

Министерство науки и высшего образования РФ
федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Уральский государственный педагогический университет»

федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Уральский институт управления

Лингвополитическая персонология: дискурсивный поворот

Материалы Международной научной конференции
по политической коммуникации

29—30 ноября 2019 г.

Екатеринбург 2019

УДК 81'42
ББК Ш105.51
Л59

ОТВЕТСТВЕННЫЙ РЕДАКТОР:

Руженцева Наталья Борисовна, *д-р филол. наук, проф., Урал. гос. пед. ун-т, редактор науч. журн. «Политическая лингвистика»*

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ:

Чудинов Анатолий Прокопьевич, *д-р филол. наук, проф., зав. каф. межкультурной коммуникации, риторики и русского языка как иностранного, Урал. гос. пед. ун-т, главный редактор науч. журн. «Политическая лингвистика»*

Ворошилова Мария Борисовна, *канд. филол. наук, доц., Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ (РАНХиГС), зам. главного редактора науч. журн. «Политическая лингвистика»*

Адясова Оксана Александровна, *главный редактор издательского отдела, Урал. гос. пед. ун-т*

Л59 **Лингвополитическая персонология: дискурсивный поворот :**
материалы Междунар. науч. конф. (Екатеринбург, 29—30 нояб. 2019 г.) / Уральский государственный педагогический университет ; РАНХиГС, Уральский институт управления ; ответственный редактор Н. Б. Руженцева. — Электрон. дан. — Екатеринбург : [б. и.], 2019. — 1 CD-ROM. — Текст : электронный.

ISBN 978-5-7186-1231-8

Представлены материалы выступлений на Международной научной конференции «Лингвополитическая персонология: дискурсивный поворот» (Екатеринбург, 29—30 нояб. 2019 г.), а также доклады участников совместных секций по лингвистической экспертизе и политической коммуникации Международной конференции «Государство, политика, социум: вызовы и стратегические приоритеты развития» (РАНХиГС, Екатеринбург, 27—28 нояб. 2019 г.).

Материалы предназначены для филологов и всех, кто интересуется исследованиями следующей проблематики: политическая коммуникация; межкультурная коммуникация; информационно-психологические войны; стратегии и тактики речевого воздействия; лингвистическая экспертиза конфликтных текстов; историческая память; информационные вызовы современному обществу. Материалы публикуются в авторском варианте, редакция не несет ответственности за их содержание и оформление.

УДК 81'42
ББК Ш105.51

Рекомендовано Ученым советом федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Уральский государственный педагогический университет» в качестве научного издания (Решение № 85 от 22.11.2019).

Издание выполнено при поддержке Российского фонда фундаментальных исследований (проект № 19-012-00465).

СОДЕРЖАНИЕ

Авдеева Г. А. Роль аллюзий в описании политического сознания героев А. Варламова: на материале повести «Здравствуй, князь» и романа «Душа моя Павел»	6
Аверьянова Н. А. Субстандартная лексика в современном российском политическом дискурсе (функциональный аспект)	11
Агрба Л. А. О традиции публичных выступлений у абхазов	15
Антропова В. В., Федоров В. В. Когнитивно-нарративная реализация концептов «совесть» / «добро» в идеологически маркированном дискурсе «толстых» литературных журналов	19
Асмус Н. Г. Прагматические особенности заголовков в политическом медиадискурсе	22
Бабикова М. Р. Несанкционированные граффити как разновидность вандализма: оценка воздействующего потенциала	27
Баранова А. А. Специфика использования модальности долженствования в публичных высказываниях Президента Российской Федерации В. В. Путина	31
Баташева А. А. Использование концептуальной лексики как прием интерпретации политических событий в СМИ	34
Бачурская В. В. Языковая личность усыновителя в контексте межкультурной коммуникации	36
Бекоева И. Д. Вербализация персонального дейксиса в реализации комбинированных стратегий и тактик предвыборной политической коммуникации	38
Будаев Э. В. Типы сопоставления метафор в политическом дискурсе	40
Бушев А. Б. Медиадискурс протестов в Гонконге и во Франции в 2019 году	43
Вариясова Е. В., Грамма Д. В., Гришенкова Т. Ф. Создание образа врага в текстах религиозного дискурса	48
Василенко А. Г. Лингвистическая экспертиза конфликтных текстов: представление кандидатов на должность мэра г. Новосибирска («Кто попытается догнать лидера в предвыборном пелетоне?»)	53
Ворошилова М. Б., Адясова О. А. Прецедентность культуры виртуальных социальных сетей	60
Громова Н. С. От оскорбления до экстремизма: проблемы проведения лингвистической экспертизы	63
Грошева А. В. Типология оценок политического лидера в СМИ на примере В. В. Путина	66
Денисов Ю. П. Механизм формирования и репрезентации в киберпространстве образа Великой Отечественной войны	68
Джигоева В. П. Этнополитические характеристики вербализации концептов «справедливость»/«растдзинад»	72
Дмитрова А. В. Образ президента в американских детективных сериалах	76
Дрига С. С. Коммуникативный сценарий пропаганды исключительности, превосходства граждан по признаку их национальной, расовой принадлежности	80
Дулесов Е. П. Политика сквозь призму литературы: литературная метафора в парламентском дискурсе Российской империи	83

Енина Л. В.	
О перформативной идентичности в свете дискурсивных поворотов	87
Заварзина Г. А.	
Лексика государственного управления: определение понятия и аспекты изучения	89
Зарипов Р. И.	
О концептуальных установках (манипулятивных посылах) сообщений в политическом дискурсе и информационно-психологической войне	93
Иванова Е. Н.	
Штрихи к портрету политика: опыт журналистов и редакторов региональных общественных интернет-СМИ.....	97
Игнатова Ю. С.	
Метафорическая легитимизация результатов выборов 2018 г. в дискурсе политологов (на материале текстов В. Б. Пастухова).....	100
Карнюшина В. В.	
Репертуары интерпретаций экологического дискурса Греты Тунберг в рамках новой политической повестки	103
Киуру К. В., Грошева А. В.	
Реализация концепта «Государство» в материалах о губернаторе Челябинской области в региональных медиа	106
Козлов А. Е.	
Пародия vs оскорбление морали: к интерпретации романа А. Терехина «Антихрист».....	109
Копачева А. Р., Решетова А. С.	
Особенности политического интернет-дискурса в сервисе «Твиттер» (на материале твитов Дональда Трампа и Эммануэля Макрона).....	112
Коптяева Н. Н.	
Брексикон: неологизмы на основе лексико-семантического поля «Брексит».....	115
КошкарOVA Н. Н., Томберг О. В.	
Аксиологические характеристики программных речей британских политиков.....	121
Крижановская Е. М.	
Способы демонстрации оппозиционных политических убеждений пользователей социальных сетей (на материале аккаунтов политических сообществ в сети «Фейсбук»).....	124
Литвишко О. М., Черноусова Ю. А.	
Использование стратегии дискредитации в социальной сети Facebook кандидатами в президенты США Д. Трампом и Х. Клинтон	128
Максакова Е. Е.	
Проблемы делигитимации власти в социальных медиа (на материале публикаций в социальной сети «Instagram»)	132
Мальшева Е. Г., Роголева О. С.	
Медиадискурс губернатора в социокультурном и лингвокогнитивном аспекте: «хозяин региона» vs «эффективный менеджер».....	136
Марченко К. А.	
Средства манипуляции общественным мнением в институциональном дискурсе (на примере военно-политического дискурса).....	140
Мелихова И. Н.	
Метафорическое моделирование образа Евросоюза в российском медиадискурсе	143
Михневич О. И.	
Метафорический образ президента Грузии Э. Шеварднадзе в британских СМИ на рубеже XX и XXI веков.....	147
Муравлева В. Р.	
«Апелляция к авторитетам» как один из способов языкового воздействия в современных информационных войнах.....	152
Мухортов Д. С.	
Миф о Тони Блэре — «праведном герое» как константа в автопортретировании политика.....	157
Огорелков И. В.	
Автороведческая идентификация текстов политического дискурса: эволюция методов	159

Пашкова А. Д.	
Языковые средства репрезентации общей оценки реформы образования в американском медиаполитическом дискурсе.....	162
Петрова А. А.	
Фейковые новости в аспекте лингвистической экспертизы	165
Пирожкова И. С.	
Прецедентные имена и их роль в реализации стратегии самопрезентации политика.....	170
Попова Т. Г., Кокорина К. А.	
Языковая личность: история вопроса, основные подходы к изучению.....	174
Пугачева Е. В.	
Антиимидж женщины-политика в неформальной интернет-коммуникации (на примере публикаций Лены Миро)	177
Садуов Р. Т.	
Межкультурная коммуникация как эффективный фактор обучения: опыт организации международных студенческих проектов	181
Саженин И. И.	
Типовые ошибки, допускаемые экспертами при производстве экспертиз и проведении исследований по делам, связанным с защитой чести, достоинства или деловой репутации.....	184
Салахова А. Г.-Б.	
Информирующая коммуникативная стратегия в немецкоязычном религиозно-проповедническом дискурсе (на материале проповедей католических епископов Германии)	188
Саушева Е. В.	
Метафора как речезыковое явление	192
Степанов С. А., Полубоярова М. В.	
Терминологические единицы и наиболее продуктивные способы их образования	195
Стрелец И. Э.	
Об исследовании маркеров мотивационной прагматики в президентском дискурсе Джорджа Буша-ст.....	198
Тамерьян Т. Ю., Качмазова А. У.	
Языковое моделирование предвыборного парламентского дискурса: прагматико-когнитивный аспект	200
Фаткулин Б. Г.	
Структурный анализ слоговых аббревиатур в наименованиях силовых структур Исламской Республики Иран.....	204
Халуторных Е. А.	
Урал на карте России: региональная и национально-гражданская идентичность уральцев.....	208
Ходасевич Е. М.	
Морбиальная метафорика как средство репрезентации концепта «Майдан» в российских и украинских массмедиа	211
Хоменко А. Ю.	
Возможность идентификации лица по разнородному материалу — устной и письменной речи — в условиях одной экспертной задачи	214
Хренова А. В.	
Образные признаки концептов <i>president</i> и <i>президент</i>	219
Чанышева З. З.	
Этологические аспекты воздействия на массовую аудиторию	222
Чернова Ж. В., Кондратьева О. Н.	
Стратегия самопрезентации и ее роль в формировании имиджа политика (на материале выступлений губернатора Кемеровской области С. Е. Цивилева)	226
Шефер О. В.	
Имиджевый дискурс как средство формирования речевого имиджа политика	229
Шехтман Н. Г.	
Образ России в дискурсе британских массмедиа: стратегии дискредитации	231
Юзефович Н. Г., Маркова М. А.	
Медийное пространство Китая: сопоставление СМИ на английском и китайском языках.....	234
Сведения об авторах.....	237
About the authors	241

Г. А. Авдеева
Нижний Тагил, Россия

РОЛЬ АЛЛЮЗИЙ В ОПИСАНИИ ПОЛИТИЧЕСКОГО СОЗНАНИЯ ГЕРОЕВ А. ВАРЛАМОВА: НА МАТЕРИАЛЕ ПОВЕСТИ «ЗДРАВСТВУЙ, КНЯЗЬ» И РОМАНА «ДУША МОЯ ПАВЕЛ»

Аннотация. В статье рассматривается роль интертекстуальных элементов (в первую очередь аллюзий) в изображении пути исканий героев Алексея Варламова, их политического сознания на примере повести «Здравствуй, князь» и романа «Душа моя Павел». Отмечается роль литературных аллюзий, в частности пушкинского текста, в произведениях. Так, в повести образ «князя» символизирует человека «великого пути», подлинного аристократа духа. В «романе взросления» само название содержит отсылку к «дидактическому» посвящению Пушкина. Важны в произведениях и отсылки к текстам зарубежной литературы (Г. Гессе, Э. Хемингуэй), и христианские аллюзии. Но особенно значим образ Пушкина как фигуры, символизирующей некую гармонию в искусстве и жизни, незабываемые этические ценности. Герой Варламова прежде всего «пушкинского склада человек и пушкинских держится правил», поэтому он даже в советской идее видит пушкинское начало — идеал братства, любви, взаимопомощи.

Ключевые слова: интертекстуальность; аллюзии; прецедентные имена; прецедентные тексты; политическое сознание; повести; романы; русские писатели; русская литература.

G. A. Avdeeva
Nizhniy Tagil, Russia

THE ROLE OF ALLUSIONS IN THE DESCRIPTION OF THE A. VARLAMOV'S CHARACTERS POLITICAL MENTALITY: ON THE MATTER OF THE "HELLO, PRINCE" STORY AND THE "MY SOUL PAUL" NOVEL

Abstract. The article considers the role of intertextual elements (mainly allusions) in the depiction of the Alexey Varlamov's heroes' way of finding, their political mentality on the example of the "Hello, Prince" story and the "My soul Paul" novel. The role of literary allusions, in particular, of the Pushkin's text in these works is noted. Thus, in the story the image of the "prince" symbolizes a man of the "great way", a true aristocrat of the spirit. In the "novel of growing up", the title itself contains a reference to Pushkin's "didactic" dedication. References to the foreign literature texts (G. Hesse, E. Hemingway) and Christian allusions are significant in the works as well. But the image of Pushkin as a figure symbolizing a certain harmony in art and life, unshakable ethical values, is especially significant. Varlamov's character is first of all is the "man of Pushkin's idiosyncrasy and adheres to Pushkin's rules", so even in the Soviet ideology he sees the Pushkin's origination — ideal of the brotherhood, love, mutual aid.

Keywords: intertextuality; allusion; precedential name; precedential text; political mentality; stories; novels; Russian writers; Russian literature.

Алексей Варламов — известный современный русский писатель. Его проза привлекает внимание исследователей, хотя фундаментальных работ, посвященных творчеству этого автора, не так много. Следует отметить диссертационные исследования Ю. А. Счастливецовой и Т. А. Федоровой [Счастливецова 2007; Федорова 2012]. Особый интерес представляют для исследователя интертекстуальные связи в творчестве А. Варламова [Мескин, Ратникова 2013].

Цель данной статьи — выявить роль аллюзий в описании политических взглядов, политического сознания героев произведений А. Варламова. В качестве материала для анализа мы выбрали повесть «Здравствуй, князь», опубликованную в начале 1990-х, и последний роман писателя «Душа моя Павел» (2018). Выбор данных произведений обусловлен их явной перекличкой, которую отмечают многие критики и не отрицает сам автор: «Разница между двумя северными мальчиками, приехавшими из глубинки „покорять“ Москву, это в том числе и разница между мной нынешним и тогдашним. И если с советской системой для меня в ту пору все было ясно и я был готов, как Саввушка из „Князя“, ее клеймить, проклинать, мечтать о том, что она однажды сгинет, то теперь хочу просто ее понять и... сказать ей спасибо» [Басинский 2018].

Т. А. Федорова отмечает, что творчество А. Варламова «опирается на лучшие традиции русской классической литературы. Его проза развивается в эпоху рубежа веков, когда, наряду с тенденциями сближения различных художественных систем, наблюдается закономерное возвращение к реалистическим средствам изображения действительности, к традиционной для классической литературы системе ценностей» [Федорова 2012: 3] (выделение мое. — А. Г.). Показательно, что оба произведения в самом названии содержат пушкинскую аллюзию: название повести «Здравствуй, князь» отсылает к «Сказке о царе Салтане», а название романа — цитата из пушкинского посвящения. Так поэт начал шутивную «нравоучительную» запись в альбом сына Петра Вяземского: «Душа моя Павел, / Держись моих правил, / Люби то-то, то-то, / Не делай того-то. / Кажись, это ясно. / Прощай, мой прекрасный» [Алексей Варламов 2018]. Пушкинский интертекст играет важную роль в обоих произведениях.

Прежде чем обратиться собственно к анализу произведений А. Варламова, определимся с пониманием термина «аллюзия». Аллюзия, безусловно, является одним из наиболее распространенных вариантов проявления

интертекстуальности. С одной стороны, этот интертекстуальный элемент имеет долгую историю изучения. С другой стороны, границы термина достаточно размыты. Аллюзия может пониматься как намек на определенный исторический факт или известное имя [Арнольд 1992], как отсылка к претексту, как правило, литературному, и даже как крылатое выражение. Мы придерживаемся широкого понимания аллюзии как отсылки и к известному топониму, антропониму (прецедентному имени), и к историческому событию (прецедентной ситуации), и к литературному тексту (в том числе и прецедентному тексту).

Изучение межтекстовых связей, диалога текстов — важная составляющая анализа художественного произведения. «Межтекстовые связи создают вертикальный контекст произведения, в связи с чем он приобретает неоднородность смысла». Кроме того, «интертекстуальность становится механизмом метаязыковой рефлексии» [Фатеева 2007: 37—38].

Как мы уже отметили, в обоих выбранных для анализа произведениях важную роль играет пушкинский текст. Но если в повести отсылка к «Сказке о царе Салтане» поддерживает общий «сказочный» колорит, особенно проявленный в начале произведения, то в романе пушкинские аллюзии более разнообразны. По мнению В. А. Мескина и В. В. Ратниковой, отсылка к пушкинской сказке актуализирует в повести мотив судьбы [Мескин, Ратникова 2013]. Главный герой произведения — Савва — сказочным образом попадает в лучший вуз страны. Встречает «князя» — университетского профессора Алексея Константиновича Барятина. Этот герой является в повести носителем подлинных этических ценностей, корни которых уходят в досоветское прошлое (отсюда переключка с княжеской фамилией Барятинских). Ему противопоставлен другой герой — Артем Михайлович, отец Саввы, человек, склонный к конформизму, но мечтающий о «своей Касталии» (эта аллюзия далее будет рассмотрена подробно).

Савва оказывается перед выбором собственного пути: конформизм с властью (путь отца) или противостояние ей, уход от сотрудничества. Савва выбирает второй вариант, путь Барятина. «Свет души старого князя стал светом души Саввы. Он не пошел на сделку с известными органами... К нему, вышедшему из тьмы к свету и достойному сиятельного титула, и обращено название повести» [Мескин, Ратникова 2013: 9].

В описании жизненного пути Саввы преобладает не сказочная, а вполне реалистичная манера повествования. «Перед А. Варламовым стояла задача показать становление характера Саввы. Представить, что он родился с задатками воссиять, было бы слишком просто, неубедительно. Обычного способного и любознательного мальчика, юношу, молодого человека автор показывает в череде многих известных увлечений и искушений его эпохи: несчастная первая любовь, желание пройти путь Че Гевары, банальное пьянство, бардовская культура, диссидентство. *Извилистость пути героя подчеркивает значимость того, к чему он пришел*» [Мескин, Ратникова 2013: 10] (выделено мной. — А. Г.). Показательны две сцены в финале повести: похороны Барятина и собственно финал — приезд Саввы в Белозерск. Во время похорон Савва сообщает некоему «инженеру», явно агенту КГБ, о том, что не может принять предложение о сотрудничестве. Лицо инженера, обычно всегда спокойное, искажается, и он жестко произносит: «Брезгуешь? Аристократом себя почувствовал, *князем?* Как этот? Мало тебе морду били...» [Варламов 2017: 111]. И собственно в финале, приехав в Белозерск и изъявив желание работать в обычной школе, Савва думает, что «все еще сбудется: в этом городе будет достаток, из воды поднимутся на берег богатыри и чей-то нежный голос скажет ему: „Здравствуй, князь ты мой прекрасный!“» [Варламов 2017: 114]. В этой сказочной заключительной фразе повести нет авторской иронии, которая часто присутствует в произведении (особенно в отношении отца Саввы, которого его мать Тася и видит «князем»). Скорее в ней слышится надежда на то, что Савва действительно может стать «князем», «как этот» (то есть Барятин). Человеком высокого духа, человеком «великого пути», чего желал, но не достиг его биологический отец — Артем Михайлович Смородин.

Если в повести само имя автора «Сказки о царе Салтане» не упоминается, то в романе «Душа моя Павел» образ Пушкина активно присутствует. Сам автор в одном из интервью обращает внимание на то, что герой романа — «пушкинского склада человек и пушкинских держится правил» [Басинский 2018]. Пушкинскими цитатами насыщен текст произведения. Дело в том, что герои романа — студенты филфака. Логично, что они размышляют в том числе и о Пушкине.

Наибольшая концентрация пушкинского текста представлена в главе «Девятнадцатое» с очевидно «говорящим» названием. 19 октября — дата выпуска из Лицея; к лицейским друзьям обращены стихотворения «19 октября» 1825 и 1827 годов. Один из героев романа — Сыроед — начинает нападать на Пушкина, а также и на всю русскую литературу XIX в., которую Пушкин символизирует, за ее «вранье», отсутствие пресловутого реализма. Другой герой обвиняет Пушкина, что тот сам у себя сюжеты воровал. Данила заявляет, что «Капитанская дочка» — «вообще жуткая вещь». А в это время главный герой романа (Павел) размышляет о том, что ему непонятно, «как можно было любить это хмурое время (осень. — А. Г.), что в нем находить, какое вдохновение и бодрость, какое, к черту, очей очарованье, глаза б его не видели? <...> Ну так всех этих лицействов-бездельников, *прекрасен их союз*, и заслать в совхоз, как бы они тут запели... А вообще, хорошо вот так лежать в тепле, и говорить о Пушкине, и пробовать его кусать, щипать и дразнить. Почему у вас то не так, Александр-геич, почему это? А ему самому смешно в его всях. Смотрит на них и хохочет. Эх, *племя младое, незнакомое*. Дурное, нелепое. Наследнички. Да вцепляйтесь вы в мои бакенбарды, сколько хотите, висните на них, пишите свои глупые курсачи и дипломы, защищайте смешные диссеры, гоняйте на конференции и выступайте на них с умным видом, пейте, ешьте, пляшите и веселитесь за мой счет, но главное, живите, любите друг друга, пока вам жизнь дана» [Варламов 2018: 273] (выделения курсивом мои. — Г. А.).

В данном фрагменте внутренняя речь героя постепенно сменяется собственно авторской речью. Автор иронизирует по поводу скепсиса персонажей и нападок на «наше все». В данной главе нельзя не увидеть и отсылки к нашумевшей в свое время книге Абрама Терца (псевдоним А. Д. Синявского) «Прогулки с Пушкиным», автор которой посягнул на «солнце русской поэзии», позволил себе иронично и весело написать о великом поэте. Синявский как раз и боролся с теми, кто превратил фигуру Пушкина в некий фетиш, памятник, похоронил его живую личность под грудой штампов и стереотипов.

Особый случай отсылки к пушкинскому тексту представлен в главе «Повторная апелляция», когда Павел встречает Семибратского в потустороннем мире и тот дает «метафизическое» объяснение его испытаниям: «В него столько сил вбухали, лучших ребят с курса сорвали, готовили их специально. А он, видите как, ума вроде набрался, а организм не сдюжил. Нет, чтоб себя побережь... А то — *и жизнь торопится, и чувствовать спешит*. Все сразу хочет?» [Варламов 2018: 333]. Выделенная цитата принадлежит П. Вяземскому, но известна она в большей степени из-за того, что была взята в качестве эпиграфа к роману в стихах «Евгений Онегин». Таким образом, данная характеристика Павла заставляет читателя вспомнить название романа, ассоциативно связанное и с Пушкиным, и с Вяземским, а также жанр произведения — *роман взросления*.

Мы видим, что в обоих анализируемых произведениях отсылки к пушкинскому тексту играют важную роль. Они обусловлены отчасти идеей взросления главного героя каждого произведения. Не случайно жанр романа «Душа моя Павел» так и обозначен как «роман взросления».

Важную роль в обоих произведениях играет не только фигура Пушкина, но и А. И. Солженицына. Если в повести имя автора «Архипелага ГУЛАГа» включается непосредственно в текст (среди других авторов-диссидентов), то в романе его имя не упоминается, но Павлу Непомилуеву дают прочитать «Архипелаг ГУЛАГ» под обложкой «Острова сокровищ». Павлик сначала с ненавистью воспринимает содержание книги, находясь под воздействием советской пропаганды, которая видела в Солженицыне главного врага СССР. Но постепенно он понимает правоту автора «Архипелага»: «Она (книга) не столько открывала ему глаза, сколько заполняла лакуны и отвечала на неотвеченные вопросы... И что тронуло Павлика в этой книге больше всего — не было в ней злорадства, не было издевки, насмешки, ярость была, боль, возмущение, горечь, но это чувства правильные, их Павлик понимал, а лжи и сам терпеть не мог» [Варламов 2018: 254]. Таким образом, знакомство с опальной книгой расширяет политическое сознание Павла. Он лишается постепенно наивной веры в то, что Советский Союз — самое счастливое место на земле. Но при этом он не утрачивает своих идеалов, веры в возможность построения справедливого общества в родной стране.

Кроме отсылок к прецедентным текстам и именам отечественной литературы, оба произведения содержат аллюзии и к творчеству зарубежных авторов. Интересно сопоставить характер этих метатекстовых связей и их роль в произведениях, в том числе в формировании политического сознания героев, их своеобразного этического кодекса.

Так, в повести «Здравствуй, князь» важную роль играет аллюзия к произведению, которое ни разу не называется, как и его автор, но обращение к которому происходит в тексте неоднократно. С этим произведением связан еще один важный мотив повести: мотив своеволия власти, а также взаимоотношения интеллигенции и власти. Речь идет о книге Г. Гессе «Игра в бисер». На протяжении повести образ Касталии и Йозефа Кнехта возникает несколько раз.

Размышляя о необходимых изменениях на факультете, Смородин вроде бы высказывает справедливые мысли. Декан хочет вернуть Барятину на факультет а также собрать всех учеников графа. «Сейчас надо объединяться во имя спасения духа. Вокруг нас ложь, беззаконие... мы с вами, как представители факультета словесности, понимаем лучше других — слово утратило свой Божественный смысл, обесценилось и поэтому обесценилось все остальное. Но только понять этого никто не может — *для них вначале было не Слово*, для них слова — это кубики, из которых можно построить все что угодно. Мы живем в эпоху *фельетонизма*, нас очень мало, но мы, горстка верных духу людей, мы создаем свою *Касталию*... Касталия — поразившая его воображение страна гармонии и духа — вставала перед ним. Артем Михайлович тосковал по ней как по золотому веку и никогда не мог понять, почему все-таки недолюбливал эту книгу Барятин» [Варламов 2017: 59].

Касталия в романе Г. Гессе — это некая вымышленная страна интеллектуалов, в которой проходят обучение специально отобранные лучшие ученики. Образ «фельетонной эпохи» также позаимствован у Гессе. Он означает период «упадка гуманистической европейской культуры, роста бездуховности, стремительного распространения развлекательных жанров — фельетонов, кроссвордов, популяризаторских статей и докладов» [Седельник 2000: 682]. Гессе удивительным образом предвидел то, что произошло с культурой не только в конце XX, но и в XXI в. Герой романа Варламова дает правильную оценку «эпохе перемен», но, мечтая о «своей» Касталии, он забывает об уроке романа Гессе. Герой Гессе постепенно убеждается в «ущербности попытки спасти дух в изоляции от живой жизни, в обители ученых и музыкантов Касталии» [Седельник 2000: 683]. Йозеф Кнехт приходит к мысли о необходимости участвовать в реальной жизни. При этом, покинув Касталию, он очень скоро погибает в самом начале своей новой деятельности.

Мечта о Касталии как символе «духовности, вдохновения, свободного творчества» контрастирует с реальным поведением Артема Михайловича, который последовательно предает и своего учителя, и сына: «Снова мучила его давешняя мысль: порядочный человек имеет право совершить подлость не иначе как принуждаемый насилием, но к чему отнести этот случай?» [Варламов 2017: 68—69].

В повести звучит мысль об ущербности самой идеи «Касталии» (не случайно эту книгу недолюбливал Барятин), которая присутствует и в первоисточнике — романе Г. Гессе. Касталийский орден создан самим государ-

ством и поддерживается им. «Средствами фантастической образности Г. Гессе вывел формулу взаимоотношения интеллигенции и власти в государстве торжествующей пошлости, А. Варламов средствами критического реализма показал свое видение того, как работала эта формула в советской России» [Мескин, Ратникова 2013: 10].

Если в повести важную роль играют аллюзии к роману Гессе — автору, явно не пользующемуся массовой популярностью, т. е. выполняющие роль своеобразного шифра, кода для посвященных, то в романе мы можем найти отсылку к произведению мировой литературы, более известному широкому читателю. Правда, эта аллюзия к повести Хемингуэя «Старик и море» представляет собой своеобразный интертекст-пересказ. Ни имя автора, ни название повести не упоминаются в романе. Герой романа «Душа моя Павел» в одном из эпизодов как бы повторяет метафорически историю старика Сантьяго, боровшегося с огромной рыбой, победившего ее, но потерявшего свой трофей в схватке с акулами. Этот эпизод создает особый метафорический план романа, который вторгается в реалистичное повествование. Павел то ли во сне, то ли в болезненном бреде видит себя на берегу, где он рыбачит вместе с Передистовым. В какой-то момент начинается его борьба с большой рыбиной, в которой герой одерживает победу. Казалось бы, исход схватки героя Варламова противоположен финалу новеллы Хемингуэя. Но через некоторое время Павел видит, как, выпотрошив рыбу (достав икру), Передистов выбрасывает лосося. «Павлику стало не по себе: неужели эта большая красивая рыба нужна была только для того, чтобы забрать у нее самое ценное, а потом бросить с распоротым брюхом на берегу?» [Варламов 2018: 329]. Не напоминает ли это ситуацию, когда Сантьяго просит прощение у рыбы, растерзанной акулами? Кроме того, сразу же после окончания схватки с рыбой Павел отвечает Передистову на его фразу о «взрослении» героя: «Мне не удалось их переубедить». Таким образом, Павел вовсе не ощущает себя победителем.

Отсылка к повести Хемингуэя в романе Варламова явно не случайна. Не потому ли и возникает она, когда произведение выходит на «метафизический» уровень? Сама притча-новелла Хемингуэя неоднозначна и предполагает различные интерпретации. Герой борется с природными силами за свою добычу и, казалось бы, терпит крах. Кто-то видит в произведении идею фатальности борьбы человека, его обреченности на эту борьбу. Но есть и другая точка зрения. Старик терпит поражение, но в высшем смысле он остается непобежденным, его человеческое достоинство торжествует. И тогда он произносит слова, в которых выражен весь пафос книги: «Человека можно уничтожить, но нельзя победить» [Хемингуэй 1972: 648]. Возможно, данная аналогия проясняет и суть характера главного героя книги Варламова. Герой, представляющий собой «совокупную душу всего советского народа, новой „интернациональной“ нации» [Басинский], обречен на поражение. Сам автор в одном из интервью так комментирует «миссию» своего персонажа: «Павлик — это ... осуществившаяся мечта, удавшийся советский человек. Павлик инфантилен, но добр душой, чист, свободен и, как блоковский скиф, сзывает изверившуюся, разваливающуюся, изъеденную лицемерием страну на братский пир труда и мира. Он дает ей последний шанс, не догадываясь о том, что его все равно не послушают и ему еще придется пережить распад его возлюбленной Родины и сокращение прекрасной географической карты, которую он выучил наизусть и повсюду с собой таскает. В противовес антиутопиям, обращенным в будущее, я пытался написать утопию о прошлом» [Басинский].

Значима в романе и роль своеобразного прецедентного филологического имени «Глокая куздра». Это вымышленное имя восходит к искусственной фразе «Глокая куздра штеко будланула бокра и курдячит бокрѣнка», которая обычно используется в практике преподавания русского языка для иллюстрации грамматического значения слова. Фраза приписывается академику Л. В. Щербе. Широкую известность она приобрела благодаря книге Льва Успенского «Слово о словах».

«Глокая куздра» поразительным образом «отрывается» в произведении от своего чисто филологического игрового содержания в главе «Волчье вымя», когда Павлик в некоем метафизическом пространстве романа размышляет о проблемах своей любимой многострадальной Советской страны: «Я понимаю, что вы и так очень долго терпели, знаю, что вас обманывали часто и веры у вас почти не осталось, но вы сами рассудите: глупо сейчас, когда мы уже почти все сделали, с нашего пути сворачивать. Это ведь все *глокая куздра*, это она нас захватила и обманула, а мы решили, что она и есть советская власть. А она только маскируется под советскую, она ложная, как ядовитый гриб, и мы ее вырвем, прогоним, мы всех *бокров, бокренков, бокрят и бокренышей* от нее защитим и не дадим никого *курдячить*» [Варламов 2018: 338].

«Глокая куздра» превращается в некий символ иррациональной силы, которая мешает построению справедливого советского общества. Само название этой главы метафорично: «Волчье вымя» (народное название гидраденита) становится в романе символом своеобразной болезни роста, которую, по мнению главного героя, пережила его любимая Советская страна: «Мы с вами будем самыми счастливыми, мы правду всю откроем и сохраним нашу милую родину, мы сделаем ее прекрасной и свободной наяву, а не в мечте... У нас просто была болезнь роста. У всей нашей большой советской страны. Мы после революции очень быстро стали тянуться вверх и не выдержали этой скорости... и от этого все наши болячки, все коросты, угорьки и язвочки... *Это же все возрастное, как волчье вымя или прыщи*. А так-то мы вообще могли погибнуть, рассыпаться. Но мы выстояли» [Варламов 2018: 337].

В романе присутствуют и христианские аллюзии. В частности, есть своеобразная автоцитация — отсылка к другому произведению Варламова «Мысленный волк». «Мысленный волк — образ, возникший из молитвы перед причастием святого Иоанна Златоуста („да не на мнозе удаляйся общения Твоего, от мысленного волка звероуловлен буду“). В концепции писателя это зверь-искуситель, отравляющий сомнением, излишним умствованием, поиском смысла, подобным поиску жемчужины в куче отбросов — без возможности видеть, что драгоценность уже унес кто-то другой» [Мысленный волк].

На одну из христианских аллюзий указывает и Е. Водолазкин в анонсе романа, расположенном на его обложке: «Перед нами не только история первокурсника Павла, но средневековый сюжет о царевиче Иоасафе, отгороженном от мира стеной... Это повесть о *Варлааме* и Иоасафе. Может быть, даже — о *Варлааме* и Иоасафе». Отсылки к образу «мысленного волка» и к сюжету об Иоасафе придают тексту сакральный характер. Они позволяют увидеть в романе не только частную историю взросления конкретного человека, но и историю страны, которая так и не смогла «повзрослеть», отказавшись сначала от христианских идеалов, а позднее и от советских (в том числе от интернациональной идеи, идеи всеобщего братства).

Подведем итоги наших наблюдений. В первую очередь бросается в глаза переключка двух рассматриваемых произведений, отмеченная и критиками, и самим автором. Герой и повести, и романа — мальчик из северной глубинки, приехавший покорять Москву. Время в повести и романе тоже совпадает — 1980-е гг. Те же студенческие споры. Похожий путь взросления проходят герои, в том числе знакомясь с диссидентской литературой. Но между ними есть и существенные различия. Савва разочарован в советской идеологии, клеймит ее. Павел же сохраняет веру в советскую утопию, в идею построения справедливого государства. Он верит, что его родная страна «повзрослеет», переживет «болезнь роста» и построит справедливое общество. Современный читатель, конечно, понимает утопичность этих идей.

Значительную роль в изображении пути исканий героев, их политического сознания играют рассмотренные нами аллюзии, отсылающие читателя к художественной литературе, отечественной и зарубежной. Так, важен пушкинский текст и в повести, и в романе. В повести образ «князя» символизирует человека «великого пути», подлинного аристократа духа. В романе само название содержит отсылку к «дидактическому» посвящению Пушкина. Фигура поэта символизирует вечные, незыблемые этические ценности. Важны в произведениях и христианские аллюзии, также позволяющие увидеть обращение автора к вечным ценностям.

