакция книги. — М., 1933.
5. *Скворцов О. Г., Лазарева Э. А., Горина Е. В.* Дискурс Интернета : моногр. — Екатеринбург, 2009.

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

УДК 81'42  
ББК Ш105.51

ГСНТИ 16.21.33

Код ВАК 10.02.01

Р. Т. Садуов R. T. Saduov  
Уфа, Россия Ufa, Russia

**ПРЕЦЕДЕНТНЫЕ ВЕРБАЛЬНЫЕ,  
ВИЗУАЛЬНЫЕ  
И ВЕРБАЛЬНО-ВИЗУАЛЬНЫЕ ФЕНОМЕНЫ  
В КРЕОЛИЗОВАННОМ ТЕКСТЕ  
(на материале современного российского  
политического комикса)**

**Аннотация.** Устанавливаются основные сферы-источники прецедентных феноменов, соотношение прецедентных феноменов, выраженных посредством вербальной, графической и визуально-графической форм, а также соотношение цитаций и квазичитаций при использовании прецедентных феноменов в современном российском политическом комиксе.

**Ключевые слова:** прецедентные феномены; российский политический комикс; сферы-источники; цитация; квазичитация.

**Сведения об авторе:** Садуов Руслан Талгатович, кандидат филологических наук, старший преподаватель кафедры английской филологии и межкультурной коммуникации, факультет романо-германской филологии.

**Место работы:** Башкирский государственный университет.

**Контактная информация:** 450074, Башкортостан, г. Уфа, ул. Заки Валиди, 32.  
e-mail: rtsf@bk.ru.

**VERBAL, VISUAL  
AND VERBAL/VISUAL  
CULTURAL REFERENCES  
IN ILLUSTRATED TEXTS  
(a case study of modern Russian  
political comics)**

**Abstract.** The present research is aimed at analyzing cultural references in modern Russian political comics. The article establishes the major sources of cultural references; the ratio of verbal, visual and verbal/visual references; and the ratio of citations and quasi-citations of cultural references in the Russian political comics of today.

**Key words:** cultural references; Russian political comics; sources; citations; quasi-citations.

**About the author:** Saduov Rouslan Talgatovich, Candidate of Philology, Senior lecturer of the Chair of English Philology and Intercultural Communication, Faculty of Romance and Germanic Philology.

**Place of employment:** Bashkir State University.

**Вступление.** Комикс — это «нарративная форма, сочетающая в себе письменный текст и изобразительные элементы» [Meу 2009: 80]. В том или ином виде комиксы встречаются во многих культурах и имеют разные наименования: «bilderbogen» в Германии, «bande dessinée» во Франции, «fumetti» в Италии, «manga» в Японии, «comic book» в США. Даже в СССР существовал свой аналог комиксов — детские рисованные истории в журналах «Мурзилка», «Веселые картинки» и ряде других. В современной России комикс также приобретает определенную популярность, хотя все еще распространено мнение о нем как о примитивной форме искусства.

Пожалуй, наиболее популярен комикс в Соединенных Штатах Америки, где он занимает важное место в жизни общества: «Американец проводит всю свою жизнь в компании одних и тех же героев, может строить свои жизненные планы исходя из их жизни. Эти герои переплетены с его воспоминаниями, начиная с раннего детства, они — его самые старые друзья. Проходя вместе с ним через войны, кризисы, смены места работы, персонажи комиксов оказываются самыми стабильными элементами

его существования» [Завьялова]. Известные на весь мир художники и сценаристы, такие как Уилл Айснер, Скотт МакЛауд, Боб Кейн, Билл Фингер, Фрэнк Миллер, успешно работают в данном жанре, создавая все новые истории о полюбившихся американцам персонажах. В киноиндустрии закрепился жанр кинокомикса.

Не удивительно, что комикс стал частью политического дискурса США. Так, во время Второй мировой войны Франклин Рузвельт стал персонажем комиксов, в которых супергерои сражались с Гитлером. Несколько раз в комиксах появлялись и Джон Кеннеди, и Рональд Рейган [Colton]. Наиболее активно американский политический комикс использовался в предвыборной борьбе 2008 г., когда в свет вышла целая серия комиксов с участием политических лидеров США. Самым ярким примером предвыборного комикса стали «Presidential Materials», подробно раскрывавшие становление двух основных претендентов на пост 44-го президента США — Барака Обамы и Джона Маккейна. Оба комикса проанализированы в данной работе: [Садуов 2009: 101—109].

Характерно, что российский политический комикс стал активно распространяться

© Садуов Р. Т., 2013

примерно в это же время: в 2009 г. пользователям сети Интернет стал доступен политический комикс «Человек-Грызлов». Вслед за ним появилось еще несколько политических комиксов. При этом все они имеют определенные общие особенности. Анализ некоторых из них посвящена данная статья.

Необходимо оговориться, что в данной работе комикс понимается как креолизованный (поликодовый) текст, т. е. как текст, состоящий из нескольких знаковых систем — вербальной и визуальной. Креолизованные тексты, таким образом, тексты, фактура которых состоит из негомогенных частей: вербальной (языковой/речевой) и невербальной (принадлежащей к другим знаковым системам, нежели естественный язык) [Сорокин, Тарасов 1990: 180]. При этом обе системы представляют собой единое целое. Воспринятые по разным каналам, они «интегрируются и перерабатываются человеком в едином универсально-предметном коде мышления» [Жинкин 1982]. Л. В. Головина считает, что изображение в креолизованном тексте накладывается на вербальный текст и их взаимодействие приводит к созданию общего смысла креолизованного текста [Головина 1986].

Таким образом, полноценное исследование креолизованного текста непременно должно включать в себя анализ обоих аспектов комикса — графического и вербального. Только в этом случае исследование может обрести законченный вид. Именно такой подход применяется в настоящей работе.

Важно отметить, что в настоящее время исследование креолизованного текста приобретает особую актуальность. Как верно отмечает Е. В. Шустрова, «в последние годы психологи всё настойчивее говорят о появлении „экранных поколений“, т. е. людей, которые гораздо легче воспринимают информацию с экрана, чем в обычном печатном виде» [Шустрова 2013: 52]. Следовательно, повышается доля графической информации по сравнению с вербальной, что непременно должно находить отражение в научных исследованиях. Актуальность подобных исследований подтверждается и другими работами, среди которых — статья М. Б. Ворошиловой [Ворошилова 2013], где произведен анализ креолизованной метафоры как сложносоставной когнитивной структуры, а также статья К. В. Злоказова [Злоказов 2011]. В последней работе автор проводит эксперимент, в ходе которого при

помощи специализированной аппаратуры доказывает наличие не только вербализованной, но и особой психофизиологической реакции на креолизованные тексты.

Цель настоящей работы заключается в проведении анализа функционирования прецедентных феноменов в современном российском политическом комиксе (креолизованном тексте). Исследование отвечает на вопросы о том, 1) каковы основные сферы-источники прецедентных феноменов в современном российском политическом комиксе, 2) каково соотношение прецедентных феноменов, выраженных посредством вербальной, графической и визуально-графической формы, 3) каково соотношение цитаций и квазичитаций при использовании прецедентных феноменов в современном российском политическом комиксе.

**МЕТОДОЛОГИЯ И МАТЕРИАЛЫ ИССЛЕДОВАНИЯ.** Для выполнения поставленной цели было проведено исследование, состоящее из трех этапов: подбор материала, анализ и обработка результатов. При подборе материала было важно установить, является ли тот или иной комикс политическим. Поиск производился в Интернете с помощью поисковых систем «Google» и «Yandex» методом сплошной выборки в соответствии с нижеуказанными критериями:

1. Одно или несколько действующих лиц комикса являются известными политическими деятелями либо выступают от лица и/или в пользу / против такового.

2. Тематика комикса связана с политической жизнью Российской Федерации, затрагивает актуальные политические проблемы современности.

3. Комикс должен иметь достаточно развернутый сюжет (не менее 10 страниц).

4. Если комикс состоит из нескольких частей, то все они должны быть связаны друг с другом общей тематикой и/или действующими лицами.

5. Комикс должен быть напрямую связан с существующим демократическим строем Российской Федерации.

В соответствии с указанными критериями в выборку попали четыре комикса за 2009—2013 гг.: «Супер Путин», «Городские легенды», «Политический комикс „Кин Дза Дза ГД РФ“», «Человек-Грызлов». Три из них состоят из нескольких выпусков. Общее количество выпусков составляет 20, общее количество страниц равно 530. Более подробные сведения об анализируемом материале приведены в таблице 1.

Таблица 1. Материал исследования

Наименование комикса	Наименование выпуска	Количество страниц
Человек-Грызлов	Эпизод 1	26
	Эпизод 2	29
	Эпизод 3.1	26
	Эпизод 3.2	27
	Эпизод 3.3	28
	Эпизод 4	27
	Эпизод 5	29
	<b>Итого страниц:</b>	<b>192</b>
Супер Путин: Человек как все	Эпизод 1: Скрытая угроза	34
	Эпизод 2: Атака клонов	43
	<b>Итого страниц:</b>	<b>77</b>
Политический комикс «Кин Дза Дза ГД РФ»	–	12
	<b>Итого страниц:</b>	<b>12</b>
Городские легенды	Выбор	11
	Голоса	11
	Дорожный дозор	18
	Другой город	11
	Как потратить триллион	38
	Метро 1941—2021	31
	Московское сафари	16
	МЭР24	27
	Однорукий бандит	21
	Перепутье	12
	Рецепт столичный	29
Бомбилла	24	
	<b>Итого страниц:</b>	<b>249</b>
	<b>Общее количество страниц:</b>	<b>530</b>

Непосредственный анализ отобранных комиксов начинался со сплошной выборки прецедентных феноменов на основе визуально-вербального материала. При этом основная посылка исследования заключается в том, что прецедентный феномен может быть выражен посредством как вербальных, так и визуальных средств. В отдельных случаях он может быть выражен при помощи обеих названных знаковых систем одновременно. В соответствии с этим все прецедентные феномены были поделены на три вида. Останемся более подробно на каждом из них.

*Прецедентные вербальные феномены.* Прецедентные вербальные феномены — это прецедентные феномены, выраженные посредством вербальных средств: имен, наименований, отдельных фраз, предложений и т. д. В данной работе понятие «прецедентный вербальный феномен» совпадает с традиционной трактовкой прецедентных феноменов. Прецедентные феномены, в свою очередь, согласно В. В. Красных, трактуются как «феномены, 1) хорошо известные всем представителям национально-лингво-культурного сообщества; 2) актуальные в когнитивном (познавательном и эмоциональном) плане; 3) обращение к которым постоянно возобновляется в речи представителей того

или иного национально-лингво-культурного сообщества» [Красных 2002: 58]. Впрочем, по мнению Е. А. Нахимовой, это определение является не совсем точным, поскольку, во-первых, прецедентные феномены, как правило, знакомы далеко не всем представителям национально-лингво-культурного сообщества, что Е. А. Нахимова убедительно доказывает в своем исследовании, а во-вторых, невозможно совершенно точно определить, сколько раз то или иное высказывание должно быть зафиксировано в текстах, чтобы стать «постоянно возобновляемым» (В. В. Красных). Поэтому Е. А. Нахимова предлагает, на ее взгляд, более корректную дефиницию: «Прецедентные феномены — это феномены, 1) известные значительной части представителей лингвокультурного сообщества; 2) актуальные в когнитивном (познавательном и эмоциональном) плане; 3) обращение к которым обнаруживается в речи представителей соответствующего лингвокультурного сообщества» [Нахимова 2004: 173]. Понимание термина «прецедентные феномены» (как и «прецедентные вербальные феномены») в данном исследовании основывается именно на этом определении.

*Прецедентные визуальные феномены.* Прецедентные визуальные феномены — это

прецедентные феномены, выраженные при помощи визуальных средств: изображений сцен, предметов, событий и т. д. Для объяснения сути данного понятия Л. А. Мардиева разграничивает прецедентные визуальные феномены (ПВФ) и прецедентные визуальные образы (ПВО): «Прецедентными визуальными образами (ПВО) мы называем хранящиеся в памяти представителей определенного социокультурного сообщества зрительные образы культурного пространства (термин „образ“ понимается нами как единица мысленного кода, субстрат подобного внутреннего образования может быть разным; говоря о прецедентных визуальных образах, мы имеем в виду те образы сознания, которые имеют визуальную природу или, по крайней мере, визуальный субстрат для них является обязательным). Если ПВО — явление идеальное, то ПВФ — это результат объективации визуального образа в текстовых (иконических и вербальных) структурах. Подчеркнем: прецедентными визуальными образами мы считаем именно визуальные образы культурного пространства, а не образы визуального культурного пространства» [Мардиева 2012: 42].

Таким образом, Л. А. Мардиева оставляет за исследователем право на широкое понимание визуальной прецедентности: «...в качестве прецедентных рассматриваются хранящиеся в памяти членов социокультурного общества цельные или фрагментарные картиноподобные образы визуальных и вербальных произведений, невербального поведения отдельных личностей или социальных групп и образы предметного мира» [Мардиева 2012: 42]. При этом исследователь также дает классификацию прецедентных визуальных феноменов:

1. Собственно иконические прецедентные феномены: плакаты, картины, фотографии и т. д.

2. Прецедентные жестовые феномены (жестовые стигматы), которые включают в себя все знаковые телодвижения, а также «визуальное поведение» (термин Розина).

3. Прецедентные предметы (кепка мэра Лужкова, ноутбук Д. А. Медведева и т. д.).

При этом автор классификации указывает, что на практике все три вида прецедентных визуальных феноменов тесно связаны между собой и отнесение к тому или иному типу бывает невозможно осуществить [Мардиева 2011: 204—206].

*Прецедентные вербально-визуальные феномены.* Прецедентные вербально-визуальные феномены — это прецедентные феномены, выраженные при помощи обеих знаковых систем: прецедентный вербальный

феномен подкрепляется визуальным и наоборот. В данном случае важно, чтобы прецедентные феномены в обеих знаковых системах «прочитывались» одинаково однозначно и отсылали к одному и тому же источнику. Вполне логично, что в большинстве случаев прецедентные вербально-визуальные феномены отсылают к креолизованным текстам, которые также состоят из вербальной и визуальной составляющих.

Отбор прецедентных феноменов, как отмечалось ранее, осуществлялся методом сплошной выборки на основе визуально-вербального материала комиксов; верификация единиц для анализа производилась при помощи поисковых систем «Google» и «Yandex», а также специализированных словарей [Душенко; Серов].

Кроме того, отобранные прецедентные феномены могут включаться в креолизованный текст с помощью цитации (т. е. в неизменном виде) либо квазичитации (прецедентный феномен подвергается трансформации) [Земская 1996: 157]. На этом основании прецедентные феномены также делятся на соответствующие категории.

Обработка полученных результатов производилась с помощью методов количественного подсчета, статистики и систематизации в виде таблицы. В том случае, если прецедентный феномен встречался более одного раза за один выпуск комикса, он учитывался только один раз. Если прецедентный феномен встречался в нескольких выпусках комикса, то он учитывался несколько раз.

**РЕЗУЛЬТАТЫ.** Результаты исследования разделены на пять частей. Первые четыре содержат краткую характеристику одного из вышеназванных российских комиксов, анализ нескольких примеров и таблицу с количественными данными по прецедентным феноменам. Пятая часть включает сводные данные в виде таблицы.

*Российский политический комикс «Человек-Грызлов».* Комикс «Человек-Грызлов» является типичным представителем разновидности комиксов про супергероев. Главным действующим лицом выступает известный российский политик Борис Грызлов, наделенный сверхспособностями — умением летать и суперсилой. При этом политику удается совмещать совершение всевозможных подвигов на благо России и ее граждан со своей ежедневной политической деятельностью. Человек-Грызлов пользуется всенародной любовью, не скрывает своей «двойной жизни». При этом его суперспособности воспринимаются как нечто совершенно обыденное. Основным противником Человека-Грызлова выступает Черный Олигарх, за обличием ко-

того, предположительно, скрывается Борис Березовский. Комикс отличает концентрация прецедентных феноменов, некоторые из которых приведены ниже.

Во-первых, само имя главного героя и его обличье (плащ, эмблема на груди, костюм, умением летать) отсылают нас ко всем существующим комиксам и кинокомиксам о супергероях. Имя напоминает о Человеке-пауке и Человеке — летучей мыши, облик — о Супермене, поэтому, как представляется, образ Человека-Грызлова представляет собой прецедентный вербально-визуальный феномен. Способ цитации — квазичитация, поскольку в каждом случае исходный прецедентный феномен подвергается трансформации. Сфера-источник прецедентного феномена — комикс.

Главный девиз Человека-Грызлова представляет собой прецедентный вербальный феномен — строки из песни Бориса Гребенщикова: «Он придет и молча поправит все». В данном случае налицо прямая цитация со

сферой-источником «Песня». Еще одним примером прямой цитации (однако со сферой-источником «Кино») является восклицание из кинофильма «Кортик», воспроизведенное одним из отрицательных героев комикса: «Не тронь меня, я психический!».

Примером прецедентного визуального феномена является образ инопланетного жителя, схожего с образом магистра Йода из известной кинокартины Дж. Лукаса «Звездные войны». В данном случае можно вести речь о квазичитации со сферой-источником «Кино».

Более подробные результаты анализа данного комикса приведены в таблице 2. На основании вербально-визуального материала российского политического комикса были подсчитаны отдельно вербальные, визуальные и вербально-визуальные прецедентные феномены из разных сфер-источников. Кроме того, представлен подсчет по категории «цитация/квазичитация».

Таблица 2. Роль прецедентных феноменов в комиксе «Человек-Грызлов»

Наименование выпуска	Сфера-источник	Прецедентные феномены						Итого
		Цитация			Квазичитация			
		верб.	виз.	верб.-виз.	верб.	виз.	верб.-виз.	
Эпизод 1	Комикс				1		1	2
	Песня	1						1
	История	1						1
Эпизод 2	История				1			1
	Комикс						1	1
	Песня	1						1
Эпизод 3.1	Кино	2						2
	Фразеологические единицы	1						1
	Комикс					1	1	2
Эпизод 3.2	Интернет	1						1
	Песня				1			1
	Комикс						1	1
Эпизод 3.3	Песня	1						1
	Кино	1			1			2
	Литература	2						2
	Комикс						1	1
Эпизод 4	Песня	1						1
	Комикс						1	1
	Интернет	3						3
	Кино					1		1
Эпизод 5	Национальная символика					1		1
	Песня	4						4
	Комикс						1	1
Итого по принципу «цитация/квазичитация»	Кино						1	1
	Итого	21 (58 %)			15 (42 %)			—
	Итого	21 (58 %)	—	—	4 (11 %)	3 (8 %)	8 (23 %)	—
Всего прецедентных феноменов							36 (100%)	

Таблица 3. Роль прецедентных феноменов в комиксе «Кин Дза Дза ГД РФ»

Наименование выпуска	Сфера-источник	Прецедентные феномены						
		Цитация			Квазицитация			
		верб.	виз.	верб.-виз.	верб.	виз.	верб.-виз.	
Кин Дза Дза ГД РФ	Кино	–	–	–	1	1	1	3
	География	1	–	–	–	–	–	1
	Песня	1	–	–	–	–	–	1
Итого по принципу «цитация/квазицитация»		2 (40%)			3 (60%)			
Итого		2 (40%)	–	–	1 (20%)	1 (20%)	1 (20%)	
Всего прецедентных феноменов								5 (100%)

Таблица 4. Роль прецедентных феноменов в комиксе «Супер Путин»

Наименование выпуска	Сфера-источник	Прецедентные феномены						
		Цитация			Квазицитация			
		верб.	виз.	верб.-виз.	верб.	виз.	верб.-виз.	
Эпизод 1. Скрытая угроза	Кино	2	–	–	–	–	5	7
	Интернет	–	–	–	1	–	1	2
	Комп. игра	–	–	–	–	–	1	1
	Цитаты полит. деят.	1	–	–	–	–	–	1
Эпизод 2. Атака клонов	Кино	1	–	–	1	2	1	5
	Комикс	–	–	–	–	–	1	1
	Цитаты полит. деят.	3	–	–	–	–	–	3
	Интернет	–	–	–	1	–	–	1
	Песня	1	–	–	–	–	–	1
	Сказка	–	–	–	1	–	–	1
Итого по принципу «цитация/квазицитация»		8 (35%)			15 (65%)			
Итого		8 (35%)	–	–	4 (17%)	2 (9%)	9 (39%)	
Всего прецедентных феноменов								23 (100%)

По результатам анализа очевидно, что в данном комиксе преобладают вербальные прецедентные феномены (58 %), а также цитированные прецедентные феномены, составляющие 58 % против 42 % квазицитат. В целом авторы использовали 36 прецедентных феноменов на 192 страницах комикса, что представляется относительно высоким показателем.

*Политический комикс «Кин Дза Дза ГД РФ».* Издатель данного комикса описывает его следующим образом: «Задача: создать комикс по мотивам фильма „Кин Дза Дза“. В предоставленном сюжете комикса проводились остроумные параллели гротескной планеты Плюк и современной политической действительности. Герои комикса — популярные политики: Жириновский, Зюганов, Миронов. Клиент: Справедливая Россия» [Политический комикс Кин Дза Дза ГД РФ]. В основе комикса лежит фильм «Кин Дза Дза», что обуславливает наличие в нем прецедентных феноменов, отсылающих к одноименной кинокартине. Все основные персо-

нажи, кроме Миронова, внешне похожи на персонажей, населяющих планету Плюк: именно так они выглядят и говорят. По этой причине в комиксе содержатся как прецедентные вербальные, так и визуальные и вербально-визуальные феномены. Большинство из них (60 %) — это квазицитация. Всего в комиксе использовано пять прецедентных феноменов на 12 страниц. Более подробные данные приведены в таблице 3.

*Супер-Путин.* Политический комикс «Супер Путин» повествует о подвигах «Лиги супергероев», в которую входят Путин (Человек как все), Медведев (Наночеловек) и Сечин. Им помогают Шойгу и Ельцин (Великий отец) и противостоят Новодворская (Великая мать) и Навальный (Толстый тролль). Основной сюжет построен вокруг событий 2012 г. Очевидно, что автор имеет в виду ситуацию предстоящих (на момент появления комикса) выборов Президента РФ. Примечательно, что главным действующим лицом комикса все же является Путин, а не действующий на тот момент президент РФ Дмитрий Медведев.

Большая часть прецедентных феноменов в данном комиксе — это прецедентные вербально-визуальные феномены сферы-источника «Кино». Так, первая треть эпизода 1 связана с сюжетом американского блокбастера «Скорость», о чем свидетельствуют всевозможные визуальные и вербально-визуальные прецедентные феномены. Великий отец (Борис Николаевич Ельцин) первоначально появляется в образе Дарта Вейдера (визуальный прецедентный феномен). Досье на членов лиги супергероев напоминает досье из кинофильма «17 мгновений весны»: как внешним видом, так и характеристикой супергероев. Есть, тем не менее, и вербальные прецедентные феномены сферы-источника «Кино»: это наименования эпизодов («Скрытая угроза» и «Атака клонов» соответствуют наименованиям эпизодов киносаги «Звездные войны»), а также фраза «Моя прелесть», которая отсылает к трилогии «Властелин колец».

Менее популярны прецедентные феномены со сферами-источниками «Интернет», «Компьютерные игры», «Песня» и др. В целом большую часть прецедентных феноменов составляют вербально-визуальные (39 %) и вербальные (35 %). На 77 страницах комикса было найдено 23 прецедентных феномена.

*Городские легенды.* Данная серия комиксов является самой объемной и одно-

временно наименее насыщенной прецедентными феноменами. Проект был выполнен по заказу мэрии г. Москвы с целью создания положительного образа реформ, проводимых администрацией мэра Собянина. В каждом из выпусков обыгрывается очередная мера, предпринятая градоначальником. Наиболее популярной сферой-источником данного комикса является «Кино». Так, один из выпусков, «Дорожный дозор», полностью построен на сюжете киноленты «Ночной дозор», где в роли противоборствующих выступают водители легковых и большегрузных автомобилей. В данном выпуске можно найти почти все разновидности прецедентных феноменов. Несколько раз в выпусках «Рецепт столичный» и «Московское сафари» появляются аллюзии на известный американский сериал «Доктор Хаус». Кроме того, в выпуске «Однорукий бандит» присутствует квазицитата из отечественного фильма «Место встречи изменить нельзя»: «А теперь однорукий! Я сказал однорукий!» Очевидно, что данный фрагмент представляет собой видоизмененную фразу Глеба Жеглова: «А теперь горбатый! Я сказал горбатый».

В целом на 249 страниц комикса приходится всего 17 прецедентных феноменов, что является самым низким показателем из всех проанализированных комиксов. Более подробные результаты представлены в таблице 5.

Таблица 5. Роль прецедентных феноменов в комиксе «Городские легенды»

Наименование выпуска	Сфера-источник	Прецедентные феномены						
		Цитация			Квазицитация			
		верб.	виз.	верб.-виз.	верб.	виз.	верб.-виз.	
Выбор	Фразеологические единицы	–	–	–	2	–	–	2
Голоса	–	–	–	–	–	–	–	–
Дорожный дозор	Кино	1	1	–	–	1	1	4
Другой город	–	–	–	–	–	–	–	–
Как потратить триллион	История	–	–	–	1	–	–	1
Метро 1941–2021	Политика	–	–	–	–	–	1	1
Московское сафари	Телевидение	–	–	–	–	–	1	1
	Кино	–	–	–	–	–	1	1
МЭР24	–	–	–	–	–	–	–	–
Однорукий бандит	Кино	–	–	–	–	–	1	1
Перепутье	–	–	–	–	–	–	–	–
Рецепт столичный	Кино	–	–	–	–	–	2	2
	Комп. игра	–	–	–	–	–	1	1
	Телевидение	–	–	–	–	–	1	1
	Политика	–	–	–	1	–	–	1
Бомбилла	Кино	–	–	–	–	1	–	1
Итого по принципу «цитация/квазицитация»		2 (12 %)			15 (88 %)			
Итого		1 (6 %)	1 (6 %)	–	4 (23 %)	2 (12 %)	9 (53 %)	
Всего прецедентных феноменов								17 (100 %)

Таблица 6. Сводные данные об использовании прецедентных феноменов в российском политическом комиксе

Сфера-источник	Прецедентные феномены						Итого
	Цитация			Квазицитация			
	верб.	виз.	верб.-виз.	верб.	виз.	верб.-виз.	
Комикс	–	–	–	1	1	8	10 (13 %)
Песня	11	–	–	1	–	–	12 (16 %)
Кино	7	1	–	3	6	13	30 (39 %)
История	–	–	–	2	–	1	3 (4 %)
Фразеологические единицы	1	–	–	2	–	–	3 (4 %)
Интернет	4	–	–	2	–	1	7 (9 %)
Литература	2	–	–	–	–	–	2 (3 %)
Нац. символика	–	–	–	–	1	–	1 (1 %)
Комп. игра	–	–	–	–	–	2	2 (3 %)
Цитаты полит. деят.	3	–	–	–	–	–	3 (4 %)
Сказка	–	–	–	1	–	–	1 (1 %)
Телевидение	–	–	–	–	–	2	2 (3 %)
<b>Итого по принципу «цитация/квазицитация»</b>	29 (38 %)			47 (62 %)			
<b>Итого</b>	28 (37 %)	1 (1 %)	–	12 (16 %)	8 (11 %)	27 (36 %)	
<b>Всего прецедентных феноменов</b>							<b>76 (100 %)</b>

**Обсуждение результатов.** Наконец, перейдем к рассмотрению сводных данных по всем четырем комиксам. Данные об использовании прецедентных феноменов во всех рассмотренных выше комиксах приведены в таблице 6.

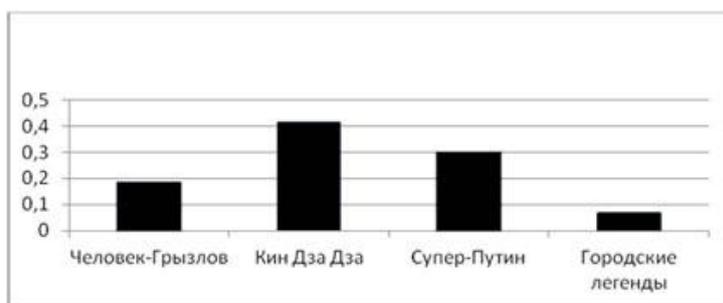
Основываясь на данных таблицы, представляется возможным решить поставленные во введении задачи настоящего исследования:

1. *Основные сферы-источники прецедентных феноменов в современном российском политическом комиксе.* Самой популярной (почти 40 % всех прецедентных феноменов) сферой-источником прецедентных феноменов в подвергшихся анализу современных российских политических комиксах является «Кино»: именно из кинофильмов авторы российских политических комиксов чаще всего черпают свое вдохновение. На втором месте — сферы «Песня» (16 %) и «Комикс» (13 %). Наконец, третий источник прецедентных феноменов — это Интернет (9 %). Оставшиеся восемь сфер-источников покрывают не больше 23 % от общего количества прецедентных феноменов.

2. *Соотношение прецедентных феноменов, выраженных посредством вербальной, графической и визуально-графической формы.* Из общего количества прецедентных феноменов преобладают вербальные (52 %), на втором месте идут вербально-визуальные (36 %), т. е. такие, в которых прецедентный феномен выражен с помощью как вербального, так и изобразительного компонента. Визуальные прецедентные феномены (выраженные исключительно за счет изобразительных средств) составляют 12 % от общего количества.

3. *Соотношение цитаций и квазицитаций при использовании прецедентных феноменов в современном российском политическом комиксе.* Большая часть прецедентных феноменов (62 %) появляется в российском комиксе в видоизмененном варианте (квазицитация), в то время как прецедентные феномены в неизменном виде (цитация) составляют всего 38 %.

Также мы составили диаграмму, демонстрирующую среднестатистическое использование прецедентных феноменов в четырех проанализированных выше комиксах (см. диаг.).



**Диаграмма.** Частотность употребления прецедентных феноменов в российских политических комиксах

Очевидно, что комикс «Кин Дза Дза», будучи наименьшим по объему, является наиболее насыщенным прецедентными феноменами, в то время как крупная серия «Городские легенды» содержит чрезвычайно мало прецедентных феноменов. Тем не менее можно заключить, что в целом авторы российских политических комиксов довольно часто используют прецедентные феномены (76 прецедентных феноменов на 530 страниц). При этом очевидно, что авторы российских комиксов широко используют возможности своего жанра. Почти половина (48 %) прецедентных феноменов была выражена либо чисто визуально, либо при помощи одновременно вербального и визуального компонентов.

Как представляется, экстенсивность использования прецедентных феноменов в политических комиксах делает их более богатыми в смысловом плане, поскольку прецедентный феномен, как известно, несет в себе совокупность определенных ассоциаций и заряд эмоций, которые неразрывно связаны с ним. Кроме того, наличие прецедентных феноменов делает текст более близким носителю той культуры, в которой он был порожден, что, с одной стороны, ограничивает аудиторию текста, а с другой — делает его более богатым и насыщенным для целевой аудитории. В целом наличие прецедентных феноменов в таком большом количестве может говорить о том, что авторы российских политических комиксов стремятся к более близкому общению с аудиторией посредством своего продукта, хотят сделать комикс ближе своему читателю.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Ворошилова М. Б. Креолизованная метафора: первые зарисовки // Политическая лингвистика. 2012. № 4 (42). С. 94—99.
2. Головина Л. В. Влияние иконических и вербальных знаков при смысловом восприятии текста : автореф. дис. ... д-ра филол. наук. — М., 1986.
3. Душенко К. В. Словарь современных цитат. — М. : АГРАФ, 1997.

4. Жинкин Н. И. Речь как проводник информации. — М. : Наука, 1982.

5. Завьялова Д. История комикса // Циркуль : электронный журн. URL: <http://circul.info/article/istoriya-komiksa> (дата обращения: 25.08.2013).

6. Земская Е. А. Цитация и ее виды трансформации в заголовках современных газет // Поэтика. Стилистика. Язык и культура: памяти Т. Г. Винокур. — М., 1996. С. 157—168.

7. Злоказов К. В. Анализ особенностей восприятия креолизованного текста деструктивно-экстремистской направленности // Политическая лингвистика. 2011. № 3 (37). С. 210—216.

8. Красных В. В. Этнопсихоллингвистика и лингвокультурология. — М. : Гнозис, 2002.

9. Мардиева Л. А. Коллективная культурная память общества (прецедентные визуальные образы и феномены) // Вестн. Перм. ун-та. 2011. Вып. 3 (15). С. 202—209.

10. Мардиева Л. А. Механизмы воздействия прецедентных визуальных феноменов на сознание читателей // Филология и культура. — Казань, 2012. № 1 (27). С. 42—48.

11. Нахимова Е. А. Критерии прецедентности имени собственного // Вестн. Ленингр. гос. ун-та им. А. С. Пушкина. 2011. № 1, т. 7. Филология. С. 169—173.

12. Садуов Р. Т. Графическая литература как составляющая американского политического дискурса // Политическая лингвистика. 2009. № 3 (29). С. 101—109.

13. Серов В. В. Энциклопедический словарь крылатых слов и выражений. — М. : Локид-Пресс, 2005.

14. Сорокин Ю. А., Тарасов Е. Ф. Креолизованные тексты и их коммуникативная функция. — М. : Наука, 1990.

15. Шустрова Е. В. Языковая игра в американской политической карикатуре на Барака Обаму // Политическая лингвистика. 2012. № 4 (42). С. 52—64.

16. Mey K.-A. L. Pragmatic Aspects of Comics // Concise Encyclopedia of Pragmatics / ed. Jacob L. Mey. — Oxford : Elsevier Ltd., 2009. P. 80—85.

#### ИСТОЧНИКИ

17. Городские легенды. URL: <http://www.legends.msk.ru> (дата обращения: 25.08.2013).

18. Политический комикс «Кин Дза Дза ГД РФ». URL: [http://exdesign.su/graph/comics/comic\\_about-Russian\\_politics](http://exdesign.su/graph/comics/comic_about-Russian_politics) (дата обращения: 25.08.2013).

19. Супер Путин. URL: <http://www.superputin.ru> (дата обращения: 25.08.2013).

20. Человек-Грызлов. URL: [www.gryzlovman.com](http://www.gryzlovman.com) (дата обращения: 25.08.2013).

**Статью рекомендует к публикации д-р филол. наук, проф. С. В. Иванова**

Н. А. Симбирцева N. A. Simbirtseva  
Екатеринбург, Россия Ekaterinburg, Russia

**ВИЗУАЛЬНОЕ  
В СОВРЕМЕННОЙ КУЛЬТУРЕ:  
К ВОПРОСУ  
О ВИЗУАЛЬНОЙ ГРАМОТНОСТИ**

**Аннотация.** Рассматривается визуальное как доминанта современной культуры. Активное влияние мира видимых и зримых образов на человека требует от субъекта особых компетенций, позволяющих интерпретировать, анализировать и прочитывать визуальные тексты. В качестве альтернативы автором предлагается рассмотрение визуальной грамотности, важной и в индивидуальном-личностном плане, и в профессиональном.

**Ключевые слова:** современная культура; видение; визуальное; визуальный образ; визуальная грамотность; субъект восприятия.

**Сведения об авторе:** Симбирцева Наталья Алексеевна, кандидат культурологии, доцент кафедры культурологии.

**Место работы:** Уральский государственный педагогический университет (Екатеринбург).

**Контактная информация:** 620017, г. Екатеринбург, пр-т Космонавтов, 26.  
e-mail: Simbirtseva.nat@yandex.ru.

**VISUAL ASPECT  
OF MODERN CULTURE:  
THE PROBLEM  
OF VISUAL LITERACY**

**Abstract.** The visual aspect is considered as the dominant feature of modern culture. The active influence of the world of visual images on man demands from him special competence which would enable him to interpret, analyse and read visual texts. The author studies visual literacy in two perspectives — as an individual property of a person and as a professional asset.

**Key words:** modern culture; understading; visual; visual image; visual literacy; subject of perception.

**About the author:** Simbirtseva Natalia Alekseevna, Candidate of Culturology, Associate Professor of the Chair of Culturology.

**Place of employment:** Ural State Pedagogical University, Ekaterinburg.

С появлением фотографии в XIX в. изменилось отношение человека к реальности: время и пространство можно не только запечатлеть, но и остановить на снимке. Застывший образ стал восприниматься в качестве кода эпохи, ее визитной карточки, так как зримая реальность на фото порой сообщает о себе гораздо больше, чем письменный текст. Такое преодоление динамики историко-культурного процесса происходит благодаря развитию технологий и активному внедрению их в жизнь человека. Особый скачок пришелся на конец 1980-х — начало 1990-х гг., которые обозначены массовым приобретением и освоением компьютеров, сотовой связи, Интернета. В последнее десятилетие также отмечается цифровой бум, захватывающий общественное и личное пространство человека. Внешние факторы технического прогресса сказываются на духовно-нравственной и ценностной составляющей современной культуры.

Собственно процесс видения не такое уж новое явление в истории человечества. Однако в качестве доминирующей рецептивной практики он утвердился именно в конце XX — начале XXI в. Сегодня визуальное интенсивно включается в поле прагматики всех сфер

человеческой деятельности. Визуальные образы подвергаются прочтению и интерпретации в таких социально-культурных практиках, как художественная культура и искусство, досуг и досуговая деятельность, образование и карьера, межкультурное взаимодействие и коммуникация. Обозначенные практики активно интерпретируются субъектом и осмысливаются как на повседневном-бытовом, так и на профессиональном уровнях. Визуальное восприятие и интерпретация как способ прочтения текста культуры стали неотъемлемой частью жизни современного человека. Его пребывание в мире видимых и зримых образов обусловлено техническим прогрессом. Вербальные, письменные тексты активно транслируются другими кодовыми системами, что обозначается как процесс визуализации.

Активное влияние визуальных образов на социальное и личностное сознание приводит к формированию разнообразных визуальных сред: Интернет, телевидение, реклама, ландшафтный дизайн, городское планирование, полиграфия и т. д. В таких средах возникает и организуется механизм трансляции знаний, ценностей, норм и смыслов культуры. Он, в свою очередь, оказы-

вает влияние на социальную коммуникацию в целом и отдельные ее виды. Э. Тоффлер описывает пространство, в котором образы, созданные не на основе личных наблюдений человека, а на основе уже созданных в глобальной сети информационных сообщений, разрушают «оборону» и мысленную модель реальности, приводя к ускоренному вытеснению прежних образов мира, увеличению умственной «пропускной способности» и к ощущению непостоянства, недолговечности получаемых знаний [Тоффлер 2004: 184—187]. Подобная ситуация наблюдается и в сфере визуального. Такие процессы, как тотальная визуализация, тиражирование экранных образов, снижение уровня критического мышления и пассивное восприятие, неоднозначно сказываются на становлении и формировании современного человека, который является активным творцом и потребителем культуры: визуальное навязывается человеку, подчиняет себе способы его мышления, повседневные практики и стереотипы поведения.

Сфера образования не исключение. Наглядный и иллюстративный материал (как элемент визуального) всегда был и остается неотъемлемой частью образовательного процесса. В одних случаях визуальный материал выступает в качестве сопровождающей информации, в других является объектом и предметом анализа, интерпретации и осмысления. Навыки и умения работы с визуальными текстами требуют методологической корректировки как на объект-субъектном, так и на субъект-субъектном уровнях.

Диалог между преподавателем и студентом в системе высшего профессионального образования подвергся своеобразной трансформации и переживает кризис, порожденный разницей поколений. Молодое поколение — конца 1980-х — начала 2000-х — это активные пользователи Интернета. Мир представляется им калейдоскопической реальностью, объединенной общим информационным пространством. В условиях визуальной культуры сформировался особый стиль этого поколения: стиль общения, стиль поведения, стиль восприятия информации и оценки действительности. «Общение» картинками, смайликами заменило текстовые виды коммуникации. Поверхностность, узконаправленность и фрагментарность знаний, кликовое и клиповое мышление, низкий уровень критического восприятия и оценки информации — такой образ поколения вырисовывается в целом...

Фотографии, коллажи в социальных сетях стали всеобщим способом демонстрации и обсуждения уровня и образа жизни чело-

века. Такая своеобразная саморепрезентация создает иллюзию публичности и открытости миру. Приватный и частный мир разрушается под воздействием «всевидящих глаз» пользователей Интернета. Зададимся вопросом: что произойдет с поколением, если случится глобальное отключение электричества? Перестанут работать сотовые телефоны, исчезнет телевидение, не будет интернет-коммуникации... Насколько это поколение сможет полноценно жить и реализовывать себя в социальной среде? Вопрос, скорее, риторический, так как в глобальную паутину и визуальные среды оказалось вовлечено не только молодое поколение.

Старшее поколение (1970-х гг. и ранее) — поколение, ценностная шкала которого отличается от ориентиров современной молодежи. Оно находится в «ножницах» современной реальности. Будучи преемниками прежних моделей воспитания и образования, люди этого поколения включены в процессы современной культуры, техническая сторона которой развивается настолько быстро, что требуется и быстрое, мобильное приобщение к ней. В противном случае утрачивается возможность выстраивания диалоговых отношений с социально-культурной действительностью. Худшим результатом может стать конфликт не только между поколениями, но между сторонами образовательного процесса, т. е. между студентом и преподавателем, коммуникация которых должна соответствовать нормам и требованиям системы современного образования. Каким видится выход из сложившейся ситуации? Попробуем обозначить вектор.

Ни одна область человеческого знания не дает исчерпывающего ответа на вопрос о влиянии визуального на ценностно-смысловое содержание личности и эпохи. В связи с этим следует говорить прежде всего о формировании нового субъекта восприятия. Он, по определению А. Усмановой, является главной мишенью «глобализационных амбиций общества позднего капитализма», так как «наша идентичность формируется в окружающем нас визуальном поле — посредством Интернета, просмотра глянцевого журналов, чтения газет, просмотра телевидения, репрессивного визуального присутствия Макдональдсов, удовлетворения своих потребительских желаний в момент беглого осмотра красочных витрин универсальных магазинов и бутиков» [Усманова].

Быстрое развитие технологий в сфере визуализации обуславливает необходимость обновления компетенций в традиционных областях культуры, а именно в сфере гуманитарного образования, прежде всего куль-

турологического. Реализация такой компетенции, как **визуальная грамотность** (visual literacy), открыло бы новые перспективы в гуманитарном образовании в целом и в культурологическом в частности. Этот шаг способен серьезно повлиять на подготовку профессионалов и специалистов не только в сфере культуры, но и в образовательном пространстве вообще. Менеджмент в сфере образования (образовательные продукты и услуги) осуществляется успешнее в случае привлечения визуальных текстов и средств их трансляции.

Понятие «визуальная грамотность» было введено Дж. Дебсом в 1969 г. для обозначения визуальных способностей, которые человек развивает с помощью зрения и остальных чувств, необходимых для становления личности. Визуальная грамотность входит в группу визуальных компетенций, овладевая и обладая которыми, человек развивается, наблюдая, присваивая и интегрируя собственный чувственный опыт [Avgéinou, Ericson 1997].

Визуальная грамотность определяется Дж. Хортином как «способность понимать (читать) и использовать (писать) изображения, а также думать и учиться в терминах изображений» [Braden, Hortin 1982]. Сформированная на таком уровне компетенция у субъекта характеризует профессиональный подход к анализу и интерпретации визуального ряда.

Традиционно визуальную грамотность рассматривают в сочетании трех элементов, взаимосвязанных между собой и отражающих процесс интерпретации и квалифицированного прочтения визуального текста культуры:

- процесса коммуникации между объектом и субъектом восприятия;
- особенностей взаимодействия элементов зрительного образа с субъектом восприятия;
- умения субъекта адекватно воспринимать и продуцировать зрительные образы в культуротворческой деятельности.

За последние десятилетия сложились и основные подходы к изучению визуальной грамотности. В частности, Э. Гомбрих утверждал, что любой вид искусства концептуален, т. е. то, что видит субъект, зависит от самого субъекта и от той «школы», которая им пройдена [См.: Gombrich 1977]. Согласно его концепции, внешний и внутренний миры человека разграничиваются. Единственным создателем всего, что находится вовне, является человек. Именно благодаря его интеллектуальным усилиям внешний мир оформляется и приобретает значение. Недостатком теории становится тот факт, что главным в интерпретации видимого мира

становится не собственно его визуальное содержание, а визуальный опыт и проникновенное чтение отзывов критиков на произведения искусства.

Другой исследователь, Р. Арнхейм, основывал свою теорию визуального восприятия на том, что человек действует под влиянием внешнего мира и способы мышления и восприятия этого мира продиктованы его природой. Он обозначал важность объекта в зрительном восприятии и утверждал существование объективной действительности. Первостепенную роль в интерпретации визуального играет «природа образов», когда само изображение направляет восприятие и за счет этого и достигается понимание как высшая точка освоения образа [См.: Арнхейм 1974].

Г. Тох, М. Маклин, К. Норберг и другие, в отличие от вышеобозначенных исследователей, сосредоточивают свое внимание на визуальной коммуникации, в процессе которой важны и объект восприятия, и субъект. Восприятие — это креативный акт освоения мира человеком, влекущий за собой трансформацию объекта восприятия. Адекватным считается такое восприятие, когда зритель соотносит собственный опыт восприятия мира с визуальным материалом. Эффективное использование визуальных средств возможно в том случае, если учитывается вся ситуация коммуникации [Toch, Mac-Lean 1962].

В рамках другого подхода визуальное восприятие рассматривается как смысловая задача и требует специального воспитания: визуальная грамотность возможна тогда, когда субъект творчески использует материал, связанный с видимыми образами, не только в их функциональном значении, но и в пределах собственного мировидения. Деятельностный контекст в процессе визуальной коммуникации предполагает введение специальных педагогических технологий в образовании, важных как для освоения визуального, так и для овладения его функционалом в условиях современной культуры.

Понятие визуальной грамотности только начинает входить в научный оборот отечественных исследователей, несмотря на то что данная тенденция в западной науке обозначилась уже в середине прошлого века. Соответствующее явление оказывается настолько востребовано, что имеется смысл в разработке технологий и методов обучения визуальной грамотности и дальнейшем их внедрении в систему общего и профессионального образования.

Визуальная грамотность — это не только способ осмысленного и креативного прочте-

ния и интерпретации субъектом восприятия информации, представленной в мире визуального, но и особый уровень компетентного, профессионального подхода к явлениям социально-культурной действительности. Визуальные образы могут быть прочитаны по законам лингвистического текста, так как информация, заложенная в них, имеет логическое оформление, структуру и смысловое содержание, хотя генеративная среда, характерная для визуального, производит и распространяет интерсубъективное содержание способами, отличающимися от языковых средств. На сегодняшний день визуальное и визуальные образы могут быть представлены как автономная по отношению к языку сфера формирования смыслов, обладающая собственными коммуникативными и познавательными возможностями.

Формирование визуальной грамотности способствует пониманию механизмов, применяемых в современных социально-культурных практиках, а следовательно, и приобретению визуального опыта. Визуальные стратегии и технологии визуализации требуют от современного человека и специалиста в области культуры в том числе особого подхода к интерпретации и анализу таких сфер, как политика, экономика, наука, общественное и частное пространство.

Сегодня обозначенная компетенция важна в том плане, что ориентирована и на развитие специальных навыков у людей, занимающихся вопросами интерпретации искусства и явлений культуры, и на реализацию функциональных задач в сфере визуального (дизайн, городское планирование, реклама и т. п.), и на повышение общего, массового уровня грамотности. В сфере об-

разования реализация проекта «визуальная грамотность» возможна в двух направлениях: профильной специализации и дополнительного образования. Первое предполагает подготовку специалистов и профессионалов в исследовании визуальной культуры. Второе — совершенствование уже имеющихся навыков и овладение дополнительными.

На современного субъекта культуры (независимо от принадлежности к возрастной категории) визуальное оказывает колоссальное влияние. Это специфический вызов культуры. И умение противостоять ему зависит от квалифицированного подхода к существующим реалиям и на индивидуальном, и на бытовом, и на профессиональном уровнях.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. *Арнхейм Р.* Искусство и визуальное восприятие / сокр. пер. с англ. В. Н. Самохина, общ. ред. и вст. ст. В. П. Шестакова. — М.: Прогресс, 1974.
2. *Тоффлер Э.* Шок будущего. — М., 2004. С. 184—187.
3. *Усманова А.* Между искусствоведением и социологией: к вопросу о предмете и методе «визуальных исследований» // Гендерный маршрут. URL: [http://gender-route.org/articles/feminism/mezhdu\\_iskusstvoznaniem\\_i\\_sociologiej/](http://gender-route.org/articles/feminism/mezhdu_iskusstvoznaniem_i_sociologiej/) (дата обращения: 20.08.2013).
4. *Avgerinou M., Ericson J.* A review of the concept of visual literacy // *British Journal of Educational Technology*. 1997. № 28(4). P. 280—291.
5. *Braden R. A., Hortin J. A.* Identifying the Theoretical Foundations of Visual Literacy // *Journal of Visual Verbal Language*. 1982. № 2. P. 37—42.
6. *Gombrich E. H.* *Art and Illusion*. L., 1977.
7. *Toch H., Mac-Lean M. S.* Perception, Communication and Educational Research. A Transactional View // *AV Communication Review*. 1962. № 10.

**Статью рекомендует к публикации д-р культурологии, проф. И. Я. Мурзина**

**М. В. Терских** M. V. Terskikh  
**О. А. Зайцева** O. A. Zaytseva  
Омск, Россия Omsk, Russia

**КОММУНИКАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ  
В ДИСКУРСЕ ЭЛИТНОГО ТУРИЗМА**

(на материале рекламных текстов)

**Аннотация.** Рассматриваются типичные дискурсивные практики, используемые в рекламных текстах при позиционировании и продвижении объектов элитного туризма. Выявленный набор дискурсов обуславливается спецификой предлагаемого продукта, особенностями целевой аудитории luxury-сегмента, набором ценностей, отличных от ценностей сегмента массовой общественности.

**Ключевые слова:** дискурсивная практика; рекламный дискурс; туристический дискурс; позиционирование.

**Сведения об авторе:** Терских Марина Викторовна, кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры теоретической и прикладной лингвистики, факультет филологии и медиакоммуникаций.

**Место работы:** Омский государственный университет им. Ф. М. Достоевского.

**Контактная информация:** 644077, Россия, г. Омск, пр-т Мира, 55а, 2-й корпус ОмГУ, каб. 124.

e-mail: terskih@mail.ru.

**Сведения об авторе:** Зайцева Ольга Анатольевна, кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры теоретической и прикладной лингвистики, факультет филологии и медиакоммуникаций.

**Место работы:** Омский государственный университет им. Ф. М. Достоевского.

**Контактная информация:** 644077, Россия, г. Омск, пр-т Мира, 55а, 2-й корпус ОмГУ, каб. 124.

e-mail: o.a.plotnikova@rambler.ru

**COMMUNICATIVE STRATEGIES  
IN THE DISCOURSE OF ELITE TOURISM**

(on the material of advertising texts)

**Abstract.** The typical discourse practices used in advertizing texts at positioning and advance of objects of elite tourism are considered in the article. The revealed set of discourses is caused by specific properties of an offered product, features of target audience of a luxury-segment, a set of certain values, distinct from the values of a segment of the mass public.

**Key words:** discourse practices; advertising discourse; tourist discourse; positioning.

**About the author:** Terskikh Marina Viktorovna, Candidate of Philology, Assistant Professor of the Chair of General and Applied Linguistics, The Faculty of Philology and Media Communication.

**Place of employment:** Omsk State University named after F. M. Dostoevsky.

**Address:** 644077, Russia, Omsk, pr-t Mira, 55a, 2-nd корпус ОмГУ, каб. 124.

**About the author:** Zaytseva Olga Anatolievna, Candidate of Philology, Assistant Professor of the Chair of General and Applied Linguistics, The Faculty of Philology and Media Communication.

**Place of employment:** Omsk State University named after F. M. Dostoevsky.

В настоящее время исследовательская область под названием «Теория дискурса» является одним из наиболее активно развивающихся направлений современных общественных наук. Об этом свидетельствует растущее с каждым годом количество публикаций, научных конференций, посвященных различным сферам применения теорий дискурса и дискурс-анализа.

Анализ различных подходов к понятию дискурса позволяет констатировать, что для теорий дискурса не существует дисциплинарных ограничений. Методологическая база исследований дискурсов носит принципиально комплексный, междисциплинарный характер, а предметная область соответствующих теорий всегда открыта для дальнейшего расширения.

Исследователи утверждают, что практически каждый феномен общественной жизни подвергается дискурс-анализу [Дискурсология: методология, теория, практика 2007; Карасик 2002; Филлипс, Йоргенсен 2004 и др.]. Туризм, который в XXI в. стал значи-

тельным социальным, культурным и политическим явлением, в этом смысле не является исключением.

Более того, можно констатировать всплеск исследовательского интереса к текстам туристического дискурса: в настоящее время можно наблюдать многовекторное изучение феномена туризма в работах лингвистов, социологов, психологов, культурологов, экономистов.

В первую очередь необходимо отметить диссертационные исследования, направленные на изучение концептосферы туристического дискурса [Бабкина 2009; Каребина 2008; Кошенкова 2010; Кузина 2006; Шевченко 2009], прецедентных феноменов в печатной рекламе услуг для туристов [Илюшкина 2008], лингвокогнитивных стратегий позиционирования и продвижения туристических услуг [Атакьян 2010; Погодаева 2008; Тюленева 2008], жанровой специфики текстов туристского дискурса [Протченко 2006]. Рассмотрению особенностей функциониро-

вания метафоры в туристском дискурсе посвящены статьи Е. Ю. Аликиной и З. П. Пименовой [Аликина 2010; Пименова 2012]. При этом большая часть из перечисленных работ базируется на сравнительно-сопоставительном анализе русскоязычных текстов туристического дискурса и текстов на иностранном языке.

Очевидно, что прагматическая установка адресанта текстов туристического сегмента (позиционирование и продвижение туристического продукта) сближает данный вид дискурса с рекламным дискурсом, что, однако, не позволяет их отождествить. В любом случае и для рекламного, и для туристического дискурса наиболее значимой категорией является фактор эффективности (результативности) транслируемого сообщения.

Сразу оговоримся, что вопрос об эффективности рекламы является одним из самых сложных и неоднозначно решаемых в практике маркетинговых коммуникаций. Основная проблема «вычленения» эффекта, полученного именно от рекламного сообщения, заключается в том, что на уровень продаж товара/услуги влияют многие составляющие маркетингового комплекса (особенности самого товара, цена, дистрибуция и т. п.). Тем не менее попытаемся определить, что лежит в основе эффективности именно рекламы как части системы маркетинговых коммуникаций.

В работах, посвященных специфике рекламной коммуникации, как правило, выделяют две компоненты эффективности рекламы: экономическую и коммуникативную. Подчеркнем, что разделение понятия эффективности на две составляющие является достаточно условным: невозможно отрицать их тесную взаимосвязь, работают они практически всегда в комплексе.

*Экономическая эффективность* рекламной кампании представляет собой соотношение между результатом, полученным от рекламы, и вложенными в рекламную кампанию средствами. Таким образом, экономическая эффективность предстает как эффективность получения прибыли.

*Коммуникативная эффективность* определяется тем, насколько результативно реклама передает представителям целевой аудитории сведения о продвигаемом товаре/услуге и формирует лояльное отношение к продукту. Коммуникативная эффективность рекламы характеризуется «числом охвата потребителей, яркостью и глубиной впечатлений, которые рекламные средства оставляют в памяти человека, степенью привлечения внимания и т. п.» [Лидовская 2008: 27].

Несмотря на то что не всегда рекламодатели признают значимость коммуникативного эффекта от рекламы (актуальна в конечном счете прибыль от продаж, а не известность торговой марки), важность этой составляющей эффективности переоценить сложно: она является своего рода «трамплином» для достижения экономической эффективности, поскольку формирует предпочтения целевой аудитории. Коммуникативную эффективность можно рассматривать как инвестиции в экономическую: представитель целевой аудитории, запомнив рекламу и торговую марку, может стать клиентом не сразу, но при возникновении потребности — спустя какое-то время — велика вероятность того, что он включится в процесс потребления.

«Совершенно ясно, — пишет А. Н. Мудров, — что чем выше коммуникативная составляющая эффективности рекламы, тем существеннее и весомее будут результаты ее экономической составляющей, которую иногда называют еще сбытовой, торговой или коммерческой» [Мудров 2008: 419].

Хотелось бы подчеркнуть при этом, что важнейшей фигурой, определяющей выбор рекламистом стратегического арсенала коммуникативного воздействия, является, без сомнения, адресат рекламного текста. Практически все работы, в рамках которых исследуются рекламные сообщения в сфере туристического бизнеса, рассматривают сегмент массового потребления. Вместе с тем в России достаточно активно развивается так называемый маркетинг роскоши: позиционирование и продвижения элитных, или *luxury*-, услуг.

Важно отметить, что позиционирование рынка элитных туристических услуг, на котором мы хотели бы остановиться в рамках данной статьи, в ряде моментов отличается от рекламы товаров массового потребления. Решающим для успеха на туристском рынке является распознавание желаний потребителя и реализация их в товарах и услугах туриндустрии. Следовательно, рекламные тексты *luxury*-товаров должны строиться с учетом специфики аудитории, которая желает выделиться из общей массы людей возможностью приобрести уникальные, изысканные и дорогие товары.

Опираясь на работы специалистов в сфере маркетинга *luxury*-услуг [Славинский 2009; Светлакова 2007], отметим, что целевую аудиторию элитной категории товаров мы можем разделить на три группы: потребители, имеющие постоянный высокий уровень платежеспособности, потребители, на-

ходящиеся на «спонсорском» обеспечении, и «потенциальная» элита.

Исходя из дефиниционного анализа и результатов исследования, в данной статье мы будем использовать понятие *luxury* в следующей трактовке: *luxury* — особый сегмент рынка, характеризующийся существенной дороговизной предлагаемых товаров/услуг из-за их уникальности и эксклюзивности и доступный исключительно высокоплатежеспособному слою населения, к которому мы будем относить управленцев крупных компаний, высших политических деятелей, артистов и представителей шоу-бизнеса мирового уровня.

Очевидно, что в данном случае необходим специфический арсенал средств речевого воздействия. Именно поэтому интересным представляется анализ дискурсивных практик, используемых в рамках туристического дискурса при позиционировании продуктов элитного сегмента.

Анализ любого рекламного сообщения позволяет констатировать, что реклама представляет аудитории два дискурса: товарный — о вынесенном на рынок предложении — и социальный — об обществе, взаимоотношениях внутри него, ценностях и стереотипах. Товарный дискурс в туристической сфере обуславливается спецификой товара: представители туристической индустрии предлагают своим клиентам будущее. В связи с этим задача туристической рекламы — создать комплекс привлекательных образов, сконструировать выгодную картину мира и внедрить ее в сознание аудитории.

В туристической рекламе массового потребления социальный дискурс доминирует. Цель — проинформировать клиента о стране, курорте, отеле и т. д. — является не первостепенной, главное — убедить человека поехать в путешествие, доказать, что предложение выгодно для него, оно ему необходимо. В *luxury*-туризме товарный и социальный дискурсы, по сути, равноправны. Для потребителя элитной категории товара важны такие прагматические характеристики, как надежность и качество. Это объясняется тем, что VIP-персоны сами очень хорошо осведомлены в сфере туризма и подходят к собственному отдыху с профессиональной точки зрения. В то же время специфика данного сегмента аудитории определяет необходимость в знаково-символическом компоненте — подтверждении социального статуса.

Социальный дискурс позиционирует продукт туристической индустрии в системе социума — соотносит его с общественным статусом, ролью, образом жизни. С помощью рекламы турпродукт дополняется особыми социаль-

ными смыслами, ценностями и рассматривается как нечто более значительное, чем просто отдых. Специфика медиатекстов, позиционирующих элитный отдых, такова, что целевой аудитории представляют набор неосознаваемых реалий. Данные реалии вмещают в себя значимые социальные смыслы, ориентируясь на которые, потребитель идентифицирует себя в рамках той или иной социальной группы. В итоге клиент должен совершить реальный поступок (приобрести турпродукт), ориентируясь на созданные рекламой образы и соотнося себя с ними.

Между тем анализ туристической рекламы сегмента *luxury* позволил нам отметить, что, кроме выделения дискурсов с точки зрения прагматичности/эмоциональности (товарный и социальный дискурсы), целесообразно выделить дискурсы с точки зрения образа автора/адресата: дискурс «избранности», «интеллектуальный» дискурс, дискурс «волшебства». Согласно данной классификации, потребитель предстает 1) в образе стильной персоны, знающей себе цену и привыкшей к роскоши и комфорту (дискурс «избранности»); 2) в образе образованного интеллектуала, который ценит в премиум-товарах не столько роскошь, сколько качество, его историю («интеллектуальный» дискурс); 3) в образе героя сказки, выдуманной автором текста (дискурс «волшебства»).

Как считают специалисты в области социальной психологии, приобретение элитных товаров или услуг — это всегда вопрос престижа, обособленного статуса и утверждения социальной «избранности» его обладателя. Именно в таком аспекте рассматривают своих потенциальных клиентов авторы текстов, в которых реализуется дискурс «избранности». В данном случае клиент является так называемым «эталоном», образцом для подражания для менее состоятельных покупателей. Светская персона, на которую и направлены подобные тексты, сама стремится к тому, чтобы ее «превосходство» было подчеркнуто, поэтому люди такого типа легко «покупаются» на медиатексты, в которых с ними разговаривают как с элитой, акцентируя внимание на особенном социальном статусе и привилегированном положении в обществе.