В повести «Здравствуй, князь» знаковой является аллюзия к роману Г. Гессе «Игра в бисер». Она своего рода лакмусовая бумажка для героев произведения. Нравственно ограниченному Артему Михайловичу противопоставлены граф Барятин и Савватий — «герои пути» [Федорова 2012]. Артем Михайлович, считая себя одним из «избранных», оправдывает свои неблагоприятные поступки «по принуждению» благой целью. Но сама эта цель (Касталия как символ независимости) оказывается эфемерной. С юности герой боится реальности, реальных чувств, боится, в частности, что ребенок «станет помехой на его *великом* жизненном пути». Но путь этот у Артема Михайловича как раз и не сложится.

Не менее интересен в романе «Душа моя Павел» случай использования метафорического интертекста-пересказа: история героя соотносится с прецедентной ситуацией, описанной в повести Хемингуэя «Старик и море»; с ситуацией, предполагающей необходимость борьбы, отстаивания своих взглядов, несмотря на возможность поражения.

Итак, мы видим, что большая часть метатекстовых связей в обоих произведениях выражает идею взросления героя, его ПУТИ, формирования жизненной позиции, в том числе политического сознания. Отмечая переключку произведений, написанных со значительным временным разрывом, сам автор говорит не только о разнице между собой нынешним и тогдашним (1980-х и 1990-х), но и о разнице между поколениями: «Но по сравнению с восьмидесятыми мы многое потеряли, прежде всего в сердце. Однако тоска моего героя в другом. Он жалеет, что так и не реализовалась советская мечта — идеал братства, любви, взаимопомощи, солидарности. Только не польской, а нашей, эсэсээровской. Поэтому и хочет переубедить своих друзей, донести до них эту утопию, сделать так, чтобы они в нее тоже поверили и увидели в советской идее пушкинское начало: „Друзья мои, прекрасен наш союз!“» [Алексей Варламов 2018].

Таким образом, наиболее значимыми в анализируемых произведениях являются пушкинские аллюзии, а точнее, сам образ Пушкина (особенно в романе) как фигуры, символизирующей некую гармонию в искусстве и жизни. Не случайно сам автор утверждает, что главный герой романа Душа моя Павел — «пушкинского склада человек и пушкинских держится правил».

ЛИТЕРАТУРА

1. Алексей Варламов: «Нужно читать сердцем, а не препарировать книги». URL: portal-kultura.ru/.../books/201912-aleksey-varlamov-puzhno-chitat-serdtsem-a-ne-pre-... — Текст : электронный.
2. Арнольд И. В. Проблемы интертекстуальности // Вестн. СПбГУ. Сер. 2, История, языковедение, литературоведение. 1992. Вып. 4. С. 53—61.
3. Басинский П. Беги, Павлик, беги! Писатель Алексей Варламов о своем новом романе. URL: <https://godliteratury.ru>. — Текст : электронный.
4. Варламов А. Н. Здравствуй, князь! // Стороны света : повести и рассказы / А. Н. Варламов. — М. : Ника : Редакция «Встреча», 2017. С. 6—114.
5. Варламов А. Душа моя Павел: роман взросления. — М. : АСТ : Редакция Елены Шубиной, 2018. 384 с.
6. Мескин В. А., Ратникова В. В. Об интертекстуальности и межтекстуальных связях в творчестве А. Варламова // Вестн. РУДН. Серия: Литературоведение, журналистика. 2013. № 4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ob-intertekstualnosti-i-mezhtekstualnyh-svyazyah-v-tvorchestve-a-varlamova> (дата обращения: 22.07.2019). — Текст : электронный.
7. «Мысленный волк» А. Варламова // Фома : православный журн. 2015. № 6 (июнь). URL: <https://foma.ru/myislennyiy-volk.html>. — Текст : электронный.
8. Седелник В. Герман Гессе и его «биография души» // Петер Каменцинд. Игра в бисер / Г. Гессе. — М. : Олимп : Астрель : Фирма «Изд-во АСТ», 2000. С. 677—683.
9. Счастливец Ю. А. Проза Алексея Варламова 1980—1990-х гг.: жанрово-стилевое своеобразие : автореф. дис. ... канд. филол. наук. URL: https://new-dissert.ru/_avtoreferats/01003320117.pdf. — Текст : электронный.
10. Фатеева Н. А. Интертекст в мире текстов: контрапункт интертекстуальности. — М. : КомКнига, 2007. 280 с.
11. Федорова Т. А. Поэтика прозы Алексея Варламова : автореф. дис. ... канд. филол. наук. — Астрахань, 2012. 18 с.
12. Хемингуэй Э. Старик и море // Рассказы. Прошай, оружие. Старик и море / Э. Хемингуэй. — М. : Художественная литература, 1972. С. 599—660.

Н. А. Аверьянова
Калуга, Россия

СУБСТАНДАРТНАЯ ЛЕКСИКА В СОВРЕМЕННОМ РОССИЙСКОМ ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ (ФУНКЦИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ)

Аннотация. В статье рассмотрены вопросы употребления субстандартной лексики и фразеологии в современном российском политическом дискурсе, а также коммуникативные функции, свойственные данной лексике.

Ключевые слова: субстандарты; жаргон; просторечие; бранная лексика; политический дискурс; русский язык.

N. A. Averyanova
Kaluga, Russia

SUBSTANDARD VOCABULARY IN THE MODERN RUSSIAN POLITICAL DISCOURSE (FUNCTIONAL ASPECT)

Abstract. The article covers such topics as substandard lexis and idioms usage in Russian modern political discourse and communicative functions typical for this lexis.

Keywords: substandard; jargon; colloquialisms; abusive vocabulary; political discourse; Russian language.

В современной русскоязычной лингвистике используются разные обозначения лексических групп слов в их отношении к норме и носителям: литературный стандарт, субстандарт, нонстандарт, региолект, социолект, жаргоны, арго, просторечие, сленг, общий жаргон, интержаргон, супержаргон, общий сленг и др. [Быков 2001; Крысин 2000; Кёстер-Тома 1993; Ермакова, Земская, Розина 1999; Ерёмин 2001; Калита 2013 и др.].

Основой русского субстандарта является общий жаргон, в котором социальное, территориальное, возрастное и профессиональное ушло в тень. Это связано с огромной ролью массмедиа, в которых, как в котле, смешиваются лексические единицы всех подязыков национального русского языка. Среди средств массовой коммуникации ключевое влияние на общество оказывает Интернет. Появление особых устно-письменных форм общения в социальных сетях, блогах, «мессенджерах» (ICQ, WhatsApp, Viber, Telegram и др.), которые объединяют разных людей и ориентированы на разговорные жанры, приводит к еще большей размытости границ между стандартом и субстандартом, жаргонами и просторечием. Целесообразно использовать термин *общий субстандарт*, который обозначает современное просторечие, включающее «единицы социальных жаргонов, арго, устаревающих и деформированных лексем литературного языка» [Ерёмин 2001: 326]. А. Н. Ерёмин отметил: «Локализация его (общего субстандарта. — Н. А.) имеет иные границы. Это не только крупные города, но и небольшие города, часть крупных сельских поселков и под. Современные средства масс-медиа, значительно потеснив и деформировав язык литературы и публицистики, создали иную языковую среду, в которой субстандартные единицы заняли значительное место» [Ерёмин 2001: 326].

И хотя можно говорить об общем субстандарте, на многих лексемах ощущается налет некоторой специфики, например, слово *отпад* сохраняет налет молодежного жаргона, *лузер* — компьютерного жаргона, *фраер* — тюремно-лагерного и т. д.

Кроме значимости массмедиа в формировании общего субстандарта, стоит назвать еще одну причину: укрепление языка политического высказывания начиная с 90-х гг. XX в. С одной стороны, это стремление оторваться от советского новояза, оживить речь. С другой, это осознание коммуникативного потенциала нелитературной, разговорной лексики, ее манипулятивных возможностей. Е. А. Земская писала о дискурсе конца прошлого века: «Строение дискурса в конце XX века характеризует рост личностного начала и диалогичности. Безличная и безадресная речь сменяется речью личной, приобретает конкретного адресата» [Земская 1996: 12]. В начале XXI в. эта особенность политического дискурса становится нормой. Уходит в прошлое традиция зачитывать текст «по бумажке», в речи представителей власти встречается всё меньше советских номенклатурных штампов, хотя на их место приходят другие — чаще всего англицизмы. Ситуация, когда губернатор Калужской области на заседании правительства, утомившись слушанием докладов региональных министров, просит отдать бумаги и продолжить «от себя», а потом хвалит выступающих: «Видите, как хорошо получилось. Замечательно! Приятно было слушать. А так можно было бы и поспать с утра пораньше под ваше повествование» — в духе времени. Главы регионов, мэры городов, депутаты проводят прямые эфиры в социальных сетях, в *YouTube*, становятся непосредственным источником информации в обход административных сайтов и официальных СМИ.

Речь политиков стремится к импровизации, спонтанности и экспрессивности. Это, с одной стороны, приводит к увеличению числа ошибок и доли субстандартной лексики, с другой — обогащает речь, делает ее выразительной, эмоциональной, избавляет от канцелярита.

Таким образом, в современном политическом дискурсе субстандартная лексика может использоваться по крайней мере двояко: как ненамеренная неграмотная речь и как осознанная нелитературная речь, которая преследует определенные цели. Не всегда мы можем точно определить, какой перед нами вариант, возможно их

сочетание. Ненамеренная нелитературная речь, как правило, характеризует речь политиков муниципального и регионального уровней старшего поколения. Однако она может обнаружиться в ситуации эмоционального накала и у федеральных представителей власти. В наши задачи не входит уличать современных российских чиновников в малограмотности. Нас в большей степени интересует осознанное употребление нелитературной лексики в речи политических лидеров.

Материалом для исследования стали высказывания отечественных политиков 2014—2019 гг., зафиксированные на официальных страницах органов власти, в российских СМИ, а также заимствованные из живой речи представителей администрации и правительства Калужской области.

Общий субстандарт в выступлениях политических лидеров представлен разговорно-просторечной лексикой и фразеологией, частично сохраняющей семантический оттенок подязыка-источника.

Значительный пласт представляют единицы, восходящие к арго (тюремно-лагерному, воровскому, наркоманскому, блатному, нищенскому, шулерскому жаргонам): *беспредел, шелупонь, разборка, чепушила, подсадить, подмять* (под себя), *нагибать, подставить, накачать, доить* (в знач. «регулярно требовать деньги»), *борзота, наехать, напрягать, прессовать, кормушка, поляна, сливать, опустить, пришлёпки, бомж, пацаны, грёбаный, козырный, кинуть, откат, фраер, клепать, отхпанать, крышевать, зашибись, халявицики, липовый, косяк, живопырка, прёт* и др.

В первые президентские сроки В. В. Путина небезосновательно упрекали в излишнем употреблении подобной лексики, в том, что с его легкой руки российская власть перешла на блатной жаргон. Стоит отметить: в выступлениях последних пяти лет таких слов встречается гораздо меньше. Кроме того, многие из них потеряли былую экспрессивность, как заезженное *беспредел*.

Немало в политических высказываниях слов, заимствованных из молодежного жаргона: *бейджик, зацеперы, крутой, фрик, тусовка, тусоваться, гаджеты, мобильник, хейтер, фишня, ерундовина, прибамбасы, стёб, стебаться, зажигать* (в знач. «развлекаться»), *хайп, селфи, супер, класс, месседж*; компьютерного (геймерского, сетевого): *фейк, френд, постить, бот, кликать, глючить, зависать, скачать, скилы, холивар, отмониторить, лузер, переформатировать, апгрейдить, цифра, отцифровать, тормозить* (аналогия с работой компьютера), *вордировать, гулить*; экономического (торгового, предпринимательского, биржевого, банковского, производственного): *рабсила, профит, оборонка, ювелирка, нал, безнал, менеджер, топы, випы, хедж, хантеры, хедхантеры* и др.

Армейские и — шире — военные по происхождению выражения *косить от армии, дедовщина, силовики* разбавляют слова, сохраняющие корпоративный, закрытый характер: *квитанция* (в знач. «ракета прибыла к цели»), *попасть в кол* (в знач. «точное попадание ракеты»), *бреющий* (полет). Утратили соотнесенность с жаргоном разведчиков *деза, компра*. Общеупотребительны *кругляк* (о лесе), *головняк* (головной университет), *хрущобы, пазики, первоклашка, стобалльник* («тот, кто получил 100 баллов на ЕГЭ»), *раскручивать* (в знач. «делать известным»), *первичка, вторичка, оборонка*. Сохраняют некоторую специфичность *прессуха* (из журналистского жаргона), *минстрой, минобр, минэк, социалка, навозбуждать* (из чиновничьего и судебного жаргонов).

Существенную долю общего субстанданта составляют устаревающие, деформированные лексемы, современные просторечия: *мужик, собачиться, схпанать, придурочный, сдохнуть, не пуцать, завались, щас, чур, не ахти, коль, коли, типа, морда, койка, науськивать, здорово, ихний, порешать, сколачивать, дармовой, нате, кумекать, хаять, ерундить, дюжий, ерепениваться, облапошивать, шантрапа, шушера, тычет* (в знач. «постоянно напоминает, говорит»), *шибко, прихлебатели, отмашка, не зародятся, поспрошая, интернеты, порошечки, покоммуницировать, вкалывать, очухаться, горбатиться, плюхаться, не рыпаться, вбухать, подкаблучник, раздолбать, жульё, рожка, козёл, мудрёно, ляпнуть, давай-давай, в деревнях, отколупывать, шишать, развалюха, журналюга* и др. Среди разговорно-просторечных частотны диминутивы, которые в основном передают презрительное отношение: *телеграммка, хвостики прижали, ошибочки, бумажка, мамочки, копеечка, жирок, макароники* и т. д.

Большой экспрессивностью обладают бранные слова: *экскременты* (о людях), *козёл, придурок, подонок, шизойдная дура, идиот, дебил, жулик, бандит, шелупонь, шантрапа, чепушилы, алкаши* и другие. К этой группе примыкает обценная лексика, которая хотя и представляет собой редкое и случайное явление в интересующем нас политическом контексте, однако встречается в ситуации эмоционального напряжения («*Дебилы, б...ь*» — С. В. Лавров).

Отдельно стоит упомянуть разговорно-просторечные фразеологизмы и паремии, которые активно используют в публичной речи российские политики: *чушь собачья, точить лясы, закручивать гайки, в большую копеечку, вешать лапшу на уши, бить баклуши, бить балду, выйти из обоймы, права качнуть, «почему» — «да по кочану», дать наводку, лечь под них, чёрт знает, ни к чёрту не годятся, нечего на зеркало пенять, коли рожа крива, хрен её знает, флаг им в руки, как блоха в аркане, опустить ниже плинтуса, гнать в шею, выдавать на гора, Бог — не фраер, он всё видит, уши держать топориком, одеть на кулан, к чёртовой матери, поди там разберись, навести тень на плетень, нести пургу, сделать втык, ни шиша, муж и жена — одна сатана*.

Интересно, что некоторые идиомы устойчиво выражают позицию представителей российской власти в отношении определенных вопросов. Так, например, после того, как В. В. Путин в ответ на территориальные претензии стран Балтии в 2005 г. использовал известную цитату из романа «Двенадцать стульев» Ильфа и Петрова — «*Не Пыталовский район они получают, а от мёртвого осла уши*» — это крылатое выражение стало использоваться не только применительно к балтийским странам, требующим взыскать ущерб за «советскую оккупацию» (Д. О. Рогозин в 2015 г. в своем твиттере: «*От мертвого осла уши получишь, дефективный!*»), но и ко всем

остальным странам, претендующим на российские территории и компенсацию (в отношении Японии в СМИ — «От мертвого осла уши они получают, а не Курилы», Донбасса).

В зависимости от цели, которую преследует спикер, можно выделить 7 основных функций употребления субстандартной лексики в политическом дискурсе: номинативную, оценочную, аттрактивную, контактоустанавливающую, эмоционально-экспрессивную, манипулятивную и функцию экономии речевых средств.

1. Номинативная функция

Эта функция реализуется прежде всего через появление новых предметов, понятий в политике, экономике, науке, быту, торговле, искусстве: *цифра* (в знач. «цифровые технологии»), *стобалльник*, *зацепер*, *вордировать*, *белоленточник*, *ватник* (в знач. «патриотически настроенный представитель русского народа»), *укропатриот*.

В связи с развитием внешнеэкономических связей, цифровых технологий, западным влиянием на российское общество субстантивные наименования нередко используются как единственно возможные за отсутствием русских литературных аналогов или из-за их неточности и многословности. Нередко такие слова лишены экспрессивности, они выполняют прежде всего функцию называния и отражают процесс вхождения (или невхождения) чужого слова в русский язык.

2. Оценочная функция

Субстандартные единицы передают оценочные оттенки (преимущественно отрицательные), характеризуют отношение говорящего к предмету, явлению, свойству, человеку. Могут выражать одобрение (*грамотный* в знач. «правильно, эффективно сделанный, организованный»), *класс*, *супер*, *здорово*, *дюжий*), презрение (*рожжа*, *шантрапа*, *шелупонь*, *развалюха*, *пришлепки*, *алкаши*, *журналюга*), унижение (*лох*, *лузер*, *дебил*, *идиот*, *дура*), высмеивание (*порошенки*, *чепушила*), обвинение (*бандиты*, *подонки*), несогласие (*чушь собачья*) и др. Противоположные виды оценки могут сливаться в одной и той же единице: например, *мужик* используется как одобрительное в значении «трудолюбивый, ответственный, мужественный» и как неодобрительное в значении «грубый, необразованный».

3. Аттрактивная функция

Отклонение от литературной нормы нередко провокационно, рассчитано на привлечение внимания аудитории и СМИ. Общеизвестно, что массовая аудитория невнимательна, к современному человеку нужно пробиться сквозь информационный шум и различные преграды. Экспрессия субстандартной лексики позволяет достичь такого эффекта. Резкий грубый словесный выпад, меткая нелитературная характеристика выводят из анабиоза пассивного адресата и инспирируют СМИ на распространение информации.

Крайняя форма проявления аттрактивной функции — языковой эпатаж. Наиболее выпукло эту стратегию в нашей стране реализует лидер Либерально-демократической партии В. В. Жириновский. Скандальные высказывания, вызывающие перформансы, грубые шутки — эти инструменты позволили политике создать образ местного блаженного, который он, безусловно, использует в своих интересах и, возможно, в интересах страны.

Из предвыборной программы В. В. Жириновского 2018 г. «100 шагов: Пора сделать мощный рывок вперед!»:

Я не позволю сбивать русские самолеты, насмехаться над нами, критиковать, лгать, чернить Россию, водить нас мордой об лавку. Я заставлю их учить русский язык и слушать бой кремлевских курантов...

4. Эмоционально-экспрессивная функция

Логика и аргументированность не всегда позволяют вызвать желаемую ответную реакцию, привлечь на свою сторону, произвести необходимое впечатление. Большое влияние на аудиторию оказывают эмоции политического спикера, нередко «конструируемые и провоцируемые» [Почепцов 2000: 285]. Включение в речь политика экспрессивных нелитературных слов и выражений, в том числе бранных — один из основных способов выражения (создания) эмоций.

Человек живет в Баймаке, имеет пять судимостей, и вот этот козёл стоит у меня на площади! Я понимаю, если бы был уважаемый человек, а тут какой-то непонятный экскремент вышел (глава г. Сибай Р. А. Афзалов на встрече с жителями 12 февраля 2019 г.).

Мы ни на кого не нападали! Всякая нечисть перли на просторы страны. Потому что Европе всегда было тесно (В. В. Жириновский на митинге ЛДПР в честь Дня защитника Отечества 23 февраля 2018 г.).

5. Контактостанавливающая функция

Лексика сниженного регистра помогает упростить процесс восприятия информации для определенных социальных групп и сделать сообщение более понятным и доступным. В зависимости от целевой аудитории спикер применяет тот или иной набор лексических средств, использует или не использует субстандартную лексику.

Например, В. В. Путин в общении со студентами и аспирантами Уральского федерального университета в июле 2019 г. употребляет такие фраземы, как *мудрёно излагает*, *невпопад ляпну*, *понапридумывали всякую фигню*, *Дай Бог памяти*. Благодаря им сокращается дистанция между участниками встречи, создается доверительная атмосфера, выстраивается антитеза «старый — молодой», образ президента намеренно упрощается.

Во взаимодействии с иностранными партнерами Президент России, наоборот, избегает сниженной лексики. Это связано не только с соблюдением политического этикета, но и с трудностями перевода. Если же высказывания рассчитаны на соотечественников, речь более экспрессивна, границы нормы расширены.

В то же время на мероприятиях с участием иностранных делегаций субстандартная лексика как элемент языковой игры может использоваться для создания комизма, снятия политической напряженности.

Я сказал „друзей“, а он [переводчик] перевел „партнеров“. *Бандит просто* (В. В. Путин на встрече с премьер-министром Швеции 9 апреля 2019 г.).

6. Манипулятивная функция

Как известно, цели политического дискурса — не описать явление, не передать максимально объективную информацию, а убедить, побудить к действию. По словам С. Г. Кара-Мурзы, манипуляция — это часть технологии власти [Кара-Мурза 2013: 14].

Самые масштабные и значимые политические манипуляции связаны с формированием образа врага. Апелляция к эмоциям, создание оппозиции «свои — чужие», в которую адресат политического высказывания включается по воле спикера, нередко осуществляются с помощью нелитературной лексики («нас попросту надули» — В. В. Путин на пресс-конференции 23 января 2016 г.; «нет там ни шиша никакой власти народа» — В. В. Путин на итоговой сессии Валдайского форума в 2014 г.).

...Агрессор всё равно должен знать, что возмездие неизбежно, что он будет уничтожен. А мы — жертвы агрессии, и мы как мученики попадем в рай, а они просто **сдохнут**, потому что даже раскаться не успеют (В. В. Путин о последствиях ядерного удара по России на Валдайском форуме 18 октября 2018 г.).

Вы хотите сказать, что мы еще какого-то безумного человека там отравили? Я иногда смотрю на то, что происходит вокруг этого дела, и просто удивляюсь. Приехали какие-то **мужики** и начали травить там **бомжей** у вас. Что за бред? В **очистке**, что ли, они работают? (В. В. Путин на пленарном заседании Российской энергетической недели о С. Скрипале, 3 октября 2018 г.).

На региональном уровне другие враги:

Пацаны погибали, боролись за эту землю, а мы взяли и отдали ее, без боя сдали (А. Д. Артамонов на заседании правительства 29 июля 2019 г. о сельскохозяйственных землях).

В качестве манипулятивного инструмента политик может использовать анекдот, в котором, как правило, присутствует сниженная лексика:

Есть такой старый бородастый анекдот. Может, кто-то не знает, то будет интересно. Звучит он так: вопрос: „Как вы **расслабляетесь**?“. Ответ: „Я **не напрягаюсь**“. То же самое касается напряжения в международных делах. Мы не напрягаем никого, мы не создаем никаких проблем (В. В. Путин, Валдайский форум 18 октября 2018 г.).

7. Функция экономии речевых средств

С одной стороны, некоторые субстандартные единицы проявляют тенденцию к сокращению (*нал, безнал, алкаш* и др.). С другой стороны, одно экспрессивное слово часто избавляет говорящего от необходимости аргументации, а слушающего — от необходимости эту аргументацию анализировать.

Представьте себе: вдруг у вас возникает человек, который предает свою страну. Как вы к нему отнесетесь? Любой здесь сидящий представитель любой страны? Он просто подонок — вот и всё... (В. В. Путин на пленарном заседании Российской энергетической недели о С. Скрипале, 3 октября 2018 г.).

Перечисленные функции связаны между собой, но всегда можно разграничить манипулятивную, контакто-устанавливающую, эмоционально-экспрессивную, аттрактивную, так или иначе они все пересекаются, в конкретных выступлениях возможно преобладание одной из них.

Таким образом, субстандартная лексика широко представлена в современном российском политическом дискурсе и имеет огромный эмоционально-экспрессивный, коммуникативный и манипулятивный потенциал.

ИСТОЧНИКИ

1. Либерально-демократическая партия России : официальный сайт. — Москва. URL: <https://ldpr.ru/leader/speech/> (дата обращения: 04.08.2019). — Текст : электронный.
2. Президент России : официальный сайт. — Москва. URL: <http://www.kremlin.ru/events/president/transcripts> (дата обращения: 04.08.2019). — Текст : электронный.
3. BASETOP.RU : сайт. URL: <https://basetop.ru/10-samyh-skandalnyh-vyskazyvaniy-rossijskih-gubernatorov/> (дата обращения: 04.08.2019). — Текст : электронный.
4. KP40.RU : сайт / учредитель: издательский дом «КП-Калуга». — Калуга. URL: <https://www.kp40.ru/> (дата обращения: 04.08.2019). — Текст : электронный.
5. TJournal.ru : сайт / Новости Интернета. URL: <https://tjournal.ru/flood/32462-tak-govoril-gubernator-top-25-udivitelnyh-citat-glav-regionov> (дата обращения: 04.08.2019). — Текст : электронный.

ЛИТЕРАТУРА

6. Быков В. Б. Лексикологические и лексикографические проблемы исследования русского субстандарта : дис. ... д-ра филол. наук. — М., 2001.
7. Даль В. И. Толковый словарь живого великорусского языка. В 4 т. Т. 1. — М., 1863. 627 с.
8. Дубягин Ю. П., Теплицкий Е. А. Краткий англо-русский и русско-английский словарь уголовного жаргона. — М. : ТЕРРА, 1993. 288 с.
9. Земская Е. А. Введение // Русский язык конца XX столетия (1985—1995). — М., 1996. — С. 9—29.
10. Ерёмин А. Н. Проблемы лексической семантики русского просторечия. — Калуга : КГПУ, 2001. 446 с.
11. Ермакова О. П., Земская Е. А., Розина Р. И. Слова, с которыми мы все встречались. — М. : Азбуковник, 1999. 320 с.
12. Калита И. В. Стилистические трансформации русских субстандартов, или Книга о сленге. — М. : Дикси Пресс, 2013. 240 с.
13. Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием. Век 21-й. — М. : Алгоритм, 2013. 432 с.
14. Кёстер-Тома З. Стандарт, субстандарт, нонстандарт // Русистика. 1993. № 2. С. 15—31.
15. Крысин Л. П. О некоторых изменениях в русском языке конца XX века // Исследования по славянским языкам. — Сеул, 2000. № 5. С. 63—91. URL: <http://www.philology.ru/linguistics2/krysin-00.htm> (дата обращения: 01.08.2019). — Текст : электронный.
16. Почепцов Г. Г. Коммуникативные технологии 20 века. — М.: Рефлбук Ваклер, 2000. 200 с.
17. Толковый словарь русского языка с включением сведений о происхождении слов / РАН, Ин-т русского языка им. В. В. Виноградова ; отв. ред. Н. Ю. Шведова. — М. : Азбуковник, 2011. 1175 с.
18. Толковый словарь русской разговорной речи : в 2 вып. / РАН, Ин-т русского языка им. В. В. Виноградова, отв. ред. Л. П. Крысин. — М. : Языки славянской культуры, 2014—2017. (Вып. 1. А—И. — 2014. — 775 с.; вып. 2. К—О. — 2017. — 860 с.).
19. Фёдоров А. И. Фразеологический словарь русского литературного языка. — М. : Астрель, 2008. 878 с.

Л. А. Агрба
Сухум, Абхазия

О ТРАДИЦИИ ПУБЛИЧНЫХ ВЫСТУПЛЕНИЙ У АБХАЗОВ

Аннотация. Статья посвящена исследованию традиции публичных выступлений и роли этого социокультурного феномена в абхазском обществе. Объектом исследования являются специфические черты такого вида ораторской деятельности, как публичное выступление у абхазов. Актуальность исследования состоит в недостаточной изученности традиции публичных выступлений у абхазов, рассматриваемых нами как неотъемлемый элемент бытия, духовно-практический опыт, естественная деятельность в условиях социума, направленная на созидание в интересах народа и блага всего общества. Изучение различных видов ораторского искусства дает богатую почву для глубокого понимания мировидения абхазов, их культуры и отношения к действительности. Именно умение непринужденно произносить слово перед народом, легко импровизировать, ораторствовать при соблюдении правил соответствующего речевого поведения — свидетельство богатства культуры, неповторимости абхазского народа. Исходя из анализа культуры речи у абхазов можно составить представление о степени освоения народом и отдельными его индивидуумами аксиологических ценностей, накопленных многовековым опытом. В статье подчеркивается, что традиционно публичные выступления выполняли ряд общественно значимых, регулирующих и мировоззренческих функций, а на индивидуальном уровне, овладевая искусством говорить перед народом, абхазы реализовывали естественные социальные потребности, а именно потребность в коммуникации, социализации и творческой деятельности. **Целью** исследования является анализ специфических черт публичных выступлений у абхазов как механизма сохранения аксиологических основ и передачи знаний последующим поколениям. Пользуясь **методом** ретроспективно-дескриптивного анализа, автор статьи приходит к **выводу** о том, что изучение особенностей публичных выступлений может помочь в осознании абхазами собственной идентичности, раскрытии своих этнонациональных потенциалов. **Практическая значимость** исследования состоит в возможности использования его материалов в подготовке молодого поколения ораторов, специалистов-международников, дипломатов, политологов, способных доносить до мира правдивую информацию о народах Кавказа, ломая стереотипы, информационную изоляцию и содействуя в разрешении конфликтов в регионе.

Ключевые слова: публичные выступления; ораторское искусство; ораторы; аксиология; национальная культура; абхазский язык; межкультурная коммуникация; абхазы.

Lana Agrba
Sukhum, Abkhazia

ON THE PUBLIC SPEAKING TRADITION AMONG ABKHAZIANS

Abstract. The article is devoted to the study of the tradition of public speaking and the role of this socio-cultural phenomenon in the Abkhazian society. The object of the study is the specific features of this type of oratory as a public speech among Abkhazians. The topicality of the study lies in the lack of knowledge of public speaking tradition among Abkhazians, which we consider an integral element of life, their spiritual and practical experience, natural activity in the society, aimed at creation in the interests of the people and to the benefit of the whole society. The study of oratory skills provides ground for a deep understanding of the Abkhazian worldview, their culture and attitude to reality. Based on the analysis of the culture of speaking in public among Abkhazians, one can get an idea of the degree of development of the spiritual values accumulated by the people and individuals. The evidence of the maturity of culture and uniqueness of the Abkhazian people lies in the ability to speak freely in front of the people, to improvise easily accomplishing speeches with appropriate speech behavior. The article emphasizes that traditionally, public performances implied socially significant, regulatory and ideological functions, and at individual level mastering the art of public speaking, Abkhazians realized natural social needs, namely the need for communication, socialization and creative activity. The **aim** of the study is to analyze the specific features of speaking in public as a mechanism for preserving axiological foundations and transferring knowledge to subsequent generations. Using the **method** of retrospective-descriptive analysis, the author comes to the **conclusion** that the study of the peculiarities of public speaking skills can help Abkhazians to realize their own identity, to reveal their ethno-national potentials. The practical significance of the study lies in the possibility of using its materials in preparing the younger generation of speakers, international experts, diplomats, political scientists able to convey to the world true information about the peoples of the Caucasus, breaking stereotypes, information isolation and contributing to the resolution of conflicts in the region.

Keywords: public speaking; oratory; speakers; axiology; national culture; Abkhazian language; intercultural communication; Abkhazians.

Введение

Традиции публичных выступлений восходят к глубинам социокультурной истории человеческого общества. В Древней Греции благодаря высокой эффективности воздействия на общественное сознание ораторская деятельность считали «царицей искусств».

В современном глобальном мире в связи с модернизацией средств коммуникации, медиатизацией и агрессивной демагогией, в том числе в цифровом пространстве, резко возрос интерес к проблемам риторики. В передовых странах мира развитие мастерства публичной речи считается важнейшим средством совершенствования общества. Не случайно в современной гуманитарной науке вопросы, связанные с ораторским искусством, актуализировались. Этот навык признан самым действенным инструментом государственной идеологии, манипуляции общественным мнением, формирования мировоззрения и аксиологических доминант. В этой связи особую актуальность приобретают исследования в области ораторского искусства в различных традиционных обществах, у различных народов.

В рамках данной статьи мы попытаемся проанализировать культуру речи абхазов, акцентируя свое внимание на мастерстве публичных выступлений, которым абхазы издревле виртуозно владели.

Свобода мысли, сила слова, ценностные ориентиры

Считается, что ораторское искусство, мастерство устной, импровизированной речи на публике получает широкое распространение там, где народ поклоняется силе слова, всячески поддерживая остроумие и свободу мысли. «Расширение сферы устного слова в общественных отношениях сопутствует эпохам общественной свободы, когда в обществе и его учреждениях человек чувствует себя не в гостях, а дома. Тогда распространяется ораторство...» [Гачев 2008: 51].

Традиционно абхазы являют собой свободное общество, где каждый индивидуум, вне зависимости от возраста, пола и социального статуса, имеет право высказать свою точку зрения, если ему или ей есть что сказать людям. Каждый свободен держать слово перед народом — таков закон социума. Свобода говорить на традиционных народных собраниях для народа или от лица народа — это аксиологическая доминанта абхазского общества. Свое суверенное «я» абхаз доносил до социума через слово, и он нисколько не стыдился этого, ведь свобода самовыражения — такая же аксиома для горца, как его физическая свобода, независимость, вольный дух. Это основа национальной структуры сознания, онтологическая первокатегория, то, что предопределяет его существование, поведение, шкалу ценностей, мотивы, интенции.

Ораторское искусство издревле считалось составной частью бытия абхазов, так как оно являлось источником трансляции аксиологических доминант. Напомним, что единственным инструментом донесения норм и правил бытия, формирования понятий о добре и зле, передачи ценностных ориентиров, хранящихся в архетипической памяти народа, знаний и накопленного поколениями опыта в отсутствие письменности было Слово, поэтому к нему абхазы относились с большим вниманием. Они верили, что слово, сказанное должным образом, в сакральном месте, сбывалось, поэтому всегда его ценили, так же как искренность и чистоту того, кто держал его перед народом. «В силу особого отношения к слову, сформировавшегося в традиционном кавказском обществе, а также степени включенности в дела сельского сообщества человека, им владеющего, дар красноречия, в ряду прочих, безусловно, занимал ведущее место» [Ботяков 2010: 236].

Отсутствие письменности вело к развитию устных форм творчества, сказовости, что способствовало развитию языка, его обогащению, а также формированию образного, художественного мышления. Выдающийся абхазский просветитель Самсон Чанба писал: «Они привыкли всю свою жизнь мыслить, так сказать устно, и потому при первой необходимости, не запинаясь, будут стройно излагать свою мысль и держать речь перед обществом, облекая при этом свои мысли в художественные образы, украшая речь всевозможными сравнениями и эпитетами, так что, зная язык, невольно заслушаешься» [Чанба 1915].

Именно через древнейшее искусство красноречия формировалась и развивалась духовная культура абхазов. А богатство абхазского языка, позволявшего осуществить выступление любой драматургической сложности, делало этот опыт актуальным в любой исторический период. Известный абхазский ученый и общественный деятель Симон Басария, активный участник бурных событий 1917—1918 гг. в Абхазии, вспоминал: «Надо было слышать в 1918 году в разгар меньшевистского владычества дискуссию, с одной стороны, видных ораторов социал-демократов Грузии, с другой стороны, простых крестьян-абхазов: Гедлачи, Кобзачи и пр. Ораторы народной совести, правды и гнева в защите народных прав самостоятельности, в освещении традиционной любви к свободе, в указании заведомого безумия со стороны одной нации, только уже освободившейся от одного ига, загнать под это иго другую маленькую нацию. Надобно было видеть позитуру крестьянина-абхаза, возражавшего и защищающего высшие идеалы человеческого права. Он слегка опирается на рукоятку кинжала или небрежно складывает руки на палку к левому или правому плечу, корпус свой несколько клонит к земле; сам смотрит то на землю, то на оппонента, то на народ, то в даль, в леса горы; его равнодушное лицо и вся эта небрежная, не ораторская поза, как бы говорят — мне ли, отпрыску тех сильных мужей, тех свидетелей седой старины, тех защитников народной воли от венецианской ловкости, турецкой грубости, арабской мудрости, римского красноречия, византийской философии — говорить с вами, играющими в империализм, мечтающими о подчинении „под ноги“ соседней нации, а потому ли мне слушать ваше языкоблудие о равенстве, священных правах каждой нации, о святости ее культуры, языка, территории. И лилась из уст этого выразителя народной идеологии сильная, красивая струя красноречия, — такая очаровательная, нескончаемая, несравненная в настойчивости, как горная кристалльная речка, разрушающая утесы...» [Басария 2003].