#### ***Довиль — город-курорт для избранных***

*Элитный курортный город на севере Франции под названием Довиль популярен круглый год. Отдыхать здесь любят не столько рядовые туристы, большинству из которых будет не по карману местный сервис, сколько звезды мировой величины. В Довиле Коко Шанель открыла первый бутик, а Клод Лелюш снял романтический*

фильм „Мужчина и женщина“. В Довиле все настолько аристократично, что от блеска роскошных отелей, казино, ресторанов и бутиков рябит в глазах.

**Banyan Tree Maldives Madivaru**  
(реклама отеля «Banyan Tree Maldives Madivaru», Мальдивы)

*Banyan Tree Maldives Madivaru представляет собой открытый в 2007 году на Мальдивских островах шикарный отель-бутик, расположенный в прекрасной лагуне, окруженный коралловыми рифами. Вас встретят в аэропорту, пока вы будете проживать в отеле, за вами будет закреплен ваш личный дворецкий.*

Тексты подобного типа построены таким образом, что все главные преимущества рекламируемого объекта сводятся к целевой аудитории — основная часть информации описывает особый сегмент общественности: *Люди, которые просто влюблены в жизнь. Каждый день им кажется подарком, их глаза излучают свет, их энергия не знает предела. Таких людей везде сопровождает успех. Они притягивают позитив и наслаждаются им. Если вы сейчас зашли на эту страницу, то вы — один из тех счастливых, которые любят жизнь и хотят видеть всю ее красу.*

Употребление в тексте имен людей мировой величины (Коко Шанель, Клод Лелюш) позволяет потенциальному потребителю почувствовать свою элитарность по следующему принципу: «Если я выберу позиционируемый курорт, то буду в некотором смысле наравне со знаменитостями».

Одним из популярных методов воздействия в дискурсе «избранности» является актуализация одного из субконцептов концепта «luxury» — «безграничные возможности»: *...вас встретят в аэропорту, пока вы будете проживать в отеле, за вами будет закреплен ваш личный дворецкий*, т. е. клиенту предоставляется широкий спектр услуг, и чаще всего границы услуг устанавливает сам потребитель, поскольку, как мы уже отмечали, в luxury-сегменте основное внимание уделяется удовлетворению потребностей и желаний клиента.

В случае конструирования «интеллектуального» дискурса адресат предстает как «интеллектуал», или «рациональный» покупатель. У него есть возможность покупать роскошные товары и пользоваться премиум-услугами, но при этом он приобретает турпродукт не столько из-за принадлежности к сегменту luxury, сколько из-за рациональных побуждений. Даже если, всё обдумав, «интеллектуал» решит, что должен принять

данное VIP-предложение, прежде он оценит качество, уникальность, дизайн (отеля, яхты), историческую ценность и тому подобные «важные характеристики» товара или услуги.

**Платинум тур с посещением  
престижных шато Бордо,  
ужином на винодельне с  
гастрономическим шеф-поваром**  
(реклама спецпредложения  
от туроператора)

*Подарите себе и своим друзьям 2 — 3 дня во французской провинции с английскими корнями и непоколебимой репутацией в винном деле. Окунитесь в мир виноделия Бордо, почувствуйте себя обитателем одного из престижных шато Бордо, Франции, Европы, Мира... Этот тур для тех, кто не желает быть пассивным зрителем, кто хочет „во всём дойти до самой сути“.*

**Vip отдых — предложение „Винный  
вечер с лучшим сомелье мира“**  
(реклама спецпредложения от  
туроператора)

*Искусство жить по-французски: изысканные блюда французской кухни в сочетании с утонченными винами Бордо. Лучший сомелье мира 2007 Андреас Ларссон раскроет Вам секреты божественного нектара и прокомментирует каждый миллиграмм.*

*Типичные блюда региона, старательно приготовленные шеф-поваром экстра-класс, не оставят равнодушными даже самых искушенных гурманов. Карта вин пестрит названиями известнейших винных Шато: Margaux, Haut-Brion, Ausone, Petrus...*

Авторы рекламных сообщений данного типа стараются воздействовать на рациональную сторону сознания клиента, часто посредством точных количественных и статистических данных о том или ином объекте туристической индустрии: *размещение предлагается в одном из 39 элитных номеров; в дворцовом парке расположены 47 частных апартаментов площадью от 15 кв. м.; один из 76 лучших SPA-салонов мира SPA-центр „Аурига“ площадью 3,5 тыс кв. м.*

Наличие в текстах информации, фактов из истории также является одним из частотных методов построения медиатекстов дискурса «избранности»: *французская провинция с английскими корнями и непоколебимой репутацией в винном деле; пятизвездочный Landmark-отель „Бристоль“, построенный на рубеже XIX—XX веков, — историческая достопримечательность, архитектурный шедевр, созданный выдающимся зодчим А. И. Бернардацци; этот*

*архитектурный шедевр невозможно не заметить: роскошный особняк в стиле эпохи Возрождения создан по образу Палаццо Фьезоле в Италии; пример чистейшего неоклассицизма, особняк класса luxury пропитан колоритной историей своего города. Потенциальный потребитель является профессиональным путешественником, он хорошо эрудирован в области туристической индустрии, поэтому тексты не ограничиваются красочным описанием рекламируемого объекта, в них присутствует познавательная информация.*

Частотной является репрезентация субконцепта концепта «luxury» — «мировой уровень»: *один из 76 лучших SPA-салонов мира; в рамках European Health&SPA Awards отмечен как Best Destination Spa в Европе; лучший сомелье мира 2007 Андреас Ларсон.* Несмотря на то что VIP-клиент ценит качество предоставляемых услуг, он является представителем особого сегмента, поэтому важно подчеркивать уникальность позиционируемого турпродукта.

Даже при особом социальном статусе и высокой платежеспособности VIP-клиентами зачастую управляют мечты: мечта о романтических выходных на уединенном острове посреди океана, мечта покорить неизведанные направления в экзотических странах или просто мечта провести долгожданный отпуск в роскошной обстановке со всеми сопутствующими данному классу удобствами и услугами. Главная цель туристической индустрии — превратить мечты потенциальных потребителей в реальность и сделать всё возможное, чтобы действительность превзошла ожидания. Однако стоит вернуться к исключительной особенности турпродукта: его нельзя увидеть, протестировать заранее, поэтому с помощью медиатекстов необходимо создать как можно более красочную историю. В аспекте «волшебного» дискурса клиент выступает в роли «слушателя» той «сказки», которую предлагает ему автор-«сказочник». В данном дискурсе туризм описывается как волшебство, чудо, к которому может прибегнуть клиент, а также как победа над будничной закономерностью, отсюда и реализация таких концептов, как «уникальность», «неповторимость».

#### **Головокружительное путешествие (реклама отеля «Европа», Санкт-Петербург)**

*Волшебная пора Нового года подарит всем гостям Гранд Отеля Европа головокружительное путешествие в незабываемый мир музыки, царство моды, искусства и изысканных угощений. Манящая атмосфера былых эпох, когда весь свет общества путешествовал под ритмичный стук*

*колес Восточного Экспресса, сделает эту новогоднюю ночь поистине незабываемой.*

Позиционируемый турпродукт в текстах данного вида дискурса является не просто товаром — в первую очередь он выступает в качестве воплощения мечты: *Время сказок и мифов прошло, но в Sani Resort по-прежнему существует маленький кусочек волшебного рая; поддайтесь волшебству и откройте для себя чудесные рождественские ярмарки в туристической стране — Германии; волшебная пора Нового года подарит всем гостям Гранд Отеля Европа головокружительное путешествие в незабываемый мир музыки, царство моды, искусства и изысканных угощений.*

В приведенных примерах очевидна репрезентация концепта «сказка». Рекламуемый объект туристической индустрии выступает в роли сказочного персонажа, который может дарить подарки, волшебную атмосферу, незабываемые впечатления.

Содержательную часть текста составляет описание ощущений, которые потребитель может получить, воспользовавшись той или иной услугой: *воздух наполнен ароматом миндальных орехов, а глинтвейн только и ждет момента, чтобы согреть вам душу; легкое дуновение ветерка, чистая морская вода и приятное тепло солнечных лучей — вот секретный эликсир красоты и молодости греческих богов; вы почувствуете на себе очарование Востока и насладитесь прикрасами данного региона.*

Еще одной специфической чертой дискурса «волшебства» является позиционирование турпродукта как «укромного уголка», где клиент может остаться наедине с самим собой и отвлечься на некоторое время от работы и ежедневной суеты: *...если у Вас есть возможность совершить „побег“ из суматохи повседневной жизни, то обязательно приезжайте сюда — в Марса Алам; Сегодня Sani Resort — частный экологический заповедник, райский сад, сохранивший нетронутой свою первозданную красоту.*

Отметим, однако, что данные типы дискурсов мы выделяем с достаточной степенью условности: сложно говорить о «чистой» дискурсивной практике, текст, относимый к какому-либо из видов, может включать элементы двух других.

Очевидно, что коммуникация в сфере туризма может быть охарактеризована как персуазивная. Она представляет собой инвариантный тип ментально-речевой деятельности индивида, реализующий попытку воздействия на адресата с целью добиться от него самостоятельного решения о необходимости, желательности, возможности

совершения или отказа от совершения определенного посткоммуникативного действия в интересах адресата [Голоднов 2005: 22].

Задача адресанта рекламного сообщения любого типа, в том числе и при позиционировании туристического продукта, — убедить потребителя в целесообразности совершения покупки предлагаемого товара/услуги.

Эффективность рекламных сообщений определяется, в частности, грамотным выбором коммуникативных стратегий и тактик речевого воздействия при учете всех прагматических условий.

В рекламных сообщениях традиционно выделяют два типа коммуникативных стратегий: *позиционирующие* и *оптимизирующие* [Пирогова 2001; Горячев 2010 и др.]. Позиционирующие стратегии направлены на формирование имиджа рекламируемого объекта, оптимизирующие — на повышение эффективности воздействия рекламного текста, создание благоприятных условий для интерпретации сообщения и преодоление различных коммуникативных барьеров.

Продвижение и позиционирование товаров и услуг класса «люкс» требует особого мастерства, использование традиционных приемов массовой рекламы в таких ситуациях может оказаться малоэффективным. Целевой аудиторией рекламы luxury-объектов является, как мы уже отмечали, весьма небольшой сегмент потребителей, для которых категория эксклюзивности, подтверждающая их высокий социальный статус, является ключевой. Адресат подобной рекламы должен чувствовать уважение к себе, но без подобострастия, понимание своих потребностей, но без категоричности, желание помочь, но без навязчивости. Однако, несмотря на различие в конкретных приемах позиционирования и продвижения товаров и услуг класса «люкс», общие стратегии создания рекламных сообщений остаются неизменными.

Одна из наиболее очевидных позиционирующих стратегий рекламы luxury-услуг — **стратегия апелляции к статусу**. Данная стратегия позволяет подчеркнуть, с одной стороны, соответствие приобретаемых услуг ценностным ориентациям потребителя, а с другой — принадлежность адресата к референтной группе с высоким социальным статусом и уровнем дохода.

В качестве реализации стратегии апелляции к статусу можно выделить следующие тактические приемы:

- 1) апелляция к авторитету;
- 2) апелляция к роскоши;
- 3) апелляция к стилю и моде.

**Апелляция к авторитету** выражается прежде всего в использовании прецедентных имен. Соотнесение рекламируемых объектов с известными личностями, значимыми для целевой аудитории в интеллектуальном и эмоциональном аспектах, действует на потребителя как доказательство элитного статуса этих объектов: *Прожив в легендарном „Ритце“ более 35 лет, великая Коко часто говорила: „Ритц — это мой дом“. Отель подарил ее имя своему самому экстравагантному люксу. Декор его комнат отражает индивидуальность и напористый характер мадемуазель Шанель* (реклама отеля «Coco Chanel Suite Ritz», Франция).

В качестве авторитета может быть использовано имя, не являющееся прецедентным, но имеющее исторический ореол, позволяющее включить рекламируемый объект в культурно-исторический контекст: *Когда-то этот особняк, возведенный в 1896 году рядом с Трокадеро, принадлежал внучатому племяннику Наполеона принцу Ролану Бонапарту, букинисту, географу и авиатору. Сегодня его дворец, обновленный архитектором Ричардом Мартином, стал гранд-отелем Shangri-La, Paris. Лучший люкс Imperiale (270 кв. м) некогда служил личными покоями принца* (реклама отеля «La Suite Imperiale Shangri-La», Франция).

Иногда в качестве авторитета выступают определенные категории лиц, традиционно ассоциирующиеся с высоким социальным статусом:

- **Звёзды, приезжающие на берлинский кинофестиваль, и высокопоставленные берлинские чиновники последние шесть лет останавливаются в Берлинском Ritz-Carlton „одном из самых статусных нашей коллекции“, по словам Саймона Купера, президента The Ritz-Carlton Holten Company** (реклама отеля «Ritz-Carlton», Германия).

- **Расположившийся на площади Республики роскошный пятизвездочный отель Principe di Savoia с 1927 года привлекает международную политическую и культурную элиту** (реклама отеля «Principe di Savoia», Италия).

**Апелляция к роскоши**, как правило, включает в себя упоминание безупречного качества, повышенной комфортности и высокой стоимости рекламируемого объекта:

- **Эти апартаменты на восьмом этаже парижского отеля Plaza Athenee встретят вас атмосферой изысканной роскоши стиля ар-деко: просторные комнаты, отделка и мебель из макасарского эбена и красного дерева, диваны, обтянутые серым и розо-**

вато-лиловым бархатом с серебряной вышивкой, дорогие шелка, черно-белые фото Жюль Трийера и гипнотически манящая Мадам Эйфель. Стоимость: от €9000 (реклама отеля «Eiffel Suite 888 Plaza Athenee», Франция).

- Салон оснащен звукопоглощающими занавесками, которые отгораживают каюту своеобразной перегородкой и звукоизолирующим ковром. К услугам пассажиров роскошная ванная комната с широкими вертикальными зеркалами, просторный отсек для умывания, душевая и утилитарная комната для переодеваний с кожаными креслами (реклама авиакомпании «Lufthansa»).

- Комплекс расположен прямо на берегу моря и включает восемь прекрасно оформленных саун, центр талассотерапии, зал для медитаций и ароматерапии, бассейн для расслабляющих ванн, панорамный бассейн с морской водой, фитнес-центр, массажный кабинет, солярии и салон красоты. Те же, кто боится простудиться в холодной воде Балтийского моря, могут скатиться с водяной горки длиной 70 метров или расслабиться в джакузи в субтропическом аквапарке „Аква тропикана“, вода в бассейнах которого подогревается до 29°C (реклама дестинации, Германия).

**Апелляция к стилю и моде** выражается в утверждении, что выбор рекламируемого туристического объекта (пребывание в том или ином отеле, отдых на определенном курорте и т. п.) — это модно и стильно. В начале прошлого столетия один из крупнейших специалистов по связям с общественностью Эдвард Бернейс заметил, что нет ничего эффективнее, чем подменять мораль и здравый смысл модой и «крутизной». Это хорошо работает в тех случаях, когда рациональная аргументация или невозможна, или уже бессильна.

- Со времен появления первого ледяного бара в 1994 году в Icehotel Jukkasjarvi в Швеции (автор проекта — компания Absolut) ледяные бары стали очередным модным „must-have“ для большинства туристических маршрутов (реклама лайнера «Norwegian Epic»).

- Каждый номер роскошного отеля сможет похвастаться не только произведениями искусства, в частности, фотографиями известного дизайнера Irene Matijue, но и наличием модных книг от издательства Rizzoli и Taschen (реклама отеля «Cassa Hotel and Residences», США).

- каждая деталь — отражение последних модных тенденций; новаторский

дизайн; уникальный образец стиля (реклама отелей Европы).

- Стиль ар-деко от модного американского архитектора Тьерри Деспонта должен убедить в том, что отель простоял на этом месте лет 80, а вовсе не открылся в прошлом сентябре <...> Утром постояльцы жуют здесь мюсли, а вечером он превращается в супермодное место, куда не так просто попасть. Это первый европейский проект шефа Вольфганга Пака, после успешных стейк-хаусов в Беверли-Хиллс, Лас-Вегасе и Сингапуре (реклама отеля «45 Park Lane», Великобритания).

Другая позиционирующая стратегия, актуализируемая в рекламных сообщениях luxury-услуг, — это стратегия дифференцирования. Ее использование позволяет подчеркнуть отличительные особенности рекламируемого объекта, выделить его преимущества перед конкурентами, снизить возможность отказа от услуги в пользу эквивалентной, усилить приверженность рекламируемому объекту и уменьшить чувствительность к его стоимости.

Стратегию дифференцирования реализуют следующие тактические приемы:

- 1) ссылка на уникальность объекта;
- 2) ссылка на индивидуальный подход.

**Ссылка на уникальность объекта** проявляется в использовании лексем со значением уникальности, эксклюзивности, прилагательных в превосходной степени. Подобные лексические единицы обладают внушающим потенциалом, актуализируют ценностные установки и потребности адресата. В рекламе туристических услуг класса «люкс» прослеживается тенденция к интенсификации положительных свойств и качеств рекламируемого объекта.

- Трудно найти отель, который бы более полно воплощал в себе то, что называют пресловутым „духом Парижа“. Основанный еще в 1928 году, Le Royal Monceau представляет собой средоточие всего того, чем так пленяет Париж, — изящества, романтизма, утонченного ума, а главное, приверженности искусству во всех его видах... Ну в каком еще отеле можно найти в каждом номере акустическую гитару! И это уже не говоря о том, что сам отель — это своеобразная художественная галерея. Даже роспись потолка в ресторане La Cuisine представляет собой настоящий шедевр (реклама отеля «Le Royal Monceau», Франция).

- Вы сможете побывать в самых красивых городах Южной Америки — Рио-де-Жанейро и Буэнос-Айресе, полюбоваться едва ли не самыми красивыми ледниками

в Перито-Морено, отметить **на самой южной точке континента** и, конечно, **посетить самый холодный и самый загадочный из материков** — Антарктиду.

- В лагуне неправдоподобной чистоты 57 вилл на сваях стоят прямо в воде, остальные семь бунгалов поджидают гостей на пляже. **Но что по-настоящему отличает этот курорт от собратьев по роскоши, так это культ кулинарии.** Ресторан *The Deer End* не раз заслуживал аплодисменты за свою кухню. В его меню среди прочего: равиоли с начинкой из лобстера с луковым мармеладом и трюфелями и филе ягненка в панировке из зелени в винно-сливочном соусе (реклама отеля «Taj Exotica Resort & SPA», Мальдивы).

- „Велавару“ в переводе с местного языка Мальдивских островов *дивехи* означает „черепаший остров“. В июле 2009 года здесь были открыты первые на Мальдивских островах 32 виллы категории *InOcean Villas*. **Уникальные виллы** расположены в километре от основного острова и предлагают испытать **уникальные ощущения** уединенности посреди океана (PR-текст курорта «Angsana Velavaru», Мальдивы).

**Ссылка на индивидуальный подход** основана на оптимальной адресации, подчеркнуто персональном отношении к клиенту, учете ценностей, интересов и пожеланий потребителя. Для реализации данной тактики используются лексемы с семантикой помощи, сотрудничества, а также со значением разнообразия.

- Вернувшись в *Les Airelles* через несколько лет, можно быть уверенным — вас здесь помнят. Метрдотель обратится к вам по имени, а на завтрак, как бы между прочим, предложат ваши любимые блюда.

- Если вы хотели бы провести незабываемый отпуск, получить новые впечатления, то вам, несомненно, следует обратить внимание на Венесуэлу. **Кроме того, для молодоженов, решивших провести свой медовый месяц в этой стране, отели Венесуэлы предлагают специальные номера для новобрачных с перечнем дополнительных услуг, уже входящих в стоимость** (реклама дестинации, Венесуэла).

- Приятным подарком от отеля станет путешествие по Милану на лимузине, предоставленном отелем, он доставит вас в исторический центр города и обратно. Для ценителей кулинарного искусства в отеле имеется великолепный итальянский ресторан *Acanto* и *Principe Bar* (реклама отеля «Principe di Savoia», Италия).

К оптимизирующим стратегиям в первую очередь можно отнести **стратегию диало-**

**гизации текста**, способствующую развитию эмоционального компонента повествования, созданию доверительного тона высказывания, вовлечению потенциального адресата во взаимодействие с автором рекламного текста.

Наиболее распространенный прием диалогизации — **интимизация коммуникативного пространства**, которая достигается за счет экспликации участников коммуникативного акта путем использования местоимений *мы* и *вы*, а также глаголов первого и второго лица. Данный прием позволяет сократить коммуникативную дистанцию между автором и адресатом рекламного сообщения, создать иллюзию внимания рекламодателя к потребителю, вызвать у адресата положительные эмоции и настроить его на позитивный посткоммуникативный результат:

- **Мы рады разделить с Вами долгожданную новость об открытии нового отеля Viceroy на Мальдивах** (реклама отеля «Viceroy Maldives», Мальдивы).

- **Позвольте нам сделать вас капитаном вашего собственного корабля. Позвольте нам познакомить ваших детей с морской черепахой. Позвольте нам пригласить вас совершить подводное плавание „снорклинг“ по луне. Позвольте нам создать такие яркие впечатления, что при воспоминании о них вы будете ощущать запах морского воздуха** (реклама сети отелей «The Ritz-Carlton»).

- **В ноябре и декабре мы приглашаем вас окунуться в неповторимую атмосферу одной из 2500 рождественских ярмарок, объединяющих в себе традиции и гостеприимство** (реклама спецпредложения от компании «Germany Club»).

Еще одним приемом диалогизации рекламного сообщения является использование императивных конструкций. Императивность, свойственная рекламной коммуникации как таковой и обладающая свойством убеждать потребителя, в рекламе услуг класса «люкс» сглаживается и выступает преимущественно в смягченных формах, чаще всего в форме совета, рекомендации, поскольку классический императив в форме второго лица придает сообщению авторитарное звучание и ассоциируется с навязыванием чужих предпочтений. Конструкции со значением побуждения в рекламе *luxury*-услуг, как правило, представляют собой сочетания лексем *стоит, следует, нужно, необходимо* с инфинитивом, обозначающим желательное действие:

- **Планируя поездку в Париж на День святого Валентина, стоит остановить**

**свой выбор** на недавно открывшемся фешенебельном отеле Mandarin Oriental (реклама отеля «Royal Mandarin Suite Mandarin Oriental», Франция).

- Если вы хотели бы провести незабываемый отпуск, получить новые впечатления, то вам, несомненно, следует **обратить внимание на Венесуэлу** (реклама дестинации, Венесуэла).

- Если служебный график слишком суров, рабочий день не нормирован, то **снимать напряжение и хроническую усталость, избавляться от частых стрессов и плохого настроения нужно хотя бы во время регулярного отпуска** (реклама дестинации, Черногория).

В качестве приема диалогизации в рекламный текст может быть включен вопросно-ответный комплекс, позволяющий не только вовлечь адресата во взаимодействие с автором сообщения, но и более четко структурировать информацию, увеличить воздействующий потенциал аргументов: *Если уж искать романтику, то в Париже. Если уж в Париже жить, то в номере Le Royal Monceau Suite отеля Le Royal Monceau. Почему? Да потому, что это — как путешествие в прошлое, красивое и бесконечно изысканное* (реклама отеля «Royal Monceau Suite Le Royal Monceau», Франция).

В рамках оптимизирующих стратегий можно выделить и **стратегию мотивирования потребителя**. Она может быть реализована с помощью тактики визуализации.

**Тактика визуализации** основана на использовании сенсорно ориентированных кластеров, направленных на зрительную, слуховую и — реже — обонятельную, осязательную и слуховую стимуляцию. Подобный прием позволяет усилить экспрессивную насыщенность текста, а многократное повторение слов и словосочетаний, формирующих чувственно воспринимаемые образы, нередко превращает аргументацию во внушение:

- Возможно, первый камень удивительного курорта Sani Resort был заложен великодушным греческим богом, очарованным живописными пейзажами полуострова Халкидики: буйство растительности, сосновый бор, **оливковые рощи, белоснежные песчаные пляжи и изумрудные воды Эгейского моря** (реклама курорта «Sani Resort», Греция).

- Абсолютная, почти пугающая тишина, наличие только трех цветов — белого, черного и синего, грозное, практически осязаемое величие природы... (реклама антарктических круизов).

**Тактика экспликации желаний потребителя (экспликации мотивов).**

- Поклонникам комфортного и беззаботного отдыха курорт делает соблазнительное предложение „Удивительная лагуна“. Забронировав его, гости смогут насладиться активным отдыхом, **не ломая голову над тем, где, когда и куда стоит забронировать экскурсию — ведь ежедневные развлечения, будь то ночная рыбалка или подводное сафари, уже включены в предложение!** (PR-текст курорта «Angsana Velavagu», Мальдивы).

- Деревянная мебель, натуральный текстиль, плетеные кресла на веранде, километровый пляж с белоснежным песком, порхающие повсюду экзотические птицы — **что еще нужно, чтобы почувствовать, что вы, наконец-то, всерьез и надолго оторвались от цивилизации** (реклама отеля «The Residence Zanzibar», Занзибар).

С убеждающей целью в рекламный текст может быть включен нарратив, который представляет собой способ косвенного воздействия на адресата, позволяет сформировать необходимый образ в сознании потребителя, не вызывая раздражения и отторжения. Кроме того, нарратив нередко является связующим звеном между современной действительностью и определенным историческим событием, личным пространством адресата (персональной реальностью) и социокультурным контекстом (культурно-исторической ситуацией).

Говоря о нарративе в рекламных сообщениях туристического дискурса, мы вновь сталкиваемся с конструированием в рамках рекламного текста дискурса «волшебства», «сказки».

Е. Е. Меньшикова в диссертационном исследовании «Мифопоэтика рекламного туристического нарратива» [Меньшикова 2012] вводит термин «рекламный туристический нарратив», под которым понимает «зафиксированное в виде текста дискурсивное образование, являющееся способом создания мира локального интереса в виде туристических сюжетно-повествовательных событий, происходящих в определенных пространственно-временных рамках» [Меньшикова 2012: 7]. Как справедливо утверждает автор, рекламный туристический нарратив конструирует реальность потребления с помощью разнообразных приемов мифологизации, создает мифологическое видение мира, а именно мира локального интереса. Рекламный туристический нарратив формирует, таким образом, столь значимую для рекламного дискурса мотивацию действий и поступков, идеальную модель путешествия, к которой необходимо стремиться. Ад-

ресант рекламного сообщения конструирует — в соответствии с наиболее актуальными для целевой аудитории отдыха премиум-класса мотивами — реальность, параллельную действительности «здесь и сейчас». Адресат перемещается в нарративный хроно-топ сказки, гармонии и абсолютного счастья. Такого рода нарративное пространственно-временное измерение становится, по сути, обязательным компонентом рекламы услуг luxury-сегмента, участвующим в эксплуатации и интенсификации уже актуализированных потребностей потенциального покупателя и создании новых. Локусы при этом могут варьироваться (локус рая, сказки, мечты, детства и т. п.), инвариантным остается формируемый в рамках рекламного нарратива путь из обыденной повседневности в хронотоп желаний потребителя.

• *Индийская история, мифология и религия увлекают многие пытливые умы. В храмах Индии сохраняются аутентичность и магическая притягательность, способные очаровать любого путешественника. На юге страны, в штате Тамил Наду, находятся главные места сражений богов индуизма и десятки священных городов, сохраняющих в своих стенах память о вечности. Чтобы получить представление о сути индуизма и его ценностях, стоит на несколько недель погрузиться в древность индийской культуры, проложить маршрут и объехать хотя бы самые большие города Тамил Наду.*

• *В самом сердце тропического леса на вечнозеленых горных вершинах и по сей день таится город, известный нам из книг и фильмов и напоминающий об одной из древнейших цивилизаций — цивилизации инков. Это священное пристанище и поныне хранит таинственный дух прошлого в каждом своем строении и загадочно зовется Мачу-Пикчу. Заветная мечта Жозе Кеклена, предпринимателя из Лимы, стала воплощаться в жизнь с 1975 года. Он мечтал преобразовать одну из самых узнаваемых археологических достопримечательностей на земле в место отдыха, наслаждения и общения с природой — и ему удалось сделать райский уголок заповедной природы доступным для искушенных путешественников.*

В целом результаты исследования свидетельствуют, что понятие «luxury» всё активнее употребляется в институциональных дискурсах различного типа, но не всегда его использование оправданно и уместно. Необходимо осознавать, что исследуемая единица функционирует в рамках узкого сегмента — товаров и услуг класса «luxury» —

и позиционирование и продвижение товаров данного сегмента требует специфического набора коммуникативных стратегий и тактик.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Аликина Е. Ю. Аттрактивная функция метафоры в туристском дискурсе // Вестн. Перм. ун-та. Российская и зарубежная филология. 2010. № 6. С. 44—50.
2. Атакьян Г. С. Прагматика языка туристической рекламы : дис. ... канд. филол. наук. — Майкоп, 2010.
3. Бабкина Т. И. Структурно-семантический анализ лингвокультурного концепта «путешествие»: на материале русских и французских текстов по туризму : дис. ... канд. филол. наук. — Ижевск, 2009.
4. Голоднов А. В. Когнитивные основы персуазивной коммуникации (на примере немецкоязычной рекламы автомобилей) // Когнитивная лингвистика: ментальные основы и языковая реализация. — СПб. : Тригон, 2005. Ч. 2. С. 21—33.
5. Горячев А. А. Моделирование речевого воздействия в рекламной коммуникации : дис. ... канд. филол. наук. — СПб., 2010.
6. Дискурология: методология, теория, практика : 2-я Междунар. науч.-практ. конф. Т. 2. / О. Ф. Русакова [и др.]. — Екатеринбург : Дискурс-Пи, 2007.
7. Илюшкина М. Ю. Прецедентные феномены в российской и британской печатной рекламе услуг для туристов : дис. ... канд. филол. наук. — Екатеринбург, 2008.
8. Карбина О. П. Семантическая организация лингвистических и паралингвистических феноменов в текстах предметной области «Туризм» : дис. ... канд. филол. наук. — Краснодар, 2008.
9. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс : моногр. / В. И. Карасик. — Волгоград : Перемена, 2002.
10. Кошенкова А. А. Сопоставительный анализ языковых средств репрезентации концепта «путешествие» в немецком и татарском языках : дис. ... канд. филол. наук. — Чебоксары, 2010.
11. Кузина О. А. Семантические и ассоциативные поля туризма как отражение фрагментов языкового сознания и картин мира русских немцев и американцев : автореф. дис. ... канд. филол. наук. — Барнаул, 2006.
12. Лидовская О. П. Оценка эффективности маркетинга и рекламы. — СПб. : Питер, 2008.
13. Меньшикова Е. Е. Мифопоэтика рекламного туристического нарратива : автореф. дис. ... канд. филол. наук. — Архангельск, 2012.
14. Мудров А. Н. Аксиомы рекламы. — М. : Магистр, 2008.
15. Пименова З. П. Функции метафоры в рекламном туристическом дискурсе // Vznik moderní vědecké — 2012 : materiály VIII mezinárodní vědecko-praktická konference.— Praha : Education and Science. Díl 11 : Filologické vědy. С. 86—89.
16. Пирогова Ю. К. Стратегии коммуникативного воздействия в рекламе: опыт типологизации // Диалог-2001 : труды междунар. семинара. — М., 2001.

URL: [http://www.dialog-21.ru/Archive/2001/volume1/1\\_31.htm](http://www.dialog-21.ru/Archive/2001/volume1/1_31.htm).

17. *Погодаева С. А.* Языковые средства аргументации во французском туристическом дискурсе : дис. ... канд. филол. наук. — Иркутск, 2008.

18. *Протченко А. В.* Типологические и функционально-стилистические характеристики англоязычного путеводителя : дис. ... канд. филол. наук. — Самара, 2006.

19. *Тюленева Н. А.* Лингвокогнитивные стратегии позиционирования и продвижения туристических услуг в российской и англо-американской рекламе : дис. ... канд. филол. наук. — Омск, 2008.

20. *Светлакова О.* Особое мнение. Правила охоты за охотниками роскоши. 2007. URL: <http://www.sostav.ru/articles/2007/10/08/ko1/>.

21. *Славинский С.* Неизвестный luxury, или Где начинается маркетинг роскоши. 2009. URL: <http://www.executive.ru/knowledge/announcement/983932/>.

22. *Филлипс Л. Дж., Йоргенсен М.* Дискурс-анализ. Теория и метод. — Харьков : Гуманитарный центр, 2004.

23. *Шевченко Е. М.* Вербализация концепта «путешествие» фразеологическими единицами современного английского языка : дис. ... канд. филол. наук. — Белгород, 2009.

**Статью рекомендует к публикации д-р философии, проф. Л. Цонева**

УДК 82-2:821.161.1.3(Платонов. А. П.)  
ББК ШЗ3(2Рос=Рус)-8,43

ГСНТИ 17.82.20; 16.21.33

Код ВАК 10.01.01; 10.02.01

Н. П. Хрящева N. P. Khryashcheva

К. С. Когут K. S. Kogut

Екатеринбург, Россия

Ekaterinburg, Russia

**БИБЛЕЙСКИЕ МОТИВЫ  
В ПЬЕСЕ А. П. ПЛАТОНОВА  
«ВОЛШЕБНОЕ СУЩЕСТВО»**

**THE BIBLICAL THEMES  
IN PLATONOV'S PLAY  
"THE MAGICAL CREATURE"**

**Аннотация.** Анализируется пьеса А. П. Платонова «Волшебное существо». Разбирается синтез мифопоэтических и библейских мотивов, проявленный поэтикой платоновской пьесы. Проведенный анализ позволяет сделать вывод об авторской концепции мира и человека в пьесе, об открытии им того типа сознания, который человек «наработал» на войне.

**Abstract.** This article deals with Platonov's play "The Magic Creature". The authors analyze the synthesis of myth and biblical motifs shown by the poetics of Platonov's play. This analysis leads to the conclusion about the author's conception of the world and man in a play, about his discovery of the type of national consciousness that man has acquired while at war.

**Ключевые слова:** Платонов; драматургия; Великая Отечественная война; народ; Родина; библейские мотивы; Евангелие; мифопоэтика.

**Key words:** Platonov; drama; Great Patriotic War; people; Home; biblical themes; gospel; myth.

**Сведения об авторе:** Хрящева Нина Петровна, доктор филологических наук, профессор кафедры современной литературы.

**About the author:** Khryashcheva Nina Petrovna, Doctor of Philology, Professor of the Chair of Modern Literature.

Место работы: Уральский государственный педагогический университет.

Place of employment: Ural State Pedagogical University.

**Контактная информация:** 620017, г. Екатеринбург, пр. Космонавтов, 26, к. 279.  
e-mail: ninaus@olympus.ru.

**Сведения об авторе:** Когут Константин Сергеевич, аспирант кафедры современной русской литературы.

**About the author:** Kogut Konstantin Sergeevich, Post-graduate Student of the Chair of Modern Russian Literature.

Место работы: Уральский государственный педагогический университет.

Place of employment: Ural State Pedagogical University.

**Контактная информация:** 620017, г. Екатеринбург, пр. Космонавтов, 26, к. 279.  
e-mail: kosfunpix@yandex.ru.

В драматургическом наследии Платонова пьеса «Волшебное существо» (1944) наименее изучена. В примечаниях к «Ноеву ковчегу» (2006), наиболее полному на сегодняшний день собранию драматургии писателя [Платонов 2006], Н. В. Корниенко очерчивает место этой пьесы в его творчестве, а также «проявит» «список претензий, который сформировался в официальных литературных кругах к военным произведениям Платонова»: «несомненную опасность» представляли противоположный горьковскому «религиозный, христианский гуманизм, философствующие старики, „мысль автора, что русский солдат одолеет врага исключительно силой своего терпения и страдания“» [Там же: 450]. (В комментариях к пьесе Н. В. Корниенко отметит: в «Волшебном существе» «узнаются темы, образы и мотивы очерков и рассказов 1944 года». В судьбе Наташи угадывается история еврейской девушки Розы. «Ко времени работы над пьесой рассказ „Девушка Роза“, скорее всего, уже был написан. Платоновская же „Афродита“ еще только рождается, и во мно-

гом — именно в ходе работы над пьесой». Ученый указывает и множество других переключек, «воскрешающих имена героев предшествующих произведений» [Там же: 450].)

Особый взгляд на войну, нашедший отражение в пьесе «Волшебное существо», определялся в немалой степени и личной трагедией писателя — смертью несовершеннолетнего сына. Н. М. Малыгина замечает: «В этой пьесе что-то было, связанное с Платоном. Когда эту пьесу читали, Андрей Платонович плакал» [Малыгина 2009: 94]. В «Волшебном существе» изображается близкий конец войны в перспективе перехода к мирной жизни. Этот переход виделся Платоновым далеко не лучезарным. Он понимал, что если «истончившееся в войне материальное основание бытия» еще можно поправить, то гораздо сложнее и даже невозможно преодолеть деформацию человеческой души, огрубевшей, растерявшей сердечное тепло в военных испытаниях. Это понимание, по сути, и определяет черты новой поэтики в пьесе, своеобразно подготавливающие платоновское «Возвраще-

ние» (1946). Задача нашей работы — показать их присутствие на разных уровнях текста.

Предошущение близящегося мира дано через рядоположенность двух разных топов — военного, проявленного русскими пленниками, роющими немецкие траншеи, звуками близкого боя, гулом военной техники, устремленной на Запад; и мирного, обозначенного образом дома, который все чаще появляется на дорогах войны. Его изображение примечательно: крестьянская изба Никитишны с Анютой показана не сдавшейся врагу крепостью. В ней припрятано, запасено все необходимое для возвращения к мирной жизни: хлеб и картошка, сундуки с анютиным приданым, а главное — укрытая в подполье школьная библиотека с томиком Пушкина, в который вложена составленная председателем и дополненная крестьянками ведомость убытков, причиненных немцами всему народу. Изба, таким образом, как микрокосм русского национального бытия изображена в своей способности мгновенно развернуться макрокосмом. Характер изображения городской квартиры, предоставленной генералу Климчицкому для «излечения», также неожиданен: среди «цветов, рояля, шкафа с книгами» Иван и Растопчук едят на полу картошку из закопченного котелка — «как в поле получилась, нигде мы такой не едали — только под Великими Луками...» [Платонов 2006: 251]. Эта же квартира послужит местом «неудачной репетиции» праздника Победы.

Атмосфера переходности, включающая в себя гамму противоположных чувств, настроений, ощущений создается также странным для традиционно военной пьесы смещением ролей. Климчицкий показан не только генералом, но и нежно любящим мужем, тяжело раненным не столько снарядом, сколько гибелью жены. Молоденькие девушки Варвара, Наташа, Анюта не только настоящие солдаты (одна прошла Сталинград, две другие — немецкий плен), но и невесты, которым, как говорит один из героев, «рожать пора». Редукция социально значимой роли обрачивается восполнением онтологической.

Нарочитая подробность в изображении временной рубежности — обширные ремарки в этой пьесе — порой вступает в противоборство с собственно драматическим началом, которое открывает для художника возможность детально взглянуть в человеческие души, прошедшие испытание войной. Это взгляды реализует себя в нескольких взаимосвязанных контекстах: элегическом, сказочно-мифологическом, христианском, пушкинском. На некоторые из них мы лишь укажем, подробно же остановимся на

христианском контексте, думается, доминантном.

Коллизийную основу пьесы составляют перипетии преобразования Умирающего сердца, находящего утешение в исцеляющей силе любви и самопожертвования. Лирический мотив тоскующего сердца постоянно сопутствует в пьесе драматическому действию. Элегическая тональность задается диалогом-размышлением Климчицкого с умершей женой: *Не устранить ли это все, взять трость в руку и уйти одному в ночное мирное поле?.. Как ты думаешь, Мария Петровна? Ты молчишь, ты всегда теперь молчишь. Ты бы позвонила или постучала в дверь и вошла сюда. Я бы многое тебе мог теперь рассказать, самое главное, что не успел сказать и все откладывал, думал успею, позже скажу...* [Платонов 2006: 252]. Мотив ухода в иное жизненное пространство, один из самых частотных в творчестве Платонова, сигнализирует об обнаружении героем глубокой дисгармоничности, присущей самому бытию. Ее преодоление совершается благодаря памятливому сердцу героя, оно превращает умершую жену в «молчаливую» и наполняет ее незримым присутствием окружающий Климчицкого мир.

Обращает на себя внимание мерцающая уже здесь «воскресительная» интонация, свойственная христианскому мироощущению. Но для сколько-нибудь отчетливого понимания христианских смыслов необходимо вначале взглянуть в тесно соотнесенную с ней сказочно-мифологическую основу пьесы. Именно волшебной сказке, согласно исследованиям В. Я. Проппа, присуща бинарная модель невесты и жены: «Можно заметить, что в сказке герой иногда женится два раза, вернее собирается жениться во второй раз, забыв о первой жене <...> Но брошенная жена „оттуда“ напоминает о себе, и герой женится на первой» (данная модель является основой многих сказочных сюжетов, самый распространенный из которых, — «Морской царь и Василиса Премудрая»). Климчицкий признается Марии, встретив ее после смерти/разлуки, что любил свою невесту, чтобы не умереть от тоски по жене. Согласно сказочным принципам автор раздает персонажам и основные роли. Невеста Наташа — седьмая и старшая из племянниц Череватова. Число «семь», как известно, отмечено частотностью сказочной семантики. Наташа станет и сказочным дарителем. Она подарит герою копейку, которая в силу заключенного в ней архетипического смысла дороже всех сокровищ. «Посказочному» выглядит и перевоплощение Варвары из солдата в красивую девушку. Однако понять смысл всех этих превращений

и перевоплощений, а стало быть, и то художественное открытие, которое совершает Платонов в этой пьесе, позволит христианский контекст. Он обнаруживает себя несколькими мотивами. Основным является мотив «муки», восходящий в архетипе к мукам Богородицы, запечатленным в «Хождении Богородицы по мукам», апокрифическом сочинении. Греческий текст этого сочинения известен с IV—V вв., славянский перевод — с XI в., а активная переписка памятника осуществлялась в XVII—XVIII вв. в старообрядческой среде (см. перевод и комментарии «Хождения Богородицы по мукам» М. В. Рождественской [Апокрифы Древней Руси 2008]). В свою очередь, мотив «муки» коррелирует с мотивом встречи/узнавания мужем невесты/жены. Евангельской основой этой встречи является сцена целования/узнавания Елисаветой в своей родственнице Марии Матери Христа.

Обратимся к семантике мотива «муки». Жена генерал-майора Александра Ивановича Климчицкого Мария Петровна в немецком плену. Она вместе с другими пленниками отрывает немецкую траншею. С советской стороны слышатся песни Родины: «Полоняночка», «Рябина», «Липа вековая». Они вселяют в пленников надежду на освобождение. Катализатором этой надежды и становится Мария. Так, на рассказ пленного солдата Ивана Аникеева о ранении в голову она реагирует ироничной репликой: «А ноги-то целы у вас?»

**Иван.** Ноги? Ноги пока при нас.

**Мария.** При вас? Так ты пользуйся ими. Слышишь — это нас зовут [Платонов 2006: 237].

Пленники начинают готовиться к побегу. В этой же сцене Мария узнает, что ее муж совсем рядом и что он ее очень любит: *По ночам один плачет, о жене своей печалью тоскует, забыть о ней не может, а без нее жить ему состояния нет... А...может, она в земле давно лежит, может, нищенкой мается в рабынях* [Там же: 239]. Любовь мужа преобразует Марию: *А я правда... сейчас счастливая* [Там же: 239].

Сцена же в целом «обрамлена» принятием Марии к земле. Вот две начальных ремарки: *Мария Петровна бросает лопату и ложится на землю вниз лицом; Мария лежит на земле...* Финальные ремарки проявляют ту же позицию героини:

*Второй выстрел нашей пушки. Близкий разрыв снаряда. Падает на землю Мария — и она уже не встает...*

**Иван** (поднявшись). Не попал! (Смотрит на лежащую Марию.) Вставай, наш генерал недалеко!

*Мария лежит неподвижно, Иван убивает лопатой немца... Со сцены исчезают все. Остаются лежать Мария и немец* [Там же: 241].

В принятии Марии к земле обращает на себя внимание положение ее тела «вниз лицом». Этот жест, по мнению Е. Н. Проскуриной, «заряжен семантикой возрождения», «возвращения к истокам» и стоит в ряду «таких активных в творчестве Платонова мотивов как возвращение в материнское лоно, маточное место как лоно универсальной жизни». Для нас принципиально замечание ученого о том, что смыслом возрождения/воскресения отмечена у Платонова «не только смерть „лицом вниз“, но и положение живого тела „лицом вниз“, если этому телу необходимо восстановление сил...» [Проскурина 2001: 106—109]. Сказочно-мифологические представления о живоносной силе Матери-земли сопровождаются в пьесе «воскресительной» интенцией.

Ее высшей точкой станет появление Марии, «ожившей из мертвых»: *Входит Мария.*

**Анюта** (всматриваясь в Марию). Тетка!.. А тетка? А ты землю с нами не копала на немцев?

**Мария.** Копала... Я много земли копала, я и падала на землю, и обмирала на ней, я много людей видала, — может, и с вами была, теперь не помню... [Платонов 2006: 282].

Этот диалог интересен тем, что персонажи, его ведущие, несмотря на совместное пребывание в плену, исходят из опыта пребывания в разных пространствах. Если пространство Анюты — конкретный топос, то пространство Марии — вся земля, оказавшаяся под немцем, и все люди, мучающиеся на ней. Огромность пути, пройденного Марией, восходит к хронотопической всеохватности, которой наделена оплакивающая человеческие муки Богородица, но не прекращающая своего «хождения». Архистратига Михаила она просит: «Поведи меня, чтобы я увидела все мучения» [Апокрифы Древней Руси 2008: 212]. Мученический путь Марии так же, как и пространство движения Богородицы, наделен чертами потусторонности, о чем свидетельствуют его характеристики: «оттыльча», «оттуда». Только мучаются под немцем не грешники, а советские люди. Главное же, что позволяет говорить о восхождении образа Марии Климчицкой к образу Святой, заключается в способности героини разделить мучения фашистского пленника вместе со всем народом, т. е., в определенной степени, уподобиться тому, о чем просит Творца Богородица: «Помилуй греш-

ников, Владыка, так как я видела и не могу переносить их мучений, пусть буду и я мучиться вместе с христианами» [Там же: 214].

При этом христианский контекст в пьесе то и дело пересекается с мифопоэтическим, обнажая органичность платоновского двоеверия. Так, Мария припадает к земле, как к живому телу, способному даровать возрождение: «много земли копала» — «падала» на нее. И одновременно «обмирала (умирала — К. К., Н. Х.) на ней». Мария, так же как и Богородица, «много людей видала». Их количество столь велико, что ей не вспомнить теперь Никитишны и Анюты, тогда как в ситуации нахождения в едином пространстве это было бы маловероятным.

О мере и степени мучений, через которые прошла Мария, говорит и описание ее внешнего вида: *Она постарела, исхудала еще более, она в ветхой, жалкой одежде, измокшая и продрогшая*. Портрет свидетельствует об иставивании в героине телесного начала. Но в отличие от Любви Кирилловны, спешащей свое похудание восполнить едой, Мария отказывается от еды даже после двухнедельного пути по лесу. Иставивание телесности становится не столько приметой физиологии, сколько характеристикой духа. Героиня обрела ту высоту духа, которая позволяет говорить о богородичных чертах. Их сущностную сторону проявил С. С. Аверинцев: несмотря на то что Богородица имеет земной статус, ее «человеческая природа вместе с наиболее телесными своими аспектами ... возносится превыше бестелесной духовности ангелов» [Аверинцев 2004: 83].

Наше предположение об архетипической близости одного из центральных мотивов платоновской пьесы к апокрифу находит подтверждение и в восприятии Марией прихода Красной армии: *Значит, теперь я дошла, теперь я отдохну. Окончилась моя мука* [Платонов 2006: 285]. Этот приход есть конец муки, вожденное преодоление ружба мученического пространства.

Итак, христианские образы и символы позволили Платонову показать тот реальный «след», который оставила война в человеке и, в частности, подойти к серьезнейшей и долгое время запрещенной теме — теме фашистского плена. Реальность последствий художник и изображает с опорой на библейский «субстрат», обращаясь к состоянию человеческого сердца. Душевно-сердечная парадигма оказывается в центре внимания художника.

Следует отметить, что «воскресение Марии из мертвых» — результат усилий не только ее одной, но и ее мужа. Праздник, устроен-

ный близкими Климчицкому людьми с той целью, чтобы помочь ему, выздоравливающему после тяжелого ранения, уйти от тоскливых мыслей о жене, вдруг осознается как поминки по ней, умершей, но не захороненной. Генерал резко обрывает веселое застолье и просит Ивана найти ему платье жены.

*Иван приносит платье.*

**Климчицкий.** ...оно уже старое...

**Иван.** Да, платье ношеное, а было ничего. Да и теперь оно еще вполне годное...

**Климчицкий.** Надо разгладить его и приготовить. <...> Неси утюг сюда. Надо осторожно гладить... [Платонов 2006: 266]

Наташа, ступая след в след воскресительным манипуляциям мужчин, отбирает у Ивана утюг и, осторожно разглаживая платье, воссоздает по нему образ живой Марии: *Какое хорошее платье! Изящное, простое, такое живое по цвету... Она любила и понимала, что бывает красивым* [Там же: 266].

Все участники этой сцены, словно действуя по чьей-то высшей воле, тщательно готовят платье для живой Марии, будто она подает знак «оттуда». Об этом говорят глаголы и глагольные формы: «и теперь еще вполне годное», «надо разгладить и приготовить», «надо осторожно гладить», «какое хорошее платье... такое живое по цвету...». Все глаголы преимущественно настоящего и будущего, т. е. «воскресительного» времени. Более того, Климчицкий просит, скорее даже приказывает Ивану купить для своей умершей жены «очень хорошие туфли». Иван приносит лаковые туфли: «Примерить бы надо...». И только после этого, словно очнувшись от странного наваждения, Климчицкий осознает, что «примеривать некому...».

Жесты всех трех героев напоминают восходящий к сказке ритуал заклинания, отмеченный семантикой воскресения. Этот ритуал, несмотря на всю его странность, позволил душевно чутким людям — Наташе и Ивану — разделить «безумие» тоски генерала по умершей жене.

Искренность человеческого участия сделала свое благодатное дело, вновь пробудив в герое желание жить всей полнотой бытия: *Я не хочу более болеть... Я работать хочу, я жить хочу с солдатами, и я хочу сражаться! Я тоже люблю многих людей, — а не одну ее только, бедную мертвую мою...* В ответ на этот монолог Иван Аникеев, по замечанию Н. В. Корниенко, alter ego автора, мудро скажет: *Горе само не любит оставлять человека... Горе истомить в себе нужно* [Там же: 267]; и укажет путь к этому: *Поплакать нужно, помолиться...* [Там же: 268]. Спор о целесооб-

разности молитвенного ритуала побуждает героев к прению о вере:

**Череватов.** Молиться расчета нет — Бога не существует.

**Иван.** Как расчета нету? ... Александр Иванович нам, солдатам, нужен, там трудно без него войску обходиться... Я сам за него помолюсь и поплачу, может — ему легче станет.

**Наташа.** Пусть он молится.

**Череватов.** Но кому?

**Иван.** Я всем святым помолюсь

**Череватов.** Святым можно, святых и среди нас много живет, я с ними даже знаком. Это обыкновенное явление [Там же: 268].

Этот диалог очень важен. Во-первых, он отражает «незыблемость» первоначального видения Платоновым Христа как Идеала, к которому должен стремиться человек. Во-вторых, обнаруживает потребность в молитве и слезах не только у богомольного Ивана: *Иван становится на колени... и шепчет молитву. Климчицкий тоже стоит спиной к зрителю. Немного погодя встают на ноги и остаются в этом положении Наташа и Череватов ... Иван подымается ... лицо у него в слезах. Климчицкий оборачивается лицом к зрителю, лицо его также в слезах* [Там же: 268]. Наконец, в-третьих, и это главное, данный диалог проявляет христосцентризм народного сознания как явления массового; воин здесь возводится в ранг святого (*святых и среди нас много живет... Это обыкновенное явление*).

Доказательством «обыкновенности» святости и становится «великомученическая» исповедь Наташи, восходящая, в свою очередь, к истории еврейской девушки Розы, которая составляет основу одноименного рассказа, написанного Платоновым чуть раньше. Наташа была в партизанах. Выполняя очередное задание, она попала к немцам, которые, намереваясь выудить нужные им сведения, стали ее пытать, но она молчала. Тогда ее и других пленных было приказано убить. Немцы расстреляли пленных, завалили соломой и подожгли. Наташу лишь ранили. Когда начался пожар, она уползла и вновь попала в тюрьму к немцам, где «палач бил ее по темени» и «проверял», чтоб она «не умерла, а только потемнела рассудком». Когда же это произошло, ее выпустили в надежде, что глядя на нее, безумную, люди будут бояться немцев еще более. Но люди не боялись, а оберегали ее, как могли. Несмотря на просьбы Наташи, они не показывали ей дорогу из города, не хотели, чтоб ее убили немцы. Но один мальчик все же пожа-

лел ее и вывел за город. Там был немецкий пост. Солдаты ударили Наташу прикладом и велели бежать по полю. Это было минное поле. Они ждали, что Наташа взорвется, но этого не произошло, тогда они начали стрелять, но Наташа была уже далеко.

Именно после этой исповеди генерал-майор Климчицкий воскликнет: *Вот мое исцеление!* [Там же: 276] — и назовет Наташу своей Невестой. Сокровенное признание героя также таит в себе иерархию смыслов. Климчицкий в Наташе узнает солдата. Свет и глубина ее души, пренебрегшей заботой о себе, созданы и закалены войной. В «Записных книжках» этого периода Платонов так и заметит: «Надо быть внутри войны, а не снаружи ее» [Платонов 2006: 277]. Для Климчицкого и Наташи быть «внутри войны» — значит быть с народом, переживающим «драму великой и простой жизни».

Таким образом, принадлежность к воинскому братству дарит героям способность понимать и сочувствовать. Но смысл Наташиных действий в атмосфере близящейся Победы не сводится только к этому. Страшные муки, через которые она прошла, открывают в ней «сердечное» зрение, способное видеть истину, что ведет ее к пониманию замысла Творца относительно человека. Этому новому видению и подчиняется поведение героини. Она спасает червяка-пахаря, подбирает Копейку и дарит/исцеляет его Климчицкого. Эти жесты — деяния юродивой, безумной. Юродство у Платонова обретает статус высшего сознания. Не случайно старый солдат Иван Анিকেев именно о Наташе скажет: «Заработал свою душу народ на войне».

Наиболее ощутимо эта «новая душа» обнаружит себя в сцене встречи/узнавания Наташей Марии, восходящей к тексту Евангелия, к сцене встречи/целования Елисаветы и Марии (Евангелие от Луки 1: 39—44). Вглядимся в них.

#### **А. Платонов «Волшебное существо»**

*Мария ... смотрит, пораженная, на Наташу.*

**Мария.** Правда — это вы пришли?

**Наташа** (*улыбаясь*). Правда, мы.

*Мария падает на колени возле Наташи, припадает к ней и обнимает ее. Наташа в ответ также обнимает Марию. Мария встает затем перед Наташей. Наташа подымается ей навстречу, и обе женщины целуют друг друга.*

**Наташа.** Отдохните, отдохните, матушка...

**Мария** (*стеснительно*). Разве уж я такая матушка вам?

**Наташа** (*смутившись*). Ну, старшая сестрица!

*Некоторое время обе женщины смущены странностью множества совпадений. Затем следует узнавание:*

**Наташа.** Мария!.. Вам нужно переодеться — на вас платье совсем износилось [Платонов 2006: 280].

#### Евангелие от Луки

39. Вставши же Мария во дни сии, с поспешностью пошла в нагорную страну, в город Иудин.

40. И вошла в дом Захарии, и приветствовала Елисавету.

41. Когда Елисавета услышала приветствие Марии, взыграл младенец во чреве ее; и Елисавета исполнилась Святого Духа,

42. И воскликнула громким голосом, и сказала: благословенна Ты между женами, и благословен плод чрева Твоего!

43. И откуда это мне, что пришла Матерь Господа моего ко мне?

44. Ибо, когда голос приветствия твоего дошел до слуха моего, взыграл младенец радостно во чреве моем.

Подобно тому, как Елисавета узнает в юной Марии Матерь Господа, невеста Климчицкого Наташа узнает в воскресшей из мертвых Марии жену генерала, называя ее Матушкой. Вряд ли такое сходство случайно. Нагруженность евангельскими смыслами определяется в этой сцене идеей жертвенности.

**Мария** (*узнавая свое платье*). Это мое платье! А вы ... его невеста?

**Наташа.** Ничья. Я была невеста, а теперь перестала... Наденьте ваше платье, оно такое красивое...

**Мария.** Я отвыкла носить платья, я привыкла ходить убогой, я уже не чувствую в себе женщину... Я уйду сейчас, совсем, навсегда... Где тут порог? Где улица в деревне?

**Наташа.** Нет, вы не можете уйти, Мария (*Наташа не пускает Марию...*) [Платонов 2006: 289]

Примечательно, что Мария называет себя «убогой» («у Бога»), бессознательно уравнивая с Наташей. Героини, и та и другая, готовы пожертвовать собою. В конечном счете жертвует своим счастьем ради счастья Климчицкого и Марии Наташа.

Подведем некоторые итоги. В пьесе «Голос отца» (1937—1938), оставшейся за пре-

делами нашего анализа, христианский контекст проявлен мотивом земного праха, пустой могилы, в которой только земля. По сути, перед нами парафраза библейского текста: «земля еси и в землю отыдеши». Этот текст вошел в песнопения панихиды, что Платонов прекрасно знал. И он «играет» с этим, как бы находясь в промежуточном положении: между верой и безверием, подверстывая библейскую концепцию творения тела под новое мировоззрение. Вместе с тем душа-то отца остается...

В пьесе «Волшебное существо», несмотря на густоту библейских смыслов, данная авторская позиция сохраняется: Андрей Платонов вновь между верой и безверием, о чем свидетельствуют повторяющиеся из произведения в произведение прения о вере. Думается, что мировоззренческая двойственность и является источником двойственности в поэтике. Но есть и различия. В данной пьесе А. Платонов более доверяется христоцентризму народного сознания, которое во многом является источником стойкости в борьбе с фашизмом (не случайно Климчицкий именно «на своей груди» хочет остановить всё злодейство мира), а также служит основанием исцеления измученной испытаниями народной души.

По сути, в данной пьесе художник, осуществляя синтез мифопоэтических и христианских смыслов, обнажает тот тип сознания, который народ наработал на войне, причем наивысшей его формой является сознание юродивого, способное прозревать истину.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. *Аверинцев С. С.* Поэтика ранневизантийской литературы. — СПб.: Азбука-классика, 2004.
2. *Апокрифы Древней Руси.* 2-е изд., доп. — СПб.: Амфора, 2008.
3. *Мальгина Н. М.* Он знает, что похож на деда. Малоизвестные факты из жизни семьи Платонова // Литературная газета. 2009. № 47—48. С. 92—103.
4. *Платонов А. П.* Записные книжки. Материалы к биографии. 2-е изд. — М.: ИМЛИ РАН, 2006.
5. *Платонов А. П.* Ноев Ковчег: пьесы. — М.: Вагриус, 2006.
6. *Пропт В. Я.* Исторические корни волшебной сказки. — М.: Лабиринт, 2011.
7. *Проскурина Е. Н.* Поэтика мистериальности в прозе Андрея Платонова конца 20-х — 30-х годов (на материале повести «Котлован»). — Новосибирск: Сибирский хронограф, 2001.

*Статью рекомендует к публикации д-р филол. наук, проф. Н. В. Барковская*

УДК  
ББК

ГСНТИ 17.07.51; 16.21.33

Код ВАК 10.01.01; 10.02.01

М. Н. Хабибуллина М. N. Khabibullina  
Екатеринбург, Россия Ekaterinburg, Russia**РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ «КУЛЬТУРНОГО ИНОГО»  
В РОМАНЕ Д. А. ПРИГОВА  
«КАТЯ КИТАЙСКАЯ»****REPRESENTATION  
OF THE «CULTURAL DIFFERENCES»  
IN PRIGOV'S NOVEL «THE CHINESE KATE»**

**Аннотация.** Статья посвящена проблеме «китайского текста» в русской литературе. Весьма ценным материалом для данного исследования является роман Д. А. Пригова «Катя китайская». Анализируются структура и способы репрезентации «китайского текста». Особое внимание уделено традиционным для Пригова-художника монстрам, в данном романе представленным китайскими драконами.

**Abstract.** The article is dedicated to the problem of the «chinese text» in Russian literature. D. A. Prigov's novel «The Chinese Kate» was chosen as material for research. The structure and means of representation of the «chinese text» are analyzed in the article. Special attention is devoted to monsters as traditional symbols of Prigov the artist. In this novel monsters are represented by Chinese dragons.

**Ключевые слова:** образ; «китайский текст»; Китай; монстр; дракон; китайская культура.

**Key words:** image; «chinese text»; China; a monster; a dragon; chinese culture.

**Сведения об авторе:** Хабибуллина Маргарита Наилевна, аспирант, Институт филологии, культурологии и межкультурной коммуникации.

**About the author:** Khabibullina Margarita Nailevna, Post-graduate Student, Institute of Philology, Cultural Studies and Intercultural Communication.