Так на протяжении веков в Абхазии складывались такие социокультурные и онтологические условия, которые содействовали динамичному развитию ораторского искусства.

Значение публичных выступлений для абхазов

В традиционном абхазском обществе умению говорить на публике издревле придавалось большое значение. Для формирования социокультурного института публичных выступлений и дискуссий были все предпосылки. «Широкому развитию ораторского искусства содействовали условия общественной жизни, длительное существование некоторых патриархальных институтов, включая народные собрания, сохранившие свое значение в общественном быту абхазов вплоть до начала XX века» [Маан 1988: 132].

Владение ораторским искусством являлось для абхазов эффективным инструментом налаживания межкультурных связей. Самобытная культура абхазов, являясь частью общемировой культуры, претерпела немало испытаний, но дошла до наших дней и сохранила свои уникальные особенности, во многом благодаря уникальному умению ораторствовать. Абхазы никогда не жили изолированно, в своей «этнокультурной капсуле». Проживая на территории, расположенной на стыке культур и цивилизаций, они совершенствовали свои ораторские навыки, находя адекватную, убедительную, яркую форму выражения своих мыслей, отражавшую отношение к

действительности, раскрывавшую их миропонимание. Будучи вынуждены, в силу геополитически обусловленных причин, бороться и отстаивать свое право на существование, абхазы на генетическом уровне понимали исключительную важность силы слова и убедительно говорили на публике. О высоком мастерстве абхазских ораторов говорят многочисленные свидетельства исследователей и путешественников в Абхазию.

Умение владеть словом давало абхазу возможность налаживать успешное взаимодействие не только с внешним миром, оно также гармонизировало его существование внутри сообщества. На различных церемониях и ритуалах абхазу, вне зависимости от возраста и пола, могли дать слово, поручить охарактеризовать чью-либо личность, отметить достоинства и достижения юбиляра, усопшего, гостя и т. д. «Вся жизнь абхаза — рождение, свадьба, похороны, поминки, прием гостя, собрания, примирение враждующих, дальние походы и путешествия... все было связано с ораторским искусством» [Гожба 1998: 64].

Мастерство публичных выступлений оттачивалось при реализации определенных социально-бытовых потребностей (решение споров, тяжб, медиаторство, урегулирование конфликтов, народная дипломатия) и выполняло ряд социальных, регулирующих и мировоззренческих функций. Таким образом, регулярно требовалось демонстрировать ораторское искусство и абхазы имели возможность совершенствовать навыки устной импровизации на протяжении всей жизни.

Подчеркнем, что для абхазов публичное выступление никогда не являлось чем-то специфичным. Напротив, это — неотъемлемый элемент бытия, естественная деятельность в условиях веками складывавшегося на основе устного общения социума. Это традиционный духовно-практический опыт, направленный на со-зи-дан-ие в интересах коллектива, общества, всего народа.

Уроки ораторского мастерства

На индивидуальном уровне владение навыком публичных выступлений реализовывало потребности личности в коммуникации, социализации и творческой деятельности, т. е. оно было инструментом реализации внутренних потенциалов личности через свободу высказывания. «Однако ораторами не рождались, ими становились. Корни такой способности закладывались в семье, у очагов, вместе с народными преданиями, сказками, героическими сказаниями из уст старших. Ребенок, достигший определенного возраста, не только слушал и воспринимал содержание сказок и преданий от сказителей, которыми нередко являлись его родители, его привлекала и сама манера сказа, изящная абхазская речь рассказчика, а это рождало в нем с детства не просто любовь к родному языку, но и тягу к красноречию, к искусству слова» [Бигуаа 2003: 72].

Абхазы говорят: «Кто владеет языком, тот владеет и селом» [Пословицы 1994: 11]. Вероятно, поэтому красноречию обучали с детства, наравне с навыками верховой езды и обращения с оружием. «В Апсны издревле существовали ораторские школы, где в тени вековых деревьев, этих академий абхазской словесности, ученики обучались ораторству у наиболее искусных мастеров слова» [Гожба 1998: 59].

Удивительно, но, несмотря на то что у абхазов не было письменной речи, навык публичных выступлений не терялся, его успешно передавали следующим поколениям.

Заметим, что искусству говорить красиво и выразительно обучали не только юношей, для которых ораторское мастерство было обязательным элементом воспитания, но и девушек. Следует подчеркнуть, и это признают многие исследователи, что абхазская женщина, используя свой дар красноречия, всегда принимала активное участие в общественной и политической жизни своего народа. «Посмотрите, с каким почетом относятся абхазские судьи к женщине и с каким умением, с какой самоуверенностью отстаивает последняя правоту своего дела. Какой бы шум здесь ни происходил, при ее появлении водворяется мертвая тишина. Судьи почтительно преклоняют перед нею головы. Она начинает говорить. Говорит она чудесно...» [Чернявский 1885].

Итак, абхазы практиковались в умении говорить на публике с детства на регулярной основе. Сама жизнь, исторически сложившиеся условия существования требовали от абхаза умения налаживать связи, произносить неподготовленные, импровизированные речи, учили работать над культурой межличностного и публичного общения. От этого навыка зависела эффективность межкультурного взаимодействия, но главное, через него происходило приобщение к собственным духовным ценностям, возникала социальная общность, достигалось единение народа.

Ораторы и речи

Публичная речь — это особо чтимое абхазами зрелище, представление, оказывающее сильное влияние на слушателей. Подчеркнем, что речи произносились в основном на площадях, открытых пространствах либо в сакральных, специально отведенных для этого местах, под тенью многовековых деревьев, часто при большом скоплении народа. «На этих часто созывавшихся многолюдных форумах, где каждый мог выступить с защитой своих и чужих интересов и продемонстрировать столь ценное народом красноречие, решались важнейшие вопросы взаимодействия отдельных людей и целых социальных групп» [Инал-ипа 1984: 154].

При этом место воспринималось как храм, народ был поставлен в позицию бога-судьи, а выступающий, как demiург-драматург, доносил свои искусно сплетенные и выстроенные в соответствии с традиционным мировоззрением мысли до народа. По сути, традиционные народные собрания — это модель мира абхаза, и в ней была не только красота и зрелищность, но и особая содержательность, ценность, так как она гармонизировала устои общества, воспитывала дух народа, объединяла его.

Очень важна была консолидирующая и примиряющая роль оратора внутри этого целого. Абхазы с особым благоговением относились к народным сходкам, умели наслаждаться словом, часами благодарно и трепетно внимали мастерам красноречия. «В те времена были ораторы, которые могли говорить и день, и ночь, не повторяясь при этом, а слушавшие не утомлялись их речью и внимали, затаив дыхание» [Агуажба 2012: 241].

Выступавший перед народом создавал такую атмосферу, в которой имеющий уши слышал, имеющий разум понимал, а непосвященному являлось откровение, ибо настоящий оратор умел проникать в души людей. Захваченность сотворенным оратором действием приводила к тому, что стиралось пространство и время, все приводилось в гармонию, и хаос превращался в космос. В этом действе народ являлся со-творцом, он был терпелив, вдумчив, восприимчив и открыт для слова. То есть народ был подготовлен, он умел слушать, вникать и, при необходимости, активно участвовал в происходившем. Также искусные ораторы не сами по себе появлялись из ниоткуда, они были порождением народа, отражали его (народа) мудрость, его веками накопленные знания и умения.

Мастера публичных выступлений пользовались особым уважением в народе, это был особо выделяемый класс почитаемых в обществе людей, наделенных правом представлять коллективные интересы на традиционных народных собраниях, где принимались ключевые для этноса решения. Такое отношение к ним объяснялось не только удивительными ораторскими способностями, но и их жертвенным трудом для сохранения гармонии и порядка в обществе. Им Всевышним было даровано умение точно формулировать и доносить мысли народа и его интенции, облекая их в слова и необходимую форму, а народ наделял их ответственной миссией представлять их интересы на многотысячных форумах. Поэтому риторам доверяли, их цитировали, на их речи ссылались, им подражали.

Отдельные выдающиеся мастера сказа обладали способностью вести за собой народ, умением справедливо разрешить любое запутанное дело, примирить враждующие стороны, уберечь народ от необдуманных решений. К их мнению прислушивались при решении важнейших вопросов социального и государственного значения. Об искусных мастерах, выразителях воли народа, говорили, что «они словом заставят вскипеть котел с водой». Они обладали поистине гипнотической силой, а их выступления завораживали, создавали необходимое умонастроение, наполняя сердца людей верой и надеждой. Речи этих мудрецов, которых знали в стране поименно и в случае надобности специально приглашали для участия в важных для народа сходах, остались в исторической памяти абхазов, став прецедентными текстами, образцами высокого ораторского искусства.

Заключение

Итак, в абхазском обществе умение говорить перед народом было общественно значимым, регулирующим и консолидирующим механизмом, активно использовавшимся приблизительно до конца XX в., когда симптомы глобализации проявились и в Абхазии. Снижение интереса к публичным выступлениям, импровизированному общению с народом, иным формам ораторской деятельности связано с рядом причин, а именно:

- с активной урбанизацией, достигшей апогея в послевоенное время (1992—1993 гг.);
- резким падением интереса к родному языку, ослаблением его роли, его постепенной деградацией;
- модернизацией средств связи и виртуализацией коммуникации;
- появлением проблем и вызовов, решение которых находится вне компетенции отдельных представителей народа.

Перечисленные выше факторы меняют традиционный уклад бытия абхазов, размывают этнонациональное сознание, разрушают аксиологические устои, в том числе приводя к угасанию форм устного народного творчества, исчезновению культуры ораторских выступлений, свободного мирозерцания и рефлексии, некогда свойственной этнокультуре абхазов. Все это неизбежно приведет к исчезновению ораторов, самого института публичных выступлений. Возможно, в ближайшее время уже некому станет говорить от лица народа, защищая его интересы. Уже сегодня можно видеть, что практически исчезли (либо перестали пользоваться всеобщей известностью) рассказчики и остроловы, те, кто умел творить посредством слова непреходящие ценности.

Происходит девальвация слова, народ оторван от своих корней, постепенно деформируется сама народность, что, вероятно, неизбежно в эпоху глобализма. На смену народному ораторскому мастерству пришла государственная машина со всеми сопутствующими ей инструментами влияния и манипулирования.

К сожалению, приходится констатировать, что ораторское искусство, эта составная часть коренных нематериальных ценностей абхазского народа, как инструмент актуализации собственной культуры и самосознания, а также приобщения к Высшему, со временем исчезает, уходит за ненадобностью. Существует риск того, что абхазы могут потерять этот ценнейший для культуры и самосознания народа навык, некогда важный инструмент межкультурного общения, общественно значимый регулирующий механизм, своеобразную аксиологическую скрепу, что неизбежно приведет к разобщению, атомизации, разрушению монолитного единства тела народа. В этой связи для сохранения языка и культуры абхазского народа представляется актуальным уделять особое внимание развитию и передаче последующим поколениям традиционных навыков ораторского мастерства.

ЛИТЕРАТУРА

1. Агуажба Р. Убыхи и абхазы: традиция и культура // Джигетский сборник. Вопросы этнокультурной истории Западной Абхазии или Джигетии. — М. : Аква-Абаза, 2012. Вып. 1.
2. Басария С. Абхазия в географическом, этнографическом и экономическом отношении. — Сухум, 2003.
3. Бигуаа В. А. Абхазский исторический роман. История. Типология. Поэтика. — М. : ИМЛИ РАН, 2003.
4. Ботьяков Ю. М. Публичная личность и ораторская традиция в меняющихся политических и социальных условиях Западного Кавказа. — СПб., 2010.
5. Гачев Г. Д. Содержательность художественных форм. Эпос. Лирика. Театр. — М. : Изд-во Моск. ун-та, 2008.
6. Инал-ипа Ш. Д. Очерки об абхазском этикете. — Сухуми, 1984.
7. Маан О. Ораторское искусство у абхазов и его роль в социализации личности // Всесоюзная научная сессия по итогам этнографических и антропологических исследований 1986—1987 гг. — Сухуми, 1988.
8. Пословицы абхазского народа. — Сухум, 1994.
9. Чанба С. Я. Сухумский вестн. 1915. № 103 (25 июня).
10. Чернявский В. Абхазская женщина // Кавказ : газ. 1885. № 62.

В. В. Антропова, В. В. Федоров
Челябинск, Россия

КОГНИТИВНО-НАРРАТИВНАЯ РЕАЛИЗАЦИЯ КОНЦЕПТОВ «СОВЕСТЬ» / «ДОБРО» В ИДЕОЛОГИЧЕСКИ МАРКИРОВАННОМ ДИСКУРСЕ «ТОЛСТЫХ» ЛИТЕРАТУРНЫХ ЖУРНАЛОВ

Аннотация. Дискурс «толстых» общественно-политических и литературно-художественных журналов имеет четко выраженную идеологическую маркированность, которая становится экспликацией на более высоком — публицистическом — уровне обобщений политических трендов и общественных настроений. В статье сделана попытка провести анализ когнитивной и нарративной реализации концептов «добро» / «совесть», которые репрезентуют нравственно-этический аспект идеологии и общественной жизни. Установлено, что дискурс изданий «Знамя» и «Наш современник» обнаруживает основные представления о человеке и его существовании в современной российской культуре. С одной стороны, личность как часть традиционной системы (консервативность в политике, религии, этике и морали), с другой — человек как индивидуальность, свободная личность (либеральные ценности), носитель воли. Векторы коллективного и персонального конструируют идеологическую основу различных социокультурных и политических групп и сообществ.

Ключевые слова: concept; cognitive models; narrative; literary and art magazines; media discourse; political ideology; conscience; good.

V. V. Antropova, V. V. Fedorov
Chelyabinsk, Russia

COGNITIVE-NARRATIVE IMPLEMENTATION OF CONSCIOUSNESS / GOOD CONCEPTS IN IDEOLOGICALLY MARKED DISCOURSE OF “THICK” (QUALITY) LITERARY JOURNALS

Abstract. The discourse of the “thick” (quality) socio-political and literary and artistic magazines has a clearly marked ideological mark, which becomes an explication at a higher — journalistic — level of generalization of political trends and public moods. The article makes an attempt to analyze the cognitive and narrative implementation of the concepts of “good” / “conscience”, which represent the moral and ethical aspect of ideology and public life. It has been established that the discourse of the publications “Banner” (“Znamya”) and “Our Contemporary” (“Nash Sovremennik”) reveals the basic ideas about a person and his existence in modern Russian culture. On the one hand, the personality as part of the traditional system (conservatism in politics, religion, ethics and morality), on the other hand, the person as an individual, a free personality (liberal values), a bearer of will. Collective and personal vectors construct the ideological foundation of various sociocultural and political groups and communities.

Keywords: идеология; концепт; когнитивная модель; нарратив.

Уникальным продуктом современной медиаккультуры являются так называемые «толстые» общественно-политические и литературно-художественные журналы. Несмотря на то, что они представляют собой сегодня отдельный — элитарный — сегмент журнальной периодики России, противостоящий другим информационным потокам, в его структуре наблюдается идеологическая и культурно-эстетическая дискретность и разобоченность. Так, с одной стороны находятся радикальные, оппозиционные издания, проводящие идеологию национального консерватизма, поддерживающие традиционные патриархальные ценности («Наш современник»), с другой стороны — журналы, ориентированные на западные либерально-демократические идеалы («Знамя»). Такое состояние отражает «ценностный вакуум», размытость ориентиров в понимании «добра и зла», объясняется «профанацией идеи личной ответственности и личного выбора» [Тилина 2012].

Представляется целесообразным рассмотреть когнитивные и нарративные механизмы воплощения некоторых базовых ценностей в идеологически маркированных текстах двух журналов, состоящих в оппозитивных отношениях («Знамя», «Наш современник»). В качестве базовых обратимся к двум сопряженным ценностям этического толка: «добро» и «совесть». В такой связке мы их рассматриваем в силу дополнительно-вспомогательных отношений: мерилем «добра» является то, что не противоречит «совести», иными словами, «совесть» становится этическим основанием измерения, понимания «добра», различения «добра» и «зла». Данные концепты являются маркерами атрибуции содержания идеологии.

Узуальная модель концепта «совесть», по данным лексикографических источников, выглядят следующим образом. *Ядерная зона:* 1) «чувство и сознание моральной ответственности за свое поведение и поступки перед самим собой, перед окружающими людьми, обществом»; 2) «нравственные принципы, взгляды, убеждения». *Околоядерная зона:* «средство апелляции к нравственно-этическим нормам с целью выявить несоответствие этим нормам и вызвать чувство стыда». Наличие совести и ее отсутствие в языковой картине мира однозначно соотносены с бинарными оппозициями «хорошо / плохо» и «правильно / неправильно». *Периферийная зона* (принимались во внимание данные ассоциативных, этимологических словарей, словарей эпитетов): 1) «нечто, доставляющее физический или психологический дискомфорт»; 2) «что-то, связанное с восприятием чистоты, света»; 3) «нечто, что имеет физические характеристики»; 4) «связанное с профессиональным долгом»; 5) «связанное с состоянием сна и памяти»; 6) «лицемерие, неискренность вследствие утраты»; 7) «то, что является пе-

режитком прошлого, что уже не востребовано; никому не нужный идеал»; 8) «то, что имеет временную характеристику»; 9) «связанное с владением информацией». Таким образом, периферийная зона снимает незыблемую императивность и константность «совести», в данной части поля эта ценность представлена относительно: совесть не всегда нужна, она темпорально обусловлена, она вызывает болезненные ощущения, можно пойти на сделку с собственной совестью, это средство ввести в заблуждение человека и т. д.

По такому же принципу охарактеризуем общеязыковую модель концепта «добро». *Ядерная зона*: 1) «всё положительное, хорошее, то, что противопоставлено злу». *Околоядерная зона*: 1) «то, что приносит пользу»; 2) «вещи, имущество»; 3) «согласие на что-либо, одобрение поступка»; 4) «очень хорошее качество». Таким образом, если ядерная семантика имеет все же абстрактный характер и концептуализирует «добро» с точки зрения «отвлеченной» этики, то околоядерные компоненты встраивают «добро» в повседневную-практическую область деятельности человека, связанную с прагматикой его поступков, социальной коммуникацией, материальным достатком и т. д. *Зона периферии*: 1) «вежливое, ласковое, приветливое отношение к кому-либо; благожелательность по отношению к кому-либо»; 2) «всё, что связано с течением времени, прошлым, памятью»; 3) «то, что в дефиците»; 4) «то, что доставляет эстетическое удовольствие, на что приятно смотреть»; 5) «основательность результатов труда»; 6) «то, что доставляет физическое удовольствие».

Теперь перейдем к дискурсивной реализации концептов (для анализа был взят весь массив публицистических текстов за 2016 г. из названных журналов, вербализующих данные концепты).

Реконструкция модели концепта «совесть» в дискурсе журнала «Знамя» показала следующее: произошло совпадение ядерного дискурсивного смысла «нравственный закон, регулирующий поведение человека» (14 контекстов) с идентичным в узусе, что свидетельствует об универсальности рассматриваемого концепта и вместе с тем о низком потенциале образования новых смыслов. Однако обнаружен один новый околоядерный компонент «форма организации деятельности высокого качества» (11 текстовых фрагментов), не встретившийся ранее в описании узуальной модели. Это позволяет сделать предположение о трансформации смыслов, тенденции перехода семантики из сферы «отвлеченной» нравственности в предметную плоскость показателя качества деятельности кого-либо. Таким образом, в качестве когнитивной стратегии ценностной трансформации мы отмечаем коннотативность, оценочность «совести», так как этико-нравственная семантика уступает место семантике оценки качества, обладающей исчисляемостью, прагматической изменяемостью.

Журнал «Наш современник» в гораздо меньшей степени апеллирует к концепту «совесть» и рассматривает его исключительно в рамках традиционной когнитивной матрицы, где присутствуют все общеязыковые семантические элементы: «нравственный гарант справедливости и правдивости» (6 контекстов), «честность, порядочность» (3), «ответственность за принятие решения» (3).

Объективация концепта «добро» в журнале «Знамя» говорит об отсутствии каких-либо изменений в ядре и приядерной части, так как центральный смысл «что-либо положительное, противопоставленное злу» с рекордно частотным показателем (81 контекст) заполнил практически все семантическое пространство, «поглотив» даже околоядерную часть: журнал экстраполировал этот важный и единственный смысл на большой фрагмент поля. Это свидетельствует о том, что концепт «добро» даже в дискурсе элитарного журнала «Знамя» «консервировался», новых тенденций в развитии его ценностного потенциала издание пока не видит. Не видит, как нам кажется, по нескольким причинам: 1) само содержание этой ценности сегодня сколько-нибудь внятно не сформулировано, поэтому журнал максимально осторожно, следуя аксиологическим традициям русской культуры, ретранслирует семантику «добра» и тем самым поддерживает общеязыковую картину мира; 2) именно «добро», как никакая другая ценность, сегодня особенно заметно подвергается аксиологическому выхолащиванию и релятивизму, в связи с чем издание пошло по пути репродукции, упрощения и закрепления ценностного содержания (один базовый смысл заполнил одновременно ядерную и приядерную зоны).

Аналогичную картину, следуя качественным показателям, можно наблюдать и в отношении этого же концепта в дискурсе «Нашего современника»: с большим перевесом лидирует смысловой компонент «что-либо положительное, противопоставленное злу» (16 контекстов). Количественные же данные свидетельствуют о том, что издание в гораздо меньшей степени актуализирует этот концепт в сознании читателей.

Таким образом, «Наш современник» повторил языковую картину мира исходя из закона экономии речевых усилий, тем самым подтвердив статус консервативного издания и по форме, и по содержанию. Журнал «Знамя», транслируя содержание концепта «добро», поддержал общеязыковую картину мира, не поддаваясь аксиологическому релятивизму, а в структуре концепта «совесть» актуализировал новое значение положительной оценки качества.

С другой стороны, материалы, опубликованные в «толстых» литературных журналах, представляют собой вариант нарративного дискурса. Нарративизацию можно рассматривать как способ реализации ценностных смыслов в форме устойчивых повествовательных структур, грамматики нарратива, где само развертывание смыслов по определенным сценариям эксплицируют когнитивные (ментальные) модели.

Изучение нарративных механизмов началось во второй половине XX в., теория повествования прошла эволюцию от структуралистского толкования, рассматривающего повествование как структуру, набор отдельных элементов, до когнитивных исследований, в которых изучаются ментальные, психологические и культурологические основания производства нарративов [Барышникова 2013]. Это позволяет нам выявить и описать не просто наборы текстов, а сложившиеся в данном типе коммуникации повествовательные структуры, являющиеся матрицей для построения конкретных текстов и транслирующие готовые ментальные и ценностные стереотипы в определенном предметно-тематическом поле.

В журнале «Наш современник» концепт «совесть» получает реализацию в нарративной модели, которая построена на противостоянии и столкновении. С одной стороны, это внутренний конфликт, воплощающий ядерный смысл «чувство и сознание моральной ответственности за свое поведение и поступки перед самим собой, перед окружающими людьми, обществом». С другой стороны, внешний конфликт, объективирующий околоядерный компонент: «средство апелляции к нравственно-этическим нормам с целью выявить несоответствие этим нормам и вызвать чувство стыда», — выполняющий функции социального контроля. Сам конфликт, «нарратив противостояния», репрезентирует позицию журнала как «форпоста» совести в хаотичной действительности, постоянную его борьбу за совесть. Поэтому в журнале «Наш современник» происходит апелляция к коллективной совести, на это указывает высокая частотность фразеологических и идиоматических единиц (*замучила совесть, без зазрения совести*).

В дискурсе журнала «Знамя» нарративная репрезентация концепта «совесть» обнаруживает другую закономерность. «Конфликтный сюжет» трансформируется в сюжет о нравственном выборе отдельного человека. Иными словами, совесть предстает как индивидуальный выбор, как решение «я» соблюдать принципы или отказать от них.

Показательна лексическая сочетаемость (совесть: *авторов, моя, собственная*). В такой индивидуальной ответственности перед совестью возникает дистанция перед самим императивом совести, абстрактным ее понятием, совесть в публикациях журнала «Знамя» выступает как отделенная от человека высшая сила, норма, которая существует независимо от воли отдельного человека.

Важно отметить еще один важный вектор нарративизации концепта «совесть» в дискурсе журнала «Знамя». Так, мы уже отмечали появление нового, прагматически ориентированного смыслового компонента «форма организации деятельности высокого качества». Вследствие этого появился нарратив о добросовестном выполнении своих обязанностей («добросовестно»), о качественном, а не количественном соответствии нормам совести. Можно сказать, что добросовестность становится инструментом воплощения совести в повседневности, в сознании и деятельности индивида.

Таким образом, «толстые» литературные журналы «Наш современник» и «Знамя» нарративизируют совершенно разные когнитивные модели концепта «совесть». Первое издание предлагает борьбу за совесть, говорит о деградации этой ценности в современном мире, используя нарратив борьбы и столкновения двух сил. Второе издание репрезентирует совесть как личностную категорию и делает попытку найти связь между частным, индивидуальным опытом и идеей «совести», формируя нарратив «свободного выбора».

Нарративная реализация концепта «добро» в дискурсе журнала «Наш современник» соответствует узальной модели (общезыковой), но трансформирует ядерный смысловой компонент «всё положительное, хорошее, то, что противопоставлено злу». Так, выстраивается нарративная модель, в которой «добро» связано с памятью и прошлым, что позволяет говорить о противопоставлении добрых / недобрых (идей, качеств, людей), это порождает сюжет о «своих» и «чужих». Иными словами, с добром связано все, что соответствует ценностям и нормам, мировоззрению журнала «Наш современник», «добро» определяет право на существование, поскольку это высшая категория, ее не надо объяснять. Здесь важно подчеркнуть, что в дискурсе журнала «Наш современник» реактуализируются древнейшие смыслы концепта «добро», такие как «хорошо сделанный, правильный, соответствующий норме», что и позволяет применять этот концепт для установления легитимности и правильности чего-либо (идеологии, культуры, политики). Таким образом, формируется нарратив, построенный на оппозиции «мы» — «они», ее вариантах «свой» — «чужой», «законный» — «незаконный».

В дискурсе журнала «Знамя» мы обнаружили существование нескольких нарративных моделей, опишем самые частотные из них. Во-первых, это нарратив, в котором добро раскрывается как нравственно-этическая категория (добрый, добропорядочный, добросердечный и т. п.), качество человека. В таких текстах речь идет о возможности человека соответствовать гуманистическим ценностям. Во-вторых, истории о добре как некой норме социальной организации человеческой жизни. В-третьих, апелляция к добру как условию признания чего-либо, т. е. «одобрение». Существование этих трех нарративных вариантов вновь отсылает нас к «эгоцентрической» позиции, в которой человек сам отвечает за свои поступки, организует свой личный опыт. В этом смысле добро как некая норма репрезентирует абстрактно-философскую категорию, отделенную от повседневных практик простого человека, но присутствует как объективная идея. Тогда одобрение / неодобрение становятся проявлением воли, активного начала.

Таким образом, когнитивная и нарративная реализация концептов «совесть» / «добро» в маркированном дискурсе «толстых» общественно-политических и литературных журналов обнаруживает основные представления о человеке и его существовании в современном российском обществе. С одной стороны, личность трактуется как часть традиционной системы (консервативность в политике, религии, этике и морали), с другой — как индивидуальность, свободная личность (либеральные ценности).

ЛИТЕРАТУРА

1. Барышникова Д. Когнитивный поворот в постклассической нарратологии : (обзор новых англоязычных книг) // Новое литературное обозрение. 2013. № 119. URL: www.magazines.russ.ru/nlo/2013/119/b32.html. — Текст : электронный.
2. Тилинина Т. В. Причины кризиса ценностных ориентаций в современных российских семьях // Теория и практика общественного развития. 2012. № 6. URL: http://teoria-practica.ru/rus/files/arhiv_zhurnal/2012/6/sociologiya/tilinina.pdf. — Текст : электронный.

Н. Г. Асмус
Челябинск, Россия

ПРАГМАТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ЗАГОЛОВКОВ В ПОЛИТИЧЕСКОМ МЕДИАДИСКУРСЕ

Аннотация. В современном коммуникативном пространстве, формируемом коммуникационными связями между людьми, группами, различными институтами, взаимодействием различных типов дискурса, большая часть общения человека проходит в медийном пространстве. Развитость современных медийных платформ позволяет использовать медиадискурс в качестве площадки для усиления влияния на аудиторию и формирования определенного мнения, как площадку для реализации политического дискурса. Заголовок, играющий как наиболее яркий структурный элемент медиасообщения важнейшую роль в привлечении внимания читателя, может служить манипулятивным средством в рамках политического дискурса. Персуазивные заголовки всегда направлены в большей степени на форму выражения, чем на план содержания. Их ведущей функцией является воздействие на аудиторию, что выражается в активном использовании эмоционально окрашенной лексики, стилистических средств, нестандартной синтаксической и пунктуационной организации. Воздействующую функцию выполняют и директивные заголовки, которые обычно являются советами, рекомендациями, обращениями, призывами, содержащими императивные высказывания и обращения к читателю.

Ключевые слова: медиадискурс; заголовок; медиакommunikация; политический дискурс; эмоционально окрашенная лексика.

N. G. Asmus
Chelyabinsk, Russia

PRAGMATIC FEATURES OF HEADINGS IN POLITICAL MEDIA DISCOURSE

Abstract. In the modern communicative space, formed by communication links between people, groups, various institutions, the interaction of various types of discourse, most of human communication takes place in the media space. The development of modern media platforms allows the use of a media discourse as a platform for enhancing the impact on the audience and forming a certain opinion, as a platform for the implementation of political discourse. The title, which plays the most important role in attracting the reader's attention as the most striking structural element of media communication, can serve as a manipulative tool within the framework of political discourse. Persuasive headings are always directed more to the form of expression than to the plan of content. Their leading function is the impact on the audience, which is expressed in the active use of emotionally colored vocabulary, stylistic means, non-standard syntactic and punctuation organization. The acting function is also performed by legislative headings, which are usually tips, recommendations, appeals, appeals, containing imperative statements and appeals to the reader.

Keywords: media discourse; title; media communication; political discourse; emotionally charged lexicon.

Активное развитие дискурсивного подхода к интерпретации реальности приходится на первую половину XX в., когда в научную сферу употребления входит понятие «дискурсивное мышление», что в дальнейшем приводит к формированию отдельного направления в языкознании. Начиная с 80-х гг. XX в. как в зарубежном, так и в отечественном языкознании поднимается вопрос о динамических свойствах дискурса, о движущих силах его развития. Причиной активизации интереса ученых к динамическим характеристикам дискурсов можно считать возросшее влияние дискурса на жизнь общества. На рубеже XX—XXI вв. у властных институтов появляется возможность с помощью современных дискурсивных и информационных технологий оказывать влияние на социальные структуры, на сознание людей: «Дискурсы определяют социальные, культурные и глобальные изменения — экологические катастрофы, войны, смены политического курса. Более локально они формируют новые социальные группы, изменяют миссию организаций, рекламу, моду и т. д.» [Ромашова 2014: 106]. Особенно ярко это выражается в политической сфере, где важность воздействия на общественное мнение наиболее высока.

Вслед за Т. А. ван Дейком мы рассматриваем дискурс как коммуникативное событие, происходящее между говорящим, слушающим (наблюдателем и др.) в процессе коммуникативного действия в определенном временном, пространственном и прочем контексте. Это коммуникативное действие может быть речевым, письменным, иметь вербальные и невербальные составляющие [Ван Дейк 1989: 48]. Таким образом, дискурс может рассматриваться как комплексное коммуникативное событие.

Начиная со второй половины XX в. мы являемся свидетелями стремительного развития сферы массовой коммуникации. Динамичное развитие общества обуславливает появление новых типов СМИ. Развитие современных компьютерных технологий позволяет задействовать новые способы обработки и хранения информации. В 70-х гг. XX в. развивается новое направление изучения текстов массовой информации — медиалингвистика. Г. В. Степанов выделяет в качестве главной особенности языка в современном мире «массовый характер коммуникации, то есть небывалое расширение числа общающихся людей и усложнение форм общения, причем не только внутри одноязычного коллектива, но и между носителями разных языков в пределах многонациональной страны и в мировом масштабе» [Степанов 2004: 93]. Использование средств массовой информации, не из-

меня общей стратегии речевого акта (сообщить что-то или убедить в чем-то), значительно усложняет задачу «„говорящего“, ведь „адресат“ у него теперь не один человек, а миллионы читателей, зрителей, слушателей. Чем больше людей вовлекаются в акт коммуникации, тем более универсальной, общей должна быть форма общения» [Добросклонская 2008: 18]. Современные взгляды на язык СМИ рассматривают его сразу в нескольких аспектах — это и весь корпус текстов, производимых и распространяемых СМИ, и устойчивая внутриязыковая система с рядом лингвистических свойств и признаков, в том числе и особая знаковая система смешанного типа с определенным соотношением вербальных и аудиовизуальных компонентов, специфическим для каждого из средств массовой информации [Володина 2008: 5]. Сама суть СМИ заключается в донесении информации до массового читателя, что обуславливает их универсальную общую подачу.

В современном коммуникативном пространстве, формируемом коммуникационными связями между людьми, группами, различными институтами, взаимодействием различных типов дискурса, большая часть общения человека проходит в медийном пространстве. Н. А. Кузьмина дает следующее определение медиатексту: «Медиатекст — это динамическая сложная единица высшего порядка, посредством которой осуществляется речевое общение в сфере массовых коммуникаций» [Кузьмина 2014: 13]. В основе медийного текста лежат две дискурсные категории: *адресант*, лицо, выступающее инициатором коммуникации, и *интенция*, посыл, воля адресанта, заложенная в его сообщении. Политический дискурс, выраженный в медиасообщении, одновременно характеризуется двумя интенциями: информационной/новостной и воздействующей. Существует несколько подходов к классификации медиатекстов. В нашем исследовании мы будем уделять внимание преимущественно следующим медиатекстам: по способу производства мы отобрали как авторские, так и коллегиальные медиатексты, по фактуре — вербальные, по каналу распространения — тексты интернет-СМИ, а по функциональному жанру — информационные и аналитические медиатексты политической тематики. Источником для материала послужили новостные порталы CNN и BBC, а также электронные версии периодических новостных изданий *The Economist* и *Guardian*. Развитость современных медийных платформ позволяет использовать медиадискурс в качестве площадки для усиления влияния на аудиторию и формирования определенного мнения.

Политический дискурс представляет собой институциональное общение, которое, в отличие от личностно ориентированного, использует определенную «систему профессионально-ориентированных знаков, т. е. обладает собственным подязыком (лексикой, фразеологией и паремиологией)» [Шейгал 2000: 49]. С учетом значимости ситуативно-культурного контекста политический дискурс представляет собой феномен, суть которого может быть выражена формулой «дискурс = подязык + текст + контекст» [Карасик 2002: 233]. Иными словами, мы видим вовлечение непосредственно самого текста в определенную сферу употребления и языковую ситуацию.