**Место работы:** Уральский государственный педагогический университет.

**Place of employment:** Ural State Pedagogical University.

**Контактная информация:** 620017, г.Екатеринбург, пр-т Космонавтов, 26, к. 279.  
e-mail: Ogrinb2@mail.ru.

Роман Д. А. Пригова «Катя китайская» завершает трилогию, каждая часть которой посвящена тому или иному геокультурному топосу. Так, в «Кате китайской» актуализируется образ Китая, в центре автобиографического романа «Живите в Москве» — родная для Пригова столица, о поразившем его путешествии в Японию повествует роман «Только моя Япония».

На страницах последнего из перечисленных романов Пригов в присущей ему поэтично-игровой манере описывает созданные географические образы: «Никакие Японии не могут удовлетворить это страстное и все возрастающее, разгорающееся, самовоспламеняющееся, уничтожающее все и любое как неистинное в яростном порыве, неким образом немогущем реализовать и удовлетворить чистое желание ее. На то способна только, единственно, умопостигаемая Япония, потому что она сразу уже есть даже Япония в квадрате. То есть все, что есть Япония вместе со всем, что и не есть Япония и вовсе есть не Япония, захватывая рядом и нерядом лежащее. То есть она уже не есть Япония. Вернее, есть не Япония, но возможность Японии в любых обстоятельствах и точках пространства» [Пригов 2011: 9]. Данное утверждение, с од-

ной стороны, характеризует свойственное Пригову образно-географическое видение мира, с другой — в нем весьма точно и тонко уловлена сущность такого явления, как «сверхтекст». Романы Пригова являются ценным материалом для исследования на их основе актуальных в сегодняшнем литературоведении «сверхтекстовых» образований.

Следует оговориться, что в определении понятия «сверхтекста» мы следуем за В. Н. Топоровым, разрабатывающим его на материале «Петербургского текста» русской литературы: «Но уникален в русской истории Петербург и тем, что ему в соответствие поставлен особый „Петербургский“ текст, точнее, некий синтетический сверхтекст, с которым связываются высшие смыслы и цели. Только через этот текст Петербург совершает прорыв в сферу символического и провиденциального» [Топоров 1995: 273]. Настоящая статья представляет собой часть обширной работы, исследующей структуру и способы репрезентации «китайского текста» в произведениях знаковых фигур современного литературного процесса. В статье рассматриваются основные способы репрезентации «китайского текста» на материале романа Д. А. Пригова «Катя китайская».

Статья подготовлена в рамках научного проекта «Стратегии трансгрессии в современной русской литературе» (Грант Президента Российской Федерации для государственной поддержки молодых российских ученых — кандидатов наук МК-79.2003.6).

© Хабибуллина М. Н., 2013

Роман «Катя китайская», как уже отмечалось исследователями, основан на фактах биографии жены писателя — Надежды Буровой. Это «биография девочки из эмигрантской семьи, полурусской-полуангличанки, выросшей в Китае. Это ее воспоминания, и параллельно им — ее возвращение в послесталинскую Россию, куда она едет на поезде» [Решетников 2005]. Эти воспоминания даны через модус безличного повествования, но в речевой зоне героя-повествователя, параллельно вспоминающего о своем советском детстве, что привносит в роман особую лирическую интонацию, отвечающую медитативности и умиротворенности китайской культурной традиции.

Актуализируя «китайский текст» русской литературы, Д. А. Пригов обращается к самым экзотическим для европейского сознания знакам китайской культуры, быта, верований и мифологии. При вполне реалистичном хронотопе, приговский Китай перенаселен мифологическими существами. В соответствии с тем, что китайская мифология формировалась на тотемистических представлениях, такими существами становятся животные-покровители. Во-первых, это священные животные Китая — дракон, тигр и черепаха. Во-вторых, в Китае существовал культ животных, широко представленных в народных сказаниях, поэтому на страницах книги появляются змеи, лисицы и обезьяны. Кроме того, в романе Пригова ярко изображен китайский священный пантеон, включающий в себя всевозможных злых и добрых духов, бесов, персонажей «низшей мифологии», культурных героев и т. д.

Перечисленные существа несут на себе печать культуры Китая, т. е. выступают в качестве знаков иной, экзотической для европейцев культурной среды.

Особого внимания среди целого конгломерата китайских маркеров заслуживают традиционные как для художественного, так и для поэтического творчества Пригова образы монстров.

Если в стихах Пригова, по мнению Дмитрия Голышко-Вольфсона, монстр чаще всего представлял собой «сухой остаток» идеологии» [Голышко-Вольфсон 2010], то в романах «фигура приговского монстра может быть прочитана как злое выражение Другого» [Там же], с чем невозможно не согласиться; спорным остается лишь определение монстра как непременно злое.

Для романа Пригова принципиально важна категория монстра, выступающего в роли культурного Иного, т. е. как «чрезмерное, раздутое „тело культуры“» [Там же].

Из монстров чаще всего на страницах романа появляются драконы. В мифологических воззрениях древних китайцев именно дракон играл центральную роль: «В иерархии китайских божеств дракон занимал третье место после неба и земли... Драконы почитались как олицетворения и покровители водной стихии — рек, источников, озер, дождя и прочего, то есть как „хозяева природы“» [Китайская мифология 2007]. От драконов непосредственно зависел урожай, а следовательно, и благополучие жителей Китая. В наши дни дракон по-прежнему является главным символом Поднебесной.

В «китайском тексте» Пригова дракон также выступает повелителем вод, и героиня романа встречается с ним, упав в реку: «Состояние безмятежности словно наливалось предметами и пространством расплавленным внутри соком нескончаемой длительности. Почти стеклянное застывшее состояние. Состояние случившейся в данный момент вечности. Ничто, вопреки обыденному представлению не текло и не изменялось. Даже присутствие местного чудовища из семейства великих драконов обнаруживалось только по мелкому мгновенному перебиранию, перебеганию, пробеганию ряби мельчайшего белого донного речного песка.

По памятным монотонным распеваниям слепого ярмарочного старца, девочка знала, что он величиной с само небо. В пасти у него зажата огромная жемчужина, похищенная из Небесного нефритового дворца. Кажется, так. Да, именно так <...>

Дракон сдерживал дыхание и взгляды вал вверх томными, темно-малахитовыми, почти девичьими глазами из-под смежающихся толстенных век. Кое-где поднималась мутная струйка на месте беспокойного сонного пошевеливания какой-то удаленной части его неимоверного туловища. И снова — полнейший покой и прозрачность» [Пригов 2007: 30].

Девочка попадает в неизведанный, запредельный мир «неподвижного водяного колокола». «Образ *неведомого*... включает неизбежное столкновение с монстром, нередко предстающим в традиционных символических ипостасях» [Голышко-Вольфсон 2010], в данном случае в ипостаси дракона.

В представленной сцене всецело реализуется приговская поэтика монструозности. Монстры «вторгаются в реальность в момент обнаружения и обострения непреодолимых базовых различий» [Там же]. Девочка, упав в воду, попадает из мира реальности в «мир других мерностей и преломлений» [Пригов 2007: 32], знаком которого является метафизическое существо — дракон.

Однако девочка, несмотря на свою принадлежность к той, наземной реальности, не ощущает различий между собой и открывшимся ей подводным космосом: «Страха не было. Девочка сразу же ушла почти под самую середину восьмиметровой речной глубины. Вокруг все светилось и искрилось. Вода была на удивление теплая. Ласковая даже. Почти телесной температуры, так что с трудом пролагалась мысленная, вернее, в первую очередь, чувственная граница, так сказать водораздел воды и тела. Казалось, тело расширяется до размеров и расстояний всей водяной массы реки» [Там же: 26].

«Проза Пригова постоянно сталкивается с элементами, несущими различие только как мелкую рябь, под которой торжествует стихия сходства, неразличения» [Ямпольский 2010: 208], — утверждает М. Ямпольский. Приговская поэтика характеризуется тождественностью сходства и различия, знаком которой и является монстр: монстры Пригова «указывают на непрерывное стирающее границ между человеческим и нечеловеческим, а также на потенциальную невозможность установить сходство и различие между посюсторонним и трансцендентным» [Голышко-Вольфсон 2010]. В соответствии с этим девочка не испытывает страха, как перед чем-то неизвестным, ни перед стихией воды, поглотившей ее, ни перед ее монструозным обитателем «из семейства великих драконов», более того, отмене подвергается сама граница между монстром и человеком. Дракон наделяется человеческими чертами: «томными, темно-малахитовыми, почти девичьими глазами». В человеке обнаруживается сходство с драконом: «Китаец с непомерно длинными тощими усами, кончающимися почти одним-единственным скудным волоском, как в ноздре того самого донного дракона...» [Пригов 2007: 32].

Таким образом, «теологический проект Пригова предполагает процесс обретения универсального равновесия путем упразднения конститутивных различий между трансцендентным и повседневным, Божественным и дьявольским, человеческим и монструозным» [Голышко-Вольфсон 2010]. В рамках «китайского текста» данное положение можно считать аллюзивной отсылкой к восточным религиям, проповедующим всепроникающее единство.

Проницаемыми оказываются не только высшие, онтологические, но и вполне формальные — государственные — границы: путь девочки из Китая в Россию сопровождается новой встречей с монстром: «Девочка придвигалась к холодному окну, но оттуда, снаружи, кто-то подобный же прижимал-

ся к стеклу, размазывая по нему толстые губы и щеки мясистой морды» [Пригов 2007: 168]. Китайские монстры и монстры российские обладают схожими чертами, как то: огромные размеры, толщина, «мясистость», — и несут одну семантику — чужести, ибо являются собой Другого, одинаково ужасного и притягательного.

Таким образом, в художественном мире романа стираются различия между Китаем и Россией, в результате чего создается единое гротескно-фантастическое пространство, в котором смешиваются не только два государства, но и то реальное и метафизическое, что в них существует.

Гротескно-фантастический мир приговского романа, несмотря на свои не вполне четко обозначенные контуры и соединение на первый взгляд не соединимых особенностей, выстроен по модели, имеющей конкретное отражение в истории. В. С. Соловьев называл такую модель «восточной» деспотией: «Один господин и мертвая масса рабов» [Соловьев 1989: 21], где определенная сила «стремится подчинить человечество во всех сферах и на всех степенях его жизни одному верховному началу, в его исключительном единстве стремится смешать и слить все многообразие частных форм, подавить самостоятельность лица, свободу личной жизни» Там же: 26]. Таково политическое устройство Китая, который покидает девочка: «И частный быт, и государственная строй, и религия, и нравственное мирозерцание Китайцев, все это выросло и развилось из одного общего корня, из семейного начала, или точнее из абсолютизма отеческой власти...» [Там же: 352]. В романе Пригова это проявлено через изображение культа предков, однако автор делает его гротескно неправдоподобным, придавая еще более гипертрофированные формы и несоответствующие, нелепые средства борьбы: «Остановить их (предков. — М. Х.) можно было только громкими окриками. То есть подбежать и громко рявкнуть в самое ухо» [Пригов 2007: 96].

Поскольку в романе актуализируется категория Другого, представляется возможным через политическое устройство Китая осмыслить Советскую Россию как классическую «восточную» деспотию. Символом деспотической власти выступает устрашающий образ руки, будь то огромная бронзовая скульптура в виде кулака в Тяньцзине, где жила девочка, или же покровительствующая рука, которую девочка чувствует над поездом по дороге в Советский Союз. Такое единообразие политического устройства двух государств еще раз подтверждает их нераз-

личимость, смешение в образе единой довлеющей над человеком силы.

«И как-то само собой все это, густо перемешанное, разноязычное уже не вызывало удивления у девочки своим странным переплетением русских и китайских реалий» [Пригов 2007: 106]. Так девочка везде ощущает себя одинаково чужой: в Китае она «неистребимо русская» [Там же: 159], в России чувствует себя «бесталанным китайским ребенком, безуспешно предлагаемым первому встречному» [Там же: 232]. При этом следует учитывать, что девочка не срастается ни с одной национально-культурной, бытовой или же социальной средой: Китай для нее условно локализован в английской концессии и расширяется только за счет общения с китайской прислугой и знакомства с восточной мифологией; незнакомое российское пространство также мифологизировано вследствие мифа о старой России, созданного классической русской литературой. Россия для героини во многом так и остается неизвестной, поскольку конечным пунктом ее путешествия являются не центральные регионы, а окраинная советская колония — Ташкент. Таким образом, девочка и Россию, и Китай видит со стороны, приближенно, но несколько отстраненно. Это позволяет автору создать не замкнутый в границах страны и культуры, «объемный», противопоставленный плоско идеологизированному миру, «космополитический тип личности» [Там же: 9]. Мир для девочки — это единое пространство ее путешествия, не просто долгая дорога из Китая в Россию, а путь от детства ко взрослению.

Несмотря на представленный в романе свободный поток впечатлений взрослеющей личности, для читателя девочка оказывается не совсем познанной. Это поддержано заголовком «Катя китайская» («китайское» как нечто непонятное, ср. «китайская грамота») и объясняет подзаголовок романа «Чужое повествование». Во-первых, это «чужое повествование» для героя, поскольку содержание романа — воспоминания Другого — девочки, глубоко лично окрашенные, словно поведенные некогда самой героиней, а теперь произвольно всплывающие в памяти повествователя. Во-вторых, повествование чужое для героини, поскольку ее личный опыт передан через призму миропонимания героя-повествователя. Но такое двояко «чужое повествование» здесь вовсе не означает «чуждое», это доказываются проходящими через всю книгу переключками в воспоминаниях героев: «Она лежала в пустынной прохладной палате одна и глядела на белую стену, вдоль которой перемещались легкие

прозрачные тени. Перебегали на потолок, касались лица и выплывали в окно. Висела абсолютная тишина. Девочка ни о чем не думала и ничего не переживала. Просто смотрела. Она, действительно, была переутомлена. Я и сам припоминаю подобное же странное, исполненное всевозможными видениями, расслабленное лежание в подобной же палате сходной крымской больницы...» [Там же: 131]. Эта особая лирическая тональность, с которой переданы воспоминания героев, а также биографическая основа романа отвечают медитативности «китайского текста», но, несомненно, противоречат привычному образу Пригова — поэта-концептуалиста, разыгрывающего чужие роли и примеряющего всевозможные маски для создания своего героя-симулякра.

По мнению И. Кукулина, первостепенное значение приговских романов состоит в том, что они «выводят на свет рефлексии и деконструкцию проблематики русского модернизма» [Кукулин 2010: 568]. Если следовать логике И. Кукулина, взгляд Пригова обращен назад, к опыту модернистов, и его романы представляют собой различные вариации взаимодействия модернистской и постмодернистской парадигм.

Мы, однако, склонны считать, что романом «Катя китайская» Пригов контурно обозначает ближайшие перспективы в развитии русской литературы. При этом автор следует сформированной им стратегии творческого поведения: «Когда я пишу, я предполагаю и полагаю, что некое культурно-стилистическое явление состоялось. Я пишу пост-. Иногда приходится моделировать состоявшееся явление» [Пригов, Шаповал 2003: 16]. Таким образом, Пригов создает роман, плохо вписывающийся не только в его перформативное творчество, но и в постмодернистскую парадигму в целом. Тем самым Пригов, неоднократно названный фигурой культурообразующей, приставку *post-* в рамках своей творческой парадигмы обращает в приставку *proto-* для всей современной культуры, чем намечает начало нового периода русской словесности.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Гольинко-Вольфсон Д. Место монстра пусто не бывает (Божественное и чудовищное в теологическом проекте Д. А. Пригова). 2010. URL: [magazines.russ.ru/nlo/2010/105/dm23-pr.html](http://magazines.russ.ru/nlo/2010/105/dm23-pr.html) (дата обращения: 28.05.2013).
2. Китайская Мифология : энцикл. / сост. К. Королев. 2007. URL: <http://lib.rus.ec/b/183485/read> (дата обращения: 13.03.2013).
3. Кукулин И. В. Явление русского модерна современному литератору: четыре романа Д. А. Пригова // Неканонический классик: Дмитрий Алексан-

дрович Пригов (1940—2007) : сб. статей и материалов / под ред. Е. Добренко, М. Липовецкого, И. Кукулина, М. Майофис. — М. : Новое литературное обозрение, 2010.

4. Пригов Д. А. Катя китайская (Чужое повествование). — М. : Новое литературное обозрение, 2007.

5. Пригов Д. А. Только моя Япония (непридуманное). — М. : Новое литературное обозрение, 2011.

6. Пригов Д. А., Шаповал С. И. Портретная галерея Д. А. П. — М. : Новое литературное обозрение, 2003.

7. Решетников К. Д. А. Пригов: «Я живу в еще не существующем времени». 2005. URL: <http://www.peoples.ru/art/literature/poetry/contemporary/prigov/interview1.html> (дата обращения: 23.09.2013).

8. Соловьев В. С. Китай и Европа // Избранные произведения / В. С. Соловьев. — Ростов н/Д : Феникс, 1998.

9. Соловьев В. С. Три силы. Публичная лекция: 1. Православное обозрение. 1877. Январь // Соч. : в 2 т. / В. С. Соловьев. — М., 1989. Т. 1.

10. Топоров В. Н. Миф. Ритуал. Символ. Образ: исследования в области мифопоэтического : избр. — М. : Прогресс — Культура, 1995.

11. Ямпольский М. Высокий пародизм // Неканонический классик: Дмитрий Александрович Пригов (1940—2007) : сб. статей и материалов / под ред. Е. Добренко, М. Липовецкого, И. Кукулина, М. Майофис. — М. : Новое литературное обозрение, 2010.

**Статью рекомендует к публикации д-р филол. наук, проф. Н. В. Барковская**

## РАЗДЕЛ 4. ЛИНГВИСТИЧЕСКАЯ ЭКСПЕРТИЗА: ЯЗЫК И ПРАВО

УДК 355.01+791.43.05  
ББК Ц370+Ц015

ГСНТИ 16.21.27; 16.31.02

Код ВАК 10.02.19; 10.02.01

А. А. Карапетян А. А. Karapetyan  
Ю. Р. Тагильцева Ю. R. Tagiltseva

Екатеринбург, Россия Ekaterinburg, Russia

### ИГРА НА ПОНИЖЕНИЕ: ПОСЛЕДСТВИЯ ИНФОРМАЦИОННО-ПСИХОЛОГИЧЕСКОЙ ВОЙНЫ И РЕЛИГИОЗНЫЙ ЭКСТРЕМИЗМ

### SPECULATION FOR THE FALL: AN AFTERMATH OF INFORMATIONAL AND PSYCHOLOGICAL WAR AND RELIGIOUS EXTREMISM

**Аннотация.** В контексте проблемы информационной агрессии в современном информационном пространстве рассмотрены последствия информационно-психологической войны, спровоцированной фильмом «Невинность мусульман», ставшим одним из инструментов информационного противостояния. На конкретном материале исследуются деструктивные последствия этой провокации.

**Abstract.** The aftermath of informational and psychological war caused by the film “Innocence of Muslims”, which became one of the instruments of informational confrontation, is studied in the context of informational aggression in the modern informational space. Destructive consequences of this provocation are analyzed.

**Ключевые слова:** информационно-психологическая война; информационная агрессия; религиозный экстремизм; экстремистские материалы; социальные последствия.

**Key words:** informational and psychological war; informational aggression; religious extremism; extremist material; social consequences.

**Сведения об авторе:** Карапетян Артур Андраникович, соискатель кафедры уголовного права Уральского юридического института МВД России.

**About the author:** Karapetyan Artur Andranikovich, Competitor for a Degree of the Chair of Criminal Law, Ural Law Institute of Ministry of Internal Affairs.

**Место работы:** оперуполномоченный по особо важным делам, майор полиции, Центр по противодействию экстремизму ГУ МВД России по Свердловской области (Екатеринбург).

**Place of employment:** Police Officer for Specially Important Cases, Police Major. Center for Extremism Opposition, Ministry of Internal Affairs of the Russian Federation, Sverdlovsk region (Ekaterinburg).

**Контактная информация:** 620017, г. Екатеринбург, ул. М. Жукова, 4а.  
e-mail: andranikovich85@mail.ru.

**Сведения об авторе:** Тагильцева Юлия Ринатовна, кандидат филологических наук, доцент кафедры рекламы и связей с общественностью.

**About the author:** Tagiltseva Yulia Rinatovna, Candidate of Philology, Associate Professor of the Chair of Advertising and PR.

**Место работы:** Уральский государственный педагогический университет (Екатеринбург).

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

**Контактная информация:** 620017, г. Екатеринбург, пр-т Космонавтов, 26, к. 402.  
e-mail: jennifer1979@yandex.ru.

Современное информационное пространство все чаще становится «полем битвы» различных сил: политических, экономических, социальных, конфессиональных. Подобное противостояние порой носит экстремистский характер, направлено на подрыв основных прав человека посредством призывов к насилию, террористическим актам или стремления унижить национальное и религиозное достоинство. Наиболее острой сейчас стала проблема религиозного экстремизма как одной из разновидностей политического в силу способности влиять на расстановку сил в системе современных международных отношений.

8 сентября 2012 г. по египетскому исламскому телеканалу «Al-Nas TV» был пока-

зан ролик к фильму «Невинность мусульман», ставший информационным событием, которое спровоцировало бурю негодований в мусульманских странах. О причинах, этапах развития информационно-психологической войны и ее последствиях мы писали в статье «Экстремистские материалы как инструмент информационно-психологической войны» [Тагильцева 2012: 99—102].

Конечно, подобные протесты, но более мирного, сдержанного характера, не обошли и Россию, хотя органы прокуратуры предприняли все меры для того, чтобы оградить российских мусульман от подобной реакции, а именно: требование к интернет-провайдерам о запрете доступа пользователей

Работа выполнена при поддержке РГНФ: проект 12-04-00175а «Лингвистика и психология: экстремистский текст и деструктивная личность».

© Карапетян А. А., Тагильцева Ю. Р., 2013

к просмотру ролика и самого фильма в «YouTube» и социальной сети «ВКонтакте», подача иска Генпрокуратурой РФ о признании «Невинности мусульман» экстремистским фильмом в различные региональные суды, который был удовлетворен Тверским судом г. Москвы. Это означало, что фильм фактически был запрещен к показу в России и внесен в российский реестр экстремистских материалов. К действиям правоохранительных ведомств присоединились и духовные центры: Совет муфтиев России обращался к российским мусульманам с призывом не поддаваться на провокации и таким образом демонстрировать истинный образ ислама. Однако реакция общественности не заставила себя ждать. 21 сентября 2012 г. в ряде городов России прошли выступления против фильма «Невинность мусульман» под черно-белыми флагами ислама, содержащими Шахаду, с публичным сожжением американского флага, а 27 сентября подобные акции прошли в одной из республик Северного Кавказа и Симферополе на Украине. Не остался незамеченным и тот факт, что подобные выступления, особенно в Крыму, были инспирированы автономной мусульманской общиной «Давет», которую связывают с запрещенной в России экстремистской партией «Хизб ут-Тахрир».

В сети Интернет тоже развернулось активное обсуждение этого фильма, в том числе озвучивались идеи, связанные с «джихадом», в результате чего некоторая часть российской мусульманской молодежи, психологически не защищенная и плохо знающая историю и основы ислама, попала под воздействие радикальных настроений.

В 2012 г. ЦПЭ (Центром по противодействию экстремизму) ГУ МВД России по Свердловской области был установлен факт размещения в социальной сети «ВКонтакте» на «стене» персональной страницы пользователя под псевдонимом «Шамиль Дахадаевский» текстовых материалов в форме молитвы, в контексте которых, возможно, имелись призывы к разжиганию вражды и ненависти в отношении людей, не придерживающихся исламского вероисповедания.

Материалы, размещенные в социальной сети «ВКонтакте» на персональной странице пользователя под псевдонимом «Шамиль Дахадаевский», зафиксированы в виде акта документирования электронного ресурса.

В результате проведенной 12 декабря 2012 г. проверки Тагилстроевским межрайонным следственным отделом следственного управления Следственного комитета Российской Федерации по Свердловской области возбуждено уголовное дело № 120027018

по признакам состава преступления, предусмотренного ч. 1 ст. 282 УК РФ.

В ходе проведенных следственно-оперативных мероприятий установлена личность гражданина «А», учащегося в одном из учебных заведений г. Нижнего Тагила Свердловской области, разместившего текстовые материалы возможно экстремистского характера с целью изучения, копирования и распространения среди неограниченного круга лиц в социальной сети «ВКонтакте».

В рамках уголовного дела № 120027018 гражданин «А» допрошен в качестве подозреваемого. В ходе допроса гражданин «А» пояснил, что обладает специальными познаниями в области компьютерной техники и компьютерного программного обеспечения. В сети Интернет последний зарегистрирован в социальной сети «ВКонтакте», в которой разместил для всеобщего обозрения и распространения текстовые материалы в форме молитвы. Помимо изложенного, гражданин «А» пояснил, что материалы, размещенные у него на персональной странице в форме молитвы, он разместил с целью донести до большого числа пользователей сети Интернет свои идеи нетерпимости к лицам, придерживающимся неисламского вероисповедания. Также гражданин «А» рассказал о том, что сознательно распространял видеоматериалы экстремистского характера.

Кроме этого, в рамках уголовного дела № 120027018 допрошены в качестве свидетелей граждане, являющиеся близкими друзьями гражданина «А». В ходе проведения следственных действий указанные лица пояснили, что во время дружеских встреч гражданин «А» неоднократно высказывал негативное мнение о лицах, придерживающихся неисламского вероисповедания, постоянно говорил о том, что все люди должны молиться только одному Богу, все остальные религии являются неверием. Также гражданин «А» своим друзьям и близким товарищам говорил о том, что является сторонником ваххабитских взглядов и идеологии, предлагал его поддержать, стать сторонниками ваххабизма и выступать против лиц неисламского вероисповедания.

В ходе расследования уголовного дела системный блок персонального компьютера, принадлежащий гражданину «А», с которого происходило распространение материалов в форме молитв, был изъят. Компьютерно-техническая экспертиза подтвердила факт распространения текстовых файлов в сети Интернет.

С целью установления информации и признаков, направленных на возбуждение

национальной, расовой ненависти и вражды, унижение национального достоинства, в содержании распространяемых гражданином «А» материалах, была проведена лингвистическая экспертиза. Сделанные научные выводы предоставили необходимые сведения о распространяемых материалах, что в дальнейшем послужило основанием для привлечения гражданина «А» в качестве обвиняемого по уголовному делу № 120027018.

Основная концепция представленного текста заключается в объявлении «джихада неверным». Это отразилось в форме и содержании самого текста. Не случаен в этом смысле и выбор жанра — ритуальной молитвы воина перед боем. Молитвы, произносимые воинами перед битвой, выполняют функцию повышения психологической устойчивости, укрепления силы духа. Как известно, страх — это чувство живого организма, предупреждающее его об опасности, которое может, если его не контролировать, перейти в панику, что в бою может привести к поражению и смерти. В связи с этим каждый народ выработывал свои методы борьбы со страхом: самовнушение, веру в бога, ненависть к врагу и уверенность в праведной борьбе, презрение к смерти, проведение ритуалов, прием наркотических средств и т. д. Таким образом, данный текст — это способ преодоления страха перед джихадом посредством утверждения веры в единого Бога — Аллаха — и праведности борьбы против «неверных» («*Ооо Аллах! Мы нуждаемся в твоей помощи и защите*»; «*О Аллах! Даруй нам смерть мученика на твоём пути*»; «*...прости же нам наши грехи маленькие и большие, йа Аллах, не наказывай нас, и прости нас введи нас без отчета в сады райские... сделай нас искренними и праведными рабами, и даруй нам свою милость*»). Через жанровую разновидность текста еще раз подчеркивается один из столпов ислама: высшей ступенью веры является не простая вера в Аллаха, а принятие смерти во имя веры, пример чего показали «первые предшественники», мученически погибшие во время битвы, — Хамза ибн Абд аль-Муталлиб, Мусаб ибн Умайр, Джафара ибн Абу Талиб.

В пользу представленного тезиса свидетельствует и наличие в тексте речевых формул мусульманской риторики — религиозной лексики: постоянных воззваний к Богу через формулы «*О Аллах!*», «*Йа Аллах!*», «*О Господь наш!*», «*поистине наш господь прощающий, милостив, милосерден*». Такое многократное упоминание Аллаха демонстрирует стремление следовать основам Корана. Кроме того, текст насыщен стилиза-

циями под изречения из Корана: *Помоги нам выйти на джихад сражаться на этом пути, до самой смерти* (сура 4, аят 75: *И почему бы не сражаться вам во имя Аллаха и ради обездоленных*); *...между ними и нами вражда и ненависть, пока они не уверуют в тебя, о наш Господь!* (сура 60, аят 4: *Отрекаемся мы от вас, и да пребудет вражда между нами и вами и ненависть до тех пор, пока не уверуете вы в Бога Единого*); *Помоги нам рубить их головы нашими руками* (сура 47, аят 4: *Когда вступаете в сражение с теми, кто не уверовал, то рубите им головы, пока не сокрушите их полностью*), придающими высказыванию авторитетность, частичную сакральность.

Как отмечалось, адресатом экстремистского манипулирования посредством текста выступила в основном молодежь. Для достижения поставленной цели автором были использованы определенные тактики речевого манипулирования, понимаемого как «умелое использование языковых единиц всех уровней для скрытого воздействия на адресата с целью вынудить его изменить свои мнения и желания или совершить определенные поступки, соответствующие не его интересам, а интересам манипулятора» [Сергеева]. Основными приемами речевого манипулирования в анализируемом тексте стали:

1. Неточное цитирование, ведущее к подмене смысла, изначально заложенного в высказывании (передергивание).

Одним из манипулятивных средств воздействия на сознание исповедующего ислам является использование изречений из сакрального для мусульман писания — Корана. В данном тексте используются аяты Корана, вырванные из исторического контекста, в форме, не приемлемой в условиях современной действительности. Остановимся на них подробнее.

*«О Аллах! Мы не причастны к кафирам и мушрикам, между ними и нами вражда и ненависть, пока они не уверуют в тебя, о наш Господь!»*

Цитата взята из Корана — 4 аята 60 суры, повествующей об отречении Ибрахима (Авраама) и его последователей от своих соплеменников и их языческих богов и провозглашении своей ненависти к ним: «Сказали они народу своему: „Нет у нас ничего общего ни с вами, ни с теми, кому поклоняетесь вы помимо Бога. Отрекаемся мы от вас, и да пребудет вражда между нами и вами и ненависть навеки до тех пор, пока не уверуете вы в Бога Единого“».

*«О Аллах! Помоги нам рубить их головы нашими руками!»*

Цитата взята из Корана — 4 аята 47 сур. Согласно комментарию такого автора, как Абу Абдуллах Абд ар-Рахман б. Насир б. Абдуллах б. Насир Аль Саади, данный аят был ниспослан пророку Мухаммеду после битвы при Бадре (624 г.), при которой произошло первое столкновение мусульман с курайшитами (арабами-язычниками), и отражает события именно того периода: «Когда вступаете в сражение с теми, кто не уверовал, то рубите им головы, пока не сокрушите их полностью». Исходя из этого, данный аят представляет собой призыв к защите исламского государства в условиях войны в исторических реалиях VII в. К мирному времени изречение не относится.

Таким образом, речевое манипулирование происходит за счет вырывания из исторического контекста аятов из Корана, не соответствующих современным реалиям.

2. Языковая демагогия, репрезентируемая через коммуникативный принцип деления мира на «своих» и «чужих» (противопоставление), что дает возможность создавать фантомный социум, к которому относится говорящий, — группу «истинно» верующих мусульман, сражающихся во имя Аллаха. Подобный эффект создается посредством личного местоимения множественного числа *мы* и его указательных и притяжательных форм *нас, нам, наш* («О Аллах! Помоги *нам* выйти на джихад»; «*мы* не причастны к кафирам и мушрикам...»; «...*нас* искренними и праведными рабами...»). В результате говорящий создает биполярный образ мира, упрощающий его восприятие, и дает только одностороннюю интерпретацию, манипулируя сознанием адресата.

3. На семантическом уровне активно используется семантическое усиление за счет выстраивания синонимического ряда глаголов с семой «убивать»: *рубить, сражаться, сломать, уничтожить* («О Аллах! Помоги нам *рубить* их головы нашими руками»; «О Аллах! *Уничтожь* мушриков, которые призывают к ширку»; «О Аллах! *Сломай* хребет муриджитам»), призывающих к осуществлению конкретных экстремистских деяний, нарушающих свободы граждан в связи с их религиозной принадлежностью.

По данным «Большого толкового словаря», слово «убить» имеет следующие толкования: «УБИТЬ, убью, убьешь; убей; убитый; убит, -а, -о; св. 1. кого. Лишить жизни, умертвить // Довести до смерти. 2. что. Уничтожить, погубить, разрушить. 3. Сильно расстроить, привести в отчаяние, в подавленное состояние. 4. Разг. Сильно поразить кого-л.; сразить. 5. что. Разг. Израсходовать, истратить нерасчетливо, неразумно, расточительно,

напрасно (деньги, средства, время и т. п.). 6. В карточных играх: покрыть карту» [БТС].

Ни в одном из перечисленных значений глагола «убить» не встречается положительная коннотация. Исходя из контекста, слово используется в первом своем значении, поскольку есть «одушевленные» объекты воздействия — тагуты, куфары, мушрики. Приведем толкование этих слов из «Исламского энциклопедического словаря»:

«ТАГУТ — это всякий, кто преступает границы Аллаха и кому поклоняются помимо Него, принуждая к поклонению себе других, или обоготворяясь по доброй воле своих поклонников. Этот объект поклонения может быть как человеком, так и дьяволом, кумиром, истуканом или кем-то или чем-то иным».

«КУФР — неверие в существование и единство Аллаха. Куфром считаются все убеждения помимо Ислама. (См. **Кяфир** — неверный, неблагодарный, скрывающий, не признающий истины, не верующий в существование или единство Аллаха. Слово происходит от глагола „кафара“ — покрывать, скрывать. Слово кяфир, в узком смысле, означает „скрывающий свое знание о Боге“.

Кяфирами называются люди, которые отказываются признавать существование, единство и атрибуты Аллаха, пророческую миссию Божьих посланников (или хотя бы одного пророка), существование ада и рая, воскресение после смерти и страшный суд.)».

«МУШРИК — язычник, признающий наряду с Творцом наличие и других божеств или полубожеств» [Исламский энциклопедический словарь].

Рассмотренный прием подкрепляется военной лексикой, которая представлена в тексте словами *джихад, плен, война*, подчеркивающими злонамеренность действий.

4. Анализируемый текст также содержит и прямые призывы, выраженные с помощью словесной конструкции, включающей в себя глагол в единственном числе в форме повелительного наклонения, иногда сопровождаемый глаголом действия в неопределенной форме (*помоги укрепить; возвысь; уничтожь; сломай* и т. д.). В некоторых случаях призыв лишен прямого указания на образ адресата речи, опосредован через Бога. В результате создается впечатление, что говорящий через призыв к Богу становится неким опосредованным инструментом Его волеизъявления, т. е. он лишь исполняет волю, «совершает джихад» («О Аллах! Помоги нам выйти на джихад и сражаться на этом пути, до самой смерти»; «Уничтожь куфаров»).

Итак, в тексте содержится информация, направленная на возбуждение ненависти

к представителям разных конфессий, не относящихся к исламу, и призывающая к совершению экстремистских действий.

В представленном материале также осуществляется унижение людей по религиозным признакам через дискредитирующие тактики поляризации: те, кто исповедует ислам, — это «мы», «нас», «нам», а те, кто не исповедует ислам, — «кафиры», «мушрики», «тагут», «куфары». Более того, биполярная конструкция мира регулярно выражается в употреблении по отношению к «чужим» не только глаголов с семой «убивать», но и глагола «унизить». Превосходство исповедующих ислам над всеми теми, кто не исповедует ислам, репрезентируется через глаголы повелительного наклонения «унизь» и «возвысь»: *О Аллах! Возвысь Ислам, унизь Тагут. О Аллах! Возвысь Таухид и унизь ширк.*

Приведем толкование некоторых слов из этих отрывков:

**«ВОЗВЫСИТЬ**, -вышу, -высишь; сов. 1. кого. Придать кому-, чему-л. более высокое общественное положение или значение. 2. что. Сделать более громким, резким (о голосе). < *Возвышать* (см.). Возвышаться, -ается; страд. Возвышение (см.)» [БТС].

**«ТАУХИД** — единобожие, т. е. признание того, что Аллах является единственным Творцом — Господом всего сущего, обладающим прекрасными именами и совершенными качествами» [Исламский энциклопедический словарь].

**«УНИЗИТЬ**, унижу, унизишь; униженный; -жен, -а, -о; св. кого-что. Задеть, оскорбить чьё-л. самолюбие, достоинство, поставить в унижительное положение кого-л. // Умалить, принизить чьи-л. заслуги, роль, значение. Попытаться у. заслуги кого-л. Унижаться, -ается; страд. Унижение (см.)» [БТС].

Таким образом, высказывания, содержащиеся в представленных материалах, можно квалифицировать как утверждения о природном превосходстве одной религии — ислама — и порочности других.

В ходе проведенного комплекса следственно-оперативных мероприятий установлено, что придерживающийся ваххабитских взглядов и обладающий специальными познаниями в области компьютерной техники и компьютерного программного обеспечения гражданин «А» осознавал, что совершает публичные действия, направленные на возбуждение ненависти либо вражды, а также на унижение достоинства человека и группы лиц по признакам расы, национальности и происхождения, так как размещенные им в сети Интернет текстовые материалы в форме молитв экстремистского содержания стали дос-

тупны для ознакомления и копирования другим пользователями сети Интернет.

В декабре 2012 г. гражданин «А» привлечен в качестве обвиняемого по уголовному делу № 120027018 от 12 декабря 2012 г., возбужденному по признакам состава преступления, предусмотренного ч. 1 ст. 282 УК РФ. В апреле 2013 г. материалы уголовного дела № 120027018 и обвинительное заключение в отношении гражданина «А» направлены на утверждение прокурору Тагилстроевского района г. Нижнего Тагила Свердловской области.

Прокурором Тагилстроевского района г. Нижнего Тагила Свердловской области обвинительное заключение в отношении гражданина «А» в совершении преступления, предусмотренного ч. 1 ст. 282 УК РФ, утверждено, уголовное дело № 120027018 от 12 декабря 2012 г. направлено в Тагилстроевский районный суд.

В ходе следственных действий гражданин «А» отказался от рассмотрения уголовного дела в особом порядке, свою вину не признал.

В сентябре 2013 г. судьей Тагилстроевского районного суда гражданин «А» признан виновным в совершении преступления, предусмотренного ч. 1 ст. 282 УК РФ, и ему назначено наказание в виде 180 часов исправительных работ.

Как видим, распространение подобных текстов, связанных с идеей джихада, используемой в качестве основы идеологии радикально настроенных исламистских движений, направленных против представителей неисламского мира, приводит к формированию ложного представления об исламе в сознании мирового сообщества и трансляции информационной агрессии в отношении мусульманских государств. Для противостояния влиянию подобных провокаций необходимо проводить просветительскую работу в рамках культурно-религиозного обмена, базирующегося на межкультурном диалоге исламской и прочих культур с элементами коммуникативного компромисса с учетом специфики глобального информационного пространства.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. *Абу Абдуллах Абд ар-Рахман б. Насир б. Абдуллах б. Насир Аль Саади*. Толкование Священного Корана [Электронный ресурс] / А. Р. ас-Са'ди. 2011.
2. *Большой толковый словарь русского языка* = БТС / гл. ред. С. А. Кузнецов. URL: <http://www.gramota.ru/slovari>.
3. *Быкова О. Н.* Опыт классификации приемов речевого манипулирования в текстах СМИ. URL: [http://library.krasu.ru/ft/ft\\_articles/0070209.pdf](http://library.krasu.ru/ft/ft_articles/0070209.pdf).

4. *Грачев М. А.* К вопросу о манипуляционных приемах в лингвистической экспертизе // Вестн. Новгород. гос. ун-та. 2010. № 57С. 19—22.

5. *Исламский* энциклопедический словарь. URL: <http://slovar-islam.ru/books/>.

6. *Козукулов Т. А.* Проблемы борьбы с религиозным экстремизмом в Ферганской долине в условиях глобализации : автореф. ... канд. полит. наук. — Ош, 2009.

7. *Коран* / пер. с араб. и ком. М.-Н. О. Османова. — СПб. : ДИЛЯ, 2009.

8. *Осадчий М. А.* Использование лингвистических познаний в расследовании преступлений, преду-

смотренных статьей 282 Уголовного кодекса РФ // Право и безопасность. 2007. № 3—4 (24—25). URL: [http://dpr.ru/pravo/pravo\\_21\\_17.htm](http://dpr.ru/pravo/pravo_21_17.htm).

9. *Сергеева Е. В.* Проблема выявления речевого манипулирования при проведении лингвистической экспертизы «экстремистских» сайтов Интернета (на примере файла «LEZGINKA.flv»). URL: [www.ling-expert.ru/conference/langlaw2/sergeeva.html](http://www.ling-expert.ru/conference/langlaw2/sergeeva.html).

10. *Тагильцева Ю. Р.* Экстремистские материалы как инструмент информационно-психологической войны // Политическая лингвистика. 2012. Вып. 3 (41). С. 99—103.

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

## РАЗДЕЛ 5. ИЗ ИСТОРИИ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ЛИНГВИСТИКИ

УДК 811.133.1'373(Мазон А.)

ББК Ш147.11-32

ГСНТИ 16.01.09; 16.21.27

Код ВАК 10.02.19

**А. Мазон** **A. Mazon**

Страсбург, Франция **Strasbourg, France**

Пер. с фр. К. Л. Филатовой, Д. В. Спиридонова *Translated from French by K. L. Filatova, D. V. Spiridonov*

### **ЛЕКСИКА ВОЙНЫ И РЕВОЛЮЦИИ**

**В РОССИИ (1914—1918).**

### **ИМЕННАЯ И ГЛАГОЛЬНАЯ ДЕРИВАЦИЯ.**

### **СЛОВОСЛОЖЕНИЕ**

**Аннотация.** Перевод разделов «Именная деривация» и «Словосложение» знаменитой книги выдающегося французского лингвиста Андре Мазона «Лексика войны и революции в России (1914—1918)» («*Lexique de la guerre et de la revolution en Russie (1914—1918)*»). Оригинальный текст был опубликован в 1920 году.

**Ключевые слова:** язык революции; лексика; политическая лингвистика; история русского языка; лингвистическая советология; деривация; французский славист Андре Мазон.

**Сведения об авторе:** Андре Мазон (1881—1967), доцент филологического факультета.

**Место работы:** Страсбургский университет.

#### **Сведения о переводчиках:**

Филатова Ксения Леонидовна, кандидат филологических наук, доцент кафедры лингвистики и профессиональной коммуникации на иностранных языках.

**Место работы:** Уральский федеральный университет.

**Контактная информация:** 620083, Екатеринбург, Тургенева, 4, к. 390.

*e-mail:* ksenya.filatova@gmail.com.

Спиридонов Дмитрий Владимирович, кандидат филологических наук, доцент кафедры романского языкознания.

**Место работы:** Уральский федеральный университет им. Первого Президента России Б. Н. Ельцина.

**Контактная информация:** 620000, г. Екатеринбург, пр. Ленина, д. 51, ком. 111.

*e-mail:* dspiridonov@mail.ru.

Окончание. Начало перевода публиковалось в предыдущих номерах журнала. Рекомендуемый порядок чтения: 1) *Лексика войны и революции в России (1914—1918). Введение.* [I]. *Новые основы: А. Аббревиация* // Политическая лингвистика. 2013. № 1 (43). С. 203—210; 2) *Лексика войны и революции в России (1914—1918).* [I]. *Новые основы: Б. Иноязычные слова* // Политическая лингвистика. 2013. № 2 (44). С. 186—190; 3) [I]. *Новые основы: В. Имена собственные* // Политическая лингвистика. 2009. № 2 (28). С. 152; 4) [II]. *Морфологическая деривация. 1. Именная деривация. А. Суффиксы наименований людей* // Политическая лингвистика. 2013. № 3 (45). С. 226—231; 5) *Б. Суффиксы неодушевленных и абстрактных существительных. 2. Глагольная деривация.* [III]. *Словосложение* // Политическая лингвистика. 2013. № 4 (46). С. 262—268; 6) *IV. Словоупотребление: семантика и стилистика* // Политическая лингвистика. 2009. № 2 (28). С. 148—151.

### **Б. Суффиксы неодушевленных и абстрактных существительных**

**Суффикс -икъ (-ица) в наименовании вещи**

Суффикс -икъ (-ица) также появляется в словах, которые обозначают вещи, а не лю-

**Abstract.** This is a translation of the parts: “Nominal Derivation” and “Compounding”, of the book written by the famous French linguist Andre Mazon “Lexis of War and Revolution in Russia (1914—1918)”. («*Lexique de la guerre et de la revolution en Russie (1914—1918)*»). The original was published in 1920.

**Key words:** language of revolution; lexis; political linguistics; history of the Russian Language; linguistic Sovietology; derivation; French Slavist Andre Mazon.

**About the author:** Andre Mazon (1881—1967), Associate Professor of the Faculty of Philology.

**Place of employment:** Strasbourg University.

#### **About the translators:**

Filatova Ksenya Leonidovna, Candidate of Philology, Associate Professor of the Chair of Linguistics and Professional Communication in Foreign Languages.

**Place of employment:** Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin.

Spiridonov Dmitry Vladimirovich, Candidate of Philology, Associate Professor of the Chair of Romance Linguistics.

**Place of employment:** Ural Federal University named after the first President of Russia B.N. Yeltsin.

дей (как *рудникъ*). Так происходит в случае со словами *броневикъ*, «бронированный автомобиль», *воскресник*, *субботник*, «добровольная работа в воскресенье, в субботу» (второе слово служит названием для еженедельной газеты «Коммунистический суб-

ботник»), и *здравница* — новым русским наименованием, пущенным в ход, по слухам, царем Николаем II во время войны, с тем чтобы заменить иностранное слово *sanatorium*.

*Суффикс женского рода -ка  
в наименовании вещи*

Большинство нововведений в русской жизни отмечались изо дня в день суффиксом *-ка*, продуктивность которого в разговорном языке хорошо известна. Так, в войну очень широко распространилось слово *теплушка* — «товарный вагон, обустроенный для перевозки солдат». Новые денежные купюры, выпущенные Временным правительством при Керенском (билеты достоинством 20, 40, 250 и 1000 рублей), обозначаются общим термином *керенки* — «купюры Керенского»; форма единственного числа *керенка* (или *керénка*) применяется прежде всего к мелким купюрам достоинством 20 и 40 рублей; двадцатирублевая банкнота называется *двадцáтка*, билет в 40 рублей — *сорокóвка* (ранее это слово имело только одно значение: бутылка алкоголя, содержание которой равняется одной сороковой части ведра). Вечерняя большевистская газета, которая выходит в Москве с июня 1918 года, «Вечерние известия», называется в народе *вечóрка*, как раньше «Биржевые вѣдомости» назывались *биржóвка*. С момента его появления испанский грипп прозвали *испáнка*. Памятная книжка называется *пáмятка* («памятка коммунисту на фронте». — Из., 31 дек. 1918); пешая экскурсия учеников учреждения внешкольного образования — это *кочéвка* (Е. А. Звягинцевъ. Словарь внѣшкольного образования. М., 1918. С. 44); летучий листок политического воззвания, очень краткий пропагандистский текст, которым так широко пользовались со времен революции, — это *летúчки* (единственное число — *летúчка* = *летучий листок*) или *листо́вки* (единственное число — *листо́вка*)<sup>[1]</sup>.

Даже самые высокие государственные институты были заново окрещены при помощи суффикса *-ка*. Александринский театр, *александрíнка*, в которой заседало созданное Керенским Демократическое совещание<sup>[2]</sup>, становится для большевиков беспомощной крепостью, которой они стремятся завладеть: «...Довольно тянуть канитель, надо окружить александринку, разогнать всю эту шваль и взять власть в свои руки» (Г. Зиновьев, Н. Ленин, очерки его жизни и деятельности, Петроград, 1918, стр. 59). Большевики так же переименовали Учредительное собрание в *учредíлку*, с оттенком презрительной иронии, которая предпола-

ется при воспоминании о других словах такого типа, таких, как *говорíлка* или даже (и социал-революционер Александр Блок не стесняется сделать это оскорбительное сопоставление) *потребíлка* — «дом терпимости» (на языке солдат) или «лавка потребкооперации» в деревне (Александр Блок. Россия и интеллигенция. М., 1918. С. 36)<sup>[3]</sup>. Арестанты Чрезвычайной комиссии называют ее *чрезвычайка*, и это наименование, ставшее расхожим и в официальной речи, злобно преобразовывается противниками большевизма в *чрезчúрка* — «делающая слишком много, принимающая необоснованные меры». Наконец, городская революционная организация, действующая сразу в нескольких районах, получает название *межрайóнка* (Венок коммунаров, литературный сборник памяти В. Володарского. Петроград, 1918. С. 25).

*Суффикс существительного -ия  
в географических наименованиях*

В географическом значении суффикс *-ия* участвует в образовании нескольких саркастических производных, порожденных остроумием полемистов. С одной стороны, это *совдéпия* и *большевíзия* — «страна совдепов или совдепии» и «страна большевиков». Оба слова были пущены в ход противниками большевиков, но первое практически исчерпало свой иронический пафос и использовалось самими большевиками, в то время как второе, малоупотребимое, осталось антибольшевистским. С другой стороны, это изобретенные большевиками *Скоропáдия* — «страна гетмана Скоропадского», — которое можно считать словом, отныне вошедшим в народную речь, и *Краснóвия* — «часть территории Дона, занятая казаками генерала Краснова летом 1918 г.», — простая находка журналиста, не принятая аудиторией (Пр., 4 декабря 1918: «работа коммунистов в Красновии»).

*Суффиксы абстрактных  
существительных -ость, -ство и -измъ*

Отмеченные нами дериваты с суффиксом *-ость* образованы либо от причастий, как *обращáемость* — «способность того или иного объекта распространяться в аудитории» (например, «обращаемость книг» — Е. А. Звягинцевъ. Словарь внѣшкольного образования. М., 1918. С. 55), либо от прилагательных, как *опозициóнность* — «оппозиционный настрой» (Н. Ленин. Пролетарская революция и ренегат Каутский. М., 1918. С. 8), *революциóнность* — «революционный дух» (Г. Зиновьев. Второй Интернационал и проблема войны. Петроград, 1918. С. 37), *úличность* — «народный, вульгарный характер» (Н. Н. Трубицынъ. Вынужденный отвѣтъ г-ну Синовскому. Сиб., 1913. С. 72),

*ударность* — от *ударный*, «наносающий точный удар, передовой».

Суффикс *-ство* в словах, образованных либо от имен собственных, либо от существительных, номинирующих людей, одновременно имеет значение «политический лагерь» и «политика этого лагеря». Таким образом:

– от имен собственных образованы слова *денікинство*, *вильсоніанство*<sup>[4]</sup>, *каутскіанство* (Н. Ленин/ Пролетарская революция... *Op. cit.* С. 7) и *либерданство* (см. выше, *денікинцы*, *каутскіанцы*, *либерданы* и *либерданы*);

– от существительных, обозначающих людей в зависимости от их принадлежности к политическому или общественному классу: *буржуйство* — от *буржуй* (Дм. Грейцер/ Пролетарствующие/ Петроград, 1919. С. 24); *мгшбчничество* — от *мгшбчникъ* (см. ниже); *ликвидаторство* — от *ликвидаторъ* (см. выше); *оборончество* — от *оборонецъ* («... онъ не запятналъ себя оборончествомъ». — Голосъ минувшаго. № 4—6. С. 143); *пораженчество* — от *пораженецъ*; *прислужничество* — от *прислужникъ* (Н. Ленин. Пролетарская революция... *Op. cit.* С. 89); *соглашательство* — от *соглашатель* («...и лишь никак не могут уразуметь идейные иванушки соглашательства...» — Г. Устинов. Меньшевики, правые эсеры и контр-революция. М., 1918. С. 20); *социал-предательство* — от *социал-предатель* («социал-предательство между прочим и выражается в том, что важнейшие государственные функции он вручает представителям буржуазии» — Из., 11 декабря 1918); *шкурничество* — от *шкурникъ* («голое классовое шкурничество умѣрялось уравнительной дѣлежкой по справедливости» — Голосъ минувшаго. 1918. № 4—6. С. 146); *эсерство* — от *эсеръ* («... то, что болтуны левого эсерства твердили...» — Пр., 7 декабря 1918); и без соответствующего наименования деятеля, но образованное по аналогии со словами, производными от существительных деятеля на *-никъ*, *культуриничество*.

Что касается ударного суффикса французского происхождения *-измъ*, именно он является маркером *par excellence* политических и общественных феноменов: *империализмъ*, *милитаризмъ*, *націонализмъ*, *шовинизмъ* и т. д. Большинство частотных слов, в которых он встречается, бытуют в языке уже давно. Однако следует отметить в качестве новых или, по крайней мере, недавно вошедших в обиход слова *брентанизмъ*, *струвизмъ* — соответственно «доктрина Брентано» и «доктрина Струве» (Н. Ленин. Пролетарская революция... *Op. cit.* С. 8)<sup>[5]</sup>.

*колчакизмъ* — «диктатура по образцу Колчака»; *голгофизмъ* — «теория, согласно которой у России есть миссия — быть Голгофой, на которой происходит великий социалистический эксперимент» (Голосъ минувшаго. 1918. № 4—6. С. 164); *кайзеризмъ*; *маринизмъ* — «болезнь морских вооружений»<sup>[6]</sup>; *юксаутизмъ* (см. выше).

#### Собирательный суффикс существительного *-щина*

Присоединяемый либо к именам собственным, либо к существительным, называющим качество человека, суффикс *-щина* позволяет образовать собирательные де-риваты, которые обозначают или «совокупность людей» (как, например, в разговорном французском: *la juiverie* — еврейщина<sup>[7]</sup>), или «историческое явление, обусловленное тем или иным сообществом» (ср. во французском *la Jacquerie* — Жакерия<sup>[8]</sup>). Не менее продуктивный, чем *-ка*, этот суффикс внес свой вклад в ежедневную фиксацию большей части эпизодов русской революции.

Так, последовательно появились *керенищина*, *корниловщина*, *алексѣевщина*, *эсеровщина*, *бело-эсеровщина*, *либердановщина*, *дүтовщина*, *белогвардейщина*, *красновщина*, *скоропадщина*, *петлюровщина*, *шейдемáновщина*, *махновщина*; элемент *-ов* возникает по аналогии в словах *эсеровщина*, *либердановщина*, *петлюровщина* и *шейдемáновщина*, так же как и в словах *эсеровскій*, *петлюровцы*, *шейдемáновцы*, *махновцы*, о которых говорилось выше.

Следует отметить, что совершенно исключительным образом слово *скоропадщина* иногда употребляется в географическом значении, равном значению *Скоропадия*: «Въ Скоропадчину и обратно» (Пр., фельетон от 8 декабря 1918).

#### Собирательный суффикс существительного *-ада*

Собирательный суффикс существительного *-ада*, как и суффикс *-щина*, может обозначать либо «совокупность людей», либо «общественный или политический феномен, выражающий целую совокупность явлений». Первое из этих значений мы видим в слове *коммунада* — «коммунары», например, в этой фразе, услышанной [мною] на рынке: «Не коммунада покупаетъ, но маклера»; второе значение зафиксировано в *керениада* — «режим Керенского, время правления Керенского», например: «Он пережил всю керениаду, наблюдая ее» (Дм. Грейцер. Пролетарствующие. Петроград, 1919. С. 8).

## 2. ГЛАГОЛЬНАЯ ДЕРИВАЦИЯ

Если абстрагироваться от иностранных заимствований, именно в области глаголов способность развития языка проявляется наиболее ограниченно.

Класс глаголов I спряжения (тип *нес-ти* и *бр-а-ть*), который с давних пор перестал быть продуктивным, не обогатился, что само собой разумеется — ни одного нового глагола.

Класс глаголов II спряжения (тип *мах-ну-ть* и *глох-ну-ть*) пополнился во время войны перфективом однократного действия *спекуль-ну-ть*, противопоставленным глаголу несовершенного вида *спекули́ровать*: «...онь удачно переменял мѣсто въ банкѣ и сталъ меньшевикомъ, а потомъ удачно спекульнулъ и записался въ кадетскую партію» (Гуревич. Красная гвоздика. Петроградъ, 1917. С. 31). В Гражданскую войну возник интересный глагол совершенного вида *мобилизнуть* — «ловко и неожиданно мобилизовать определенное количество мужчин из только что занятой деревни», — неологизм, бывший в чести у офицеров добровольческой армии генерала Деникина.

Класс глаголов III спряжения (глаголы с формами настоящего времени на *-ю*, *-ѣшь*) приобретает:

– в серии с *-я-* в настоящем времени и в инфинитиве (как *вал-я-ть*) шутовское обозначение, образованное от аббревиатуры *викжѣль* (см. выше), *викжѣлять* — «проводить политику маневрирования, наподобие той, что проводит Комитет железных дорог». Вдобавок у этого глагола наблюдаются колебания между формой третьего спряжения *викжѣлять*, преобладание которой, несомненно, объясняется сближением с глаголом аналогичного значения *вилѣть*, и формой четвертого спряжения *викжѣлить*, употребляющейся реже. Отглагольное существительное — *викжѣляніе*: «...викжеляніе слишком отчетливо проступало сквозь кудреватую фразировку» (Голосъ минувшаго. 1918. № 4—6. С. 157);

– в серии нейтральных обозначений с легким оттенком иронии, как *ораторствовать* и *либеральничать*, — слово *исполкомствовать*, «вести себя как исполнительный комитет, вершить исполнительную власть», например: «...оказалось, что у большевистского начальника, исполкомствовавшего там до восстания, был такой обычай: приехав по делу в деревню, прежде всего созвать сход и целиком ставить его на колени, чтобы крестьяне чувствовали почтение к советской власти» (Из., 5 декабря 1918); *либерданствовать* и дублет *либерданничать*, «вести себя, как Либер и Дан» (см. выше), *мгшбчничать* (см. ниже *мгшбчникъ*), *пролетарствовать*, «вести себя, как пролетарий,

жить по-пролетарски» (Дм. Грейцер. Пролетарствующие, повесть конца 1917 и начала 1918. Петроград, 1919); *большеви́ствовать*, глагол, который нам довелось слышать и который, кажется, совершенно не прижился;

– в серии иностранных заимствований с суффиксами *-овать*, *-изова́ть* (французский *-iser*), *-ировать* (немецкий *-iren*) и *-изу́ровать* (немецкий *-isieren*) — нейтральный глагол<sup>[8]</sup> *митингова́ть* от английского слова *meeting* («прежде чѣмъ идти на бой, солдаты митингуютъ»); активные глаголы<sup>[9]</sup>: *муниципализова́ть*, *націонализова́ть*, *пролетаризова́ть*; *дезаву́ровать*, *норми́ровать* («нормированные продукты» — продукты питания, продаваемые по фиксированной цене и по предоставлении продовольственной карточки), *революционі́ровать* («революционированная масса»), *саботі́ровать*, *унифици́ровать*, *федерали́ровать*, *функционі́ровать*, *экспропри́ровать* — *большеви́зировать*, *советизи́ровать* и дублиеты *муниципализу́ровать*, *націонализу́ровать*, употребляемые наряду с формами на *-изова́ть*.

Следует отметить, что *агиті́ровать*, глагол с двойной видовой принадлежностью, как и большинство этих слов иностранного происхождения, образовал особую форму совершенного вида, которая стала постоянно использоваться при большевистском режиме: *с'агиті́ровать*.

Наконец, класс глаголов IV спряжения (формы на *-ю*, *-ишь* в настоящем времени) предлагает, кроме *викжѣлить* (см. выше), разговорное сложное слово *потелефонить* — «позвонить по телефону» и два технических перфектива: *угрбѣться* (из арго летчиков) — «разбиться о землю, зарыться в землю под воздействием удара, вызванного падением самолета»<sup>[10]</sup>, и *заземлі́ть* (форма несовершенного вида — *заземля́ть*), — «прокладывать подземный электрический кабель» (из арго солдат-электриков).

## СЛОВОСЛОЖЕНИЕ

Образование сложных слов в военные и революционные времена получило столь же широкое распространение, сколь и аббревиация и именное словообразование. Сложные слова получают посредством соположения либо двух полных слов, либо первого слова в виде элемента словосложения (со вставной гласной) и второго в полной форме.

К первой категории относятся, например, такие существительные, как *двоевла́стие* — «двойственность власти», *многовла́стие* — «множественность власти», *золотопогонникъ* — «носитель золотых эполет» (применительно к карьерному офицеру это эквива-

лентно «носителю сабли», а к генералу — «страусиному перу»), *изба-читальня* или *читальня-изба* — «изба — читальный зал» (Е. А. Звягинцевъ. Словарь внѣшкольного образования. М., 1918. С. 33), *районтекстиль* — «районное управление текстильной промышленности» (подчиняющееся структуре, зовущейся *центротекстиль*), *трудармия* — «трудовая армия» (армия, которую использовали на общественных работах), *чтец-коммунист* — «коммунист, который читает вслух» (частое слово в большевистских газетах), *хамбургъ* — «город Хама» (т. е. грубияна; шуточная переделка от *Петербургъ*, достаточно показательная, ибо в ней прослеживается та недоброжелательность, с которой буржуазные элементы относятся к важной роли «народа» в жизни столицы); и такое прилагательное, как *внекастовый* — «вне касты», от старого французского заимствования *каста*, например: «...ассоциация внекастовых натуралистов, т. е. работников науки, не состоящих в штатах и коллегиях высших учебных заведений и учебных учреждений, существовавших до октябрьской революции 1917 года» (Из., 10 декабря 1917).