Основной целью политического дискурса выступает борьба за власть. Политический дискурс обладает манипулятивными чертами, которые выражаются в оказании воздействия на адресата с целью внести когнитивные изменения в его картину мира. Речевое воздействие осуществляется посредством коммуникативных стратегий и тактик, суть которых заключается в операции над знаниями адресата, над его ценностными категориями, эмоциями, волей. Т. С. Комиссарова рассматривает речевое воздействие как особое речевое формулирование, нацеленное на внедрение в сознание другой личности определенных оценок, мнений, отношений, а речевое поведение как направленное действие по созданию имиджа политика, его индивидуального образа, складывающегося у аудитории на основе совокупности представлений о нем, целенаправленно формируемых им лично и средствами массовой коммуникации [Комиссарова 2008: 5].

Важную роль в воздействии на читателя играет заголовок. Мы согласны с мнением В. А. Лукина о том, что «по существу можно назвать только один текстовый знак, который присущ всем текстам и всегда занимает в них одно и то же место, образуя сильную позицию, — заголовок» [Лукин 1999: 59]. Заголовки могут фокусироваться как на полноте передаваемой информации, так и на эмоционально-оценочной окрашенности языковых средств, привлекающей внимание. Заголовок задает тон общения, заинтересовывая читателя или оставляя его равнодушным.

Под заголовком мы понимаем некую синтаксически оформленную коммуникативную единицу, предваряющую текст, эксплицитно или имплицитно указывающую на содержание сообщения и отделяющую одну единицу от другой. Заголовки в медиатексте выполняют несколько функций: информативную, номинативную, графически-выделительную, рекламно-прагматическую и прогностическую. С учетом параметра полноты/неполноты информации можно выделить полно- и неполноинформативные заголовки. Полноинформативные заголовки отражают тему всего текста, его основную мысль или тезис, развивающий эту мысль. Неполноинформативные заголовки отражают не весь тезис, а лишь его часть — логическую тему. Они становятся понятными лишь после прочтения всего текста. Неполная информативность может выражаться не только усечением высказывания, но также обтекаемой информацией, не дающей полной картины, тем не менее воздействующей на реципиента эмоционально.

Заголовок как наиболее яркий структурный элемент медиасообщения играет важнейшую роль привлечения внимания читателя. Классификация Е. Н. Комарова позволяет выделить три основных прагматических типа заголовков: фактуальные, персуазивные и директивные [Комаров 2003: 9]. Фактуальные заголовки передают информацию, эксплицитную по своей природе. Такая информационная форма эффективна, когда нужно убедить реципиента в беспристрастности и объективности представленных материалов. Персуазивные заголовки выражают результат осмысления явления окружающей действительности адресантом. Прагматическая инфор-

мация доносится до читателя с помощью оценочной лексики, грамматических форм выражения языковой модальности. Директивные заголовки отражают суждения адресанта, основанные на его восприятии и осмыслении окружающей действительности, стремящиеся побудить реципиента к конкретным речевым или неречевым действиям. Рассмотрим несколько примеров.

Фактуальные заголовки в первую очередь направлены на удовлетворение потребности аудитории в достоверности информации. Информативная функция в таких заголовках играет ведущую роль, тогда как воздействующая отходит на второй план. Они могут быть выражены как полными, так и неполными предложениями, однако всегда характеризуются полнотой передаваемой информации.

Ukraine's President Viktor Yanukovich defends handling of political crisis

Заголовок дает исчерпывающее представление о дальнейших описываемых событиях, относится к полноинформативному типу. Формальный подход к упоминанию действующего лица, а также выражение «defends handling of crisis» направлено на формирование доверия со стороны читателя.

Trade and protectionism (No more grand bargains)

Заголовок дает нам понять, что речь пойдет о торговой политике, однако его сложно назвать полноинформативным, поскольку он не раскрывает конкретные детали, в том числе и страну, в которой сложилась определенная экономическая ситуация. На неблагоприятное положение дел указывает уточнение с усилительной отрицательной частицей «no more».

The Gaza war (Will the ceasefire hold?)

Здесь также можно наблюдать пояснение заголовка, а следовательно, его можно считать полноинформативным. Особый интерес к данной проблеме подчеркивается вопросом-рассуждением в подзаголовке.

Diplomatic talks in Ukraine last until dawn, a day after 100 may have died

Заголовок является полноинформативным, в нем автор выражает свое недоверие к возможности мирного урегулирования проблемы, во второй части делается предположение о возможных последствиях неблагоприятного исхода.

Turkey's election (Erdogan's next act)

Несмотря на назывную структуру, заголовок можно считать полноинформативным. В первой части упоминаются выборы в Турции, подзаголовок уточняет, что акцент будет сделан на политической фигуре Эрдогана.

Ignoring West, Crimea readies vote on joining Russia

В заголовке отмечаются намерения Крыма, идущие вразрез с позицией западных государств. Используется прием персонификации, так как актерами в предложении выступают территориальные единицы — подразумеваются лица, которые ими управляют. Заголовок дает достаточное количество информации, поэтому его можно считать полноинформативным.

Investigating the Maidan violence

Заголовок описывает дальнейшее повествование в медиасообщении. Обладая назывной структурой, он тем не менее дает достаточно информации, чтобы считаться полноинформативным.

Персуазивные заголовки всегда направлены в большей степени на форму выражения, чем на план содержания. Их ведущей функцией является воздействие на аудиторию, что выражается в активном использовании эмоционально окрашенной лексики, стилистических средств, нестандартной синтаксической и пунктуационной организации. Ниже мы рассмотрим наиболее яркие примеры заголовков данного типа.

Maidan, Ukraine ... Tahrir, Egypt ... the square symbolises failure, not hope

В этом заголовке мы видим экспрессивную пунктуацию, разделяющую многоточием два отраженных в заголовке события, за счет чего между ними проводится параллель. Подобная рваная структура заголовка интригует читателя, однако является неполноинформативной, и для более четкого понимания необходимо знакомство с основным текстом.

Putting pressure on Putin

Автор использует прием анафоры, не случаен выбор глагольной формы «putting», созвучной с фамилией президента Российской Федерации. Тем не менее заголовок частично раскрывает дальнейшее содержание, поэтому является неполноинформативным.

East vs West — What's behind Ukraine's political crisis?

Здесь мы видим противопоставление Востока Западу, используется прием антитезы. Тире связывает первую часть со второй, выраженной риторическим вопросом, распространяет ее, тем самым делая заголовок полноинформативным.

The euro zone (That sinking feeling again)

Уточняющая конструкция (*That sinking feeling again*) дает нам определенный контекст, но не делает заголовок полноинформативным. Из вводных данных читатель понимает, что медиатекст будет описывать еврозону, которая вновь испытывает трудности.

The untold story of the Maidan massacre

Заголовок выражен назывным предложением, достаточно распространенным для того, чтобы считаться полноинформативным. Прилагательное «untold» (нерассказанная) добавляет интригу, события же описываются словом с экспрессивной окраской «massacre» (резня, бойня).

Israel (Winning the battle, losing the war)

Сам по себе заголовок выражен назывным предложением «Israel», указывающим только на место действия, тогда как уточняющая конструкция (*Winning the battle, losing the war*) распространяет его. Автор применяет

прием антитезы для противопоставления победы в битве поражению в войне. Тем не менее заголовок является неполноинформативным.

Главная функция *директивных* заголовков, заключающаяся в воздействии на реципиента, совпадает с функцией персуазивных заголовков. Директивные заголовки обычно являются советами, рекомендациями, обращениями, призывами. Эти особенности выражены использованием императивных высказываний и обращений к читателю.

John Kerry: 'United States, EU stand with Ukraine's people'

В заглавии присутствует цитата политика, отражающая его личное мнение и задающая направление последующей основной части. Заголовок является полноинформативным, так как приведенная цитата не только знакомит нас с мнением политика, но и с позицией Европы по отношению к заявленной проблеме. В высказывании использован прием персонификации, когда решение представителей стран Евросоюза сводится к самому экономическо-политическому объединению.

'We were so naïve and optimistic': Ukraine Euromaidan protesters tell us what's changed for them

В этом случае прямая речь находится в сегментированном куске заголовка, который благодаря поясняющей второй части является полноинформативным, раскрывающим суть медиасообщения. Прямая речь подчеркивает незрелость участников описываемых действий: «We were so naïve and optimistic» («Мы были такими наивными и полными оптимизма»).

In Crimea: 'We will protect our land from Western extremists'

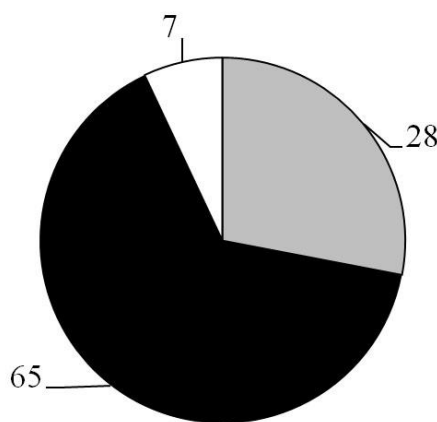
Сегментированная часть указывает на место действия (Crimea), вторая часть заголовка выражена цитатой, в которой выделяется четкая отрицательная позиция по отношению к западной стороне. Тем не менее непосвященному читателю подобный заголовок дает недостаточно информации, поэтому он неполноинформативный.

'A harsh but just ruler': what do Russians think about Putin?

Заголовок разделен двоеточием на две части, сегментированная часть выражена оценочным мнением (*harsh but just ruler*), формирующим в целом положительный образ. Вторая часть раскрывает предмет медиасообщения, уточняя, что характеристика дается Владимиру Путину. Заголовок считается полноинформативным.

Monetary policy (Be bold, Mario)

Этот заголовок не раскрывает сути медиасообщения, но наличие обращения в нем обладает достаточной экспрессивностью. Только из самой статьи можно понять, что речь идет о Марио Драги, главе Европейского центрального банка, чья финансовая политика должна быть смелее для разрешения кризисных ситуаций, поэтому заголовок неполноинформативный.



Диаг. Прагматические типы заголовков, % (■ — фактуальные, ■ — персуазивные, □ — директивные)

Диаграмма демонстрирует, что наибольшая доля среди прагматических типов заголовков приходится на персуазивные (65%). Это напрямую связано со спецификой определенной нами сферы политического медиадискурса, который характеризуется высоким уровнем содержания воздействующих на аудиторию средств. Информативная функция также важна, о чем свидетельствует значительная доля выявленных фактуальных заголовков (28%). Директивные заголовки встречались в меньшем количестве, но сфера их реализации в политическом медиадискурсе ограничена (7%).

ЛИТЕРАТУРА

1. Ван Дейк Т. А. Язык. Познание. Коммуникация : пер. с англ. — М. : Прогресс, 1989. 312 с.
2. Володина М. Н. Язык средств массовой информации : учеб. пособие для вузов. — М. : Академический проект : Альма Матер, 2008. 760 с.
3. Добросклонская Т. Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ : учеб. пособие. — М. : Флинта : Наука, 2008. 203 с.
4. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. — Волгоград : Перемена, 2002. 331 с.
5. Комаров Е. Н. Ценностные ориентиры в заголовках французских и российских средств массовой информации : автореф. дис. ... канд. филол. наук. — Волгоград, 2003. 20 с.
6. Комиссарова Т. С. Механизмы речевого воздействия и их реализация в политическом дискурсе : дис. ... канд. филол. наук. — Воронеж, 2008. 250 с.

7. Кузьмина Н. А. Современный медиатекст : учеб. пособие. — М. : Флинта, 2014. 416 с.
8. Лукин В. А. Художественный текст: основы лингвистической теории и элементы анализа. — М. : Ось-89, 1999. 192 с.
9. Ромашова И. П. Дискурсивные практики позиционирования отечественных корпораций: социодинамический аспект // Коммуникативные исследования. 2014. № 1. С. 152—164.
10. Степанов Г. В. К проблеме языкового варьирования. Испанский язык Испании и Америки. — М. : Едиториал УРСС : Языки народов мира, 2004. 328 с.
11. Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса. — Волгоград : Перемена, 2000. 368 с.
12. BBC. URL: <https://www.bbc.com/news> (date of access: 21.09.2019).
13. CNN. URL: <https://us.cnn.com> (date of access: 25.09.2019).
14. The Economist. URL: <https://www.economist.com> (date of access: 29.09.2019).
15. The Guardian. URL: <https://www.theguardian.com/uk/media> (date of access: 22.09.2019).

М. Р. Бабикова
Екатеринбург, Россия

НЕСАНКЦИОНИРОВАННЫЕ ГРАФФИТИ КАК РАЗНОВИДНОСТЬ ВАНДАЛИЗМА: ОЦЕНКА ВОЗДЕЙСТВУЮЩЕГО ПОТЕНЦИАЛА

Аннотация. Пространство современного города, а в особенности его отдаленные районы, все чаще отражает бытие современного человека и становится полем его культурно-коммуникативной активности в виде вербально-визуальных проявлений коммуникации на стенах городских домов. Неоднозначный феномен современности, граффити рассматривается и как вид искусства, и как способ самовыражения в рамках субкультуры райтеров, и как проявление девиаций. В настоящем исследовании речь идет о несанкционированных граффити, которые рассматриваются нами как акт вандализма. Представлены результаты комбинированного эксперимента, который включает в себя такие психолингвистические практики, как ассоциативный эксперимент, метод прямого толкования, а также элементы социологического анкетирования, применяемые с целью выявления степени радикализации, прагматического потенциала, степени восприятия горожанами визуальных наполнений городского пространства, а также общее понимание феномена вандализма.

Ключевые слова: граффити; креолизованный текст; вандализм; психолингвистика; городская среда.

M. R. Babikova
Ekaterinburg, Russia

GRAFFITI AS A FORM OF VANDALISM: ASSESSING THE IMPACT POTENTIAL

Abstract. The space of a modern city, and especially its remote areas, increasingly reflects the being of a modern person and his cultural and communicative activity due to the verbal-visual manifestation of communications on the walls of urban houses. Becoming an ambiguous phenomenon, graffiti is considered both as a form of art, and as a way of self-expression of the writers subculture, and as a manifestation of deviations. In this study, graffiti is seen as an act of vandalism. The results of a combined experiment are presented, which includes such psycholinguistic practices as: an associative experiment, a direct interpretation method, as well as elements of a sociological questionnaire used to identify the degree of radicalization, pragmatic potential, the degree of perception by citizens of the visual filling of urban space, as well as a general understanding the phenomenon of vandalism.

Keywords: graffiti; creolized text; vandalism; psycholinguistics; urban environment.

На сегодняшний день среди острых социальных, экономических, правовых, политических проблем перед обществом встает еще одна не менее актуальная и в такой же степени заметная — проблема вандализма. Проблема вандальных проявлений затрагивает все слои современного общества: это и обычные жители города, и правоохранительные органы, и коммунальные службы, и педагогические работники — каждая из перечисленных категорий ежедневно сталкивается с вандальными проявлениями. Так или иначе такие проявления оказывают определенное воздействие на адресатов, особенно если воспринимает результат вандализма подросток.

Однако следует отметить, что, несмотря на широкую распространенность данного феномена, с которым можно встретиться каждый день, в современной науке нет четких дефиниций и критериев определения вандализма. В исследованиях И. В. Воробьевой и О. В. Кружковой сделан анализ различных дефиниций вандализма (отличающихся друг от друга), в результате чего выделен ряд признаков, характеризующих данный феномен:

- 1) правонарушение;
- 2) уничтожение (разрушение, осквернение, порча);
- 3) проявление высокоэнергетичных эмоциональных реакций (агрессии, радости);
- 4) самоутверждение;
- 5) совершение действия с предметами чужой собственности, которые представляют ценность для других, но не для вандала;
- 6) преднамеренность совершаемых действий [Воробьева, Кружкова 2015: 16—17].

Кроме того, исследователи выделяют интегративные типы вандализма, среди которых материальный, информационный и социальный. К отдельной группе вандальных проявлений И. В. Воробьева и О. В. Кружкова относят несанкционированные граффити [Воробьева, Кружкова 2015: 21—23].

В настоящем исследовании именно настенные изображения стоят в центре внимания. Отметим, что под граффити мы понимаем не только разновидность уличного искусства, представляющего собой художественную ценность, но также огромное количество надписей, «являющихся скорее актами вандализма» [Курбатова, Васильева 2013: 1].

Целью настоящего исследования является выявление степени радикализации, прагматического потенциала рассматриваемого феномена, степени воздействия на горожан подобных визуальных наполнений городского пространства, а также общее понимание феномена вандализма. Исследование представлено в виде комбинированного эксперимента, который включал в себя такие психолингвистические практики, как ассоциативный эксперимент, метод прямого толкования, а также элементы социологического анкетирования.

Выполнено за счет гранта Российского научного фонда (проект №17-18-01278).

В исследовании принимали участие две экспериментальные группы:

- 1) молодежь в возрасте от 18 до 30 лет вне зависимости от гендерной принадлежности (20 испытуемых);
- 2) население в возрасте от 30 до 55 лет вне зависимости от гендерной принадлежности (20 испытуемых).

В рамках исследования испытуемым предлагалось определить такие понятия, как «вандализм» и «граффити», через ассоциативный эксперимент. Это позволило установить степень осознания респондентами сущности данных феноменов.

Так, среди реакций на слово-стимул «вандализм» в молодежной аудитории ядерными стали реакции «порча имущества» (6 упоминаний) и «граффити» (6 упоминаний). К ядерным реакциям следует отнести реакцию «разрушение» (5 упоминаний). Остальные реакции фиксировались однократно.

Реакции, данные другой экспериментальной группой, демонстрируют отсутствие понимания вандализма как настенного изображения, что характерно для молодежной аудитории. Во взрослой аудитории «вандализм» — это прежде всего средовые изменения (разрушения) городского визуального пространства, на что указывают полученные реакции: ядерная — лексема «разрушение» (8 упоминаний), также к ядерной зоне концепта относится лексема «порча имущества» (4 упоминания). Остальные реакции представлены единичными.

Результаты ассоциативного эксперимента, направленного на выявление общего понимания феномена «граффити», подтверждают совпадение его трактовок с устоявшимся, словарным значением. В двух экспериментальных группах наибольшее количество реакций приходится на лексему «рисунок». В молодежной аудитории она упоминается 15 раз, в возрастной — 10. Также и там, и там частотными словами-ассоциатами выступают лексемы «искусство», «творчество», «стена». Однако в ходе эксперимента с возрастной группой респондентов встретились и такие реакции, как «вандализм», «порча имущества». На основе результатов, полученных в ходе проведения ассоциативного эксперимента, следует отметить, что в сознании как молодежи, так и возрастной аудитории четко сформировано представление о предложенных в эксперименте стимульных единицах.

Важным является вопрос о степени радикализации общества посредством вандальных проявлений. С целью решения данного вопроса нами была выявлена степень осведомленности о тех или иных потенциально опасных темах, транслируемых в рамках визуального пространства города. В качестве исследовательского инструмента использовался метод прямого толкования. В качестве стимульного материала были выбраны фотографии настенных изображений националистического характера (семантическое поле «Политическое мировоззрение», рис. 1, 2) и фотографии, репрезентирующие семантическое поле «Реклама» (в данную категорию мы намеренно включили изображения со ссылками на сайты продажи наркотиков, рис. 3, 4).



Рис. 1



Рис. 2



Рис. 3



Рис. 4

Респондентам предлагалось ознакомиться с изображением и по возможности дать толкование настенных надписей, представленных в примерах.

Сначала рассмотрим результаты исследования экспериментальной группы в возрасте от 30 до 55 лет.

Предложенный респондентам рисунок 1 содержит националистическую числовую символику: 14/88 (она часто расшифровывается как *“We must secure the existence of our people and a future for white children”*, что в переводе означает *«Мы должны защитить само существование нашего народа и будущее для белых детей»*). Возрастная экспериментальная группа не дала толкований данной символике, в ответах встречались следующие определения: *футбольный матч (проигрыш команды), оскорбление, призыв к справедливости со стороны судебной власти, в наше время все можно купить за деньги, возмущение судейством в спорте* — некоторые из определений дублируются. Таким образом, можно сделать выводы о том, что значение данного символа не известно возрастной экспериментальной группе, чем подтверждается особый дискурсивный статус данной символики — она хорошо известна и воспроизводима в рамках националистического дискурса и является его важным идентификатором.

Другой пример, предложенный для толкования респондентам (рис. 2), также содержит отсылку к националистическому дискурсу, но, в отличие от предыдущего символа, если и не получает точной расшифровки респондентом, хотя бы интуитивно определяется как националистический текст.

Толкование фразы *Россия для русских*, нанесенной на фасад здания, сводилась к следующим комментариям в этой же возрастной группе: *„Призыв к бунту“, надпись человека — нациста, нацистские высказывания, дело рук националистов* и т. д.

Отдельно следует рассмотреть один из ответов респондента. Толкование фразы и символа сводится к следующему: *„Патриотизм! Россия для Русских“*. В данном случае мы можем наблюдать подмену понятий (национализм — патриотизм), а отсутствие иных комментариев, свидетельствующих о негативном отношении к феномену национализма, и синтаксическое выделение обозначения (восклицательный знак) скорее говорит о некоем принятии данного феномена испытуемым.

Определение смысла текстов, представленных на рисунках 3 и 4, было осуществлено респондентами или верно, но на интуитивном уровне, о чем свидетельствуют лексемы с семантикой неопределенности, или совсем отсутствовало: *возможно адреса сайтов с нарко-препаратами, какие-то адреса сайтов возможно, предположительно — адреса сайтов где приобретаются запрещенные вещества, реклама чего-то*.

Обобщая выводы о том, насколько осведомлены о значении потенциально опасных текстов представители возрастной экспериментальной группы, можно отметить среднюю осведомленность: основные моменты понятны всем. Все надписи, которые имеют дискурсивный характер, понятны лишь «своим». Кроме того, форма подачи материала не устраивает респондентов, что очевидно из комментариев, сопровождающих те или иные ответы: *злость, отвращение, злость на „художников“ — хулиганов, ужас, гады, руки оторвать*. Данные вывод позволяют судить о низком уровне радикализации взрослого населения.

Рассмотрим результаты идентичного эксперимента, проведенного в молодежной экспериментальной группе. Предложенный респондентам рисунок 1 также следует считать дискурсивным, но, в отличие от респондентов старшего возраста, некоторые представители молодежной аудитории продемонстрировали осведомленность в соответствующей символике. Так, 25 % опрошенных дали точное определение представленной символике: *нацизм, за белых людей, фашизм, Гитлер, нацизм* (2 р.).

Относительно элементов, представленных на рисунке 2, также можно отметить доступность содержания молодежной аудитории, что видно из предложенных определений: *нацизм, ущербность по национальному признаку, в России могут жить только славяне, националистический подтекст* и т. д.

Распространение на стенах домов подобной информации и любой другой, отнесенной нами к семантическому полю «Политическое мировоззрение», является одной из серьезных и проблемных тем, касающихся современного общества, которая наибольшим образом отражается на молодежной аудитории. Как отмечают социологи, «социальная неопределенность, тревожность и риски, деформация общественных ценностей и правосознания негативно влияют на нравственно-психологическое сознание и поведение молодежи, повышается уровень ксенофобии, нетерпимости, молодое поколение (особенно в подростковом возрасте) не имеет достаточно твердой установки на неприятие идей экстремизма и терроризма и, тем более, противодействие им» [Маркин, Роговая 2012: 11].

Кроме того, следует отметить, что «политический экстремизм и радикализм формируются преимущественно в маргинальной среде, а наиболее массовым видом радикализма в современном обществе является национал-радикализм, вырастающий на почве массового распространения этнической и религиозной ксенофобии. Именно здесь „сходятся“ все объективные ограничения и недоработки молодежной политики в сфере занятости, образования, регулирования миграционных потоков и выравнивания уровня доходов различных слоев населения» [Лощаков 2015: 38].

Определение смысла текстов, представленных на рисунках 3 и 4, для молодежной группы респондентов достигнуто частично. Так, среди толкований встречается следующее: *название магазина наркотиков; закладки наркотиков (координаты); пропаганда „запретных сайтов“; не знаю что это; не знаю что это, но мне не нравится; незаконная реклама запрещенных ссылок; без понятия, я не эксперт; соль*. Следует отметить, что среди молодежной экспериментальной группы осведомлены о значении надписей оказались 50 % опрошенных.

Учитывая особенности восприятия информации молодежью, следует отметить, что данная возрастная группа наиболее подвержена радикализации посредством вандальных проявлений. Анализируя ответы респондентов

тов молодежной экспериментальной группы, мы отметили приверженность к такому способу самовыражения и отсутствие его порицания, так как 15 % опрошенных в целом не против таких форм представления информации, как надписи на стенах, что видно по комментариям: *мне все равно; надписи мне не мешают; а что, прикольно; отношусь спокойно* и др.

Возрастная экспериментальная группа, напротив, выразила нейтральное или протестное отношение к настенному вандализму: *злость; недоумение; портят вид города; возмущение; привыкли видеть, поэтому уже не замечаем.*

Подводя итог представленному исследованию, следует обозначить некоторые различия между двумя группами испытуемых (см. табл.).

Таблица

Первая экспериментальная группа (молодежь в возрасте от 18 до 30 лет)	Вторая экспериментальная группа (население в возрасте от 30 до 55 лет)
В молодежной аудитории не менее 15 % респондентов выразили согласие с такими формами самовыражения	Люди старше 30 лет в большей степени негативно отзываются о такого рода вандальных проявлениях и способах самовыражения
25 % опрошенных знакомы с националистической символикой (в том числе дискурсивно обусловленной) и 50 % респондентов знают о назначении таких сайтов, как <i>NJ24.biz; narco.biz</i> и т. д.	Возрастное население также владеет информацией относительно распространения националистической идеологии (но только общераспространенной), значение дискурсивных элементов людям от 30 и выше также неизвестно

Наряду с имеющимся отрицанием феномена вандализма, большая часть опрошенных (65 % от всего количества опрошенных, составившего 40 человек) высказалась о допустимости такой формы самовыражения, как граффити, однако при соблюдении нескольких моментов: санкционированное пространство и высокое мастерство исполнения.

Использование настенных изображений не с целью украшения визуального пространства города, а с целью эскалации социального напряжения является успешным способом манипуляции обществом. Визуальные образы часто подчинены интенции, выраженной вербальной составляющей. Визуальные образы часто имплицитно передают информацию, не передаваемую вербальной составляющей, апеллируют к образному ассоциативному мышлению адресантов, способствуют усилению сопереживания и переживания, оказывают существенное влияние на сознание, а также необходимым образом моделируют миропонимание и мировосприятие современного общества.

ЛИТЕРАТУРА

1. Белянин В. П. Основы психолингвистической диагностики — М. : Тривола, 2000.
2. Ворошилова М. Б. Политический креолизованный текст: ключи к прочтению : монография. / Урал. гос. пед. ун-т. — Екатеринбург, 2013. 194 с.
3. Воробьева И. В., Кружкова О. В. Психология вандализма : моногр. / Урал. гос. пед. ун-т. — Екатеринбург, 2015. 304 с.
4. Гридина Т. А., Коновало Н. И. Экспериментальные методы психолингвистических исследований : учеб. пособие / Урал. гос. пед. ун-т. — Екатеринбург : [б.и.], 2019. 172 с.
5. Зенкова А. Ю. Визуальные исследования как интегральная область социально-гуманитарного знания // Науч. ежегод. Ин-та философии и права Урал. отделения Рос. акад. наук. 2004. № 5. С. 184—193.
6. Корда О. А. Креолизованный текст в современных печатных СМИ: структурно-функциональные характеристики : дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 — Журналистика. — Екатеринбург, 2013. 227 с.
7. Кружкова О. В., Воробьева И. В., Жданова Н. Е. Вандальная активность подростков и юношей как совладение с негативными воздействиями городской среды // Личность в трудных жизненных ситуациях: ресурсы и преодоление : материалы Междунар. науч.-практ. конф., посвящ. 25-летию факультета психологии Омск. гос. ун-та им. Ф. М. Достоевского / отв. ред. А. Ю. Маленова. — Омск, 2018. С. 255—227.
8. Курбатова Т. В., Васильева Р. С. Граффити: субкультура или вандализм // Психология и право. 2013. № 2. С. 1—11.
9. Лощаков Д. Г. Радикализация молодежи в современном российском обществе // Вестн. эконом. безопасности. 2015. № 6. С. 35—39.
10. Маркин В., Роговая А. Противодействие распространению идеологии экстремизма и терроризма в молодежной среде // Власть. 2012. № 11. С. 142—146.
11. Староверова И. В. Факторы девиации сознания и поведения российской молодежи // Социологические исследования. 2009. № 11. С. 115—116.
12. Уголовный кодекс Российской Федерации =УК РФ. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_10699/ (дата обращения: 04.05.2019). — Текст : электронный.

А. А. Баранова
Екатеринбург, Россия

СПЕЦИФИКА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МОДАЛЬНОСТИ ДОЛЖЕНСТВОВАНИЯ В ПУБЛИЧНЫХ ВЫСКАЗЫВАНИЯХ ПРЕЗИДЕНТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В. В. ПУТИНА

Аннотация. Представлен анализ особенностей использования модальности долженствования в публичных высказываниях Президента Российской Федерации В. В. Путина. Выделены варианты использования модальности долженствования: долженствование в высказываниях, обозначающих общепринятые истины, долженствование с включением говорящего в категорию исполнителей, долженствование в комплексе с эмоционально-оценочным компонентом, сослагательное наклонение в значении долженствования, значение долженствования при отсутствии активного субъекта, долженствование без формальных показателей, формальное долженствование, «смягченное» долженствование за счет использования риторического вопроса, пассивных конструкций и лексических показателей сомнения.

Ключевые слова: политический дискурс; долженствование; публичные высказывания; речевое воздействие; политическая риторика; языковая личность; российские президенты.

A. A. Baranova
Yekaterinburg, Russia

SPECIFICS OF USING THE MODALITY OF OBLIGATION IN PUBLIC STATEMENTS OF THE PRESIDENT OF THE RUSSIAN FEDERATION V. V. PUTIN

Abstract. The article presents the analysis of the peculiarities of the use of the modality of obligation in the public statements of the President of the Russian Federation V. V. Putin. The variants of modality of obligation usage are highlighted: modality of obligation in statements denoting generally accepted truths, modality of obligation with the inclusion of the speaker in the category of performers, modality of obligation in combination with the emotional and evaluative component, subjunctive mood in the meaning of obligation, the meaning of obligation in the absence of an active subject, modality of obligation without formal indicators, formal obligation, “softened” obligation to the use of rhetorical question, passive constructions and lexical indicators.

Keywords: political discourse; public statements; speech impact; political rhetoric; language personality; Russian presidents.

Модальность долженствования характерна для политического дискурса, поскольку политический дискурс — это во многом дискурс власти [Человеческий фактор в языке... 1992], что отражается в публичных высказываниях политиков. Через использование модальности долженствования в публичной речи политического субъекта актуализируется смысл «власть» и автор высказывания позиционирует себя как субъект власти.

Модальность — выражение отношения говорящего к действительности. Долженствование предполагает осознанную необходимость — событие представляется говорящему субъекту при определенных условиях неизменным, обязательным [см.: Астратова 2012; Бондарко 1988]. Необходимость может иметь разные прагматико-смысловые варианты. Выделяют «внутреннюю необходимость, внешнюю, деонтическую и эпистемическую» [Человеческий фактор в языке... 1992: 125]. Использование модальности долженствования связано с одной из важнейших функций политической коммуникации — воздействием: «Общественное предназначение политического дискурса состоит в том, чтобы внушить адресатам — гражданам сообщества — необходимость „политически правильных“ действий и/или оценок. Иначе говоря, цель политического дискурса — не описать (то есть, не референция), а убедить, пробудив в адресате намерения, дать почву для убеждения и побудить к действию» [Демьянков 2002: 32].

Однако в силу демократических процессов в обществе открытое долженствование все чаще исключается: «Демократические процессы в обществе требуют иных языковых средств выражения долженствования: от прямого давления к воздействию на реципиента на рациональном, эмоциональном и чувственном уровне» [Бородавкина 2012: 141]. Прямо выраженное долженствование заменяется различными вариантами скрытого, «смягченного», косвенного долженствования либо формального долженствования, которое по смыслу не является долженствованием. Таким образом актуализируется смысл «демократичный».

В рамках исследования проанализированы особенности использования модальности долженствования в высказываниях Президента Российской Федерации В. В. Путина в ходе встреч с журналистами. В ходе анализа выделены следующие варианты использования модальности долженствования.

1. Прямо выраженная модальность долженствования присутствует в основном в высказываниях, обозначающих общепринятые истины: «То, что правоохранительные органы *должны* продолжать работать и пресекать какую-то противоправную деятельность, это очевидно»; «Они нарушили российский закон, поэтому *нужно* спокойно в рабочем режиме с этим разобраться»; «Ненормальная ситуация, ее просто *надо* исправлять, *надо* как-то найти в себе силы перевернуть страницу»; «*Надо* быть более лояльными друг к другу... *Надо* уважать всех» [Пресс-конференция Владимира Путина URL].

2. Прямо выраженная модальность долженствования часто используется с включением говорящего в категорию исполнителей (сочетается с местоимением «мы»): «*Мы должны* это понимать»; «*Мы должны* делать все,

для того чтобы препятствовать распространению негативной информации, связанной с терроризмом в интернете»; «*Мы должны* использовать все инструменты» [Пресс-конференция Владимира Путина URL].

3. Прямо выраженная модальность долженствования часто представлена в комплексе с эмоционально-оценочным компонентом: «Это просто *ни в какие ворота не лезет, безобразие. Давайте* мы из этого будем исходить»; «Но *не послушайте, давайте* дадим человеку вырасти, стать взрослым, а потом решить, кто он такой. *Оставьте* детей в покое. Сейчас ведь чего только нет!» [Пресс-конференция Владимира Путина URL].

4. Сослагательное наклонение употребляется в переносном значении «нужно»: «Я *отметил бы* четыре основных направления, по которым удалось достичь требуемых договоренностей» («нужно отметить») [Пресс-конференция Владимира Путина URL]; «Все это *хорошо бы* знать сегодняшним грузинским властям» («нужно знать»); «Вот ради этих людей, ради восстановления полноценных отношений между Россией и Грузией *я бы не стал* предпринимать ничего, что осложняло бы наши отношения» («не нужно предпринимать») [Встреча с российскими журналистами URL].

5. Встречаются случаи использования модальности долженствования, когда нет или не может быть активного субъекта действия: «Но все-таки думаю, что здравый смысл *должен* восторжествовать» [Пресс-конференция Владимира Путина URL]; «Поэтому к этому относиться *нужно* по-серьезному, глубоко, а не реагировать на внешние проявления каких-то подонков» (здесь — в сочетании с оценкой) [Встреча с российскими журналистами URL].

6. Долженствование на уровне смысла — формальные показатели долженствования отсутствуют, но высказывание характеризует обязанности, задачи: «Но эта *обязанность* лежит не только на Федерации, а в значительной степени на регионах Российской Федерации» [Ответы на вопросы журналистов по итогам «Прямой линии» URL]; «Поэтому *задача* политиков как минимум заключается в том, чтобы *не мешать* развитию нормальной ситуации, а *лучше поддержать* эти позитивные тенденции»; «Но приедут или не приедут, это не наш вопрос. Наш *вопрос — пригласить*» [Пресс-конференция Владимира Путина URL].

7. Значение долженствования сочетается с использованием риторического вопроса, появляется смысл «не нужно»: «Почему *нужно* доводить до такого состояния?» [Пресс-конференция Владимира Путина URL]; «И *надо* вернуться все-таки к тому, о чем мы говорили: кто разрешил полеты над зоной боевых действий? Россия, что ли? Нет» [Ответы на вопросы журналистов по итогам «Прямой линии» URL].