Ко второй категории, намного более многочисленной, относятся:

– сложные слова, включающие начальный элемент *главно-*, широко распространившийся за войну. К этой группе относятся такие забавные переделки слова *главнокомандующий*, как *главноуговаривающий* применительно к Керенскому или *главнобратающийся* применительно к большевистскому генералиссимусу Крыленко<sup>[11]</sup>;

– сложные слова с начальным элементом *бело-* и *красно-*, которые в результате гражданских столкновений революции очень рельефно противопоставляются: *белогвардеец* и *белогвардейский* — от *Белая гвардия* — названия, находчиво пущенные в ход большевиками после создания Финской белой гвардии и использовавшиеся ими как динамичные слова, призванные объединить все революционные силы против противников Октябрьского переворота; *красногвардеец* и *красногвардейский* — от *красная гвардия* — названия, появившиеся одновременно с большевистской властью; затем, позднее, с начала 1918 г., — *красноармеец*, *красноармейский* (от *Красная армия*) и *краснофлотец*, *краснофлотский* (от *красный флот*);

– сложные слова с начальным элементом *ново-*, как *новожизненцы* — «люди из группы социал-демократов, издающей газету „Новая жизнь“»<sup>[11]</sup>, по типу образования *нововременцы* — «люди из „Нового времени“»<sup>[12]</sup>;

– сложные слова с начальным элементом *одно-*, как *однорумь* — «человек одной мыс-

ли» (Александръ Блокъ. Россія и интеллигенція. М., 1918. С. 5; это прилагательное, если судить по Далю, кажется, уже употреблялось раньше Вл. Соловьёвым);

– сложные слова с начальным элементом *само-*, например: *самолётъ*, *самого́нка* — «водка, изготовляемая на дому», от выражения *гонять водку* (сейчас говорят *пить самогонку*); *самоока́пываться* и *самоока́пывание* — «самому себе вырывать окопы» (индивидуальные окопы) — термины, распространившиеся во время войны; глагол *самоопредѣлять* и существительное *самоопредѣленіе*, которым, как мы знаем, повезло в политическом обсуждении национального вопроса; и при большевистском режиме: *самодемобилиза́ция* — «самостоятельная демобилизация солдат», *самооб́ыскъ* — «обыск, осуществляющийся людьми, которые сами себе незаконно выдали ордер на обыск» (чаще всего простыми грабителями) и *самоприпи́ска* в выражении *самоприписка карточек* — «право жителя выбрать магазин, к которому он будет приписан для покупки продуктов питания по фиксированному ценам»;

– сложные слова с начальным элементом *старо-*, как прилагательное *старорежи́мный* — «относящийся к старому режиму»;

– сложные слова с начальным элементом *центро-*, которым сначала Февральская революция, а затем (и прежде всего) большевистские попытки экономической реорганизации придали особенное значение (ср. *центры* и *главки*, рассмотренные выше), слова, в которых второй элемент иногда сокращается: *центрофлётъ*, *центроба́лтъ*, *центрока́спий* (при Керенском: центральные политические организации соответственно флота, Балтийского флота и Каспийского флота); после Октябрьской революции: *центробро́нь* (центральный комитет по части броневиков), *центровáкъ* (эвакуационный центр города Москвы), *центрозáкуп* (закупочное бюро при центротекстиле), *центрокни́га* (центральный комитет по книжному делу), *центрокра́ска* (главный комитет красочной промышленности), *центромы́ло* (центральный мыльный комитет), *центромедь* (центральный комитет медной промышленности), *центропеча́ть* (центральный комитет по печатному делу), *центропленбе́ж* (см. выше), *центропро́ф* (центральный профессиональный союз), *центрореза́на* (главный комитет резиновой промышленности), *центросою́з* (союз союзов потребительных обществ), *центротексти́ль* (центральный комитет по текстильной промышленности с подчиняющимися ему структурами: *центросу́рковая ткань*, *центротка́нь*, *центропря́жа*, *центрохло́пок*, *центроле́н*, *цен-*

*проджёт, центрошёрсть), центротук* (главный комитет удобрильных туков), *центрочай* (центральный чайный комитет)<sup>[14]</sup>. Движение централизации заходит так далеко, что создается *центроцентр* (коллегия при комиссаре по продовольствию), в то время как «контрреволюционная» и антисемитская смекалка продолжает эту долгую серию комичным словом *центрожд* — «центральный комитет еврейства», — обозначающим Смольный институт<sup>[15]</sup>;

– различные сложные слова с варьируемым первым элементом и иногда сокращенным вторым, как то: *фронтострой* (центральное прифронтовое строительное управление, слово времен войны), *хамовоз* — шуточно-ругательное обозначение автомобилей, которые со времен революций, особенно Октябрьской, перевозят только солдат, матросов и прочий простой люд; *комиссародержцы* — комичная трансформация слова *самодержець*, использовавшаяся меньшевиками, центральными и правыми социалистами-революционерами по отношению к большевикам; *главкомания* — «мания [создания] главных комитетов» (*главков*), по поводу чего шутят иногда и сами большевики (см. статью под названием «Главкомания, ее причины и последствия» в журнале «Новый путь», 1918, № 8, стр. 3—7); *паровозосоюз* (союз паровозных железнодорожников); *Волгопрод* — «комиссия народного комиссариата продовольствия по приему и передаче продовольственных грузов Волжского бассейна»; прилагательные *сахаропустный* (в *сахаропустные дни*, «дни без сахара», от старого выражения *мясопустные дни* — «дни без мяса»), *немцефильский* (Из., 7 декабря 1918 г.) вместо *германофильский* и *рабочес'ездовский* (Пр., 31 августа 1918 г.) — от *рабочий с'езд*.

Ко всем этим сложным словам с несокращенным начальным элементом и с соединительной гласной следует добавить несколько слов с сокращенным начальным элементом и без соединительной гласной, например: *Банктруд* (всероссийский союз сотрудников Народного Банка), *Закупсбыт* (Пр., 4 декабря 1918 г.: «...накануне войны, почти все корпоративные организации объединились вокруг одного центра, названного для краткости Закупсбытом»), *добрармия* (Добровольческая армия Деникина); и сложные слова с элементом *авто-* (от *автомобильный*), некоторые военного происхождения, такие как *автосевь* (*автомобильный отд'ель с'вернаго фронта*), *автоюзь* (*автомобильный отд'ель югозападнаго фронта*), *автокавь* (*автомобильный отд'ель кавказскаго фронта*) и т. д.; другие восходят

к революционной эпохе, такие как *автосекция* — «центральное управление автомобилей», *автосовет* — «совет управления автомобилями», *автотранс* — «управление грузовыми автомобилями», *автохозяйство* — «автомобильное хозяйство».

Наконец, следует вспомнить множество вариантов слова *социал-демократ*, которые образовались в результате полемики между различными группами российских социалистов: *социаль-патриотъ* (социалист, признающий легитимность национальной обороны, *оборонецъ*), *социаль-пацифистъ*, *социалшовинистъ* — все эти наименования очень часто использовались с самого начала войны; позднее к ним добавились, вследствие возвращения большевиков в Россию и по причине их все возрастающей роли в жизни страны: *социал-изменник* (то есть изменивший делу пролетариата), *социал-лакей* (лакей буржуазии), *социал-милитаристъ*, *социал-предатель*, *социал-премьер* (прозвище, данное Керенскому), *социал-саботант* (саботирующий социализм), *социал-соглашатель* (идуший на соглашение с буржуазией) и т. д. Эмигрировавшие социалисты давно уже применяли к тем своим товарищам, кого они считали подозрительными, термин *социаль-прохвостъ*. Анархисты после Октябрьской революции придумали для обозначения большевиков номинацию *социаль-идиотъ*, что-то вроде бурлескного омофона для *социаль-патриотъ*.

Сложные слова с элементом *националь-* не получили почти никакого развития; среди них стоит отметить лишь слово *национал-социалисты*.

#### ПРИМЕЧАНИЯ

[1]. Addenda: [Уже во время революции 1905 г. появилось слово *массовка* в значении «скопление людей в общественном месте (в особенности стихийное скопление вокруг оратора)» и выражение *идти на массовку* «отправляться на подобного рода сборище». Также при большевистском режиме народные гулянья с танцами нередко стали называть *танц'юльками*].

[2]. Всероссийское демократическое совещание (14—22 сентября 1917 г.) — совещание политических партий и общественных организаций с участием министров Временного правительства, на котором был учрежден Предпарламент. — *Прим. перев.*

[3]. Ср.: «Почему „учредилка“? (Между прочим, это вовсе не так обидно. У крестьян есть обычное — „потребилка“) — Потому, что мы сами рядили о „выборных агитациях“, сами судили чиновников за „злоупотребления“ при этих агитациях; потому, что самые цивилизованные страны (Америка, Франция) сейчас захлебнулись в выборном мошенничестве, выборном взяточничестве» (Блок. Указ. соч.). — *Прим. перев.*

[4]. Производное от имени 28-го президента США Томаса Вудро Вильсона (1856—1924); под «вильсонизмом» понимается доктрина Вильсона, изложенная им в так называемых «Четырнадцать пунктов» (прекращение войн, обеспечение свободной торговли и реализации права на территориальное самоопределение и пр.) и приведшая к созданию Лиги Наций. — *Прим. перев.*

[5]. Ср.: «Каутский, наибольший авторитет II Интернационала, представляет из себя в высшей степени типичный и яркий пример того, как словесное признание марксизма привело на деле к превращению его в „струвизм“ или в „брентанизм“ (то есть в либерально-буржуазное учение, признающее неревOLUTIONционную „классовую“ борьбу пролетариата, что особенно ярко выразили русский писатель Струве и немецкий экономист Брентано)» (Ленин. Указ. соч.). Струве Петр Бернгардович (1870—1944) — философ, экономист, публицист, теоретик «легального марксизма», высказал идею о том, что социализм закономерно возникнет в недрах капитализма благодаря реформам и общественному развитию. Луйо Брентано (1844—1931) — немецкий экономист, отстаивавший идею примирения классовых противоречий путем реформ и рационального хозяйствования, полагал, что капиталисты заинтересованы в улучшении условий жизни рабочего, поскольку сокращение рабочего дня и повышение заработной платы повышает эффективность труда. — *Прим. перев.*

[6]. Вероятно, имеется в виду употребление слова «маринизм» в значении «империалистическая политика усиления морских вооружений с целью добиться господства на море, морской милитаризм» (толковый словарь русского языка под ред. Д. Н. Ушакова). — *Прим. перев.*

[7]. В средневековой Франции так назывались городские кварталы, где компактно проживало еврейское население. — *Прим. перев.*

[8]. Жакерия — название народного восстания во Франции во время Столетней войны (1358), образовано от номинации «Жак-Простака» (Jacques Vohomme), использовавшейся по отношению к крестьянам. — *Прим. перев.*

[8]. «Нейтральный глагол» — устаревший термин французской грамматики. Обозначает глаголы, выражающие «абсолютные состояния» (типа «спать») либо действия, «не имеющие направленности на объект» (типа «умереть»). Различают «нейтральные непереходные глаголы (verbes neutres intransitifs, типа «умереть») и «нейтральные переходные глаголы (verbes neutres transitifs), употребляемые с косвенным или обстоятельственным дополнением (типа «идти»). В настоящее время эта терминология используется редко. — *Прим. перев.*

[9]. Под «активными» обычно понимаются либо глаголы, выражающие действие, инициа-

руемое и производимое субъектом (противопоставляемые по этим признакам «неодушевленным» и «стативным» глаголам), либо переходные глаголы, имеющие форму страдательного залога (в этом случае «активность» глагола противопоставляется «пассивности» отдельных его форм). Однако не ясно, в каком именно смысле употребляет этот термин Мазон: в первом случае не понятно противопоставление приводимых далее глаголов «пассивному» глаголу «митинговать», во втором — причины, по которым к «активным» отнесен непереходный глагол «функционировать», не имеющий в русском языке страдательных форм. — *Прим. перев.*

[10]. Также говорят *угробить аппарат* — «разбить аппарат, разбить самолет» и *пригробить аппарат* — «повредить аппарат, довести его до плачевного состояния».

[11]. Крыленко Николай Васильевич (1885—1938) — советский государственный деятель, после Октябрьской революции Главковерх (т. е. верховный главнокомандующий) Российской армии. После своего назначения отдал приказ всем частям прекратить сопротивление и самостоятельно вступить в переговоры с немцами. Затем на различных должностях в правительстве. В 1938 г. осужден по обвинению в шпионаже, расстрелян. — *Прим. перев.*

[12]. «Новая жизнь» — первая легальная большевистская газета, центральный орган РСДРП, выходила в Петербурге с октября по декабрь 1905 г. (с ноября — под непосредственным руководством Ленина). — *Прим. перев.*

[13]. «Новое время» — российская газета, выходила с 1866 по 1917 г. в Петербурге, имела репутацию газеты «европейского типа», вместе с тем критиковалась за беспринципность, сервильность, реакционность. Закрыта большевиками. Ленин назвал ее «образцом продажных газет. „Нововетренство“ стало выражением, однозначным с понятиями: отступничество, ренегатство, подхалимство. „Новое Время“ Суворина — образец бойкой торговли „на вынос и распивочно“. Здесь торгуют всем, начиная от политических убеждений и кончая порнографическими объявлениями» (Ленин В. И. Карьера [Правда, 18 августа 1912] // Ленин В. И. Полн. собр. соч. Т. 22. С. 44). — *Прим. перев.*

[14]. В статье журнала «Новый Путь» (1918, № 11, С. 4) встречаем: *центромáсло, центрóмука, центрóспирт, центрóсвечá, центрóцемéнт* и *фармацёнтр* (главный комитет химико-фармацевтической промышленности).

[15]. Летом и осенью 1917 г. в здании Смольного института располагались центральные органы Советов, а в октябре — штаб по подготовке к восстанию большевиков. Здесь — намек на большое количество евреев в руководстве социалистических партий. — *Прим. перев.*

## РАЗДЕЛ 6. РЕЦЕНЗИИ. ХРОНИКА

УДК 82-54  
ББК Ш100.621

ГСНТИ 16.01.13

Код ВАК 10.02.19

Л. Е. Веснина  
Екатеринбург, Россия

L. E. Vesnina  
Ekaterinburg, Russia

### ПОЛИТИЧЕСКАЯ КОММУНИКАЦИЯ: РАСШИРЯЯ ГРАНИЦЫ

### POLITICAL COMMUNICATION: EXPANDING THE BORDERS

**Аннотация.** Обзор Международной научной конференции «Политическая коммуникация», прошедшей на базе Уральского государственного педагогического университета (24—26 сентября 2013, г. Екатеринбург).

**Abstract.** This is a review of the international conference “Political Communication” held in Ural State Pedagogical University (24—26 of September 2013, Ekaterinburg).

**Ключевые слова:** политическая коммуникация; дискурс СМИ; межкультурная коммуникация; психолого-лингвистическая экспертиза.

**Key words:** political communication; media discourse; intercultural communication; psychological linguistic examination.

**Сведения об авторе:** Веснина Людмила Евгеньевна, кандидат филологических наук, доцент кафедры риторики и межкультурной коммуникации.

**About the author:** Vesnina Liudmila Evgenievna, Candidate of Philology, Associate Professor of the Chair of Rhetoric and Intercultural Communication.

**Место работы:** Уральский государственный педагогический университет (Екатеринбург).

**Place of employment:** Ural State Pedagogical University, Ekaterinburg.

**Контактная информация:** 620017, Екатеринбург, пр-т Космонавтов, 26, к. 285.  
e-mail: levesna@yandex.ru.

В период с 24 по 26 сентября 2013 г. в г. Екатеринбурге на базе ФГБОУ ВПО «Уральский государственный педагогический университет» состоялась очередная Международная научная конференция «Политическая коммуникация». По сложившейся традиции идейным вдохновителем и руководителем научного мероприятия стал Анатолий Прокопьевич Чудинов (заслуженный деятель науки РФ, проректор по научной и инновационной деятельности Уральского государственного педагогического университета, доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой риторики и межкультурной коммуникации).

В конференции приняли участие более 100 человек из различных городов России и других стран: были представлены Барнаул, Екатеринбург, Ижевск, Казань, Калуга, Кемерово, Красноярск, Минск (Беларусь), Москва, Нижневартовск, Нижний Тагил, Павлодар (Казахстан), Пермь, Прешов (Словакия), Санкт-Петербург, Саратов, Северодвинск, Симферополь (Украина), Сургут, Тверь, Уфа, Хабаровск, Хельсинки (Финляндия), Челябинск, Шадринск.

Научная конференция «Политическая коммуникация» собирает вместе не только ведущих ученых, аспирантов, соискателей, журналистов и других российских и зарубежных специалистов в области политической коммуникации, но и студентов различных институтов и факультетов Уральского госу-

дарственного педагогического университета. Так, 24 сентября в 14.00 конференция открылась лекцией профессора Прешовского университета, директора Лингвокультурологического и переводческого центра Йозефа Сипко (Словакия). Лекция приглашенного из Словакии гостя посетило порядка 250 человек. Предложенная на суд молодых россиян тема «Русские лексемы как фрагменты языковой картины России в Словакии» никого не оставила равнодушным и вызвала оживленную дискуссию. Обсуждались вопросы исторической памяти, специфика освещения в СМИ темы оккупации Чехословакии (1968 г.) и Пражской весны, особенности современных отношений между Россией и Словакией.

Вторую открытую лекцию на тему «Интеграционные и конфронтационные процессы в межнациональном взаимодействии: смена парадигм», которую могли посетить все интересующиеся проблемами политической коммуникации, прочла доктор филологических наук, профессор кафедры риторики и межкультурной коммуникации УрГПУ Наталья Борисовна Руженцева.

Пленарное заседание 25 сентября открыл руководитель конференции, один из ведущих российских ученых в области политической коммуникации, доктор филологических наук, профессор Анатолий Прокопьевич Чудинов. Он приветствовал участников научного мероприятия, а также представил доклад, посвященный интернациональным и

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

© Веснина Л. Е., 2013

национальным особенностям метафорического моделирования действительности. В докладе прозвучали выводы о специфике метафорического моделирования действительности в различных странах (России, США, Китае и др.), основанные на результатах продолжавшегося более десяти лет исследования метафорического осмысления реальности в самых разных сферах (политике, образовании, международных отношениях и др.).

Границы политической коммуникации оказались настолько широки, что на пленарном заседании в круг интересов ученых попали самые разнообразные проблемы. Без перерыва прозвучали доклады на следующие темы.

1. «Ребрендинг от противника» как мощный инструмент политической борьбы (д-р филол. наук, проф. Светлана Викторовна Иванова).

2. Речевая агрессия в интернет-комментариях как проявление социальной напряженности (д-р филол. наук, проф. Татьяна Ивановна Стеклова).

3. Типологические признаки текстов дискредитирующего типа в политическом медиадискурсе (д-р филол. наук, проф. Татьяна Владимировна Чернышова).

4. Интерпретация содержания политического текста рядовыми носителями русского языка (д-р филол. наук, проф. Лидия Густовна Ким).

5. Электоральный дискурс как объект лингвистической экспертизы (на материалах московской кампании 2013 г.) (канд. филол. наук, доц. Елена Станиславовна Кара-Мурза).

6. Политические факты и лингвистические аргументы: прагматика креатива в газетном дискурсе (д-р филол. наук, проф. Татьяна Александровна Гридина, д-р филол. наук, проф. Надежда Ильинична Коновалова).

7. Советский толковый словарь как средство идеологического воздействия (из истории настройки инструмента) (д-р филол. наук, проф. Евгения Наумовна Басовская).

8. Некоторые приемы языкового манипулирования в современном казахстанском политическом дискурсе (д-р филол. наук, проф. Зифа Какбаевна Темиргазина).

9. Фрагменты языковой картины оккупации Чехословакии в 1968 году (д-р филол. наук, проф. Йозеф Сипко).

10. Метаязыковой вектор в обыденном политическом дискурсе (д-р филол. наук, проф. Николай Данилович Голев).

Все без исключения доклады отличались актуальностью, доступностью и оригинальностью в представлении материалов; поднятые проблемы вызвали живой интерес у участников конференции, отдельные мо-

менты обсуждались уже за пределами конференц-зала.

Важным событием в ходе конференции стало проведение круглого стола по проблемам психолого-лингвистической экспертизы, в рамках которого выступили д-р филол. наук, проф. Анна Михайловна Плотникова («Лингвистическая экспертиза художественного текста по делам, связанным с противодействием экстремизму») и канд. психол. наук, доц. Кирилл Витальевич Злоказов («Лингвистика текста и деструктивная личность»). Почетным гостем круглого стола стал майор полиции, оперуполномоченный по особо важным делам Центра по противодействию экстремизму ГУ МВД по Свердловской области, соискатель кафедры уголовного права Уральского юридического института МВД России Артур Андраникович Карапетян. Участники круглого стола обсуждали вопросы, связанные со сложностями проведения лингвистической экспертизы художественного текста; с практикой исследования воздействующего потенциала текста путем контент-анализа видеофрагментов, сопровождаемой психологической диагностикой процессов, состояний и свойств психики субъекта и анализом его психофизиологического состояния в процессе просмотра видеофрагментов (М. Б. Ворошилова, К. В. Злоказов).

Помимо ведущих ученых в области политической коммуникации, представить свои изыскания научному сообществу смогли и молодые ученые. Для этого в рамках конференции был организован «Клуб молодого ученого», в ходе заседания которого прозвучали доклады на следующие темы:

1. Милитарная метафора в представлении системы образования в российских и британских текстах СМИ (аспирант Сургутского государственного университета Мария Алексеевна Вавилина).

2. Русские СМИ о ювенальной юстиции в Финляндии: манипулятивный дискурс как объект изучения в рамках функционального синтаксиса (на материале интернет-изданий) (аспирант кафедры современных языков Хельсинкского университета Анна Владимировна Кассихина).

3. Коммуникативные тактики вежливости в американской и российской интернет-рекламе (аспирант кафедры риторики и межкультурной коммуникации Уральского государственного педагогического университета Геннадий Николаевич Тельминов).

Кроме отмеченных форм работы, в течение всех трех дней интенсивной научной деятельности ведущие ученые провели индивидуальные консультации молодых ученых и мастер-классы.

В заключительном слове, произнесенном ведущим организатором конференции кандидатом филологических наук, доцентом Марией Борисовной Ворошиловой, одновременно отмечались результаты, подводились итоги и намечались перспективы научной деятельности в сфере политической коммуникации. В частности, подчеркивалось, что ярким примером расширения границ интересов политической коммуникации стало появление новой, уже пятой, постоянной рубрики «Лингвистическая экспертиза» в журнале «Политическая лингвистика».

В целом, как отмечали участники конференции, мероприятие прошло на высочайшем научном, интеллектуальном, душевном уровне. Характеристика формата конференции «Политическая коммуникация» одним из ее участников (канд. полит. наук, доцентом кафедры политических наук Саратовского государственного университета им. Н. Г. Чернышевского Александром Александровичем Казаковым) как «науки с человеческим лицом» как нельзя лучше отражает суть данного научного события. Выражаем огромную благодарность всем причастным к организации и проведению этого научного мероприятия. С материалами конференции можно ознакомиться в сборнике материалов конференции «Политическая коммуникация» (Екатеринбург, 24—26.09.2013), а также в журнале «Политическая лингвистика».

До новых встреч!

## ПУБЛИКАЦИИ МАТЕРИАЛОВ КОНФЕРЕНЦИИ

1. *Андрющенко О. К.* Типология интенциональных значений ведущей интенции обещания в современной политической картине мира казахстанских политиков // Политическая лингвистика. 2013. № 3 (45). С. 82—86.

2. *Бабенко Л. Г., Конторских А. В.* Репрезентация образа России в программной речи кандидата в президенты (на материале предвыборной речи В. В. Путина) // Политическая лингвистика. 2013. № 4 (46). С. 12—16.

3. *Голев Н. Д.* Обыденный политический дискурс: метаязыковой и металингвистический аспекты // Политическая лингвистика. 2013. № 4 (46). С. 30—37.

4. *Иванова С. В.* Политический ребрендинг от противника как коммуникативная стратегия // Политическая лингвистика. 2013. № 4 (46). С. 42—46.

5. *Иванова С. В., Артемова О. Е.* Маршрутизация восприятия и воздействующий потенциал политического интернет-медиа-текста // Политическая лингвистика. 2013. № 3 (45). С. 28—36.

6. *Ким Л. Г., Мустайоки А., Пиетилляйнен Ю.* Восприятие модернизации русскими студентами как результат влияния образа автора на интерпретацию политического текста // Политическая лингвистика. 2013. № 4 (46). С. 47—58.

7. *Краснова Т. И.* Образ России: способ репрезентации в падежном фрейме // Политическая лингвистика. 2013. № 3 (45). С. 102—105.

8. *Краснова Т. И.* Социологическая лингвистика в политическом контексте (опыт эпистемологического обзора с концептом «Другой») // Политическая лингвистика. 2013. № 4 (46). С. 59—70.

9. *Култышева И. В.* Использование коммуникативных стратегий во время теледебатов избирательной кампании в Государственную думу 2011 года // Политическая лингвистика. 2013. № 3 (45). С. 106—113.

10. *Политическая коммуникация* : материалы Междунар. науч. конф. (Екатеринбург, 24—26 сентября 2013 г.) / гл. ред. А. П. Чудинов ; ФГБОУ ВПО «Урал. гос. пед. ун-т». — Екатеринбург, 2013. — 398 с.

11. *Стексова Т. И.* Речевая агрессия в интернет-комментариях как проявление социальной напряженности // Политическая лингвистика. 2013. № 3 (45). С. 77—81.

**Н. А. Красильникова** N. A. Krasilnikova  
Новоуральск, Россия Novouralsk, Russia

**ХРИСТИАНСКИЕ ЦЕННОСТИ  
И ИССЛЕДОВАНИЕ**

**АМЕРИКАНСКОГО ОБРАЗА ЖИЗНИ**

*Аннотация.* Б. И. Белл — известный американский писатель, священник Епископальной церкви, читавший лекции во многих университетах. На его лекциях и основана рецензируемая книга «Культура толпы: исследование американского образа жизни», во многом предсказывающая современное состояние мировой культуры с ее гомогенизацией и упадком.

*Ключевые слова:* политическая корректность; война культур; Б. И. Белл; конформизм; эгалитарность.

*Сведения об авторе:* Красильникова Наталья Алексеевна, кандидат филологических наук, доцент, директор филиала УрГПУ в г. Новоуральске, заведующий кафедрой общепрофессиональных дисциплин.

*Место работы:* Уральский государственный педагогический университет.

*Контактная информация:* 624130, г. Новоуральск, ул. Победы, 18, к. 307.  
e-mail: n\_krasilnikova@mail.ru.

**CHRISTIAN VALUES  
AND AN EXAMINATION**

**OF THE AMERICAN WAY OF LIFE**

*Abstract.* B. I. Bell is a famous American writer, a priest of the Episcopal Church who gave lectures in many universities. The reviewed book «Crowd Culture: an Examination of the American Way of Life» is based on his lectures. In his book he predicted the modern state of world culture with its homogenization and decline.

*Key words:* political correctness; war of cultures; B. I. Bell; conformism; equality.

*About the author:* Krasilnikova Natalia Alekseevna, Candidate of Philology, Associate Professor, Director of Novouralsk Affiliate of the Ural State Pedagogical University, Head of the Chair of Professional Subjects.

*Place of employment:* Ural State Pedagogical University.

Книга «культура толпы: исследование американского образа жизни» основана на лекциях Бернарда Иддинга Белла, известного американского писателя, священнослужителя Епископальной церкви, настоятеля Храма Святого Павла (Фон-дю-Лак, Висконсин), который преподавал в различных высших учебных заведениях, включая Колумбийский университет и Университет Чикаго.

Б. И. Белл написал несколько книг в русле культурного критицизма, чем заслужил восхищение Т. С. Элиота, Р. Вивера, Р. Керка и других известных писателей. В 1950 г. он был признан одним из лучших христианских писателей Америки.

Книгу «Культура толпы: исследование американского образа жизни» можно справедливо отнести как к социально-философским, так и к культурологическим работам. Хотя Б. И. Белл провел свои знаменитые лекции в Уэслианском университете Огайо на открытии Фонда Фредерика Меррика еще в 1952 г., рецензируемое издание вышло в свет в 2001 г., что свидетельствует о современности и актуальности идей Б. И. Белла в XXI в. До 2001 г. его работы не переиздавались, поэтому для многих стали откровением.

Б. И. Белла интересуют, с одной стороны, культурные условия, необходимые для процветания человечества, с другой — причины неопровержимого упадка культуры, который мы наблюдаем вокруг себя. В своей уникальной, предсказывающей будущее книге «Культура толпы: исследование американского образа жизни» Б. И. Белл обнажает самодовольный и конформистский эгалитарный нравственный облик, который, по его мнению, разрушает образование, религию и культуру Америки.

Б. И. Белл считает, что Америка является худшим врагом самой себе. По словам автора, она была чрезвычайно провинциальна и в своем антиинтеллектуализме изолирована от культуры. Ее образовательная система опиралась на терапевтическую ментальность, которая выдвигала на передний план «приспособление» к обществу, а не передачу знаний человечества. Американское общество поклонялось материальным накоплениям и экономическому росту. Его религиозные лидеры распространяли сентиментальные ложные слухи, а не содержащую доктрину священную правду.

Тем не менее творчество Белла пронизано надеждой на христианство. Он возлагал надежды на то, что придет поколение

«бунтарей», которые будут достаточно умны и сильны духом, чтобы преодолеть существующие культы, и молился за это. «Они должны быть достаточно мудрыми, чтобы понимать, что наши предки были не глупы и что скорее оправдывает себя взгляд в далекое будущее, чем прицел на ближайшие события», — писал он.

Б. И. Белл обогнал свое время в том, к каким вопросам привлекал внимание: некоторые из них позже обрели особую популярность и стали рекламными лозунгами, например идиома «dumping down» (упростить для народа), «political correctness» (политическая корректность), «culture war» (война культур). Фактически его творчество послужило стимулом для образования послевоенного традиционалистского консервативного движения в США.

В новом предисловии к данному изданию Сисеро Брюс доказывает, что, несмотря на все претензии американской культуры на индивидуализм, предупреждение Белла о конформизме и самодовольстве остается актуальным.

Во времена исчезновения гомогенизации и упадка культуры, когда практически любое место и любой человек похожи на другое место и другого человека, книга «Культура толпы: исследование американского образа жизни» Бернарда Иддинга Белла читается как предсказание.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. *Bell B. I. Crowd Culture: An Examination of the American Way of Life.* — Wilmington, DE : ISI Books, 2001. — 136 p.