8. Значение долженствования (даже в сочетании с ярко выраженной оценкой) в некоторых случаях смягчается за счет использования пассивной конструкции: «Это просто произвол. И он *должен быть* расследован, и *должны быть* приняты соответствующие решения по этому вопросу» [Пресс-конференция Владимира Путина URL].

9. Встречается формальное долженствование — формально использовано повелительное наклонение, но по смыслу это лишь предположение, размышление, способ обратить внимание на конкретное высказывание: «Но если мы хотим обсуждать проблему промышленных субсидий, *давайте* тогда будем обсуждать проблему сельхозсубсидий, которые широко используются Евросоюзом» [Пресс-конференция Владимира Путина URL]; «*Послушайте*, что касается частных компаний... они там действительно присутствуют, — это не Российское государство, и они не являются участниками боевых действий» [Ответы на вопросы журналистов по итогам «Прямой линии» URL].

10. Значение долженствования смягчается за счет использования лексических показателей сомнения: «*Думаю*, что у нас есть взаимное понимание, что *нужно* как-то выходить из той ситуации»; «Но есть детали, о которых *вряд ли нужно говорить* сегодня на пресс-конференции, но ситуация под контролем» [Пресс-конференция Владимира Путина URL].

Дополнение долженствования значением сомнения характерно именно для высказываний, являющихся ответами на вопросы журналистов, то есть менее подготовленных текстов. В подготовленных публичных заявлениях прослеживается отказ от модальности долженствования и замена ее на модальность уверенности (показатели уверенности «конечно», «безусловно», «убежден», «уверен» присутствуют в таких текстах в большом количестве [Выступление Владимира Путина на пленарном заседании... URL; Заявления для прессы и ответы на вопросы журналистов по итогам трехсторонней встречи... URL; Заявления для прессы по итогам российско-индийских переговоров URL]).

Таким образом, в высказываниях Президента Российской Федерации В. В. Путина в ходе встреч с журналистами широко представлена модальность долженствования. Однако преобладают варианты «смягченного» долженствования — за счет включения говорящего в категорию исполнителей, использования риторического вопроса, пассивных конструкций, сослагательного наклонения и лексических показателей сомнения и субъективной оценки. Лишь тогда, когда речь идет о таких вещах, с которыми трудно спорить (констатируется общепринятая истина или нет исполнителя действия), модальность долженствования представлена открыто. Выступления В. В. Путина демонстрируют наличие характерного для политического дискурса концепта «власть», но в то же время отражают современный демократический процесс в обществе, характеризуя политического субъекта как демократичного руководителя.

ЛИТЕРАТУРА

1. Астратова Ю. В. О модальности долженствования в изъяснительных предложениях // Вестн. РУДН. Сер. «Русский и иностранные языки и методика их преподавания». 2012. № 3. С. 40—43.

2. Бондарко А. В. Теория функциональной грамматики. Введение. Аспектуальность. Временная локализованность. Таксис. — Л. : Наука, 1988. 348 с.
3. Бородавкина Е. А. Объективная модальность как инструмент манипулятивного воздействия в политическом дискурсе // Вестн. Ленинград. гос. ун-та им. А. С. Пушкина. 2012. Т. 7. Вып. 2. С. 137—149.
4. Встреча с российскими журналистами. URL: http://www.kremlin.ru/events/president/transcripts/press_conferences/60962. — Текст : электронный.
5. Выступление Владимира Путина на пленарном заседании Международного форума «Российская энергетическая неделя». URL: <http://www.kremlin.ru/events/president/transcripts/statements/61704>. — Текст : электронный.
6. Демьянков В. З. Политический дискурс как предмет политологической филологии // Политическая наука. Политический дискурс: история и современные исследования. 2002. № 3. С. 32—43.
7. Заявления для прессы и ответы на вопросы журналистов по итогам трехсторонней встречи глав государств — гарантов Астанинского процесса содействия сирийскому урегулированию. URL: http://www.kremlin.ru/events/president/transcripts/press_conferences/61542. — Текст : электронный.
8. Заявления для прессы по итогам российско-индийских переговоров. URL: <http://www.kremlin.ru/events/president/news/61442>. — Текст : Электронный.
9. Ответы на вопросы журналистов по итогам «Прямой линии». URL: http://www.kremlin.ru/events/president/transcripts/press_conferences/60797. — Текст : электронный.
10. Пресс-конференция Владимира Путина. URL: http://www.kremlin.ru/events/president/transcripts/press_conferences/60857. — Текст : электронный.
11. Человеческий фактор в языке: коммуникация, модальность, дейксис. — М. : Наука, 1992. 280 с.
12. Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса / Ин-т языкознания РАН ; Волгогр. гос. пед. ун-т. — Волгоград : Перемена, 2000. 368 с.

А. А. Баташева
Нижегород, Россия

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ КОНЦЕПТУАЛЬНОЙ ЛЕКСИКИ КАК ПРИЕМ ИНТЕРПРЕТАЦИИ ПОЛИТИЧЕСКИХ СОБЫТИЙ В СМИ

Аннотация. Концептуальная лексика позволяет создать открытый план передачи информации, а также констатировать произошедшие события, подчеркнуть их актуальность, дополнительно указать на обезличенность их изложения. В российской прессе концептуальная лексика представлена главным образом интернациональной. Сопоставляются особенности употребления концептуальной лексики в российской и немецкой прессе. Сделан вывод, что концептуальная лексика является наднациональным средством интерпретации политических медиасобытий. Ее применение обусловлено необходимостью соответствовать требованию объективности, предъявляемому к современной качественной прессе. Концептуальная лексика используется также для достижения глобальной цели коммуникации — убеждения читателей в правильности интерпретации, а также «работает» на достоверность медиатекстов.

Ключевые слова: интернациональная лексика; концептуальная лексика; политический дискурс; медиадискурс; медиалингвистика; медиатексты; средства массовой информации; СМИ; варваризмы; заимствованная лексика.

A. A. Batasheva
Nizhny Novgorod, Russia

USE OF CONCEPTUAL VOCABULARY AS A MEAN OF INTERPRETATION OF POLITICAL EVENTS IN THE MEDIA

Abstract. Conceptual vocabulary allows to create an open plan for the transfer of information, as well as to ascertain the events that have occurred, emphasize their relevance, and additionally indicate the anonymity of their presentation. In the Russian press, conceptual vocabulary is presented mainly by international part. The features of the use of conceptual vocabulary in the Russian and German press are compared. It is concluded that conceptual vocabulary is a supra-national means of interpreting political media events. Its application is due to the need to meet the requirement of objectivity for modern high-quality press. Conceptual vocabulary is also used to achieve the global goal of communication — to convince readers of the correct interpretation, and also “works” on the reliability of media texts.

Keywords: international words; conceptual thesaurus; political discourse; media discourse; media linguistics; media texts; media; barbarism; borrowed words.

Каждый журналист является интерпретатором описываемой действительности. Конструируя текст, посвященный тому или иному событию, журналист принимает во внимание детерминанты журналистского творчества, а также руководствуется авторской интенцией — своим глобальным замыслом, целью коммуникации.

В информационном медиадискурсе преобладающей интенцией служит убеждение: цель журналиста — убедить читателей в точности и правильности своей интерпретации действительности. Осуществить интенцию автору позволяют лингвостилистические приемы интерпретации — разнообразные языковые средства.

Учитывая, что в условиях глобализации к институту журналистики во всем мире применяются практически единые требования, представляется, что и фонд средств интерпретации медиасобытий является наднациональным и межкультурным.

Одним из приемов интерпретации и описания политических событий служит использование журналистами концептуальной лексики — общественно-политических и экономических терминов, которые являются ключевыми в данный исторический период.

Концептуальная лексика позволяет создать открытый план передачи информации [Клушина 2008: 122], а также констатировать произошедшие события, подчеркнуть их актуальность, дополнительно указать на обезличенность их изложения [Бельчиков 2001: 90].

В российской прессе концептуальная лексика представлена интернациональной лексикой, что во многом обусловлено особенностями формирования политической и экономической модели российского общества [Клушина 2008: 121].

Приведем пару примеров из российской качественной прессы — газеты «Коммерсантъ».

– В Сирии сегодня состоятся **президентские выборы**. Они уже третьи для действующего главы государства Башара Асада, однако впервые пройдут не в виде **безальтернативного референдума**, а с участием двух других кандидатов. Голосование, впрочем, считается **формальным** [Кузнецова 2014: 6].

– **Национальная коалиция оппозиционных и революционных сил Сирии потребовала, чтобы ООН немедленно аннулировала приглашение Ирану. Представители оппозиции предупредили, что откажутся от участия в „Женева-2“, если Пан Ги Мун не выполнит ультиматум в течение шести часов** [Строкань 2014: 6].

– В Женеве 28 ноября должен открыться восьмой **раунд межсирийских мирных переговоров**. Первая подобная встреча после **саммита президентов России, Турции и Ирана, объявивших в Сочи о начале нового этапа урегулирования**, призвана сдвинуть **политический процесс в Сирии с мертвой точки** [Строкань, Черненко 2017: 1].

Частое обращение к концептуальной лексике в газете «Коммерсант» обусловлено общественно-политической тематикой, а также форматом издания. Использование стандартизированных языковых средств в текстах, посвященных такой сложной и неоднозначной теме, как военный конфликт в Сирии, позволяет подчеркнуть достоверность и объективность передачи информации.

Аналогичным образом действуют и журналисты немецкого качественного издания — газеты «Die Zeit». Приведем пару примеров:

– *Vielmehr ist dies die Lage in Obamas achtem Jahr: krisenhafter (Wieder-) Aufstieg Chinas und anderer Ex-Kolonisierter; Zerfall ganzer Staaten(-systeme) wie in Arabien; weltweite Renaissance des Autoritären; Wiederkehr von Tribalismus und Glaubenskriegen; Selbstschwächung des Westens durch einen Kapitalismus, der soziale Unwuchten verstärkt; Flüchtlingsströme als nächste Globalisierungsstufe* [Lau, Loffe 2016: 6] («Такова ситуация восьмого года правления Обамы: кризисный подъем Китая и других в прошлом **колонизированных** стран; распад целых стран и государственных систем, как в Аравии; всемирный **ренессанс авторитаризма**; возвращение **трайбализма** и религиозных войн; ослабление Запада своими же руками посредством **капитализма**, усугубляющего социальные **дисбалансы**; приток беженцев как следующий уровень **глобализации**» — *пер. авт.*);

– *De facto bestehen also zwei parallele Pläne zur Einnahme Rakkas, die sich kaum in Einklang bringen lassen werden. Wenn Washington und Ankara sich nicht einigen, droht eine tiefe Verwerfung zwischen den Nato-Alliierten* [Musharbash 2017: 9] («**Де-факто** существует два параллельных плана по взятию Ракки, которые вряд ли будут согласованы. Если Вашингтон и Анкара не найдут общий язык, есть угроза глубокого раскола между **союзниками** по **НАТО**» — *пер. авт.*).

Латинское выражение *de-facto* используется в политике и означает то, что фактически уже существует в действительности, но еще не оформлено юридически. Тематика журналистских материалов также обуславливает широкое использование названий различных международных и национальных организаций: НАТО, ООН, ИГИЛ (в немецком языке IS — «Islamischer Staat», т. е. «Исламское государство») и т. д. Авторы делают ставку на вдумчивого читателя, осведомленного о положении дел в мире, и не приводят расшифровки аббревиатур.

В лексиконе немецких журналистов также встречаются слова и выражения, которые часто не имеют прямого перевода на русский язык. Их возникновение обусловлено особенностями политического, экономического или культурного развития.

– *Stress unter Partnern hat es immer wieder gegeben, vor allem zu Zeiten der Ostpolitik und der Nato-Nachrüstung* [Lau 2016: 8] («В отношениях между партнерами всегда была напряженность, прежде всего во времена „**Ост-политики**“ и перевооружения НАТО» — *пер. авт.*).

Ostpolitik — «Остполитика», что дословно может быть переведено на русский язык как «восточная политика» или «политика на Востоке». Термин появился в немецком языке в конце 60-х гг. XX в. и обозначал нормализацию отношений между ФРГ (Западной Германией) и Восточной Европой, в первую очередь — с ГДР.

Также интересным представляется факт, что в современном немецком языке большая часть лексики на английском языке приводится в целом без перевода. Например:

– *Deutschland als home of the brave, das sich zuversichtlich den Flüchtlingen öffnet, während Amerika tief verunsichert zwischen Rückzugssehnsucht und Drohgebärden schwankt. „Der can-do-spirit (wir schaffen das!) ist auf die andere Seite des Atlantiks gewechselt“, schrieb der Deutschlandkenner der New York Times, Roger Cohen* [Lau 2016: 8] («Германия теперь стала „**Родиной храбрецов**“, где люди без страха открывают свои двери беженцам, в то время как Америка нервно колеблется между желанием отступить и угрожающими жестами. „**Боевой дух** теперь находится по другую сторону Атлантики“, — написал Роджер Коэн, эксперт по Германии из New York Times» — *пер. авт.*).

Словосочетание *home of the brave* приводится в тексте без перевода и является реминисценцией одноименного американского фильма (в российском прокате — «Родина храбрецов»), посвященного проблеме адаптации военнослужащих, вернувшихся из Ирака.

Can-do-spirit является устойчивым выражением в английском языке и означает «боевой дух». Журналист приводит его без перевода, однако в скобках дополняет немецким вариантом с созвучной позитивной коннотацией: *wir schaffen das!* — «Мы справимся!».

Таким образом, концептуальная лексика является наднациональным средством интерпретации политических медиасобытий. Ее применение обусловлено необходимостью соответствовать требованию объективности, предъявляемому к современной качественной прессе. Концептуальная лексика используется также для достижения глобальной цели коммуникации — убеждения читателей в правильности интерпретации, а также «работает» на достоверность медиатекстов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бельчиков Ю. А. Из наблюдений над стилистическими модификациями текстов жанра информационной заметки в современных печатных СМИ // Язык средств массовой информации как объект междисциплинарного исследования : тез. докл. Междунар. конф. (Москва, филологический факультет МГУ им. М. В. Ломоносова, 25—27 окт. 2001 г.) / под общ. ред. М. Н. Володиной, М. Л. Ремнёвой. — М. : Изд-во МГУ, 2001. С. 90—91.
2. Клушина Н. И. Стилистика публицистического текста. — М. : МедиаМир, 2008. 244 с.
3. Кузнецова О. Башар Асад идет на третий срок // Коммерсантъ. 2014. № 94. С. 6.
4. Строкань С. «Женева-2» недосчиталась Ирана // Коммерсантъ. 2014. № 8. С. 6.
5. Строкань С., Черненко Е. и др. В напряженной и женовской обстановке // Коммерсантъ. 2017. № 221. С. 1.
6. Lau J. Möge die Macht mit dir sein! // Die Zeit. 2016. № 2. S. 8.
7. Lau J., Joffe J. Hat er denn die Welt verbessert? // Die Zeit. 2016. № 18. S. 6.
8. Musharbash Y. Warum schickt Trump plötzlich Soldaten nach Syrien? // Die Zeit. 2017. № 13. S. 9.

В. В. Бачурская
Челябинск, Россия

ЯЗЫКОВАЯ ЛИЧНОСТЬ УСЫНОВИТЕЛЯ В КОНТЕКСТЕ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Аннотация. В данной статье рассматриваются основные характеристики языковой личности усыновителя как участника процесса межкультурной коммуникации, а также изучается роль усыновителя в повышении эффективности взаимодействия культур.

Ключевые слова: языковая личность; усыновители; картина мира; межкультурная коммуникация.

V. V. Bachurskaya
Chelyabinsk, Russia

LINGUISTIC IDENTITY OF THE ADOPTIVE PARENT IN THE CONTEXT OF INTERCULTURAL COMMUNICATION

Abstract. This article is a review of the linguistic personality of the adoptive parent as a participant in the process of intercultural communication, as well as the study of the adoptive parent's role in improving the effectiveness of interaction between cultures.

Keywords: linguistic personality; adoptive parent; worldview; intercultural communication.

В современном мире, стремящемся к сближению культур, к общению, к глобализации, эффективность коммуникации имеет особое значение. Несомненно, качество и успешность коммуникации зависят не только от общей языковой компетентности собеседников, но и от их знания и понимания социального, культурного, психологического, политического контекста, в котором происходит общение. В этой связи кажется интересным изучение языковой личности усыновителя как участника межкультурной коммуникации.

Согласно Ю. Н. Караулову, языковая личность — это человек, обладающий способностью создавать и воспринимать тексты, различающиеся: «а) степенью структурно-языковой сложности; б) глубиной и точностью отражения действительности; в) определенной целевой направленностью» [Караулов 2010: 48]. При этом, Е. В. Ширина рассматривает понятие «языковая личность» как категорию обобщенную, отвлеченную от конкретного исполнителя, скорее как «модель совокупной речевой деятельности группы лиц» [Ширина 2002: 276].

Отметим, что развитие международного усыновления, позволяющего гражданам одной страны принимать в свою семью ребенка, родившегося в другой стране, имеющей собственную культуру и специфику, способствует расширению возможностей для межкультурной коммуникации. Речь идет в данном случае о коммуникации не только на профессиональном уровне (в государственных органах, в нотариальных конторах, в судебных инстанциях и т. д.), но и на бытовом уровне (общение с усыновленным ребенком, с другими родителями, имеющими аналогичный опыт).

Так, при выполнении всех предварительных формальностей, необходимых для усыновления ребенка в другой стране, усыновитель указывает свои предпочтения, соответственно, он изначально испытывает интерес, уважение и признательность к выбранной им культуре, поскольку она является родной для будущего усыновленного ребенка. Достаточно долгий процесс оформления документов дает время и возможность максимально приблизиться к традициям, узнать больше информации, познакомиться со спецификой страны, даже изучить язык, чтобы в дальнейшем сохранить связь ребенка с его культурными корнями. Таким образом, усыновитель лично способствует укреплению связи между культурами и эффективности межкультурного взаимодействия.

Далее, поскольку процедура усыновления требует личного посещения усыновителем другой страны (знакомство с ребенком, судебные слушания и т. д.), он получает возможность погрузиться в другую культуру, отказаться от определенных стереотипов, скорректировать собственное представление о данной стране. Так увеличивается глубина и точность отражения окружающей его действительности. Своим скорректированным представлением усыновитель в дальнейшем может поделиться с ребенком, со своим окружением (изменяя, таким образом, и их картину мира), а также с другими усыновителями, принявшими решение обратиться именно в данное государство.

Ошибочно было бы утверждать, что культура приемного ребенка воспринимается исключительно положительно и безоговорочно принимается как безупречная. Нельзя забывать о том, что усыновитель должен пройти многочисленные инстанции и административные, судебные, бюрократические формальности, неизбежно имеющие культурную специфику. Соответственно, усыновитель вынужден осознать, принять и выполнять поставленные перед ним условия. Этот факт также отражается в его картине мира, подкрепляясь личным опытом и информацией о наилучших способах взаимодействия с представителями данной культуры в конкретных ситуациях и условиях коммуникации.

Стоит также отметить определенную целевую установку усыновителя, который становится участником межкультурной коммуникации по собственному желанию, без принуждения, не случайно и будучи ориентированным на максимальную эффективность процесса общения.

Таким образом, взаимодействуя с другой культурой, отчасти принимая ее в семью вместе с ребенком, усыновитель имеет возможность преобразовать свою картину мира, расширить представления о данной культуре, скорректировать способы коммуникации, опираясь на личный опыт.

ЛИТЕРАТУРА

1. Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность. — М. : Наука, 2010. 263 с.
2. Ширина Е. В. К характеристике понятий «личность», «языковая личность» и «языковой портрет» // Речевая деятельность. Текст. — Таганрог, 2002. С. 274—280.

И. Д. Бекоева

Цхинвал, Республика Южная Осетия

ВЕРБАЛИЗАЦИЯ ПЕРСОНАЛЬНОГО ДЕЙКСИСА В РЕАЛИЗАЦИИ КОМБИНИРОВАННЫХ СТРАТЕГИЙ И ТАКТИК ПРЕДВЫБОРНОЙ ПОЛИТИЧЕСКОЙ КОММУНИКАЦИИ

Аннотация. Цель данной статьи — изучение особенностей вербализации и функционирования персонального дейксиса в югоосетинской предвыборной политической коммуникации. В задачи исследования входит выявить комбинированные стратегии и тактики, применяемые кандидатами в президенты РЮО, а также показать функцию персонального дейксиса в формировании положительного имиджа участника предвыборной коммуникации.

Ключевые слова: предвыборная кампания; политическая коммуникация; коммуникативные стратегии; коммуникативные тактики; персональный дейксис.

I. D. Bekoeva

Tskhinval, Republic South Ossetia

VERBALIZATION OF THE PERSONAL DEIXIS IN REALIZATION OF MIXED STRATEGIES AND TACTICS OF PRE-ELECTION POLITICAL COMMUNICATION

Abstract. The present article deals with the peculiarities of functioning and actualization of personal deixis in South-Ossetian pre-election political communication. The main task of the research is to reveal mixed types of strategies and tactics used by the participants of the presidential election campaign and show the role of deixis in the positive image creation.

Keywords: election campaign; political communication; communicative strategies and tactics; personal deixis.

Предвыборная политическая коммуникация, как один из видов политической коммуникации главной своей системообразующей целью определяет борьбу за власть, что является основополагающим фактором при выборе коммуникативных действий, направленных на интеллектуальное, эмоциональное воздействие на электорат. Активно применяемая в предвыборной политической коммуникации воздействующая функция языка, объективируется через применение определенного набора речевых стратегий, тактик и тактических приемов.

Стратегия — это общий, недетализированный план какой-либо деятельности, охватывающий длительный период времени, способ достижения сложной цели. Тактика определяется инструментом реализации стратегии и подчинена основной цели стратегии [Стратегия URL]. Под тактическими приемами мы понимаем совокупность языковых средств, способствующих реализации тактики. В своем исследовании мы опираемся на классификацию тактико-стратегического комплекса по О. Н. Паршиной, в соответствии с которой, базовыми стратегиями, являются стратегии самопрезентации, формирования правильного эмоционального настроения избирателя, аргументации и пропаганды, информационно-интерпретационная стратегия, стратегия нападения и дискредитации. Все перечисленные стратегии находят свою реализацию в югоосетинской предвыборной политической коммуникации, которая активно изучается с 2015 года [Бекоева 2015, 2016, 2017, 2018, 2019; Джиоева 2015, 2016, 2017, 2018, 2019] и характеризуется жанровым разнообразием и динамичным использованием целого ряда стратегий, тактик и тактических приемов, выбор которых обусловлен и определяется жанром предвыборной коммуникации, составом аудитории, тематической направленностью выступления политика.

Жанры предвыборной политической коммуникации характеризуются выраженностью персональной и общеидеологической позиции участника предвыборной кампании, обязательным наличием прямого или косвенного адресата, к которому обращаются прямо или опосредованно. В данной статье мы попытаемся показать способы объективации дейксиса в реализации стратегий и тактик югоосетинской предвыборной политической коммуникации.

По дейксисом понимается определение или идентификация «... лиц, событий, процессов и действий, о которых говорят или к которым отсылают, относительно пространственно-временного контекста, создаваемого и поддерживаемого актом высказывания и участия в нем, как правило, одного говорящего и, по крайней мере, одного адресата» [Дрига 2008: 15].

Существуют разные виды дейксиса: персональный, темпоральный, локальный, социальный, ситуативный, дискурсивный [Арсланова 2009: 18]

Новый жанр югоосетинской предвыборной коммуникации, стихотворная форма предвыборной агитации (материалы предвыборной президентской кампании 2017 в Республике Южная Осетия) реализует сложные комбинированные стратегии прямой и косвенной самопрезентации, формирования правильного эмоционального настроения адресата, дискредитации политического оппонента, информационно-интерпретационную и пропагандистскую стратегии. Стихи, прочитанные одним из кандидатов в президенты А. И. Бибиловым в рекламном предвыборном ролике, в полной мере передают основные пункты его предвыборной программы, его личную и гражданскую позиции.

Темпоральный дейксис стихотворного рекламного материала отражает временную периодизацию новейшей истории Южной Осетии: 1) период военного конфликта 1992-2008 гг; 2) период мирного строительства и планов

на будущее с 2008 по наши дни; 3) 2017 г. президентские выборы и связанные с ними надежды на положительные изменения в результате смены власти.

А нам здесь жить! Мы, взросшие в Цхинвале, / Увидевшие ужасы войны.

Не прятались от взрывов по подвалам, / Мы гибли за детей своей страны.

А нам здесь жить! / И это наша отчая земля.

Не за горами ждали мы победы, / И рядом были верные друзья.

А нам здесь жить! Нам строить этот город. / Нам каждому здесь поднимать детей.

И нам Цхинвал, как дом родимый дорог. / Мы вместе с ним становимся сильней.

Эмоциональность речевого воздействия усиливается, когда маркеры стратегии проявляются не только на лексическом, но и на синтаксическом уровнях. Анафорический повтор в начале каждой строфы (а..., а..., а...) объективирует тактику указания на перспективу и служит формированию правильного эмоционального настроения потенциального избирателя. Фраза «А нам здесь жить!» повторяется рефреном и темпорально относится к будущему, выражая императив, позволяющий не сомневаться в том, что будущее кандидата, как члена этнической общности, непредставимо вне пределов его родины. *Взросшие в Цхинвале: увидевшие ужасы войны* — реализация стратегии формирования правильного эмоционального настроения через апелляцию к недавнему историческому прошлому, связанному с военными действиями.

А. И. Бибилов использует комплексные стратегии в данном текстовом фрагменте: стратегия самопрезентации совмещается со стратегиями дискредитации, стратегии формирования правильного эмоционального настроения посредством вербализации персонального дейксиса, реализуемого в качестве тактического приема в следующих тактиках:

- демонстрации профессиональной принадлежности (А. И. Бибилов — военный) *мы гибли за детей своей страны;*
- демонстрации этнического индекса и тактики учета универсальных и этноспецифических ценностных ориентиров адресата: *здесь жили наши деды, это наша отчая земля; нам каждому здесь поднимать детей; мы здесь хотим растить своих детей; и нам Цхинвал, как дом родимый дорог;*
- скрытого упрека политического соперника по предвыборной кампании в том, что он не принимал участия в боевых действиях и не отстаивал с оружием в руках свою родину — *не прятались от взрывов по подвалам;*
- демонстрации политического курса *не за горами ждали мы победы, и рядом были верные друзья* идея приверженности политическому курсу Южной Осетии на интеграцию и сотрудничество с РФ (за горами — за Кавказским хребтом, там, где находится Россия, братья — россияне, на помощь которых можно рассчитывать);
- указания на перспективу, совмещенной с тактикой обращения к эмоциям адресата *здесь встречать нам старость; здесь мы будем умирать; мы сеять будем; и я хочу, чтоб снова, через годы здесь было море радостных людей;* добро; счастливых [Будилин URL].

Личные местоимения первого лица множественного числа *мы, нам, нами*, притяжательные местоимения реализуют стратегию отождествления себя с народом, кандидат ассоциирует себя с простыми людьми, которые в полной мере испытали ужасы войны. Акцентируется активная гражданская позиция кандидата, на первый план выдвигается его участие в боевых сражениях (*Не прятались от взрывов по подвалам, мы гибли за детей своей страны*). В данном фрагменте два смысловых уровня, реализующих: 1) стратегию самопрезентации через акцентирование активного участия в борьбе за независимость кандидата Бибилова; 2) стратегию дискредитации политического противника, реализуемая первым элементом антитезы (*не прятались по подвалам* — намек на отстранение от боевых действий и пассивную гражданскую позицию оппонентов).

Рекламный ролик реализует несколько смысловых пластов. В нем кандидат Бибилов характеризуется как достойный человек, настоящий, преданный родному краю (личностные характеристики), представитель своей фамилии, своего народа, потомок славных нарттов, продолжатель традиций, брат всем людям (отождествление кандидата с народом); дальновидный и умный политик, которому народ веряет свое будущее.

ЛИТЕРАТУРА

1. Арсланова Е. Р. Функционирование дейксиса при реализации информационно-интерпретационной стратегии в немецкой политической речи // Вестн. ЧГУ. 2009. № 17 (155). С. 18—21. (Филология. Искусствоведение; вып. 32).
2. Бекоева И. Д. Специфика предвыборного дискурса в Республике Южная Осетия. Риторика самовыдвижения // III Междунар. заоч. науч.-практ. конф. «Политический дискурс в парадигме научных исследований» (Тюменский гос. ун-т, 24—25 марта 2016 г.). — Тюмень, 2016.
3. Бекоева И. Д. Функциональная дистрибуция осетинского и русского языков в сфере политической коммуникации в Южной Осетии // Региональная науч.-практ. конф. «Государственные языки республик Северного Кавказа: вчера и сегодня» (Нальчик, 12—14 окт. 2016). — Нальчик, 2016. С. 10—17.
4. Бекоева И. Д. Этноспецифические признаки предвыборной политической коммуникации // Учимся понимать Россию: политическая и массмедийная коммуникация: материалы Междунар. науч. конф. (Екатеринбург, 10—14 окт. 2018 г.) / Урал. гос. пед. ун-т; отв. ред. А. П. Чудинов. — Екатеринбург, 2018. С. 25—28.
5. Дрига С. С. Социальный дейксис дискурса массовой коммуникации (на материале ток-шоу): автореф. дис. ... канд. филол. наук. — Тверь, 2008.
6. Паршина О. Н. Стратегии и тактики речевого поведения современной политической элиты России: дис. ... д-ра филол. наук. — Саратов, 2005.
7. А нам здесь жить. URL: <https://www.stihi.ru/2017/04/05/852> (дата обращения: 16.06.2019). — Текст: электронный.
8. Стратегия // Википедия: сайт. URL: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/15227> (дата обращения: 21.06.2019). — Текст: электронный.
9. Будилин И. На минутку извините... // Стихи.ру. URL: <https://www.stihi.ru/2017/04/05/852>. — Текст: электронный.

Э. В. Будаев
Екатеринбург, Россия

ТИПЫ СОПОСТАВЛЕНИЯ МЕТАФОР В ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

Аннотация. В статье выделяется четыре типа сопоставительного исследования метафор в политическом дискурсе. Первый тип — этнокультурное сопоставление. Второй тип — социальное сопоставление. Третий тип — диахроническое сопоставление. Четвертый тип — мультимодальное сопоставление. В рамках каждого из типов обсуждаются разновидности сопоставительного анализа политических метафор.

Ключевые слова: дискурс-анализ; политическая метафорология; политические метафоры; политический дискурс; сопоставительный анализ.

E. V. Budaev
Ekaterinburg, Russia

TYPES OF COMPARISON OF METAPHORS IN POLITICAL DISCOURSE

Abstract. The four types of comparative analysis of metaphors in political discourse are distinguished. The first one is the ethnocultural comparative analysis. The second type is the social comparative analysis. The third one is the diachronic analysis. And the fourth type is the multimodal study. Varieties of comparative research into political metaphors within each of these types is discussed.

Keywords: discourse analysis; political metaphorology; political metaphors; political discourse; contrastive analysis.

Дискурсивный анализ политических метафор относится к активно развиваемым направлениям современной лингвистики [Баранов 2014; Ворошилова 2010; Чудинов 2013; Charteris-Black 2014; Musolf 2004]. Логично было бы ожидать, что сопоставительный аспект политической метафорологии займет значимое место в исследовательской практике отечественных и зарубежных специалистов, так как современная теория метафоры ставит перед собой задачу эксплицитовать сложное взаимодействие между сознанием, языком и культурой. Однако на сегодняшний момент отсутствует системное описание этой сферы лингвистических изысканий. Важным шагом в данном направлении могла бы стать типологическая характеристика методологических подходов к дискурсивному анализу политических метафор.

Обзор исследований, посвященных метафорике политического дискурса (более тысячи публикаций, полный список которых представлен в монографии [Будаев 2018]), позволяет выделить четыре типа дискурсивного сопоставления политических метафор: этнокультурное, социальное, диахроническое и мультимодальное сопоставление.

В рамках **этнокультурного** подхода выделяются две противоборствующие мировоззренческие парадигмы: лингвокультурологическая и универсалистская. Противопоставление названных парадигм основывается не столько на методах анализа, сколько на различиях в теоретическом видении целей этнокультурного сопоставления. Лингвокультурологическая парадигма призвана продемонстрировать, что национальная метафорика в одних своих аспектах отражает национальную культуру и национальный менталитет, в других — типична для определенного цивилизационного пространства, а в третьих — имеет общечеловеческий характер. Парадигма универсализма, опирающаяся на теорию первичных метафор (primary metaphors theory), теорию воплощенного разума (embodied flesh theory) и нейронную теорию метафор (neural metaphor theory), ставит целью не разграничение универсальных и культурно специфичных феноменов, а целенаправленный поиск общечеловеческих когнитивных оснований политической метафорики в сочетании с нивелированием межкультурных различий.

Очевидно, что такой подход хорошо согласуется с экстранаучной программой глобализации, но малоприменим для описания культурных особенностей метафор. Так как универсалисты рассматривают первичные метафоры в качестве своеобразных «атомов» мышления, детерминированных физическим опытом человека, сложные метафоры тоже возводятся к сенсомоторной деятельности. Однако привязать многие сложные метафоры к конфляции пока никому не удалось, потому что в действительности знакомство с концептами, формирующими сложные метафоры, происходит на более поздних стадиях онтогенеза. Несмотря на то, что синтез интегрированной теории первичных метафор и теории воплощенного разума сделал теоретические построения более последовательными, вопрос о культурной специфике метафорики остался слабым местом теории.

В лингвокультурологической парадигме причины межкультурных различий в инвентаре и актуализации метафор коренятся не в особенностях когнитивных интегративных процессов и «телесных» закономерностях функционирования разума *per se*, а в исторических особенностях развития того или иного лингвокультурного сообщества. Различия могут быть связаны с геоклиматическими условиями ареала, на котором формировалась этнокультурная общность; с различной значимостью определенных концептов для жизни людей определенного культурного сообщества или с концептуальными лакунами.

Социальное сопоставление ориентировано на сравнение дискурсов, объединяемых по различным социальным критериям. В рамках этого подхода выделяются идеологическое, идиолектное и гендерное сопоставление.

Идеологическое сопоставление призвано выявить особенности использования метафоры сторонниками разных идеологических взглядов, приверженцами различных методов решения политических проблем. Исследовательские процедуры по идентификации сторон дискурсивного противостояния определяются двумя критериями: 1) принадлежностью к определенному политическому объединению (политическая партия, идеологическое течение и т.п.); 2) отношением к определенной насущной проблеме без акцентирования внимания на принадлежности субъектов дискурсивной деятельности к определенной политической общности (сторонники / противники / индифферентные / не определившиеся с мнением и т.д.).

Идиолектное сопоставление направлено на изучение метафоры, актуализированной отдельными политиками и другими личностями — субъектами дискурсивной деятельности. Выделено два основных типа идиолектного сопоставления: собственно идиолектное и идиолектно-групповое.

При собственно идиолектном сопоставлении сравниваются метафоры отдельных политиков, а потом делаются выводы об общем и специфичном в их метафорических идиолектах. При идиолектно-групповом сопоставлении результаты идиолектного анализа метафоры сопоставляются с метафорическими образами, присущими определенным политическим общностям.

Гендерное сопоставление политической метафоры основывается на двух основных подходах: субъектно-дискурсивном и объектно-дискурсивном. Первый подход направлен на изучение влияния мужской и женской картины мира на метафорическую концептуализацию политики в дискурсе СМИ. Исследования этого рода направлены на выявление гендерного характера агрессивности политической метафоры и демонстрацию того, что конфронтационные метафоры не оставляют возможности для поиска консенсуса и компромисса, столь необходимых в сфере политики. В качестве решения проблем предлагаются другие, менее конфронтационные метафорические модели. Различия в оценочных смыслах, которые привносит метафорическая проекция из гендерной модели на политические отношения, не только укоренены в общественном сознании, но и соотносятся с культурными ценностями определенного сообщества.

Объектно-дискурсивный вид сопоставления связан с изучением различий в метафорическом представлении политиков-мужчин и политиков-женщин. В этом аспекте феминистские исследования высвечивают еще одно следствие из доминирования «мужских» метафор в политическом дискурсе: такие метафоры воспроизводят в общественном сознании представление о политике как о мужском деле, в котором не остается места для женщин-политиков.

Диахроническое сопоставление охватывает вопросы исторического развития системы политических метафор. В круг вопросов диахронического сопоставления входит изучение архетипичности и вариативности.

Первое свойство выражается в том, что система политических метафор имеет устойчивое ядро, не меняется со временем и воспроизводится в политической коммуникации на протяжении многих веков. Второе свойство отражается в вариативности уровня метафоричности и доминантности отдельных метафор в политическом дискурсе.

В диахроническом исследовании выделяется континуальный и дискретный анализ. В первом случае исследуется диахроническая вариативность метафоры, задействованной за выбранный период времени. Этот подход может применяться в тех случаях, когда продолжительность выбранного периода времени не очень велика. Дискретный анализ используется в тех случаях, когда рассматриваемый период настолько велик, что приходится делать выборку метафор из отдельных периодов.

Важным методом диахронического анализа является фрагментация дискурса, т.е. разделение периода времени на определенные сегменты, показатели которых планируется сопоставлять. Фрагментация бывает равномерной и фокусной. При равномерной фрагментации временной отрезок делится на равные части, называемые шагом фрагментации. Сопоставление данных из разных сегментов позволяет получать новые данные о диахроническом функционировании метафоры. Особый интерес представляют сопоставления данных, полученных на одном и том же материале, но с применением разного шага фрагментации. При фокусной фрагментации разбиение временного периода связано с определенными политическими событиями, а шаг фрагментации не привязан к хронологии в астрономическом понимании.

Предметом **мультимодального** сопоставления политической метафоры являются семиотические закономерности функционирования невербальной метафоры и ее взаимосвязи с вербальным пластом политических образов. В современных исследованиях выделяется несколько методик мультимодального анализа: невербальное сопоставление, вербально-невербальное сопоставление и исследование метафор в креолизованных текстах. Сопоставительное изучение невербальной политической метафоры не только расширяет наши знания о природе политических метафор, но и становится способом верификации постулата о когнитивной природе метафоры, дополняет результаты исследований вербальной метафоры и способствует более глубокому пониманию той роли, которую метафора играет в осмыслении и конструировании политической действительности.

Представленная типология не подразумевает непроходимых границ между выделенными ракурсами дискурсивного сопоставления. С одной стороны, использование одного ракурса сопоставления позволяет исследователю сосредоточиться на более детальном анализе предмета. С другой стороны, синтетический подход позволяет увидеть новые грани и корреляции, которые могут быть недоступны при сопоставительном изучении одного аспекта политической метафоры.

ЛИТЕРАТУРА

1. Баранов А. Н. Дескрипторная теория метафоры. — М. : Языки славянских культур, 2014. 632 с.
2. Будаев Э. В., Чудинов А. П. Метафора в политической коммуникации. — М. : Флинта, 2018. 248 с.
3. Ворошилова М. Б. Кризис сквозь смех: метафорический образ мирового кризиса в русской политической карикатуре // Политическая лингвистика. 2010. № 1 (31). С. 90—94.
4. Чудинов А. П. Очерки по современной политической метафорологии. — Екатеринбург : УрГПУ, 2013. 176 с.
5. Charteris-Black J. Analysing Political Speeches: Rhetoric, Discourse and Metaphor. — Basingstoke : Palgrave Macmillan, 2014. 274 p.
6. Musolff A. Metaphor and Political Discourse. Analogical Reasoning in Debates about Europe. — Basingstoke : Palgrave Macmillan, 2004. 224 p.

А. Б. Бушев
Тверь, Россия

МЕДИАДИСКУРС ПРОТЕСТОВ В ГОНКОНГЕ И ВО ФРАНЦИИ В 2019 ГОДУ

Аннотация. На материале актуальных глобальных медиа рассматривается дискурс политического протеста в Гонконге и социального протеста во Франции, связанный с выступлениями «желтых жилетов». Приводится реакция блогосферы, представляющая журналистику, ориентированную на читателя. Продемонстрирована авторская концепция рамочного анализа дискурса.

Ключевые слова: дискурс-анализ; медиалингвистика; медиатексты; медиадискурс; политический дискурс; СМИ; средства массовой информации; китайский язык; французский язык; протестный дискурс; блогосфера.

A. B. Bouchev
Tver, Russia

MEDIA DISCOURSE ANALYSIS OF PROTESTS IN HONG KONG AND FRANCE IN 2019

Abstract. The paper analyses the discourse of political protests in Hong Kong and social protests in France based upon the portrayal of gilets jaunes. The paper sheds light upon the discourse in traditional media and in blogs, the latter being the reader-focused journalism. The paper is illustrative of the author's conception of discourse dimensions analysis.

Keywords: discourse analysis; media linguistics; media texts; media discourse; political discourse; mass media; Chinese language; French language; protest discourse; blogosphere.

Материалом настоящей статьи являются медийные тексты глобальных англоязычных массмедиа (прежде всего Би-би-си [Hong Kong http]), скомпрессированные до типичных рекуррентных элементов и образцов риторики. Тексты прочитаны при помощи элементов метода дискурсивного анализа. Политическая наука второй половины XX в. была отмечена возникновением и развитием в качестве особой научной дисциплины политического дискурс-анализа (Т. А. ван Дейк, Р. Водак, М. В. Ильин, П. Б. Паршин, А. Н. Баранов, И. Г. Тюлин, В. Н. Базылев). К проблемам теории и методологии политического дискурс-анализа регулярно обращаются публикации журналов «Полис», «Политическая лингвистика», «Современный дискурс-анализ»; научно-практического альманаха «Дискурс-Пи» [например: Ильин 1997; Назаров 2014].

В наших работах на материале политического дискурса нами показана важность номинации явлений в политическом дискурсе, использования клише и штампов как частного случая стереотипии, использования аксиологической лексики, метафорики, эвфемии, повторов, перифраз, сложность дефинитивности терминов, манипуляция фактами, выдача мнения за знания и некоторые другие облигаторные явления политического дискурса [Бушев 2013; Бушев 2015].

Обращает на себя внимание протестный дискурс в Гонконге в рамках противоречий Гонконга и Китая. Известна ситуация авторитарного Китая и демократического Гонконга в рамках «Одно государство — две системы» после британского ухода из Гонконга и передачи его Китаю.

Продемонстрируем разрабатывавшуюся нами теорию рамок анализа дискурса.

1. ФАКТОГРАФИЧЕСКАЯ РАМКА АНАЛИЗА ДИСКУРСА

Это первая рамка любого дискурс-анализа. Здесь мы отвечаем на вопрос, какие факты вызвали к жизни эту совокупность текстов. Протесты против вмешательства материкового Китая выливались в демонстрацию зонтиков, вызванную возможностью выбора или назначения губернатора Китая. А в 2019 г. спусковым крючком массовых протестов послужило недовольство предлагаемым законом об экстрадиции граждан на китайский материк и их подсудности китайским судам.

СМИ транслируют миф об угрозе демократии на Гонконге, так как Китай — авторитарный режим с Коммунистической партией во главе. Недовольство вызывала и фигура губернатора Гонконга, утратившую доверие большого количества протестующих. Показательно, что гнев протестующих вызвал ее отказ от отставки (*the choice of not resigning*).

Участник протестов — толпы протестующих, одетых в черное. Молодежь, студенчество, покинувшее на два сентябрьских дня аудитории (*black-clad pro-democracy demonstrators*). Люди выходят на улицы (*people take to the streets*). В ответ на мирные протесты звучат слова о том, что налицо злоупотребление правом мирных протестов, производятся аресты. Терпение Пекина истекает (*Beijing patience is running out, the demonstrators exceeded the freedom of assembly*).

Им противостоит полиция, губернатор и странные непонятные бандиты. На улицах регистрируются столкновения (*clashes*). Показательны запреты на протесты в правительственном квартале.

Диапазон действий участников протеста и сил, им противостоящих (*an airport sit-in*), заставляет вспомнить методики ненасильственного протеста Джина Шарпа. Ответом могут являться аресты, использование армии

против протестантов, что обсуждается в массмедиа. Устрашающе действуют пробные армейские учения. Полиция применяет резиновые пули, слезоточивый газ.

2. РАМКА АНАЛИЗА ЯЗЫКОВОГО МАТЕРИАЛА

Показательны заявления губернатора о том, что протесты дают почву терроризму (*protests lay ground to terrorism*). Это развязывает руки — протестантов можно арестовывать. Протесты уподобляются цунами (*protests hit like a tsunami*), игре с огнем (*playing with fire*). Правительство предупреждает (*issues a strong warning of tough response, to arrest people on terrorist charges*).

Посмотрим на семантику номинаций протестов в массмедиа: *Unrest, clashes, riots Illegal mass events, mass protests, hostile interference in sovereign affairs, clampdown, street battles with police, rioters protesters*

Широко освещается, например, тот факт, что компания *Cathay Pacific* увольняет персонал, который является участниками протестов. Однако ее босс вынужден был уволиться: *The chief executive of Cathay Pacific, Rupert Hogg, has resigned in the wake of the protests in Hong Kong*. Обсуждается, насколько протесты мешают бизнесу мультинациональных компаний, насколько они препятствуют повседневной жизни.

Интерес представляет, насколько протестное движение важно для участников, каковы ценности протестантов. Законопроект назван противоречивым (*contraversial bill*). От него предполагается отказаться (*extradition bill to be withdrawn*).

Интересны мнения о причинах протеста. Высказываются и суждения о том, что дороговизна жизни в Гонгоне является причиной протестных действий. Налицо возмущение действиями власти (*resentement, protest*). Это согласуется с фрустрационной и депривационной теориями протеста.

Итак, столкнулись материк и бывшая колония, или особая территория. В 2019 г. похожее можно было наблюдать в Кашмире, где утрата статуса особой территории (предполагавшей конституционный уклад, флаг, покупку земли и собственности в регионе с доминирующим положением мусульман в индуистском государстве) вызывало массовые вербальные протесты.

Подчеркивается постоянство протестов (*7th weekend in a row*), сообщается количество участников протестов: *Paul Loo is also leaving as chief customer and commercial officer.*

Mr Hogg said: "These have been challenging weeks for the airline and it is right that Paul and I take responsibility as leaders of the company."

Mr Hogg warned on Monday staff could be fired if they "support or participate in illegal protests" in Hong Kong.

But the previous week, Cathay Pacific had told its staff it would not stop them joining the pro-democracy demonstrations currently sweeping Hong Kong.

The airline's chairman, John Slosar, said it was time to put "a new management team in place who can reset confidence and lead the airline to new heights".

Cathay Pacific said in a statement that Mr Hogg had been replaced by Tang Kin Wing Augustus and Mr Loo by Ronald Lam.

Hong Kong International Airport has been closed this week in the wake of massive anti-government protests that have paralysed one of Asia's key transport hubs.

3. РАМКА АНАЛИЗА КОММУНИКАНТОВ

В качестве коммуникаторов привлечены лидеры общественного мнения.

China's ambassador to the UK has warned British politicians against interfering in Hong Kong's affairs, amid clashes between protesters and police.

Liu Xiaoming said the UK should "refrain from saying or doing anything that interferes or undermines the rule of law in Hong Kong".

Some British politicians think "their hands are still in the colonial days", he told a press conference in London.

Mr Liu's warning comes days after the Chinese foreign ministry told Foreign Secretary Dominic Raab to stop interfering in Hong Kong's affairs.

He accused some British politicians of viewing Hong Kong as "part of the British empire".

China's Ambassador in London was forthright and uncompromising.

Liu Xiaoming can be relied on by Beijing to deliver strong messages in the clearest of English.

He is proud of having served in London for almost 10 years, since Gordon Brown was prime minister.

Now he is warning that Beijing is ready to intervene in Hong Kong with its own security forces if China judges that necessary "to quell the unrest swiftly".

He is broadening complaints of foreign interference — talking of unnamed "foreign forces" and accusing Britain in particular of interference in what he regards as purely a Chinese internal matter.

British government pressure for substantial dialogue in Hong Kong is simply rejected.

British politicians are dismissed as continuing to live in their imperial past.

But any deployment of Chinese military police or other security forces over the border and into Hong Kong would be a huge and risky step — posing its own threat to the strictly limited autonomy of Hong Kong, which foreign investors and traders still clearly value highly.

4. РАМКА КРЕОЛИЗОВАННОЙ И ПЕРФОРМАНСНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Представлена иллюстрациями, плакатами, карикатурами, мемами и другими текстами, комбинирующими вербальные и визуальные языки. Вот протестантка-девушка несет плакат *Eye for an eye*.

5. РАМКА АНАЛИЗА АРГУМЕНТАЦИИ

Образцы риторики и обвинения в уголовных преступлениях:

Mr Liu questioned whether the government would allow protesters to commit “crimes” in the UK.

“Would the UK allow extremists to storm the Palace of Westminster and damage its facilities and get away with it?” he said.

“Would the UK give permission for attacking police officers with lethal weapons or set fire to police stations without any punishment?”

“Would the UK allow so-called pro-democracy rioters to occupy the airport, obstruct traffic, disturb social order or threaten the safety and people's life and property?”

“Aren't all these regarded as crimes in the UK?”

Mr Liu also condemned unnamed “Western politicians and organisations” for lending “support to violent radicals” and trying to “obstruct Hong Kong's police from bringing the violent offenders to justice”.

“Foreign forces must stop interfering in Hong Kong's affairs,” he said.

“Evidence shows that the situation in Hong Kong would not have deteriorated so much if it had not been for the interference and incitement of foreign forces.”

Activists in Hong Kong have denied that foreign governments are involved in the movement, while observers say the protests have largely appeared leaderless and unpredictable.

Итак, мы видим, что в аргументации китайских высокопоставленных лиц разыгрывается стереотип обвинения во вмешательстве во внутренние дела суверенного государства — весомый аргумент против любого вмешательства в гражданские протесты в любом государстве.

На материале актуальных глобальных медиа рассмотрим дискурс социального протеста во Франции, связанный с выступлениями «желтых жилетов».

Приведем пример работы техник дискурс-анализа при анализе материалов по протестам «желтых жилетов» во Франции. Тексты взяты с новостных сайтов глобальных СМИ. При анализе многочисленных текстов глобальных медиа можно отметить следующие элементы.

1. УЧАСТНИКИ, СОЦИАЛЬНАЯ РЕПРЕЗЕНТАТИВНОСТЬ, ИХ СВЯЗЬ С ПРОФСОЮЗАМИ, ПАРТИЯМИ

Le ministre de l'intérieur, Christophe Castaner, a annoncé qu'il y a eu 106 301 manifestants dans toute la France, contre plus de 280 000 la semaine dernière. Il y a eu plus de 1 600 actions menés par les “gilets jaunes”, selon M. Castaner.

Многочисленна статистика выступлений по типу вышеприведенной, со ссылками на данные министерства внутренних дел. Количество участников указано с точностью до человека.

При анализе указывается социальная база протестантов:

The movement cuts across age, job and region. It includes members of the working and middle classes, all affected by the higher cost of living in France.

Из уст рядового француза дается такая характеристика участников и их положения:

Claude Rigolet tells the BBC his income has dropped by almost a fifth since 2000, and has stopped him from eating out or going on holiday in the summer.

“Everything is more expensive,” the retiree from Reims says. “Taxes are going up — housing, heating costs, cars. Everything is going up.”

Natacha Perchat agrees. The cleaner from Reims says that the fuel tax was “the straw that broke the camel's back”.

“They [the government] are hitting the little people hard”.

2. ЭВФЕМИСТИЧЕСКИЕ НАЗВАНИЯ ВЫСТУПЛЕНИЙ ПРОТЕСТА

French President Emmanuel Macron is meeting trade unions and employers' organisations, in a bid to defuse weeks of unrest in Paris and other cities.

France has seen four weekends of violent protests against fuel tax rises, living costs and other issues.

Monday's meeting comes ahead of a TV address in which he is expected to announce measures in response.

3. ТРЕБОВАНИЯ

But protests have also erupted over other issues, including calls for higher wages, lower taxes, better pensions and easier university entry requirements.

Показательна «сытость по горло» обещаниями:

“We are fed up of hearing promises from politicians. The French don't believe in them any more.”

Требования вызваны описанием положения работников:

Freddie Bouvier, a truck driver from Beauvais in northern France, is one of thousands of “yellow vest” protesters rallying against President Emmanuel Macron and his government. “Mid-month we have to use gift vouchers for our children to buy food. This can't go on. We don't live, we survive. It's a scandal.”

Явственно возмущение социальной несправедливостью (*seek social justice*):

The movement's core aim, to highlight the economic frustration and political distrust of poorer working families, still has widespread support.

4. ДЕЙСТВИЯ

Манифестации и хаос на улицах (*clashes, chaos*), столкновения с полицией (*riot police*), вызванные повышением цен на топливо и удорожанием жизни (*to cope with utility bills and fuel taxes*).

Поражает количество вышедших на демонстрации, их организованность

About 136,000 "yellow-vest" protesters took to the streets on Saturday. More than 1,200 were taken into custody.

Активность желтых жилетов сопровождается поджогами и грабежами, блокировкой дорог:

The capital Paris was particularly badly hit, with windows smashed, cars burned and shops looted, as 10,000 people took part in demonstrations.

Органы внутренних дел приводят статистику пострадавших и всецело связывают ее с протестантами:

Plus de 3 000 policiers sont mobilisés à Paris et dans les communes limitrophes. Le ministre de l'intérieur, Christophe Castaner, a appelé à la « responsabilité des organisateurs » alors que les actions des « gilets jaunes » depuis une semaine ont fait deux morts, 620 blessés parmi les manifestants dont 17 graves et 136 blessés parmi les forces de l'ordre dont trois graves

Тысячи полицейских выведены властями на улицы, показательно закрытие символических объектов во французской столице, известны граффити на символических объектах, битые витрины. Описываются официальные меры: *tear gas, water canons, riot police*.

Описываются и непосредственные ответные несиловые действия властей:

Le président de la République, qui a déjà annoncé l'abandon de la hausse de la taxe carbone, s'adressera à la Nation lundi soir, à 20 heures, lors d'une allocution télévisée, pour répondre à la colère qui s'exprime depuis le 17 novembre.

5. РОЛЬ ИНТЕРНЕТА

Показательно, что протесты обсуждаются в электронной среде. Блог-платформы, их доступность сделала публикацию в Сети обычным делом.

Social media, and in particular Facebook, is at the core of the demonstrations.

While these pages have come to prominence in recent weeks, so-called "angry groups" have been appearing on Facebook since January this year.

There are such groups for regions across the nation — spaces for people across the political and economic spectrum to share their local grievances.

Роль сетей в информационном обществе сводится и к проблематике горизонтального взаимодействия и координации в условиях полицентричного общества, и к антиистеблишментской деятельности и формам протестной активности. Показательно, что эти коммуникативные потоки очень интересны с языковой и коммуникативной точки зрения.

6. ОЦЕНКИ ВЫСТУПЛЕНИЙ ВЛАСТЯМИ

Оценка из уст официальных лиц как *катастрофа* (to turn this *crisis* into something less than a full-blown *disaster*).

Finance Minister Bruno Le Maire described the situation as a "catastrophe for businesses" and the economy.

7. МАРГИНАЛИЗАЦИЯ УЧАСТНИКОВ

"All demonstrations get a bit violent," Mr Bouvier says. "But the troublemakers are the result of the way we have marginalised people. Today they live on benefits and trafficking, stealing. And this is how they express their anger at the system."

8. УДАР ПО ИМИДЖУ ПРЕЗИДЕНТА

Отметим неожиданность выступлений протеста для элитарного президента Макрона:

The moment must be distressing for President Macron. He is a man who has spent his life receiving nothing but praise and plaudits. He was the princeling prodigy, who would use his exceptional personal gifts to save France. How must it feel now to know there are crowds baying for your head, or to see graffiti on Paris walls saying "Hang the King."

He has been criticised for being out of touch and not listening to the struggles of ordinary people.

Недовольство президентом выражается метафорически:

"Emmanuel Macron didn't want to listen to us?" she says. "We're proving to him that we are not puppets swallowed under an avalanche of taxes, but citizens."

Показательна ирония по отношению к президенту

His famous "au même temps" (at the same time) catchphrase — which lets him pretend that everything and its opposite is possible as long as you say it charmingly enough — is being stretched to breaking point.

Критика президента звучит даже из лагеря его сторонников.

9. ОТВЕТНЫЕ ДОЛГОСРОЧНЫЕ МЕРЫ ВЛАСТИ

He must know that his address on TV will have to contain real, fast-acting measures to put money in protesters' pockets. "Let them eat a deferred rise in fuel-tax," is no longer going to work.

Эти меры нацелены на улучшение положения «рядового француза».

10. ПЕРСПЕКТИВЫ ДЕБАТОВ ВО ФРАНЦУЗСКОМ ОБЩЕСТВЕ:

Mr Macron was meeting representatives of five major trade unions and three employers' organisations, as well as local officials.

Оценим также и то, что мейнстримовые СМИ предоставляют слово критикам власти.

Посмотрим теперь на тексты блогосферы.

Что такое нужность, ориентированность на читателя, актуальность и интерактивность прессы — можно посмотреть на сайте Би-би-си в материалах о забастовке во Франции.

Вот сам медийный материал. Представлена информация об участниках происходящего на наших глазах антиправительственного протеста. Это материал и о том, чем грозят протестные акции. Это в том числе и информация, актуальная для читателя — об отмене поездов в связи с забастовкой. Это информация с перекрестными ссылками на сайты:

The website that measures car traffic around the capital recorded about 420km (260 miles) of jams at rush hour.

Все подчинено интересам путешественников — вот гиперссылка:

How this could affect your train journey (in French)

Есть информация и о других бастующих.

Дается анализ возможного хода событий — уже не фактография, а аналитический жанр.

Отдельно дается материал о требованиях протестантов.

Обратим внимание на гиперссылки в статье, которые приводят нас к самым ярким событиям французской внутренней политики недавнего прошлого:

French unions strike over labour reforms

Macron launches overhaul of labour laws

Macron's meteoric rise — in-depth analysis

Сообщается об ответных действиях правительства — реальных или ожидаемых.

Посмотрим, как представлены — в интерактивном сегменте материала — точки зрения пассажиров, в которых есть и поддержка, и раздражение:

How have passengers been reacting?

Skip Twitter post by @martine291

So sad and upset I had to cancel my journey to Paris for @NoelGallagher's gig tomorrow night due to big train stike in France.

— *martine (@martine291) April 3, 2018*

Вплоть до сообщения об отмене поездов:

Skip Twitter post by @lejam77

Le train de paris-lille de 7h42 ce matin jour de grève. On dirait que les voyageurs aussi ont fait la grève. #bfmtv #snf pic.twitter.com/KeLkCDdJpA

— *lejam (@lejam77) April 3, 2018*

Skip Twitter post by @KeesvdPijl1

Everybody now knows that inequality has gone too far. Well, here are people fighting to stop that and they deserve our support<https://t.co/ttPaGWQdtK>

— *Kees van der Pijl (@KeesvdPijl1) April 3, 2018*

Очевидна демонстрация реального читателя через «комменты» к текстам, возможность через вербальное поведение, через речевой портрет реального читателя судить о состоянии аудитории. Прочтение блогов на сайтах традиционно печатных некогда СМИ заставляет нас понять фигуру просьюмера. Контент, генерируемый пользователями (UGC), повсеместно модерирован на сайтах онлайн-СМИ.

ВЫВОДЫ

Чрезвычайно интересной проблемой представляется язык дискурса социального неравенства и недопривилегированности, представленный в дискурсе протеста. Язык социального дискурса отражает динамику социальных ценностей в современном обществе. Общественная дискуссия в публичном пространстве глобальных СМИ иллюстрирует весь спектр точек зрения. Многочисленные тексты могут быть компрессированы до ключевых концептов. Применяемые рамки анализа позволяют говорить о языковых, дискурсивно-аргументативных, неязыковых и коммуникативных особенностях политического дискурса.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бушев А. Б. Перспективы дискурсивных медиаисследований // Вестн. ТвГУ. Филология. 2013. № 4. С. 165—176.
2. Бушев А. Б. Дискурс глобальных медиа: оптика исследования // Вестн. ТвГУ. Филология. 2015. № 1. С. 187—195.
3. Ильин М. В. Слова и смыслы: опыт описания ключевых политических понятий. — М.: Рос. полит. энцикл., 1997. 430 с.
4. Hong Kong // BBC News : site. URL: <https://www.bbc.com/news/topics/cp7r8vgline2t/hong-kong>.
5. Назаров М. М. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследования. — М.: Либроком, 2014. 354 с.

Е. В. Вариясова, Д. В. Грамма, Т. Ф. Гришенкова
Сургут, Россия

СОЗДАНИЕ ОБРАЗА ВРАГА В ТЕКСТАХ РЕЛИГИОЗНОГО ДИСКУРСА

Аннотация. Статья посвящена выявлению специфики образа врага в текстах религиозного дискурса. Исследуются особенности репрезентации антиномии «свой — чужой» в материалах экстремистского содержания, представленных на лингвистическую экспертизу. Рассматриваются различные структуры религиозного дискурса: речевые акты обвинения, унижения; специфичный выбор лексики с негативной коннотацией в адрес «отступивших от веры» мусульман; акцентуация ответственности за уклонение от истинного вероисповедания через сложные условные синтаксические конструкции; локальные значения — на уровне точных, детальных изложений преступлений неверных; глобальные значения в выборе тем при конкретизации описаний действий истинно верующих мусульман, а также риторические приемы как средства привлечения внимания к актуальной информации.

Ключевые слова: образ врага; религиозный дискурс; «свой — чужой»; лингвистическая экспертиза; ислам.

E. V. Variyasova, D. V. Gramma, T. F. Grishenkova
Surgut, Russia

CREATION OF THE ENEMY IMAGE IN TEXTS OF RELIGIOUS DISCOURSE

Abstract. The article is devoted to identifying the specifics of the image of the enemy in the texts of religious discourse. The representation features of the antinomy “friend or foe” in the materials of extremist content are investigated. Various structures of religious discourse are considered: speech acts of accusation, humiliation; a specific choice of vocabulary with a negative connotation of Muslims who backtrack from their believes.

Keywords: enemy image; religious discourse; antinomy “friend or foe”; linguistic examination; Islam.

Объектом лингвистических исследований на предмет наличия экстремистского содержания в последнее время нередко становятся лекции и проповеди в аудио- и видеоформате исламской тематики. Подобные материалы передаются при помощи сети Интернет, размещаются в тематических группах или на личных страницах в различных социальных сетях. Основная проблема анализа данных материалов — это поиски факта, доказывающего наличие экстремистского содержания, желательного прямого на то указания. Идентифицирующим признаком при определении экстремистских текстов религиозного характера является агрессивное речевое манипулирование, которое зачастую проявляется через эксплуатацию «образа врага», основной составляющей которой является оппозиция «свой — чужой».

Тоталитарно-религиозный тип оппозиции «свой — чужой» уничтожает «чужое» в образе врага и начинает искать других врагов или «чужих» среди «своих», потому как его существование возможно только в конфликте с «врагом». «В отсутствие „еще более чужих“ наиболее „чужими“ стали инакомыслящие в собственной партии» [Фельде 2015: 85]. Таким образом, для текстов религиозной тематики ислама оппозиция «свой — чужой» реализуется через противопоставление «верный — иноверец/неверный» и «мирный верующий — враждующий герой», «внутренний враг».

Под образом врага следует понимать лицо или группы лиц, которые могут представлять опасность. При исследовании репрезентации образа врага в текстах религиозного содержания экстремистского характера мы опираемся на схему, предложенную Тен ван Дейком «при поляризации „свои — чужие“» [Тен ван Дейк 2013: 133]. А именно, «различные структуры дискурса могут прямо или косвенно использоваться при дискриминации представителей меньшинств или в предвзятом дискурсе о них, как, например, в следующих случаях: синтаксис, лексика, локальные и глобальные значения, речевые акты и риторические средства» [Тен ван Дейк 2013: 132].

Конкретная задача эксперта — исследовать материалы для выявления признаков экстремистской пропаганды, признаков побуждения к каким-либо действиям, направленным против группы лиц какой-либо религиозной или национальной принадлежности. Согласно толкованиям в различных тезаурусах, слово «пропаганда» предполагает воздействие на коммуниканта с целью изменения его взглядов в надлежащем направлении. А следовательно, подразумевает определенное влияние на аудиторию с помощью различных речевых приемов с приоритетной установкой на убеждение, которое можно рассматривать как особый тип побудительной коммуникативной цели.

Так, в представленных материалах имеются высказывания с признаками побуждения к различным действиям. Обратимся к видеозаписи «Начните совершать хотя бы намаз». Видео содержит выступление Ахмада Мединского, который призывает верующих совершать намаз: *Никто из нас не имеет права не читать намаз и потом говорить у меня иман в сердце. Этот человек лжет на Аллаха. Начните совершать хотя бы намаз. Намаз — это основная форма поклонения в исламском вероучении. С лингвистической точки зрения здесь явным прямым призывом является словесная конструкция, содержащая глагол в форме повелительного наклонения — «Начните совершать».*

Видеофайл «Мухаммад абу Марьям-Сунна — История из жизни сподвижников» содержит аудиозапись религиозного выступления. Адресант рассказывает историю из жизни сподвижников. Один из фрагментов содер-

жит следующую информацию: *Если вы любите Аллаха, то следуйте за мной! И тогда Аллах полюбит вас и простит вам ваши грехи. И ты сегодня умудряешься стесняться перед какими-то людьми, которые быть может будут растопкой огня. Ты не можешь проснуться, но когда ты проснешься, кто-то проснется раньше тебя, а кто-то проснется тогда, когда над ним будут уже джаназы читать.* Здесь призыв вводится в текст также открыто — за счет предикации. В качестве смыслового и структурного ядра выступает форма условного наклонения в значении повелительного — «*Если вы любите Аллаха, то следуйте за мной!*». Отмеченные высказывания направлены на формирование мотивации изменения ситуации, формирования установки на необходимость неуклонного следования «жизненной системе ислама».

Видеозапись «*Халид ар-Рашид — Умрите же том, на чем умер Мухаммад*» содержит выступление Халифа ар-Рашида с переводом на русский язык. Один из фрагментов выступления содержит следующую информацию: *Но одна группа из их числа принялась бежать в сторону Медины. Но их встретили женщины со словами „Бежите от смерти на пути Аллаха?“. Мужчины начали оправдываться, говоря: „Убит пророк“. На что женщины ответили: „Так умрите на том, на чем умер он“. Женщины сказали мужчинам: „Так умрите же на том, на чем умер Мухаммад“.* Здесь мы отмечаем негативный речевой акт выражения волесизъявления по отношению к тем людям, которые предают религию ислам при помощи слов с выраженной отрицательной коннотацией и глагола «*умрите*» в форме будущего времени в значении будущего долженствования.

Также имеется скрытый призыв к агрессивным действиям. Это демонстрирует следующий видеоматериал: «*Они сражаются на пути Аллаха*». Видео содержит запись военных действий. На фоне играет песня на иностранном языке. Видеоматериал содержит следующий текст: *Воистину, Аллах купил у верующих их души и имущество в обмен на Рай. Они сражаются на пути Аллаха, убивая и погибая. Кто выполняет свои обещания лучше Аллаха? Возрадуйтесь же сделке, которую вы заключили. Это и есть великое преуспевание!* С одной стороны, прямым призывом является словесная конструкция, содержащая глагол в форме повелительного наклонения — «*Возрадуйтесь же сделке, которую вы заключили*». В данном контексте адресант призывает испытывать верующим радость от сделки с Аллахом: «*Аллах купил у верующих их души и имущество в обмен на Рай*». С другой стороны, так как текст расположен на фоне боевых действий, имеется дополняющий смысл: на визуальном уровне формируется негативная установка (скрытый призыв) — *возрадуйтесь, сражаясь, убивая и погибая*.

Обратимся к видеозаписи «*Шамбольтерпениеджихад*». Здесь мужчина в традиционной мусульманской одежде белого цвета в окружении плачущих мужчин поет следующую песню: *Терпенье, о моя душа! Терпенье, о моя душа! Терпенье, о моя душа! Аллах с нами! Шам зовет меня! Шам зовет меня и кричит от боли „Ах“.* Терпение в моем пути, Терпение в моем пути, Терпение в моем пути от огня, Гурии зовут меня, чтобы Аллах был доволен мной. Я вижу в наши дни неверие усиливается в атмосфере. И я взял свое оружие. И поднял свой флаг. И пошел воевать с врагами. О РАЕ я пою. И пою, и мечтаю. И читаю аяты из Корана. И я встречу в раю мою жену и моих детей. И обниму свою семью и своих братьев.

На фоне исполнителя черный флаг Исламского государства. «Исламское государство» — крупнейшая исламистская организация (запрещена на территории РФ), действующая на территории Сирии и Ирака, провозглашавшая 29 июня 2014 г. «халифат» на подконтрольных ей территориях. Основу флага «Исламского государства» представляет собой квадратное полотно черного цвета. Большинство исламистских организаций используют его, следуя радикальной салафитской установке на установление порядков раннего ислама в том виде, в котором они их себе представляют. Флаг «Исламского государства» легко различить по необычному скругленному начертанию текста на нем. В тексте имеется противопоставление «своих», т. е. «мусульман» и «неверных». В данном дискурсе коммуникативная цель заключается в акцентуации негативного признака: все неверные — это враги. *Враг* — лексема с абстрактной семантикой.

Далее обратимся к содержанию одного из аудиофайлов. Данный файл имеет название на арабском языке и начинается со слов «*О женщинах, когда они находятся в земле куфра...*». Данный отрывок представляет собой такой вид дискурса, в котором функционируют специфические языковые единицы (религиозные термины, религиозные концепты и т. п., представленные в русском языке соответствующими лексическими единицами со специальным религиозным смыслом). Например: *Любой момент, когда ты находишься в земле куфра, даже если ты находишься на работе, если просто кто-то пронюхает, просто пронюхает, что ты на религии Аллаха и что ты якобы исповедуешь экстремистские убеждения, придут прямо к тебе домой, тот мент постучится, прямо к тебе домой, этот наджаса, этот кафир, этот мушрик. Он постучится к тебе домой и пойдет прямо, не вытирая обувь к твоей жене. Если она не откроет, он вызовет ОМОН и будет взламывать квартиру. И он пойдет к тебе домой, когда тебя не будет. И ты ничего не можешь с этим сделать, потому что ты позорный пораженец и трус!* Наряду с религиозными понятиями, используется оскорбительная лексема: «*Мент*» — просторечное название милиционера (полицейского)» [Современный толковый словарь русского языка Ефремовой URL].