Л. А. Мардиева Л. A. Mardieva  
Казань, Россия Kazan, Russia

**ВИЗУАЛЬНАЯ МЕТАФОРА КАК ОБЪЕКТ  
И ИНСТРУМЕНТ ИССЛЕДОВАНИЯ  
СЕМИОТИЧЕСКИ ОСЛОЖНЕННЫХ  
ПОЛИТИЧЕСКИХ ТЕКСТОВ**

**THE VISUAL METAPHOR —  
OBJECT AND INSTRUMENT  
OF RESEARCH OF MULTIMODAL  
POLITICAL TEXTS**

**Аннотация.** Рецензия на книгу М. Б. Ворошиловой «Политический креолизованный текст: ключи к прочтению» (Екатеринбург, 2013. — 194 с.).

**Abstract.** This is a review of the book «Creolized political texts: keys to reading» by M. B. Voroshilova published in Ekaterinburg in 2013 (194 p.).

**Ключевые слова:** когнитивная метафора; креолизованные тексты; политический текст; политическая карикатура; визуальная прецедентность.

**Key words:** cognitive metaphor; creolized texts; political text; political caricature; visual precedence.

**Сведения об авторе:** Мардиева Ляйля Агъдасовна, кандидат филологических наук, доцент, кафедра современного русского языка и методики преподавания, отделение русской филологии, Институт филологии и межкультурной коммуникации.

**About the author:** Mardieva Laila Agdasovna, Candidate of Philology, Assistant Professor, Chair of the Modern Russian Language and Methods of Teaching, Department of Russian Philology of the Institute of Philology and Intercultural Communication.

**Место работы:** Казанский (Приволжский) федеральный университет.

**Place of employment:** Kazan (Volga region) Federal University.

**Контактная информация:** 420021, г. Казань, ул. Межлаука, 3/45, каб. 109.  
e-mail: layka66@mail.ru.

С середины XX в. представление о том, что практически весь мыслительный процесс человека протекает только в формах языка, начинает утрачивать силу непререкаемого утверждения, и постепенно в науке утверждается идея гетерогенности, в метафорическом выражении — семиотической неоднородности человеческого мышления. Гетерогенность мышления предопределяет не только само появление неоднородных (семиотически осложненных) по своему составу текстов, но, что особенно важно, их большую по сравнению с моноструктурными текстами воздействующую силу. Бурное развитие информационных технологий способствует тому, что наиболее оптимальные формы воплощения человеческого сознания становятся всё более доступными человечеству, и коммуникативное сообщество всё активнее продуцирует тексты, смысл которых рождает взаимодействие нескольких составляющих — вербальной и невербальной.

Указанный процесс, естественно, оказывается в центре внимания лингвистов. Несмотря на то что особый интерес к семиотически осложненным текстам фиксируется уже в середине XX в., приходится утверждать, что до сегодняшнего дня мы не имеем единого общепризнанного термина как для самих текстов, состоящих из неоднородных структурных элементов, так и для невербальной составляющей подобного рода текстов (речь идет в первую очередь о выборе наименования для невербальных

знаков, репрезентирующих образно-визуальные презентации сознания); определенные дискуссии рождает и проблема определения семиотически осложненных текстов; нет консенсуса и в вопросе типологии подобного рода текстов; не отработана методология их исследования и т. п. Вместе с тем мы видим огромный исследовательский интерес к означенным текстам, о чем свидетельствует большое количество трудов, появившихся в новом веке. И такой большой объем информации нуждается в систематизации и научном описании. Эту непростую задачу, в числе прочих, и решает монография М. Б. Ворошиловой «Политический креолизованный текст: ключи к прочтению». Некоторая реферативность исследования, отмеченная самим автором, является в свете сказанного плюсом работы: на данном этапе развития этой отрасли языкознания такая задача актуальна и, безусловно, востребована.

Логика изложения материала соответствует поставленной цели исследования и ее задачам. В первой главе монографии автор останавливается на проблеме визуализации, представляет обзор работ, посвященных семиотически осложненным (креолизованным — это слово автор использует в качестве рабочего термина в монографии) текстов, рассматривает существующие в науке определения указанных типов текстов; с опорой на работы предшественников выделяет четыре ключевые, по мнению автора, характеристики (сложную форму, соче-

тание двух и более кодов, отношения взаимовлияния, взаимодополнения между составляющими; комплексное воздействие текста на адресата) исследуемых текстов и предлагает свое определение терминологического сочетания «креолизованный текст». Кроме того, автор подробно описывает структуру и виды корреляции семиотически разнородных структурных элементов креолизованного текста и, опираясь на исследования Е. Е. Анисимовой, А. А. Бернацкой, Л. Бардена, предлагает свою обобщенную типологию корреляций между компонентами креолизованного текста, включающую параллельную, перекрестную, оппозитивную, интерпретативную и поддерживающую корреляции. Результаты анализа исследовательского материала, представленные в работе, демонстрируют правомерность предлагаемой классификации.

Следующие две главы монографии посвящены типам креолизованных текстов: креолизованным текстам в художественном дискурсе (в художественной литературе и кино) и в современной массовой коммуникации — политической рекламе, политических текстах, в том числе в текстах политических карикатур. Особого внимания заслуживает параграф, посвященный структурному анализу текстов логотипов предвыборной кампании Барака Обамы и логотипам российских политических партий. Автор уделяет пристальное внимание проблеме креолизации отдельных элементов текста (как параграфемным, так и собственно иконическим, или изобразительным/визуальным). Результаты авторских интерпретаций текстовых элементов, оценка их прагматических потенциалов подтверждается результатами опросов, что следует признать большим плюсом работы. Во второй главе автор подходит к главной теме своего исследования — визуальным метафорам в креолизованных текстах, которая получает продолжение в следующих двух главах, целиком посвященных креолизованным текстам политических карикатур.

Когда мы говорим о семиотически сложных текстах, мы выходим из сферы собственно лингвистических исследований и вторгаемся в одну из областей невербальной семиотики. Вполне естественно, что лингвист в этом случае стремится применить методы лингвистического анализа к единицам неречевым. И такой подход является вполне обоснованным, поскольку лингвистика как наука о знаках языка является частью семиотики как науки о знаках, более того, именно лингвистика позволяет семиотике, как писал Р. Якобсон, встать на

«твердую теоретическую основу». В качестве инструмента, позволяющего систематизировать, описывать и анализировать невербальную (иконическую или изобразительную) составляющую креолизованного текста и соответственно сам текст в целом, М. Б. Ворошилова называет когнитивную метафору. В результате метафора в рецензируемой работе оказывается не только объектом, но и инструментом исследования. Такой подход позволяет по-новому взглянуть на тексты политических карикатур: выявить парадигмы образов в текстах политических карикатур, посвященных мировому кризису и конфликту между Грузией и Россией; наиболее полно с учетом вербальных и иконических текстовых и затекстовых (социально-политических, культурно-психологических) контекстов раскрыть наполняющие визуальные метафоры смыслы, выделив в них базовые семантические компоненты, в первую очередь коннотативные, или идеологические; подтвердить правомерность выделения четырех типов корреляции между вербальными и невербальными (иконическими) компонентами креолизованного текста. Разнообразные типы отношений между речевыми и неречевыми структурными элементами текста позволяют, по наблюдениям автора, не только актуализировать то или иное значение визуальной метафоры, подчеркнуть его или дополнить в содержательном отношении, а иногда и интерпретировать, но также, в случае отношений противопоставления, диссонанса иконической составляющей с вербальной частью текста, наполнить ее новым звучанием — комическим, что особенно актуально для исследуемых текстов карикатур.

Используя этот же инструментарий — когнитивную метафору, автор анализирует прецедентные имена и прецедентные культурные тексты. Перед нами вновь выстраиваются ряды метафорических образов, но в этом случае — прецедентных визуальных образов. Источниковедческая (текстовая) база прецедентных визуальных образов, используемых в текстах политических карикатур, обширна; объединяет их то, пишет автор, что они «не имеют культурных и возрастных ограничений», основная их масса входит в школьную программу. Обретая в карикатурах метафорическое значение, прецедентные визуальные образы, не теряя своей связи с первоисточником, сохраняют ассоциативный «шлейф», а потому обладают мощным прагматическим потенциалом и, как показано в работе, могут совершенно по-разному обыгрываться в креолизованных текстах политических карикатур. Нужно за-

метить, что прецедентные визуальные образы и их иконические воплощения, т. е. прецедентные визуальные феномены (оба терминологических сочетания были введены в научный оборот автором этой рецензии), — совершенно новый и практически не изученный объект современной науки, а предлагаемый М. Б. Ворошиловой подход к их исследованию, безусловно, является оригинальным и, думаем, перспективным.

Особое внимание автор уделяет прецедентным образам-символам, которые, в силу своей символической природы, передают прямо противоположные смыслы (ср., например, рассмотренные в тексте работы особенности воплощения прецедентного визуального образа медведя в логотипе партии «Единая Россия» с однозначно мелиоративным оценочным наполнением и в некоторых карикатурах, где актуализируется пейоративная составляющая этого символа).

Монография написана в духе традиций Уральской лингвистической школы, широко известной своими исследованиями полити-

ческой метафорологии, и демонстрирует возможности применения идей и исследовательского инструментария этой школы в сопредельной с лингвистикой сфере, которую М. Б. Ворошилова называет лингвистической семиотикой. В результате прочтения работы появляется понимание того, что автор планомерно отработывает предлагаемую им методику исследования, которая, кстати, не препятствует применению многоаспектного и широкого подхода к рабочему материалу. Монография, несомненно, будет востребована лингвистическим сообществом, а результаты исследования найдут применение в практике политической коммуникации и маркетинговой деятельности, в практике преподавания русского языка в высшей школе.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. *Ворошилова М. Б.* Политический креолизованный текст: ключи к прочтению : моногр. / Урал. гос. пед. ун-т. — Екатеринбург, 2013. — 194 с.

## ПРАВИЛА ПРЕДСТАВЛЕНИЯ АВТОРАМИ РУКОПИСЕЙ В ЖУРНАЛ «ПОЛИТИЧЕСКАЯ ЛИНГВИСТИКА»

«Политическая лингвистика» издается как узкоспециализированный научный журнал, ориентированный на максимально широкий круг читателей и многонациональный состав авторов, представляющих различные научные школы и направления в России и других странах. Рукописи принимаются на русском, английском, немецком, французском, испанском языках, по согласованию с редакцией возможно представление рукописей и на иных языках. Статьи публикуются на русском языке. Перевод осуществляется сотрудниками журнала за счет средств редакции.

Авторы, предлагающие статьи для публикации, должны учитывать проблематику журнала, который включает следующие разделы.

Дискуссии. Раздел предоставляет площадку для полемики между представителями различных или диаметрально противоположных взглядов на проблемы политической лингвистики и когнитивистики. Как правило, в разделе публикуется несколько материалов, излагающих соперничающие концепции.

1. Теория политической лингвистики. Этот раздел предоставляет трибуну ведущим специалистам по политической лингвистике.

2. Политическая коммуникация. Включает статьи, посвященные институциональной и личной политической коммуникации. Политическая коммуникация понимается широко, т. е. и как коммуникация, в которой политики выступают как адресанты или адресаты, и как коммуникация, связанная с политическими проблемами в рамках политического медийного, научного или иного дискурса.

3. Язык – общество – политика – культура. В этом разделе представлены статьи, в которых исследуются проблемы взаимодействия языка, общества, культуры и политики, в том числе имеющие важное социальное значение вопросы медиалингвистики и рекламной коммуникации. Подобные исследования, разумеется, связаны с социальной жизнью и политической культурой общества, но уже не настолько непосредственно, как публикации, включенные в предыдущий раздел.

4. Лингвистическая экспертиза: язык и право. Раздел для публикаций по проблемам, находящимся на пересечении политической и юридической лингвистики.

5. Классика политической лингвистики. В данном разделе представлены исследования, созданные на предшествующих этапах развития политической лингвистики и сохраняющие свою научную значимость в современных условиях.

6. Хроника. Рецензии. Письма в редакцию.

Редакционная коллегия приглашает к сотрудничеству всех специалистов по политической лингвистике и смежным проблемам. Ежегодно мы ждем от потенциальных авторов статьи объемом от 6 до 30 страниц (двенадцатый кегль, до 40 строк на странице) до 1 февраля, 1 мая, 1 сентября и 1 декабря. Единственное ограничение — статьи должны полностью соответствовать проблематике сборника. Наиболее интересные статьи печатаются вне очереди.

Все статьи, представленные в журнал, направляются на рецензирование. Редакционная коллегия принимает решение о публикации с учетом мнения рецензента. В случае отрицательного решения автору направляется копия рецензии.

Мы не платим гонораров. С аспирантов плата за подготовку статьи к публикации и тиражирование сборника не взимается.

С 2012 г. все присылаемые материалы проверяются в системе «Антиплагиат». В случае заимствования чужих идей без указания источника цитирования в соответствии с принятыми в научном сообществе нормами статьи возвращаются авторам.

Журнал выходит ежеквартально. Срок выпуска каждого номера — не более двух месяцев. Наш журнал своевременно рассылается всем отечественным и зарубежным авторам.

Статьи печатаются именно в том варианте, в каком они присланы автором, который несет полную ответственность за содержание статьи и ее оформление. Редакция не считает нужным оплачивать работу литературного редактора и корректора.

Мы против политической цензуры, с уважением относимся к политическим взглядам авторов наших публикаций, но за соблюдение принципов толерантности и политической корректности, в том числе в статьях, созданных в рамках критического анализа дискурса.

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

Телефоны (343) 2357612 (кафедра); (343); 3361592 (проректор по научной и инновационной деятельности А. П. Чудинов). Факс (343) 3361592.

Электронная почта: ar\_chudinov@mail.ru.

Наш журнал включен в Каталог Роспечати, и можно оформить подписку на него в любом почтовом отделении России (индекс 81955).

Наш журнал включен также в международную систему научных журналов (ISSN), где имеет индекс ISSN 1999-2629.

Для публикации статья должна соответствовать требованиям РИНЦ, т. е. помимо основного текста содержать следующие сведения, представленные на РУССКОМ и АНГЛИЙСКОМ языках.

1. СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ:

- фамилия, имя, отчество автора полностью (если авторов больше чем один, указываются все авторы);
- должность, звание, ученая степень;
- полное и точное место работы каждого автора в именительном падеже. Важно четко, не допуская иной трактовки, указать место работы каждого автора. (Если все авторы статьи работают или учатся в одном учреждении, можно не указывать место работы каждого автора отдельно);
- подразделение организации;
- контактная информация (e-mail, город, корреспондентская контактная информация) для каждого автора.

2. НАЗВАНИЕ СТАТЬИ

3. АННОТАЦИЯ

4. КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА

5. НАЛИЧИЕ ОБЯЗАТЕЛЬНОЙ ТЕМАТИЧЕСКОЙ РУБРИКИ (КОД)

- УДК и/или ГРНТИ, код ВАК по разделам номенклатуры научных специальностей;
- либо другие библиотечно-библиографические классификационные и предметные индексы.

Списки литературы следует оформлять по ГОСТ Р. 7.0.5.-2008.... Образцы оформления:

СТАТЬИ ИЗ ЖУРНАЛОВ И СБОРНИКОВ

Адорно Т. В. К логике социальных наук // *Вопр. философии*. 1992. № 10. С. 76—86.

Crawford P. J., Barrett T. P. The reference librarian and the business professor: a strategic alliance that works // *Ref. Libr.* 1997. Vol. 3. № 58. P. 75—85.

*Если авторов четыре и более, то заголовок не применяют (ГОСТ 7.80-2000).*

Корнилов В. И. Турбулентный пограничный слой на теле вращения при периодическом вдуве / отсосе // *Теплофизика и аэромеханика*. 2006. Т. 13. № 3. С. 369-385.

Кузнецов А. Ю. Консорциум — механизм организации подписки на электронные ресурсы // *Российский фонд фундаментальных исследований: десять лет служения российской науке*. — М.: Науч. мир, 2003. С. 340—342.

КНИГИ

Тарасова В. И. Политическая история Латинской Америки: учеб. для вузов. 2-е изд. — М.: Проспект, 2006. С. 305—412.

*Допускается предписанный знак точку и тире, разделяющий области библиографического описания, заменять точкой.*

Философия культуры и философия науки: проблемы и гипотезы: межвуз. сб. науч. тр. / Саратов. гос. ун-т; [под ред. С. Ф. Мартыновича]. — Саратов: Изд-во Саратов. ун-та, 1999.

*Допускается не использовать квадратные скобки для сведений, заимствованных не из предписанного источника информации*

Райзберг Б. А., Лозовский Л. Ш., Стародубцева Е. Б. Современный экономический словарь. 5-е изд., перераб. и доп. — М.: ИНФРА-М, 2006. 494 с.

*Если авторов четыре и более, то заголовок не применяют (ГОСТ 7.80-2000)*

АВТОРЕФЕРАТЫ

Глухов В. А. Исследование, разработка и построение системы электронной доставки документов в библиотеке: автореф. дис. ... канд. техн. наук. — Новосибирск, 2000.

ДИССЕРТАЦИИ

Фенухин В. И. Этнополитические конфликты в современной России: на примере Северо-Кавказского региона: дис. ... канд. полит. наук. — М., 2002. С. 54—55.

АНАЛИТИЧЕСКИЕ ОБЗОРЫ

Экономика и политика России и государств ближнего зарубежья: аналит. обзор, апр. 2007 / Рос. акад. наук, Ин-т мировой экономики и междунар. отношений. — М.: ИМЭМО, 2007.

ПАТЕНТЫ:

Патент РФ № 2000130511/28, 04.12.2000.

Еськов Д. Н., Бонштедт Б. Э., Корешев С. Н., Лебедева Г. И., Серегин А. Г. Оптико-электронный аппарат // Патент России № 2122745. 1998. Бюл. № 33.

МАТЕРИАЛЫ КОНФЕРЕНЦИЙ

Археология: история и перспективы: сб. ст. Первой межрегион. конф. — Ярославль, 2003.

Марьинских Д. М. Разработка ландшафтного плана как необходимое условие устойчивого развития города (на примере Тюмени) // Экология ландшафта и планирование землепользования: тезисы докл. Всерос. конф. (Иркутск, 11—12 сент. 2000 г.). — Новосибирск, 2000. С. 125—128.

ИНТЕРНЕТ-ДОКУМЕНТЫ

Официальные периодические издания: электронный путеводитель / Рос. нац. б-ка, Центр правовой информации. [СПб.], 2005–2007. URL: <http://www.nlr.ru/lawcenter/izd/index.html> (дата обращения: 18.01.2007).

Логинова Л. Г. Сущность результата дополнительного образования детей // Образование: исследовано в мире: междунар. науч. пед. интернет-журн. 2003.21.10. URL: <http://www.oim.ru/reader.asp?номер=366> (дата обращения: 17.04.2007).

<http://www.nlr.ru/index.html> (дата обращения: 20.02.2007).

Рынок тренингов Новосибирска: своя игра. URL: <http://nsk.adme.ru/news/2006/07/03/2121.html> (дата обращения: 17.10.2008).

Литчфорд Е. У. С Белой Армией по Сибири // Восточный фронт Армии Генерала А. В. Колчака. URL: <http://east-front.narod.ru/memo/latchford.htm> (дата обращения: 23.08.2007).

Институт языковедения им. А.А. Потебни Национальной академии наук Украины  
Кемеровский государственный университет (Россия)  
Донецкий национальный университет (Украина)  
Мариупольский государственный университет (Украина)  
Кемеровское региональное отделение Российской Ассоциации лингвистов-когнитологов  
Международная распределенная лаборатория когнитивной лингвистики  
и концептуальных исследований (ЛКЛИКИ):  
Кемерово — Севастополь — Армавир — Ставрополь

## ИНФОРМАЦИОННОЕ ПИСЬМО № 1

### XVI Международная Летняя научная школа «Когнитивная лингвистика и концептуальные исследования»

### XVI Международная научная конференция «Новые парадигмы и новые решения в когнитивной лингвистике»

В период с 10 по 24 июля 2014 г. на базе ДонНУ и МГУ будет проводиться XVI Международная Летняя научная школа «Когнитивная лингвистика и концептуальные исследования», **среде лекторов которой выступят известные когнитологи России, Украины, Белоруссии** (Ольга Леонидовна Бессонова, Виктор Михайлович Брицын, Сергей Григорьевич Воркачев, Анатолий Афанасьевич Загнитко, Владимир Ильич Карасик, Ирина Андреевна Казимилова, Валентина Авраамовна Маслова, Марина Владимировна Пименова, Вячеслав Исаевич Теркулов, Анатолий Прокопьевич Чудинов).

**По результатам работы школы слушателям будут выданы удостоверения о краткосрочном повышении квалификации (72 часа).**

Проживание слушателей Летней школы и конференции — в номерах пансионата «Олимп» пос. Юрьевка Першотравневого района Донецкой области на Азовском море.

Цена за обучение в Летней школе — 1300 грн (160 \$).

Цены за проживание:

Двухместный номер (со всеми удобствами — санузел, душ, кондиционер, телевизор) — 110 грн в сутки на человека (приблизительно 14 \$);

Трехместный номер (со всеми удобствами — санузел, душ, кондиционер, телевизор) — 90 грн в сутки на человека (приблизительно 12 \$);

Четырехместный номер (со всеми удобствами — санузел, душ, кондиционер, телевизор) — 80 грн в сутки на человека (приблизительно 10 \$);

Трехместный номер (с удобствами на этаже — два санузла, два душа; мультисистема, телевизор по желанию) — 50 грн в сутки на человека (приблизительно 7 \$).

**Количество номеров ограничено!**

Цены на проживание могут измениться в пределах 20 грн (2,5 \$).

**Заявки, подтверждающие Ваше участие в работе Летней школы, просим присылать на электронный адрес: [azov-summer-school@rambler.ru](mailto:azov-summer-school@rambler.ru) на имя Ольги Владимировны Волошиной и [MVPimenova@yandex.ru](mailto:MVPimenova@yandex.ru) на имя Пименовой Марины Владимировны и [PiTer-summer-school@yandex.ru](mailto:PiTer-summer-school@yandex.ru) на имя Теркулова Вячеслава Исаевича до 20 марта 2014 года.**

В письме укажите, пожалуйста, как Вы собираетесь оплачивать пребывание в Летней школе (по приезде наличными или через вуз, который Вас командировует).

#### **Основные направления конференции:**

- Теоретические аспекты когнитивных и концептуальных исследований.
- Концептуальная система и ментальность народа.
- Языковая, концептуальная, индивидуально-авторская картины мира.
- Концептуальная система и язык.
- Сопоставительная концептология.
- Концепт и культура.
- Методика исследования и типология концептов.
- Лингвокультурная теория дискурса.

- Лингвокультурная концептология.
- Коды культуры.
- Языковое сознание и ментальный лексикон.
- Этногерменевтика и этнофольклористика.

**Формы участия в конференции:**

- выступление слушателей Летней школы с докладом, сообщением на пленарном заседании;
- выступление слушателей Летней школы с докладом, сообщением на секционном заседании.

**До 20 марта 2014 г.** представить в адрес оргкомитета конференции:

- статью **6-10 страниц** машинописного текста формата А4 в распечатанном виде и в виде файла, набранного в редакторе Word (шрифт Times New Roman, размер 14) через одинарный интервал. Поля 2,5 мм — со всех сторон. Абзацный отступ — 1,25 см.

**Образец оформления статьи:**

УДК 81'27

**О. А. Леонтович**  
Волгоград, Россия

**“FROM RUSSIA WITH LOVE”:  
КУЛЬТУРНЫЕ ЗНАЧЕНИЯ И СМЫСЛЫ  
В КОНТЕКСТЕ ПОЛИТИЧЕСКОГО  
ДИСКУРСА**

**Аннотация.** Предлагается комплексная методика исследования культурных значений и смыслов в контексте политического дискурса. Алгоритм пошагового анализа продемонстрирован на разборе прецедентной фразы “From Russia with Love” и учитывает следующие факторы: 1) формирование «микросмыслов» на основе культурно-специфических значений; 2) их комбинирование, в результате чего образуются сложные культурные смыслы; 3) логика смыслообразования, обуславливающая «макросмысл» коммуникации.

**Ключевые слова:** культурные значения и смыслы; коммуникация; социальный конструкционизм; интерпретация; логика смыслообразования.

**Сведения об авторе:** Леонтович Ольга Аркадьевна, доктор филологических наук, профессор, зав. кафедрой межкультурной коммуникации и перевода.

**Место работы:** Волгоградский государственный педагогический университет.

**Контактная информация:** 400131, Волгоград, пр. Ленина, 27, каб. 4-40а.  
e-mail: olgaleo@list.ru.

**O. A. Leontovich**  
Volgograd, Russia

**“FROM RUSSIA WITH LOVE”:  
CULTURALLY SPECIFIC MEANINGS  
IN POLITICAL DISCOURSE**

**Abstract.** The article introduces a complex methodology of analysis of culturally specific meanings in political discourse. The algorithm of analysis is demonstrated on the example of the phrase “From Russia with Love” and is based on the following dimensions: 1) the formation of culturally specific “micromeanings”; 2) their combination into complex meanings; 3) logic of meaning formation, which accounts for the “macromeaning” of political communication as a whole.

**Key words:** culturally specific meanings; communication; social constructionism; interpretation; logic of meaning formation.

**About the author:** Leontovich Olga Arkadyevna, Doctor of Philology, Professor and Chair of the Department of Intercultural Communication and Translation.

**Place of employment:** Volgograd State Pedagogical University.

Текст, текст, текст, текст .....

**Литература**

1. Бахилина, Н.Б. История цветообозначений в русском языке / Н.Б. Бахилина. — М. : Наука, 1975. — 287 с.
2. Олейник, М.А. Адресат и динамическая языковая картина мира: концепция взаимообусловленности : автореф. дис. ... докт. филол. наук : 10.02.19 / Марина Алексеевна Олейник. — Ростов-на-Дону, 2006. — 45 с.
3. Котюрова, М.П. Колоратив *зеленый* в функционально-семантическом отношении (на материале романа В. Набокова «Лолита») / М.П. Котюрова, К.В. Дмитриева / отв. со-

ред. В.В. Колесов, М.В. Пименова, В.И. Теркулов // Образ мира в зеркале языка : сб. науч. статей — М. : Флинта, 2011. — С. 109—111.

### References

1. Bahilina, N.B. Istorija cvetooboznachenij v russkom jazyke / N.B. Bahilina. — M.: Nauka, 1975. — 287 s.
2. Olejnik, M. A. Adresat i dinamicheskaja jazykovaja kartina mira: koncepcija vzaimoobuslovlennosti: avtoref. dis. ... dokt. filol. nauk: 10.02.19 / M.A. Olejnik. — Rostov-na-Donu, 2006. — 45 s.

(далее по алфавиту). Ссылка в тексте на цитируемые работы оформляется так: [1, с. 255]. Если в Вашей работе используются особые шрифты, просим обязательно их выслать отдельным файлом;

- **файл, переданный по E-mail**

В электронном варианте каждая статья должна быть отправлена отдельным файлом. В имени файла укажите, пожалуйста, фамилию и инициалы автора (пример: ИвановаАА\_статья).

### Образец заявки на публикацию в сборнике

Фамилия, имя, отчество _____
Вуз / организация _____
Ученая степень, ученое звание _____
Должность _____
Тема статьи _____
Почтовый адрес: _____
Контактный телефон: _____
E-mail: _____
Дата _____

Заявка, отправленная по e-mail, оформляется так: ИвановаАА\_заявка.

**Убедительно просим Вас** обратить внимание на корректность и четкость формулируемых положений, а также на синтаксическое и стилистическое оформление Вашей работы.

Предварительные сроки публикации сборника — июнь 2014 г. Статьи заочных участников Школы и конференции не принимаются.

В материалах конференции сохраняется авторский стиль. Оргкомитет конференции по результатам экспертизы материалов оставляет за собой право решения вопроса о публикации доклада в сборниках конференции.

### Оплата публикации

- ♦ Объем статей 6-10 страниц. Стоимость 1 страницы — 160 рублей (40 грн, или 5,1\$). Оплату за публикацию просим присылать до 30 марта 2014 г. в России по адресу: 652420, г. Берёзовский, Кемеровская область, Молодежный бульвар, д. 1, кв. 43, Рольгайзер Анастасии Александровне; участникам из Украины — на банковскую карточку: 4102433750838009 на имя Olga Voloshyna.
- ♦ Если в Вашей работе используются особые шрифты, просим обязательно их выслать отдельным файлом.
- ♦ Статьи и заявки на участие в конференции можно присылать по электронной почте: [azov-summer-school@rambler.ru](mailto:azov-summer-school@rambler.ru) на имя **Ольги Владимировны Волошиной** и [MVPimenova@yandex.ru](mailto:MVPimenova@yandex.ru) на имя **Пименовой Марины Владимировны**, и [PiTer-summer-school@yandex.ru](mailto:PiTer-summer-school@yandex.ru) на имя **Теркулова Вячеслава Исаевича**.

С возникающими вопросами по сборнику обращайтесь, пожалуйста, по этим же адресам. Если Вам не подтвердили получение статьи и заявки, просим ещё раз отправить их с другого компьютера.

**Напоминаем календарь Летней школы:**

- до 20 марта 2014 г. — прием подтверждения заявок участников Летней школы и статей в сборник;
- до 12 апреля 2014 г. — прием статей в сборник;
- май 2014 г. — рассылка приглашений на Летнюю школу и конференцию;
- 9 июля 2014 г. — заезд участников Летней школы;
- 10—24 июля 2014 г. — лекции, семинары, Круглые столы, мастер-классы и индивидуальные консультации;
- 17 июля 2014 г. — Международная научная конференция;
- 25 июля 2014 г. — отъезд участников Летней школы.

Сопредседатель оргкомитета **XVI** Летней научной школы, сопредседатель оргкомитета **XVI** **Международной научной конференции «Новые парадигмы и новые решения в когнитивной лингвистике»**, отв. соредатор сборников материалов конференции и Летней школы — д-р филол. наук, проф. **Марина Владимировна Пименова**.

Сопредседатель оргкомитета **XVI** Летней научной школы, сопредседатель оргкомитета **XVI** **Международной научной конференции «Новые парадигмы и новые решения в когнитивной лингвистике»**, отв. соредатор сборников материалов конференции и Летней школы — д-р филол. наук, проф. **Вячеслав Исаевич Теркулов**.

Сопредседатель оргкомитета **XVI** Летней научной школы, сопредседатель оргкомитета **XVI** **Международной научной конференции «Новые парадигмы и новые решения в когнитивной лингвистике»** — д-р филол. наук, проф. **Ольга Леонидовна Бессонова**.

Сопредседатель оргкомитета **XVI** Летней научной школы, сопредседатель оргкомитета **XVI** **Международной научной конференции «Новые парадигмы и новые решения в когнитивной лингвистике»** — канд. филол. наук, преп. **Ольга Владимировна Волошина**.