Все перечисленные понятия имеют явную негативную оценку и используются для создания образа врага; негативное отношение усиливается самой ситуацией, описываемой в данном высказывании, т. е. враг проникает в дом, к жене, ОМОН взламывает дверь, враг в обуви, не вытирает ноги. На контрасте изображается фигура «мирного» верующего в ислам: «*И он пойдет к тебе домой, когда тебя не будет. И ты ничего не можешь с этим сделать...*». Для характеристики такого верующего используются лексемы с негативным оценочным значением: *пораженец* — исходя из контекста, это слово образовано от слова *поражение* — «Военная неудача, разгром» [Толковый словарь Ушакова URL]. Использование данного понятия является косвенным намеком на

наличие военного противостояния, борьбы. Также используется лексема «трус» — «Человек, легко поддающийся чувству страха» [Толковый словарь Ожегова С. И. URL]. Таким образом, в данном высказывании формируется негативный образ врага с целью возбуждения вражды и ненависти к людям иной, кроме ислама, веры. Также осуждаются и негативно оцениваются действия человека, верующего в ислам, но не разделяющего радикальных взглядов. Далее в данном аудиотексте разъясняется основная цель данного послания: *Так что вот эти слова „Подумайте о своих семьях“... Это вы подумайте о своих семьях. Каким образом вы поступаете с ними, оставляя их, позорите, вы позорите их. Вы даже не можете предоставить им защиту... Если наши семьи гибнут, они сразу же прямоком идут в рай... Ты не можешь предоставить своей жене элементарно защиту от чужого мужчины! И ты что-то разговариваешь здесь про женщин? „Задумайтесь!“ Мы задумались, и наши женщины довольны жить здесь. Пусть здесь будет опаснее, чем там, и то не всегда*. Как следует из содержания данных отрывков, этот текст является ответом или реакцией на высказывания: *«Подумайте о своих семьях»; «Задумайтесь!»* — со стороны осуждающих террористические действия мусульман или иных людей. Реципиенту внушается мысль о том, что, оставляя семью в так называемой «земле куфра», мусульманин позорит свою семью и жену. Этот характерный прием текстов экстремистского содержания называется «речевое агрессивное манипулирование» и реализуется посредством тенденциозного использования негативной информации и запугивания. Для манипулятора важно вначале создать когнитивный или эмоциональный диссонанс (враг, проникающий в жилище), навязать определенный ход размышления, внушить нужную информацию (необходимо бороться, воевать, а не вести мирный образ жизни), а потом снять или успокоить когнитивный или эмоциональный диссонанс (*«Если наши семьи гибнут, они сразу же прямоком идут в рай...»; «Мы задумались, и наши женщины довольны жить здесь. Пусть здесь будет опаснее, чем там, и то не всегда»*). Таким образом, через сложные условно-предикативные синтаксические конструкции акцентируется ответственность за бездействие тех, кто отступает от истинной веры, уклоняется от служения Аллаху.

В тексте аудиозаписи *«Ахмад Мединский — Побуждай»*, представленной на экспертизу, имеются лингвистические признаки возбуждения вражды и ненависти по признакам отношения к религии: *Братья, мы не беждем количеством, нас может остаться один, и вновь зажечься огонь Джихада. И вновь присоединятся сотни и сотни, тысячи и тысячи, миллионы и миллионы моджахедов. Как это произошло с халифатом пророком Мухаммадом саллаллаху алейхи ва саллям. После того, как кафиры думали, что они полностью уничтожили Аллах субхана уа таала посредством малых количеств в разных странах моджахедов на Кавказе, Хорасане, Ираке, Шаме вновь разажет это пламя Джихада, вновь разажет это пламя Джихада на землях Халифата. Пока есть группа, которая сражается на пути куфра, ишааллах будет группа, которая сражается на пути Аллаха. И Аллах даст победу из нас, между нами и вами, о кафиры, даст победу тому, кто более её достоин*. Здесь можно говорить о явном смысле данного дискурса: истинный мусульманин должен всячески проявлять свою любовь к Аллаху и его посланнику (Мухаммеду), должен быть верным исламу и сражаться за него. Обращение в данной аудиозаписи адресовано к группе, которая сражается против неверующих (куфров). Дискурсивный анализ предполагает культурологическую составляющую, которая в данном случае заключается в привлечении экстралингвистических сведений о том, что означает понятие «моджахед» и каково его значение и понимание в современном мире. Особенности современной рецепции данного понятия можно выявить в том числе через ассоциации с данным словом, а также через тот контекст, в котором оно употребляется, например, в современной прессе. Наиболее частотными словами, сопряженными со словом «моджахед», будут «смертник», «террорист», «теракт», поэтому образ мученика может предстать в особом качестве: это тот, кто борется с некими «врагами» (куфрами) и может трактоваться как средство оправдания борьбы против «неверных». Таким образом, данная лексема, какое бы значение она ни имела в религиозном языке («праведник», «святой» и т. п.), воспринимается с отрицательными коннотациями [Методика дискурсивного анализа в лингвистической экспертизе религиозных текстов: особенности применения URL].

Семантический уровень данного отрывка характеризуется контрастностью по принципу «мы — они», которая в данных предложениях имеет смысловую нагрузку, вызывающую отрицательные ассоциации, указывая на конфликтогенный текст, который предполагает наличие или возбуждение оппозиционных отношений между субъектом и предметом речи. К группе «мы» принадлежат те, кто воюет с куфрами. К группе «они» относятся «неверные». Это лексема с абстрактной семантикой, так как нет конкретизации.

Очевидно, что противопоставление групп по отношению к религии в анализируемом материале осуществляется на лексическом уровне через эксплицитные номинации, т. е. через слова с отрицательной коннотацией, такие как *«кафиры полностью уничтожили», «они (моджахеды) взрываются»*. Повтор глаголов *«бежите», «взрываются»* во фразе *«И поэтому вы бежите от них, бежите от них, когда они наступают на вас. И знаете, что когда они взрываются ... (неразборчиво), не взрывается в нем бомба, не взрывается в нем тротил, взрывается в нем иман и любовь к Аллаху субхана уа таала»* усиливают впечатления, негативные эмоции и создают враждебное отношение к группе людей «они — кафиры», которая причиняет физический вред представителям другой группы, «мы — моджахеды».

Негативное оценивание также осуществляется через сравнение этих групп. Во фразах представленного на исследование материала адресант задает риторические вопросы: *«Какой возраст нашего моджахеда?»*, *«Сколько наш моджахед проходит подготовку?»* — и благодаря противопоставлению связывает фразы, подчеркивая преимущества группы «они» по причине более молодого возраста и превосходства в физической подготовке к сражениям: *Какой возраст нашего моджахеда? Возраст нашего моджахеда — от пятнадцати, да-*

же от четырнадцати, до двадцати восьми лет, в то время как вы — кафиры, готовите армию от двадцати до тридцати лет. Сколько наши моджахеды проходят подготовку? Несколько дней, в то время как вы, кафиры, готовите два, три года. В данном высказывании реализуется коммуникативная стратегия формирования негативного образа «неверных». При описании «своей группы» автор пользуется единицами с положительной оценкой, «чужое» описывается негативными оценочными единицами. Таким образом, характеристикой этого метода можно считать однозначное противопоставление плохого и хорошего. Образ врага формируется и на визуальном уровне: враги с ярко выраженными религиозными признаками представлены как носители одного из социальных зол, как агрессоры, от которых необходимо защищаться.

Кроме того, адресант использует не только модель противопоставления по признаку «внутри группы/вне группы», но и эмоциональные установки, которыми люди уже обладают. В создании речевого стереотипа негативного отношения к группе «кафиров» ключевую роль играет слово *ненависть*, которое повторяется несколько раз: *И направляет Аллах субхана уа таала эти осколки, путем любви Аллаха субхана уа таала и ненавистью по отношению к вам. Эти осколки летят к вам из-за ненависти по отношению к вам ради Аллаха субхана уа таала*, усиливая негативные эмоции к группе «кафиры».

В материалах, представленных на лингвистическую экспертизу, неоднократно используются обвинения для принижения статуса «немусульман» и «легитимации дискриминации» (Ван Дейк) со стороны истинно верующих в Аллаха. Возбуждение расовой, национальной, религиозной вражды и ненависти предполагает отрицательную эмоциональную оценку определенной этнической или конфессиональной группы или ее отдельных членов. Признаками возбуждения вражды и ненависти в тексте могут выступать высказывания, являющиеся прямыми, скрытыми или косвенными призывами.

Обратимся к анализу аудиофайла под названием «Абу Джихад. Если вы не выступите в поход, то он подвергнет вас мучительным страданиям и заменит вас другим народом». В названии указана цитата (9 сура Корана, «Покаяние», 39 аят), которая в толковании переводчика Корана Абу Аделя гласит: *Если вы (верующие) не выступите (не выйдете сражаться против врагов Аллаха), (то) накажет вас Аллах мучительным наказанием (и в этом мире и в Вечной жизни) и заменит вас другими людьми (погубит вас и приведет других), (которые будут более покорными Ему и Его посланнику). И вы (своим отказом от усердия на пути Аллаха) нисколько не навредите Ему: ведь Аллах мощен над всякой вещью (и поэтому все, что Он желает, непременно, произойдет)!* (комментарии переводчика заключены в скобки) [Коран онлайн URL].

В контексте последующих доводов, которые приводит автор, данная цитата из Корана является концептуально важной. В первых же строчках обращения следует указание на события в Брюсселе (предположительно указание на террористические акты 22 марта 2016 г. в аэропорту и метро Брюсселя, когда погибли 32 человека и 300 получили ранения различной степени тяжести; ответственность за теракты взяла на себя террористическая организация «Исламское государство», запрещенная в России): *В первую очередь воздаю хвалу Аллаху Всевышнему, Господу Великого трона, за ту милость, которую Он указал нам на днях, и успокоил наши сердца, и обрадовал нас той амалией, которую провели наши братья в самом сердце ихнего логова — логова кафиров и этих преступников. Хвала Ему великая, и я поздравляю с этим прекрасным событием нашу Умму, нашу исламскую Умму*. Приводимый автором факт подтверждает необходимость вражды и ненависти по отношению к неверующим, немусульманам [Словарь исламских терминов и понятий URL].

Отношение автора к предмету речи выражено через наличие определенных оценочных слов и конструкций. Так, мусульмане, истинно верующие названы в тексте *наши братья, наша исламская Умма*, и им автор противопоставляет в тексте не только кафиров (людей, которые отказываются признавать существование, единство и атрибуты Аллаха), но и *братьев из России, которые как будто бы спят, будто бы то, что сейчас происходит с Исламской Уммой, их не касается, как будто бы то, что сейчас происходит из убийств мусульман, из пролития крови, не их дело*. Семантический уровень данного высказывания вызывает отрицательные ассоциации — убийства, кровопролитие. Деструктивные действия представлены в форме утверждения: глаголы настоящего времени, несовершенного вида в данном предложении подчеркивают постоянный характер действий, без указаний на их предел. Так формируется негативный образ врага, которому необходимо противостоять каждому мусульманину.

Следующий аргумент автора коррелируется с приводимой выше цитатой из Корана, вынесенной в заглавие аудиофайла: *Где же мусульмане? Что происходит, где ваша религия? Я обращаюсь к тем, кто оставил нас без поддержки. Верующие никогда не будут спрашивать дозволения, чтобы сразиться. Какие приказы вы еще ждете? Или вы ждете переломного момента, когда кафиры потеряют свою силу?* Семантика данного ряда вопросительных предложений подчеркивает необходимость объединения верующих мусульман для участия в сражении. Повторяющийся глагол *ждете* в форме 2 лица множественного числа «нагнетает» опасность промедления решительных действий. И наконец, следующие прямые угрозы, гласящие о неминуемом наказании в форме условных придаточных предложений: *Если вы не выступите в поход, то Он (Аллах) подвергнет вас мучительным страданиям и заменит вас другим народом. Если не сразитесь с врагом, то Он заменит вас 14-15-летними детьми. Дети 14, 15, 16 лет совершают истишхадии и плачут, когда возвращаются живыми...* Суггестивные конструкции выстраиваются согласно 9 суры Корана (цитата дана выше): человек, отказавшийся отправиться в поход, ослушается Аллаха, нарушает Его запрет, отказывается в помощи Его религии, совершает один из величайших грехов, грозящих не только мучительным наказанием, но даже заменой другим народом, т. е. по сути полным исчезновением. В данном контексте употребляется пример истишхада, или шахида.

«В Исламе этот термин применяется как в отношении свидетеля на суде, так и в отношении верующих, принявших мученическую смерть на войне против врагов, сражаясь во имя Аллаха, защищая свою веру, родину, честь, семью» [Исламский энциклопедический словарь URL]. Далее в тексте следуют высказывания с прямыми признаками побуждения к действию. Во-первых, это императивные конструкции: *У тебя было время присоединиться и не жди, усердствуй же один и не жди. Когда в одиночку обращали кафи́ров вспя́ть, наносили им урон. Опомнитесь, пока вас не постигло наказание»* Во-вторых, формальные языковые маркеры призыва — слова: *пусть, пускай*. *«Пускай никто из вас не оправдывается тем, что я смогу один»*. *«Пускай каждый переживает за себя, что он сделал, чтобы защитить эту религию»*. Учет особенностей коммуникативной ситуации (публичная речь), религиозный контекст (в основе высказывания — концептуальная цитата из Корана), пример с 14-15-летними детьми, выполняющими «кистишадью», — все это позволяет говорить о том, что данные призывы к необходимости действовать носят деструктивный характер, в том числе эксплуатируют понятие «шахид», которое определяется как «пожертвовавший собой за веру, погибший мученической смертью» [Исламский энциклопедический словарь URL].

Таким образом, отношение к представителям как другой этнической группы, так и к мирным верующим — мусульманам как к врагам включает в себя их психологическое неприятие, отторжение, предполагает агрессивность поведения, направленного на дискриминацию или устранение противника. Это проявляется в языке, в системе образов, стереотипов, идеологических шаблонов и штампов. Нарочито используется конфронтационная лексика. В конечном счете «образ тотального врага» строится как абсолютный антипод собственным декларируемым ценностям и идеалам. Все языковые конструкции на синтаксическом уровне (действительный или страдательный залог), лексическом уровне (слова с негативным оттенком), использование неясных и непрямых высказываний, риторические средства (метафора, метонимия, гиперболы, эвфемизмы, ирония), речевые акты обвинения или унижения создают настойчивую авторскую направленность на привлечение внимания как можно большего числа исповедующих ислам, используются в целом для создания поляризации «свои — чужие» в религиозном дискурсе.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ван Дейк Т. Дискурс и власть. Репрезентация доминирования в языке и коммуникации. — М. : УРСС : Книжный дом «ЛИБРОКОМС», 2015. С. 132—133.
2. Исламский энциклопедический словарь. URL: <https://www.rulit.me/books/islamskij-enciklopedicheskij-slovar-read-390442-425.html> (дата обращения: 26.09.2019).
3. Коран онлайн. URL: <https://quran-online.ru/9:39> (дата обращения: 26.09.2019).
4. Методика дискурсивного анализа в лингвистической экспертизе религиозных текстов: особенности применения. URL: <http://kalugads.ru/metodika-diskursivnogo-analiza-v-lingvisticheskoy-ekspertize-religioznych-tekstov-osobennosti-primeneniya> (дата обращения: 27.09.2019).
5. Словарь исламских терминов и понятий. URL: <http://rushist.com/index.php/islam/3586-slovar-islamskikh-terminov-i-ponyatij> (дата обращения: 27.09.2019).
6. Современный толковый словарь русского языка / сост. и ред. Т. Ф. Ефремова. URL: <https://www.efremova.info> (дата обращения: 24.09.2019).
7. Толковый словарь Ожегова С. И. URL: <http://www.ozhegov.org/> (дата обращения: 25.09.2019).
8. Толковый словарь Ушакова Д. Н. URL: <http://ushakovdictionary.ru/> (дата обращения: 25.09.2019).
9. Фельде В. Г. Опозиция «свой — чужой» в культуре : дис. ... канд. филос. наук. — Омск, 2015. 152 с.

А. Г. Василенко
Новосибирск, Россия

ЛИНГВИСТИЧЕСКАЯ ЭКСПЕРТИЗА КОНФЛИКТНЫХ ТЕКСТОВ: ПРЕДСТАВЛЕНИЕ КАНДИДАТОВ НА ДОЛЖНОСТЬ МЭРА Г. НОВОСИБИРСКА («КТО ПОПЫТАЕТСЯ ДОГНАТЬ ЛИДЕРА В ПРЕДВЫБОРНОМ ПЕЛЕТОНЕ?»)

Аннотация. Представлен анализ отдельного предвыборного издания, содержащего информацию о кандидатах на должность мэра г. Новосибирска. Приемы, формирующие текстовую модальность, направляющие читательское восприятие — использование сильных позиций (вынесение в заголовок, графическое выделение), усиление (повтор тем и повтор сем), введение стилистической оппозиции (смена стиля в зависимости от объекта описания), создание положительно заряженного контекста, численный перевес материалов, связанных с конкретным лицом, графические средства выделения.

Ключевые слова: предвыборная агитация; политический дискурс; концептуальные метафоры; функции заголовков; средства акцентуации; политическая мифология; политические деятели; мэр города; лингвистическая экспертиза; конфликтные тексты.

A. G. Vasilenko
Novosibirsk, Russia

LINGUISTIC EXAMINATION OF CONFLICT TEXTS: PRESENTATION OF CANDIDATES FOR THE POSITION OF THE MAYOR G. NOVOSIBIRSK (“WHO IS TRYING TO CATCH UP THE LEADER IN THE PRE-ELECTION PELETON?”)

Abstract. The analysis of a separate election publication containing information on candidates for the post of mayor of Novosibirsk is presented. Techniques that form a textual modality that guide readers' perception are using strong positions (placing in the headline, graphic emphasis), reinforcing (repeating themes and repeating sem), introducing stylistic opposition (changing the style depending on the object of description), creating a positively charged context, numerical preponderance of materials related to a particular person, graphic means of allocation.

Keywords: election campaigning; political discourse; conceptual metaphors; functions of heading; accentuation tools; political mictaphology; politicians; Mayor of the city; linguistic expertise; conflicting texts.

Выборы мэра Новосибирской области послужили информационным поводом для создания множества материалов, которые могут быть охарактеризованы как конфликтный текст. В настоящей статье представлен анализ отдельного издания, содержащего информацию о кандидатах на названную должность. Основная задача — продемонстрировать комплексный подход к анализу конфликтного текста, выявить задействованные лексические, графические, композиционные средства.

Материал: специальный выпуск газеты «НДН» («Наш дом Новосибирск»). Газета зарегистрирована управлением Роскомнадзора РФ по Сибирскому федеральному округу. Регистрационный номер: серия ПИ № ТУ54-00881.

Стоит обратить внимание на то, что это **специальный выпуск** (здесь и далее курсивом выделен цитатный материал, полужирное выделение принадлежит автору), что акцентировано на первой полосе издания. Подзаголовок «Специальный выпуск» (август 2019 г.) размещен сразу после заголовка «Первомайские новости». В тексте **отсутствуют указания на причину:** посвящен ли спецвыпуск выборам либо другим событиям, освещаемым в тексте. На передовице приведены **анонсы** текстов статей, а именно: «Развитие района — это труд людей», «5 лет в Первомайке: что изменилось?», «Первомайскому району — парк-набережную», «Сделать первомайский лучше».

Значительное пространство занимает фотография «Мэр Анатолий Локоть во время рабочей поездки в Первомайский район». Текст статьи: «Мэр Анатолий Локоть: рабочий визит в Первомайский район» занимает нижнюю треть первой полосы.

Лид материала: «рабочий визит мэра Новосибирска Анатолия Локтя в первомайский район состоялся 24 июля. Среди пунктов визита — посещение площадки строящегося детского сада, парка в честь 25 лет победы, а также здания переданной в концессию бани».

Содержание передовицы отражает позитивные изменения, происходящие и произошедшие в Первомайском районе, преимущественно связанные с его благоустройством и улучшением инфраструктуры. Развитие и расширение района (освоение микрорайона строительными компаниями продолжается, он может увеличиться до 10 тысяч человек), строительство новых инфраструктурных объектов («в октябре прошлого года, здесь, в микрорайоне Весеннем была торжественно открыта крупнейшая в Новосибирске школа 214», «рядом со школой строится здание нового детского сада», «строительство еще одного детского сада за счет бюджета города» и т. п.). Текст создает благоприятное впечатление, ощущение позитивных изменений, связанных с развитием и модернизацией района. Неоднократно подчеркивается рабочий характер визита мэра. В то же время мы можем говорить о том, что он становится ключевой фигурой в организации текстового пространства пере-

довицы издания: фотография «мэра Анатолия Локтя» занимает центральное положение на листе передовицы, также он присутствует на фотографии возле строящегося здания. Логичным выглядит неоднократное упоминание мэра при описании его рабочей поездки: формулировка «мэр Анатолий Локоть» с некоторыми вариациями повторяется в тексте передовицы 5 раз, она вынесена в сильную позицию (заголовок), выделена графически (красным цветом), также в тексте статьи дважды использовано словосочетание «глава города», а четверть текста занимает цитата его слов. Позитивные изменения, происходящие в районе, оказываются соотнесены с конкретной фигурой, подчеркивается как глобальность этих изменений (*крупнейшая в Новосибирске школа*), так и их благоприятность для граждан (строительство детского сада «*за счет бюджета города*»).

Таблица 1. Частотность упоминаний мэра Анатолия Локтя на 1 полосе

Анатолий Локоть	«мэр Анатолий Локоть» — 5 (в том числе заголовок, где данное словосочетание дополнительно выделено графически (красный цвет), и подпись к фотографии); «глава города» — 2. Фотоматериалы — 2. Цитатный материал — 1 цитата общим объемом 290/336 знаков (здесь и далее возможны незначительные погрешности в пределах 1—5 знаков колебания в статистических расчетах. — А. Г.).
-----------------	--

Продолжение материала приведено на второй полосе (рубрика «Жизнь района»): около 50 % полосы занимают фотоматериалы, иллюстрирующие как ход рабочего визита (ср. «*Мэр проверяет ход работ в сквере в честь 25 лет победы*»), так и работы по благоустройству района. Связанный контекст отражает позитивные изменения, произошедшие и происходящие в районе: набережная, которая «*смотрелась бы украшением*», «*великолепный вид на реку*» со сквера; благоустройство объекта, на которое было выделено 17,4 млн рублей; смотровая площадка с ночным освещением — «*объект уникальный не только для Первомайского района, но и для Новосибирска в целом*» и пр.

Таблица 2. Частотность упоминаний мэра Анатолия Локтя на 2 полосе

Анатолий Локоть	«мэр Анатолий Локоть» — 4 (в том числе заголовок, сильная текстовая позиция, где данное словосочетание дополнительно выделено графически — красным цветом); «глава города» — 2; «руководитель города» — 1; «мэр» — 4. Фотоматериалы — 2. Цитатный материал — 4 цитаты общим объемом 677/800 знаков.
-----------------	--

Статья демонстрирует положительные изменения, в которых заинтересованы разные социальные группы; проекты — строительство детских садов и школ, проект благоустройства набережной р. Иня, мост через Иню, благоустройство сквера в честь 25 лет Победы, банный комплекс, переданный в концессию, — охватывают максимальную аудиторию.

Третья полоса посвящена выборам мэра Новосибирска.

Отсутствует категория авторства, что скорее нетипично для публицистического текста.

Заголовок: *Выборы мэра Новосибирска: кто попытается догнать лидера в предвыборном пелетоне?*

Лидер «1. Глава, руководитель политической партии, профсоюза и т. п. *Лидеры парламентских фракций. Лидеры социал-демократической партии.*

2. Лицо, идущее первым в каком-л. состязании. *Лидер шахматного турнира.*

3. Мор. Устарелое название легкого крейсера или эскадренного миноносца, идущего первым в кильватерной колонне» [МАС].

Догнать «1. **Настичь** кого-, что-л., **поравняться** с кем-, чем-л. движущимся **вперед**. || перен. Поравняться с опередившим в успехах, достижениях и т. п. 2. Заставить двигаться до какого-л. места. Догнать стадо до пастбища» [МАС].

Попытаться, «сов. к **пытаться**. Делать попытку, стараться, пробовать что-л. сделать» [МАС].

«**Пелетон**, а, м. *peleton m. клубок; ком; кавалерийский взвод. спорт. Передовая группа в велогонках. Впереди велокаравана движется пелетон. Спортсмен, находящийся в пелетоне, имеет преимущество: на финишном участке пути ему легче бороться за победу, поскольку не нужно выбираться из середины или хвоста основной группы, чтобы обеспечить себе свободу действий*» [Исторический словарь галлицизмов русского языка URL].

В тексте заголовка акцентирована ситуация соревнования («попытается догнать», «пелетон»), что выводит на первый план второе значение слова «лидер» («лицо, идущее первым в каком-л. состязании»). Использование лексической единицы «пелетон» предполагает наличие некоторой «передовой группы» лиц — участников события. «Попытаться догнать» — акцентировано не только наличие отрыва между участниками (возникновение самой необходимости **догонять** лидера); глагол «пытаться» содержит в своей семантике неуверенность в достижении результата, возможность неудачи (см. *Попытка — действие, направленное на осуществление или*

достижение чего-л., **но без полной уверенности в успехе** [МАС]). В тексте отсутствует указание на источник информации о распределении позиций участников (лидер), в то же время лидер **напрямую** не назван (к этому моменту мы вернемся позднее). В тексте заголовка ситуация наличия лидера («лидер», «догнать», «пелетон») выделена **неоднократно**.

Лид: *Городской совет депутатов Новосибирска назначил дату выборов мэра — 8 сентября. Фактически уже месяц идет избирательная кампания. Желающих побороться за пост главы города по данным избирательной комиссии оказалось аж 20 человек. В выборах намерены участвовать представители самых разных партий, с очень разнообразными идеологическими платформами и своим видением развития Новосибирска на ближайшие пять лет.*

Комментарий к лиду. Названа дата выборов. Обозначено число участников. Контекст содержит лексические единицы, требующие некоторого комментария.

«**Желáющий**, 2. в знач. сущ. желáющие, -их, мн. Те, кто желает получить что-л., принять участие в чем-л.» [МАС].

«**Оказалось, см. оказаться**

2. Найдись, быть налицо» [МАС].

«**Аж, частица и союз. Прост.**

1. усилительная частица. То же, что даже.

2. союз. Так что, что даже (употребляется при придаточных предложениях следствия)» [МАС].

«**Аж**

1. DEF: даже

2. DEF: в большем количестве или в большей степени, чем обычно бывает или ожидается. В этом году мы учимся аж до 31 декабря//; Он свою жизнь распланировал аж на 10 лет вперед//; А в тот год наоборот/ жара была аж 40 градусов! // Холодно аж до мурашек//; Аж до Канады добрались! (Записи устной речи, 2005—2012)» [Толковый словарь русской разговорной речи 2014: 39].

В тексте присутствуют разговорные конструкции: «*аж 20 человек*» (частица *аж* маркирована в словаре пометой «просторечное»), «*очень разнообразные*» (речевая ошибка — тавтология).

Первый абзац: *Напомним, что предыдущие выборы мэра Новосибирска стали знаковым явлением современной политической системы нашей страны. В беспрецедентной борьбе 6 апреля 2014 года, с результатом 43,75 % голосов избирателей, победил кандидат от КППРФ Анатолий Локоть. Нарушив, тем самым, многолетнюю монополию представителей «Единой России» на руководящие должности крупнейшего муниципально-образовательного образования страны. Несмотря на кризисные явления в экономике и социальной сфере, сокращение реальных доходов населения, нарастающее санкционное давление и связанные с ним бюджетные ограничения, город Новосибирск под руководством мэра-коммуниста не только не остановился в своем развитии, но стал заметной точкой роста на карте России. Накопленный опыт управления городом Новосибирском, успешное решение сложнейших социально-экономических городских проблем предопределили решение обкома КППРФ — Анатолий Локоть выдвинул свою кандидатуру на второй срок. Помимо партии действующего градоначальника поддержали ветераны, профсоюзы, многие общественные организации.*

В первом абзаце представлена победа А. Локтя на предыдущих выборах. При помощи **описательных конструкций** (нет указаний на конкретные события и факты, используются максимально абстрактные формулировки, канцеляризм) обозначены достигнутые результаты («*город не только не остановился в своем развитии, но стал заметной точкой роста*»), «*успешное решение сложнейших социально-экономических городских проблем*»). Подобная смена речевого регистра резко **контрастирует** с текстом лида.

Дальнейший анализ представлен в таблице 3.

Таблица 3

Языковые, композиционные и стилистические средства, участвующие в формировании образа кандидатов

	А. Локоть	Не А. Локоть
лид		« <i>аж 20 человек</i> », « <i>очень разнообразные</i> » (тавтология) — разговорная лексика, речевая ошибка.
1 абзац	« победил в беспрецедентной борьбе », <i>Беспрецедентный, не имеющий примера в прошлом; беспримерный, небывалый</i> [МАС]. Можно выделить следующие компоненты значения: Победа как результат борьбы — победа, заслуженная в борьбе Беспрецедентная борьба — уникальная, небывалая. « нарушив многолетнюю монополию на руководящие должности крупнейшего муниципального образования страны» Подчеркивается ситуация противостояния (<i>нарушив монополию</i>)	

	А. Локоть	Не А. Локоть
1 абзац	<p>Прилагательные демонстрируют масштабность события как за счет лексического значения (<i>многолетняя</i>), так и в результате использования грамматических средств (формообразующий, суффикс <i>-ейш-</i> не только образует форму превосходной степени прилагательного, но и вносит значение предельной степени качества, т. е. имеет значение «очень», «весьма»).</p> <p>Противительный союз «несмотря на» (вопреки чему-л., невзирая на что-л.) также подчеркивает процесс противостояния мэра обозначенным силам, развивает семантику «борьбы», выявляет значимость полученных результатов на фоне преодоленных трудностей.</p> <p>Перечислены негативные явления в социальной и экономической сферах: «кризис в экономике и социальной сфере», «сокращение реальных доходов населения», «санкционное давление», «бюджетные ограничения». Показаны два варианта развития событий: «остановился в развитии», «стал заметной точкой роста на карте России». Синтаксическая структура задает сложную систему логико-смысловых отношений: несмотря на *«трудную ситуацию», не только *«не произошло остановки в развитии», но и *«стало лучше» (благодаря) действиям мэра-коммуниста.</p> <p>Названы организации, поддерживающие выдвижение А. Локтя: партия, «ветераны, профсоюзы, многие общественные организации» — указание на выбор многих.</p>	
2 абзац	<p>Дана положительная оценка достигнутой договоренности между «лидером «Единой России» в Новосибирской области губернатором Андреем Травниковым и первым секретарем обкома КПРФ, мэром Новосибирска Анатолием Локтем»; среди положительных результатов обозначена совместная работа «на развитие города и области».</p> <p>Продемонстрировано умение А. Локтя выстраивать партнерские отношения даже с политическими оппонентами («принципиальный соперник»)</p>	*Подобных договоренностей в настоящее время не достигнуто
3 абзац		<p>Выборы для Е. Лебедева представлены не как цель, а как средство: «несмотря на активную избирательную кампанию не скрывает, что ведет агитацию с прицелом на выборный цикл следующего года». Депутат показан как человек, не заинтересованный в развитии города, рассматривающий выборы в качестве пиар-компания (что отчасти списывается на интересы партии: «ЛДПР к ним готовится особенно активно»).</p>
4 абзац		<p>Выдвижение В. Козодоя представлено как «хороший повод окончательно не потеряться на фоне новых, более молодых и активных политиков», подъем рейтинга партии. Спорной для восприятия информацией выступает отсылка к политической деятельности. «За свою долгую политическую карьеру Виктор Иванович успел сменить много политических партий». В качестве положительной оценки это может свидетельствовать о богатом опыте, в качестве негативной — о непоследовательности и изменчивости политических взглядов.</p>

	А. Локоть	Не А. Локоть
5 абзац		Информация о возможности выдвижения кандидатов непарламентских партий «без сбора подписей» вынесена в конец абзаца — сильную текстовую позицию.
6 абзац	«Увольнение из мэрии многие наблюдатели объясняли именно накопившимися претензиями мэра Локтя к своему заму». В контексте действия представлены как правильные, в то же время информация оформлена при помощи показателей авторизации — «некоторые эксперты». Это не только повышения градуса доверия к приведенной информации (эксперт), но и снятие ответственности (нет возможности проверить достоверность предоставленных данных)	еще один «экс»; «С именем последнего связывают регулярную критику состояния дорожного фонда города и уборки улиц». Приоритеты расставлены следующим образом: «Выполнению свои должностных обязанностей Сафиуллин предпочел политическую карьеру, хотя раньше ни в „Родине“, ни в выборах замечен не был »
7 абзац		Акцент сделан на выход из партии: <i>Стоит отметить, что в парламент области Дарья избиралась от уже упомянутой ЛДПР. Но, продолжая оставаться депутатом, вышла из этой партии, решив участвовать в кампании уже под знаменами экологов</i>
8 абзац	<i>строит свою кампанию в основном на критике действующего мэра Анатолия Локтя</i>	Кампания Н. Пинус представлена в сопоставлении с действиями будущего мэра. Отмечается участие «во всех более-менее значимых акциях протеста». Как связанные друг с другом представлены данные о налоговой декларации кандидата и расходами на кампанию, за счет сопоставления в одном контексте и использования ЛЕ (<i>примечательно</i>)
10 абзац		«представители партий, названия которых большинство избирателей видит впервые в жизни», «совершенно экзотичная»
12 абзац		Метатективные элементы — показатели авторизации и достоверности: « Социологи и политологи скептически оценивают шансы большинства кандидатов », «узнаваемость избирателями Новосибирска находится на уровне статистической погрешности». СКЕПТИЧЕСКИЙ, -ая, -ое. 2. Проникнутый скептицизмом (во 2 знач.). СКЕПТИЦИЗМ, -а, м. 2. Критически-недоверчивое отношение к чему-л.
13 абзац		Поддержка парламентских кандидатов представлена в тексте статьи как результат известности бренда партии
14 абзац	Ссылка на авторитет: <i>многочисленные социологические опросы. Уверенное лидерство — «качественная оценка», статистические данные: около 60 процентов респондентов. И около половины опрошенных готовы поддержать его на выборах</i>	
15 абзац		Вновь меняется стилистика повествования, разговорные элементы, как и в лиде («дело наживное», «активнее крутить педали»). Данный абзац окончательно упорядочивает представленную автором систему кандидатов: согласно ей, А. Локоть — «уверенный лидер», тот, кого можно «попытаться догнать», «если активнее крутить педали», за ним, не вместе, не в рамках одной группы.

	А. Локоть	Не А. Локоть
15 абзац (продолжение)		Официальный стиль характерен для представления событий и фактов, связанных с фигурой действующего мэра. Разговорные элементы появляются при представлении других кандидатов как группы, старающейся догнать «лидера» гонки.

Количественный критерий

Общий объем текста: 6761/7762 знака. **Объем текста, связанного с А. Локтем:** 2174/2472. Это абзацы 1, 2, 14; контексты из абзацев 6, 7, 15 («Увольнение из мэрии многие наблюдатели объясняли именно накопившимися претензиями мэра Локтя к своему заму»; «*на критике действующего мэра Анатолия Локтя*», «*Несмотря на такие высокие показатели поддержки лидера, у оппонентов Локтя*»).

Почти **треть текста** тем или иным способом связана с деятельностью действующего мэра Новосибирска. Привлекая контекст, другие статьи, опубликованные в настоящем издании, мы можем отметить, что упоминаемость еще более высока (см. анализ 1 и 2 полосы)

Графические средства акцентуации

Отдельно вынесен и акцентирован (выделение красным цветом, расположение в структуре текста) следующий контекст: *напомним — выборы главы города пройдут 8 сентября. И на плечи того, кому отдадут свои голоса большинство новосибирцев, ляжет нелегкая ответственность — руководить развитием Новосибирска в ближайшие пять лет.*

Фрагмент оформлен в виде вноски. Акцент сделан при помощи выделения красным цветом. Это не только напоминание избирателю (скрытое обращение: глагол «напоминать» всегда предполагает адресованность — «напомнить кому? о чем?»). Это проспективное представление с позиции будущего мэра: *нелегкая ответственность — руководить развитием Новосибирска в ближайшие пять лет.*

Важно отметить композиционное расположение. Будучи результирующим, отсылающим нас в будущее (дню выборов, дню, когда мэр будет выбран), фрагмент переключается с финальной частью статьи. Разрывая абзац, связанный с высокой оценкой социологами и гражданами деятельности «действующего мэра-коммуниста», фрагмент встраивается в эту структуру за счет соположения частей.

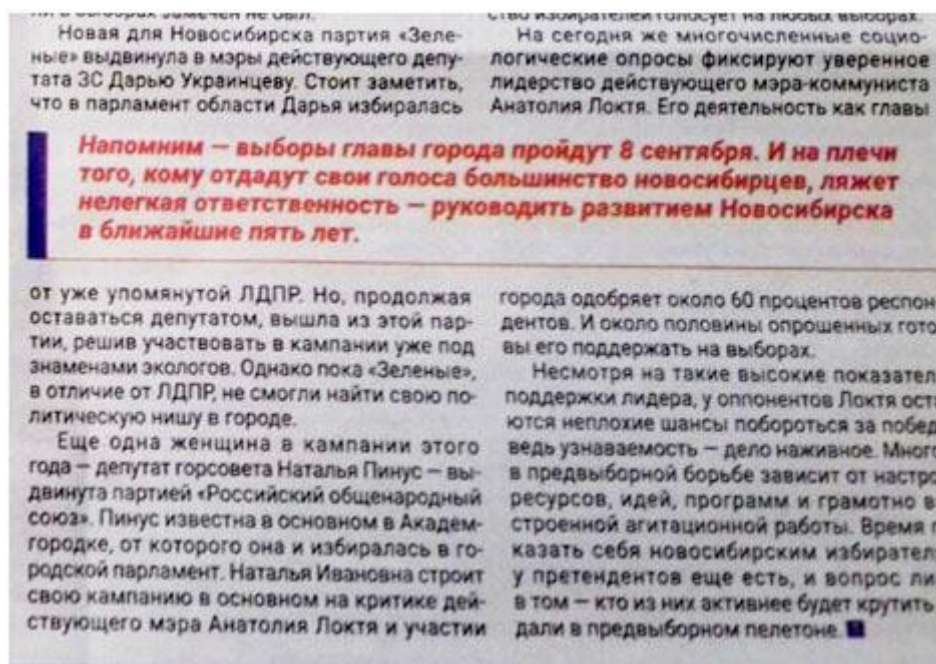


Рис. 1. Графика как элемент воздействия в конфликтном тексте.

Заключение

Использование сильных позиций (вынесение в заголовок, графическое выделение), усиление (повтор тем и повтор сем), введение стилистической оппозиции (смена стиля в зависимости от объекта описания), создание положительно заряженного контекста, численный перевес материалов, связанных с конкретным лицом, графические средства выделения — приемы, формирующие текстовую модальность, направляющие читательское восприятие.

ЛИТЕРАТУРА

1. Арнольд И. В. Семантика. Стилистика. Интертекстуальность. — СПб. : Изд-во С.-Петерб. ун-та, 1999.
2. Ахманова О. С. Словарь лингвистических терминов. — М., 2005.
3. Баранов А. Н. Лингвистическая экспертиза текста: теоретические основания и практика. — М. : Флинта : Наука, 2007.
4. Бринев К. И. Судебная лингвистическая экспертиза по делам, связанным с угрозой // Теоретические и прикладные аспекты речевой деятельности. Вып. 4. — Н. Новгород, 2009.
5. Исторический словарь галлицизмов русского языка. URL: http://www.ets.ru/pg/tr/dict/gall_dict.htm. — Текст : электронный.
6. Культура русской речи : энциклопедический словарь-справочник / под общ. рук. Л. Ю. Иванова, А. П. Сковородникова, Е. Н. Ширяева. — М. : Флинта : Наука, 2003.
7. Маслова А. Ю. Введение в прагмалингвистику : учеб. пособие. — М., 2008.
8. Новейший большой толковый словарь русского языка / под. ред. С. А. Кузнецова. — СПб. : Норинт ; М. : РИПОЛ классик, 2008.
9. Русская грамматика : в 2 т. — М. : Наука, 1982.
10. Словарь русского языка : в 4 т. / РАН, Ин-т лингвистических исследований ; под ред. А. П. Евгеньевой. 4-е изд., стер. — М. : Рус.яз. : Полиграфресурсы, 1999.
11. Толковый словарь русской разговорной речи. Вып. 1. — М. : Языки славянской культуры, 2014.

М. Б. Ворошилова, О. А. Адясова
Екатеринбург, Россия

ПРЕЦЕДЕНТНОСТЬ КУЛЬТУРЫ ВИРТУАЛЬНЫХ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ

Аннотация. В статье рассматривается прецедентность как основная характеристика интернет-мемов. Выявляются источники прецедентности, проводится анализ трансформаций прецедентных феноменов в интернет-коммуникации. Делается вывод о роли прецедентности в процессе ретрансляции интернет-мемов.

Ключевые слова: прецедентность; прецедентные феномены; интернет-коммуникация; интернет-мемы; социальные сети.

M. B. Voroshilova, O. A. Adyasova
Ekaterinburg, Russia

PRECEDENCE OF CULTURE OF THE VIRTUAL SOCIAL NETWORKS

Abstract. The article considers precedence as the main characteristic of Internet memes. The sources of precedence are identified and the analysis of transformations of precedent phenomena in Internet communication is carried out. The conclusion about the role of precedent in the process of relaying Internet memes.

Keywords: precedence; case phenomena; Internet communication; Internet memes; social networks.

Под прецедентными текстами понимаются «тексты, значимые для той или иной личности в познавательном и эмоциональном отношениях, имеющие сверхличностный характер, т. е. хорошо известные и широкому окружению данной личности, включая ее предшественников и современников, и, наконец, такие, обращение к которым возобновляется неоднократно в дискурсе данной языковой личности» [Караулов 2010: 216].

Прецедентность является одним из основополагающих признаков такого популярного в последние десятилетия феномена виртуальной коммуникации, как интернет-мемы, наравне с полимодальностью и дискурсивностью, поскольку в основе интернет-мема всегда лежит хорошо известный образ, многократно воспроизводимый в различных контекстах, нередко являющийся стереотипом или определенным культурным знаком данной культуры, данной социальной группы (см. подробнее: [Адясова, Ворошилова, Провкова 2018; Ворошилова, Адясова 2018]). Напомним, что под интернет-мемом мы понимаем код, который определяет рамки современной культуры, нормы и правила, создает новые шаблоны и стереотипы.

Характерной особенностью прецедентности в интернет-коммуникации является реструктуризация известного явления и его обыгрывание на разных уровнях: лексическом, графическом и др. При этом для успешного и быстрого распространения интернет-мема в Сети первоисточник должен быть хорошо известен большей части пользователей, а игровые трансформации должны быть легко выявляемыми.

Обращаясь к вопросу прецедентности в интернет-мемах, отметим, что сам мем с течением времени может стать прецедентным феноменом и послужить основой для создания ряда других. В итоге образ, используемый в интернет-меме, который изначально не относится к прецедентным феноменам, начинает активно тиражироваться и распространяться в интернет-коммуникации и становится узнаваемым среди большого числа пользователей.

Выделим несколько источников прецедентности на конкретных примерах.

1. Аллюзии к художественным произведениям и философским текстам.

Философское утверждение Рене Декарта «Я мыслю, следовательно я существую», трансформированное в соответствующий современности постулат «Я онлайн с телефона, следовательно, существую», дает ироничную характеристику современного человека, погруженного в мир социальных сетей. Само физическое существование человека теперь определяется не столько мыслительной деятельностью, сколько виртуальной активностью (рис. 1).

В другой игровой трансформации легко угадать отсылку к известному произведению В. Гюго «Отверженные». Соединение названия романа и сленгового слова «отфрендить» (в значении «удалить из списка друзей в социальных сетях») на основе семантического ассоциативного отождествления порождает новое слово *отфренженные* — как некое название современного романа об одиночестве в виртуальной реальности (рис. 2).

Исследование выполнено за счет гранта РФФИ №17-03-0756 «Культура виртуальных социальных сетей: формирование и перспективы развития».

© Ворошилова М. Б., Адясова О. А., 2019



Рис. 1

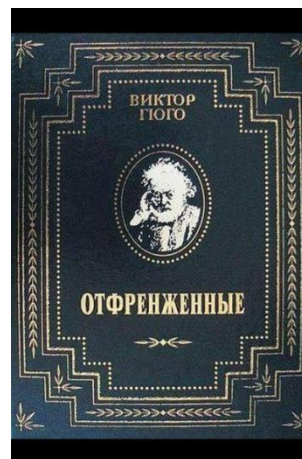


Рис. 2

2. Отсылка к текстам известных и популярных песен (поп-культура).

Например, в меме на рис. 3 прослеживается отсылка к песне Кати Лель «Мой мармеладный», слова которой заменены на популярные в интернет-коммуникации смайлики, сокращения и выражения (*мда, ок* и др.).

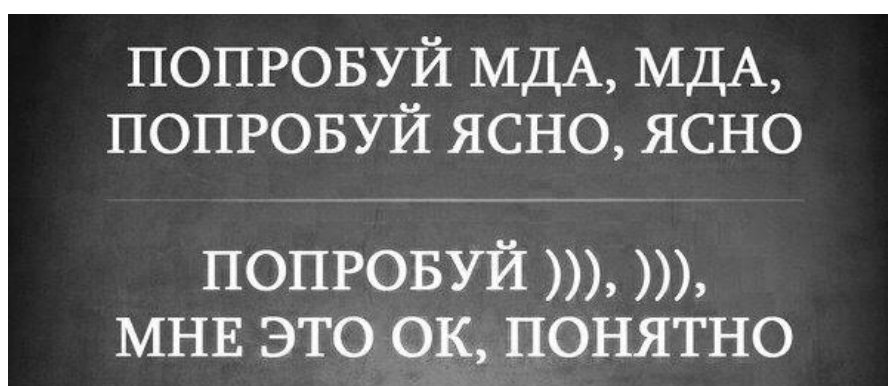


Рис. 3

3. Аллюзии к кинематографу, которые могут быть реализованы по-разному. В частности, в форме «псевдоцитаты» персонажа, сыгранного известным актером и режиссером Сергеем Бодровым (рис. 4), или в виде трансформации крылатой фразы из известного фильма, как на рис. 5 (фильм «Иван Васильевич меняет профессию», реж. Л. И. Гайдай).



Рис. 4



Рис. 5

4. Обращение к библейским сюжетам

Самые популярные и частотные аллюзии к библейским сюжетам связаны с мотивом грехопадения и запретного плода, в качестве которого выступает яблоко. В данном случае образ яблока имеет двойственное значение — как отсылка к библейским сюжетам и как хорошо узнаваемый товарный знак популярной продукции *Apple* (см. рис. 6 и 7). Как правило, аллюзия проявляется на визуальном уровне и передает, с одной стороны, стремление человека XXI в. уйти в виртуальную реальность, с другой — приравнивает виртуализацию жизни и полный уход в интернет-пространство к библейскому грехопадению.



Рис. 6



Рис. 7

Таким образом, можно отметить, что прецедентность играет важную роль в интернет-мемах. С одной стороны, она может выступать в качестве «основания» конкретного мема на семантическом уровне, с другой — формирует изобразительно-выразительное пространство интернет-мемов за счет комического эффекта и различных игровых трансформаций. Обращение к известным и актуальным для большинства носителей языка феноменам обеспечивает реинтерпретируемость и ретрансляцию интернет-мемов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Адясова О. А., Ворошилова М. Б., Провкова А. Б. Интернет-мем как знак культуры виртуальных социальных сетей // Вестн. Пятигорского государственного университета. 2018. № 3. С. 171—175.
2. Асмус Н. Г. Прецедентность интернет-мемов // Слово, высказывание, текст в когнитивном, прагматическом и культурологическом аспектах : материалы VIII Междунар. науч. конф. — 2016. С. 165—168.
3. Ворошилова М. Б., Адясова О. А. Самоирония как базовая стратегия современной интернет-коммуникации: о времена... о авы // Современные социальные технологии работы с молодежью в интернет-коммуникациях : сборник статей III Междунар. науч.-практ. конф. : в 2 ч. / отв. ред. Р. Б. Шайхисламов. — 2018. — С. 121—126.
4. Канашина С. В. Интернет-мем и прецедентный феномен // Вестник Томского государственного педагогического университета. 2018. № 4 (193). С. 122—127.
5. Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность. — М. : Изд-во ЛКИ, 2010. 264 с.
6. Щурина Ю. В. Интернет-мем как прецедентный феномен // Язык в различных сферах коммуникации : материалы Междуна. науч. конф. / под ред. Т. Ю. Игнатовича. — 2014. С. 102—108.
7. Щурина Ю. В. Интернет-мемы как феномены интернет-коммуникации // Лингвистика дискурса. — 2012. Вып. 3. С. 160—172.

Н. С. Громова
Екатеринбург, Россия

ОТ ОСКОРБЛЕНИЯ ДО ЭКСТРЕМИЗМА: ПРОБЛЕМЫ ПРОВЕДЕНИЯ ЛИНГВИСТИЧЕСКОЙ ЭКСПЕРТИЗЫ

Аннотация. В статье рассматриваются проблемы проведения лингвистической экспертизы по делам об экстремизме и предпосылки отсутствия четких границ этой категории правонарушений в связи с последними изменениями в российском законодательстве. Обращается внимание на разные причины существующих проблем, выделяются их формально-правовые и содержательные виды. Характеризуются ключевые сложности в процессе проведения лингвистической экспертизы и определяются возможные пути их решения.

Ключевые слова: экстремизм; лингвистическая экспертиза; оскорбление; законодательная техника; юридические термины.

N. S. Gromova
Ekaterinburg, Russia

FROM INSULT TO EXTREMISM: PROBLEMS OF LINGUISTIC EXAMINATION

Abstract. The article discusses the problems of conducting a linguistic examination in cases of extremism and the preconditions for the lack of clear boundaries for this category of offenses in connection with the latest changes in Russian legislation. Attention is drawn to the various causes of existing problems, their formal legal and substantive types are highlighted. The key difficulties in the process of conducting linguistic examination are characterized and possible solutions are identified.

Keywords: extremism; linguistic expertise; insult; legislative technique; legal terms.

Современная нормативная база представляется достаточно полноценной и систематизированной, существующие акты постоянно обновляются, происходит процесс гуманизации законодательства, однако в практике правоприменения под воздействием постоянно трансформирующихся общественных отношений возникают дилеммы и новые вопросы, что вполне закономерно для любого государства, не находящегося в процессе стагнации. Одним из таких значимых вопросов становится проблема актуализации существующих методов исследований в процессе проведения экспертизы с учетом принципиального изменения содержания отдельных правовых категорий и появления новых.

Проблемы в этой сфере можно разделить на два вида: формально-правовые и содержательные. Первые связаны с отсутствием адекватных правовых предпосылок для разрешения спорных экспертных ситуаций, в частности, это лакуны в законодательстве, полисемичность юридических терминов, смешение профессионального и бытового понимания их содержания и др. Сюда же примыкает проблема, номинируемая Н. Ю. Мартышко проблемой «тупиковых формулировок», когда в одном нормативно-правовом акте (НПА) вместо расшифровки смысла терминологии появляется упоминание иных правовых актов, где должны содержаться дефиниции, что уводит правоприменителя к другим правовым актам, в которых также не содержится детализации содержания искомого термина [Мартышко 2015].

Проблемы второй группы определяются невозможностью решить поставленные перед экспертами и специалистами вопросы в силу ряда объективных методологических причин: при быстрой смене современной правовой парадигмы методические материалы оказываются нерелевантны, так как не отвечают требованиям, предъявляемым к результатам экспертного исследования; расширение или сужение существующих правовых понятий при формировании рекомендаций для специалистов в различных областях с учетом специфики их профессиональных возможностей.

Рассмотрим первую группу проблем. Нужно понимать, что в основе любого исследования лежат единство и системность понятийного аппарата как специального, так и общеправового, который выступает фундаментом в процессе решения поставленной проблемы. Одной из проблемных точек является проведение экспертиз по делам об экстремизме, поскольку камнем преткновения становится сам термин «экстремизм». Действующее законодательство по этому вопросу, к сожалению, является не вполне удовлетворительным.

Рассмотрим содержание Федерального закона «О противодействии экстремистской деятельности», который является отраслевым и теоретически должен содержать обширную дефиниционную часть либо с постатейным комментарием, либо с включением перечня основных терминов в начало акта. В данном случае не применяется принцип постатейной трактовки терминов, и в акте используется более часто применяемый в последние годы принцип — серия дефиниций в начале документа. Спорным моментом в данной ситуации выступает тот факт, что к основным понятиям в анализируемом акте отнесено только 4: *экстремистская деятельность (экстремизм), экстремистская организация, экстремистские материалы, символика экстремистской организации*. Ключевой термин, который выступает условием интерпретации и собственно вида деятельности, и ее характеристик, и правовых последствий, при этом имеет довольно нечеткий характер, поскольку фиксированная дефи-

ния отсутствует, ее заменяет пространный список проявлений этой деятельности, включающий 257 слов. Такой подход репрезентации правовой информации свойственен для дефиниций-перечней, иначе называемых «казуальными перечнями», которые, по мнению Н. Т. Леоненко, «в строго логическом смысле <...> определениями не являются — они просто используются вместо определений, так как в той или иной степени раскрывают содержание нормативного понятия» [Леоненко 2015]. Указанная дефиниция представляет собой простой способ характеристики противоправного поведения, включающий перечень деяний, относимых к конкретной категории правонарушений, что отличает ее от классических дефиниций (полных или неполных), содержащих комплекс родовых и/или видовых признаков.

Можно предположить, что на момент создания закона такой принцип трактовки был оправдан, так как определялся недостаточной разработанностью термина в правовом поле и его широким бытованием в социальном пространстве. Собственно список конкретных деяний позволял снять вопросы философско-правового характера. Однако на данный момент иллюстративный принцип построения дефиниции приводит, с одной стороны, к неоправданной громоздкости ее структуры, с другой — к искусственному сужению границ термина до пределов указанных форм поведения. Так, формулировка ст. 1, содержащая ретранслируемую формулу, ставящую базовые признаки дискриминации лица или группы лиц в зависимость от их «социальной, расовой, национальной, религиозной или языковой принадлежности или отношения к религии», заставляет решать эксперта целый ряд непрофильных вопросов. В частности, насколько широко определяются законодателем границы принадлежности лица к какой-либо социальной группе. Ключевой вопрос, который встает перед экспертом: являются ли социальными группами представители ЛГБТ-сообщества, служители церкви, сотрудники полиции и др.

Одним из уже стандартных вопросов, решаемых на основании существующих методических рекомендаций по производству судебных экспертиз на основе материалов по делам, связанным с противодействием экстремизму и терроризму, выступает вопрос о содержании в представленных на исследование материалах признаков возбуждения вражды, ненависти либо унижения человеческого достоинства по признакам сексуальной ориентации. Это, очевидно, предполагает, что данные лица представляют собой некую социальную группу, однако на практике судебные решения не всегда поддерживают данную позицию.

Таким образом, список, который содержится в ст. 1 ФЗ «О противодействии экстремистской деятельности», с одной стороны, формирует предпосылки для ограниченного толкования содержания статьи (исключить все группы, которые прямо не указаны в статье), а с другой — предполагает возможное неоправданно широкое ее толкование (любая группа может претендовать на определение ее в качестве социальной, а следовательно, и на включение в перечень, что будет провоцировать казуистичность). Данная проблема усугубляется неоднозначностью правовой квалификации административных правонарушений и уголовных преступлений, совершенных по указанным выше основаниям, но влекущим разные виды ответственности. Можно согласиться с мнением В. Г. Андреевой, что «термины „возбуждение ненависти либо вражды“, „направленность на возбуждение ненависти либо вражды, а также на унижение достоинства человека либо группы лиц“ достаточно неоднозначны, что зачастую позволяет виновным избегать уголовного преследования» [Андреева 2016: 260].

Другую проблему этого же порядка формируют новеллы, отраженные в ст. 20.1 Кодекса РФ об административных правонарушениях. В частности, включение в часть 3 туманной формулировки о запрете на использование информации, «выражающей в неприличной форме, которая оскорбляет человеческое достоинство и общественную нравственность, явное неуважение к обществу, государству, официальным государственным символам Российской Федерации, Конституции Российской Федерации или органам, осуществляющим государственную власть в Российской Федерации». В данной формулировке происходит смешение двух разнородных понятий: оскорбления (указание на неприличную форму и собственно оскорбление, сопряженное с выражением неуважения к оппоненту) и экстремизм (негативная направленность на государство в целом или его органы, осуществляющие государственную власть). При этом можем заметить явную нетождественность оскорбления лица (физического или юридического) как самостоятельного субъекта правоотношений, что связано с защитой его чести, достоинства или деловой репутации, но не связано с вредом каким-либо иным лицам, и «оскорбления» государства. Такое действие представляет собой реализацию стратегии дискредитации с иной целью, сопоставимой с негативными общественно значимыми последствиями, в том числе формирующими угрозу существующему государственному устройству.

Стоит отметить рефрен, который сопровождает комментарии данной статьи: оскорбление и критика — это разные вещи. Данный постулат определяет не только содержание самой статьи, но и принципы интерпретации смысла различных высказываний, подвергающихся анализу со стороны лингвистов, что очень важно.

Общественные отношения базируются на устойчивых правовых нормах, а их аморфность приводит к разладу и формирует предпосылки для злоупотреблений со стороны граждан или, наоборот, излишних ограничений со стороны государственных органов. Основу прогрессивных правоотношений формируют прозрачные правовые дефиниции, которые репрезентируются посредством нормативно-правовых актов. К таким актам должны предъявляться жесткие содержательные и формальные требования, поскольку все лексические единицы, используемые для выражения воли правотворцев, призваны реализовать комплексные задачи: с одной стороны, нормативные (установление допустимых границ поведения участников правоотношений), с другой — лингвистические (выбор таких языковых средств, которые будут наиболее точно отражать основной смысл существующей юридической категории). Таким образом, лексемы, включенные в структуру НПА, приобретают статус специальной терминологии, что формирует ряд требований к их форме, но главное — к содержанию самой де-

финиции как правовой, а не лингвистической или общезыковой единицы. Такой термин, будучи противопоставленным «ненормативным» средствам речи специалиста (профессионализмам, окказионализмам и др.) [Костерина, Кондратюкова 2014: 133], является единицей нормативного поля, отличаясь от иных лексических единиц, используемых «сведущими лицами» в процессе профессионального общения.

Перейдем к методологическим проблемам. Одной из главных можно считать формулировку вопросов, поставленных на разрешение экспертов. Как справедливо отмечено в работе Е. И. Галяшиной, существует «проблема корректной постановки вопросов, проецирующихся на соответствующую статью закона» [Галяшина 2019: 54]. Лицо или орган, назначившие экспертизу, зачастую не могут адекватно сформулировать свой вопрос и либо просто переписывают статью закона, либо пытаются изобрести собственный «велосипед», не обращая внимания на существующие рекомендации. Стандартным вопросом является ретранслируемая формула «Имеются ли в представленных материалах признаки экстремистской деятельности, предусмотренные Федеральным законом от 25.07.2002 г. №114-ФЗ „О противодействии экстремистской деятельности“?». Таким образом автор вопроса перекладывает и обязанности, и ответственность со следственных и судебных органов на эксперта-лингвиста. Данная проблема имеет и вторую сторону: при переформулировке некачественных вопросов эксперт может упустить что-то, что было принципиально важно для лица, назначившего экспертизу, но не выразившего свои мысли соответствующим образом.

Другой проблемой является существование текстов электронной коммуникации, которые обладают принципиально новыми признаками по сравнению с иными видами. Сам принцип создания поликодовых (иначе креолизованных) сообщений, включающих коды разных семиотических систем, которые позволяют автору наиболее полно выразить собственную мысль, формирует две значимые проблемы: расщепление смысла на составные части, которые представлены различными кодами, и имплицитность части содержательных компонентов высказывания. Анализ креолизованных текстов представляется достаточно сложным процессом, особенно с учетом того, что часть информации представляет собой символы или изображения, имеющие культурно-религиозное или социальное значение. Изображение, включенное в структуру креолизованного текста, «не только транслирует символы, но и формирует эмоционально-мотивационные установки у воспринимающего их лица» [Антонова, Веснина, Ворошилова и др. 2014]. Так, на первый план выходит потребность участия в процессе производства экспертизы лиц, обладающих специальными знаниями в смежных сферах, и проведения комплексной экспертизы. И если в отношении привлечения эксперта-психолога, как правило, вопрос решается внутри экспертного учреждения, то религиоведа или социолога найти достаточно затруднительно. Проблема здесь носит не только временной характер (ходатайство удовлетворяется почти месяц), но и субъективно-личностный (не каждый специалист готов участвовать в производстве экспертизы).

Таким образом, существующие проблемы в процессе проведения лингвистической экспертизы указывают на прямую взаимосвязь качества законодательства и результатов правоприменительной деятельности. Для того, чтобы граждане понимали смысл существующих правовых актов, а эксперты правильно могли интерпретировать содержание представленных на исследование материалов, не только законодатель, но и правоприменитель в лице широкого круга лиц должны минимизировать возможность интолкувания, двойственной интерпретации или затемнения содержания как правовой нормы, так и смысла задания, стоящего перед лицом, обладающим специальными знаниями. На данный момент ряд правовых категорий, особенно по вопросам выражения мнений и суждений, не являются последовательными и взаимообусловленными, и даже гуманизация законодательства в целом не приводит к позитивным результатам, так как не подкрепляется необходимым терминологическим аппаратом. Именно поэтому грани между экстремизмом и оскорблением, оскорблением и правомерным поведением на данный момент представляются очень тонкими и в некоторых случаях практически неразличимыми, что может быть ликвидировано путем повышения качества законодательной техники и уровня просвещения участников правоотношений всех уровней, а также своевременного методологического ответа на возникающие вызовы современности. Положительным опытом могло бы стать проведение круглых столов с участием экспертов, специалистов и представителей органов государства, когда ключевой задачей будет решение практических проблем и оформление резолюций по их результатам.

ЛИТЕРАТУРА

1. Андреева В. Г. Проблемы судебно-лингвистической экспертизы по делам об экстремизме и разжигании вражды // Вестн. Костром. гос. ун-та. 2016. № 3. С. 259—262.
2. Антонова Ю. А., Веснина Л. Е., Ворошилова М. Б., Злоказов К. В., Тагильцева Ю. Р., Карапетян А. А. Экстремистский текст и деструктивная личность : моногр. / Урал. гос. пед. ун-т. — Екатеринбург, 2014. 276 с.
3. Галяшина Е. И. Феномен «неуважение к власти» в аспекте судебной лингвистической экспертизы по делам об информационных правонарушениях // Вестн. Ун-та им. О. Е. Кутафина (МГЮА). 2019. № 5 (57). С. 45—55.
4. Костерина Ю. Е., Кондратюкова Л. К. Критерии и принципы отбора терминов // Омский науч. вестн. 2014. № 1 (125). С. 133—137.
5. Леоненко Н. Т. Законодательная техника. — Новосибирск : Изд-во СибАГС, 2015. 276 с.
6. Мартышко Н. Ю. Смысловая модификация терминов в современном законодательном дискурсе : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19. — Волгоград, 2015. 201 с.

Анастасия Валерьевна Грошева
Нижний Тагил, Россия

ТИПОЛОГИЯ ОЦЕНОК ПОЛИТИЧЕСКОГО ЛИДЕРА В СМИ НА ПРИМЕРЕ В. В. ПУТИНА

Аннотация. В данной статье рассмотрены классификации оценки, предложенные российскими и зарубежными учеными, которые можно использовать при составлении оценочного портрета политического лидера в средствах массовой информации. На основе одной из классификаций рассмотрен образ российского президента В. В. Путина в СМИ Германии в 2017—2018 гг.

Ключевые слова: типология оценок; оценочный портрет; СМИ; средства массовой информации; медиалингвистика; медиадискурс; медиатексты; немецкие СМИ; российские президенты; политический дискурс; политические лидеры.

Anastasiya Valer'evna Grosheva
Nizhny Tagil, Russia

TYPOLOGY OF EVALUATION OF A POLITICAL LEADER IN THE MASS MEDIA ON THE EXAMPLE OF V. V. PUTIN

Abstract. The article studies typologies of evaluations proposed by Russian and foreign linguists which could be used for analysing evaluation portrait of a political leader in the mass media. On the base of one of the classifications, the image of Russian president in German mass media in 2017-2018 was researched.

Keywords: typology of ratings; evaluation portrait; mass media; media linguistics; media discourse; media texts; German media; Russian presidents; political discourse; political leaders.

Рассмотрение оценки политических лидеров в СМИ вызывает широкий интерес исследователей [Будаев 2018; Современная политическая лингвистика; Стрельников; Теория]. Вместе с тем на современном этапе развития лингвистики отсутствует общепринятое понятие категории оценки. Многие ученые предлагают свои определения данного понятия.

По мнению С. Г. Воркачева, оценка «не имеет анализируемых специфических средств выражения и не является универсальным» понятием [Воркачев 2002].

Н. Д. Арутюнова, Е. М. Вольф, Е. Л. Зайцева и другие, наоборот, считают, что определенные слова («хорошее», «желаемое», «приятное») составляют особую положительную лексико-семантическую группу, в свою очередь, слова «плохое», «вредное», «злое» и т. д. можно объединить в отрицательную лексико-семантическую группу. Итак, категория оценки является одним из основных способов, которые отражают ценности значения лексических единиц.

В традиционной лингвистике рассмотрение свойств объекта лежит в основе различных классификаций оценки. Одна из наиболее полных классификаций была предложена финским логиком Х. фон Вригтом [Современная политическая лингвистика 2011]. В ее основе лежат такие принципы, как функциональность и компаративность. Фон Вригт производит классификацию оценок по типу оцениваемого объекта и семантики сочетаний с общеоценочными прилагательными «good» и «bad». При этом он выделяет следующие разновидности оценок.

1. *Инструментальные* (хорошая пила). Проверяется практикой и может быть верифицирована, наиболее компаративна. Служит целям рекомендации и прогнозирования. 2. *Технические* (плохой специалист). Относятся к способностям, мастерству человека в определенном виде деятельности (игра, профессиональная и творческая). Высказывания данной оценки нацелены на рекомендацию, исполнение функции похвалы. 3. *Благоприятствования* (плохой (вредный) для здоровья); этическая оценка (добрая воля, хорошее намерение) 4. *Утилитарные* (хороший вопрос, плохой план). Основаны на выборе того, что может быть полезным или благоприятным выполнению некоторой задачи. 5. *Медицинские* (хороший/плохой вкус, обед). Относится к телесным органам и к некоторым ментальным способностям. Отрицательная оценка составляет маркированный член оппозиции и первична, а положительная — привативный и вторична. Могут быть верифицированы.

Н. Д. Арутюнова [Арутюнова 1999: 198] на основе работ финского ученого Г. фон Вригта предложила классификацию, формирующую аксиологический портрет и состоящую из семи пунктов.

1. *Сенсорно-вкусовые, или гедонистические* оценки (приятный/неприятный, вкусный/невкусный, привлекательный/непривлекательный). 2. *Психологические оценки*, в которых сделан шаг в сторону рационализации, осмысления мотивов оценки: а) интеллектуальные оценки (интересный/неинтересный); б) эмоциональные оценки (радостный/печальный, веселый/грустный). 3. *Эстетические оценки*, вытекающие из синтеза сенсорно-вкусовых и психологических оценок (красивый/некрасивый, прекрасный/безобразный, уродливый). 4. *Этические оценки* (моральный/аморальный, нравственный/безнравственный, добрый/злой, добродетельный/порочный). 5. *Утилитарные оценки* (полезный/вредный, благоприятный/неблагоприятный). 6. *Нормативные оценки* (правильный/неправильный, корректный/некорректный, нормальный/аномальный, ненормальный, стандартный/нестандартный; бракованный/доброкачественный, здоровый/больной). 7. *Телеологические оценки* (эффективный/неэффективный, целесообразный/нецелесообразный, удачный/неудачный).

Представленная классификация является применимой к большому числу объектов. Однако она не позволяет в полной мере сформировать аксиологический портрет политика в СМИ.

Так, А. М. Стрельников [Стрельников 2005: 26] создал классификацию объектов оценки применительно к предвыборному дискурсу, взяв за основу классификацию Н. Д. Арутюновой. Эта классификация стала включать в себя уже девять типов оценок.

1. *Оценка рейтинга и шансов на победу* (популярность, известность, прогнозы, симпатии, сочувствие, поддержка, рейтинг, уважение, авторитет). 2. *Морально-этическая оценка* (целенаправленный, смелый, волевой, честный, скромный, богобоязненный, патриотичный, беспринципный). 3. *Интеллектуальная оценка* (интересный, увлекательный, глубокий, умный, неинтересный, скучный, банальный, поверхностный, глупый, неспособный излагать мысли в доступной форме). 4. *Эстетическая оценка* (внешность, физическая форма, здоровье, спортивность, стиль одежды, привлекательность, харизматичность). 5. *Утилитарная оценка* (полезный, вредный, благоприятный, неблагоприятный). 6. *Нормативная оценка* (правильный/неправильный). 7. *Телеологическая оценка* (удачливый/неудачливый). 8. *Оценка профессионализма* (знания, умения, компетентность). 9. *Оценка политического статуса* (могущество, влияние).

Рассмотрим несколько типов оценок на примере политического лидера России В. В. Путина, которые можно встретить в средствах массовой информации Германии в период с 2017 по 2018 г.

Эстетическая оценка в политическом дискурсе имеет несколько иной характер, чем в других сферах: президент страны не фотомодель или эстрадная певица. Для рассматриваемого дискурса особенно важна оценка физической формы (имплицитно лишь здоровый президент способен являться эффективным гарантом прав и свобод граждан своей страны), но определенную роль играют также внешняя привлекательность кандидата. Ср.: *Der Kreml veröffentlichte am Montag zahlreiche Urlaubsfotos und Videos, die zeigen, dass Putin ein Fan von Aktiv-Urlaub ist. Auf dem Programm: Bootstouren, Naturbeobachtungen und ausgedehnte Wanderungen* (Stern, 27.08.2018).

Оценка профессионализма. Это важнейшее качество политического лидера регулярно подвергается оценке в современном политическом дискурсе. По мнению журнала «Forbes», по данным 2017 г. президент России В. В. Путин является самым влиятельным человеком в мире, так как уже на протяжении более 10 лет Путин держит власть в своих руках. Ср.: *Wenn Macht eine Währung ist, dann ist Wladimir Putin der reichste Mensch der Welt. So zumindest sieht es das Magazin Forbes, das den Präsidenten Russlands 2017 zum zweiten Mal in Folge zum mächtigsten Menschen des Planeten gekürt hat* (Alexander Kauschanski / Sueddeutsche Zeitung, 15.04.2018).

Оценка статуса имеет своим объектом такие характеристики, которые проявляются во влиятельности политика. Оценочные суждения данного типа в немецкой прессе акцентируют внимание на политическом авторитете В. В. Путина, но причины влиятельности российского президента объясняются двояко. С одной стороны, журналисты связывают могущество В. В. Путина с особенностями его характера, закаленного годами работы в КГБ, с другой — влиятельность В. В. Путина объясняется тотальной слабостью европейских политиков, отсутствием ярких политических лидеров в странах Запада. Ср.: *Trotz Einschüchterungen und Festnahmen gehen insbesondere junge Menschen landesweit gegen Putin auf die Straße; Lastwagenfahrer protestieren; Arbeiter streiken für ihre Löhne. Die Stärke des KremlChefs speist sich stattdessen aus der außenpolitischen Lage, und sie basiert vor allem auf der Schwäche der anderen* (Christina Hebel / Der Spiegel, 03.08.2017).

Рассмотрев типологии оценок Х. фон Вригта, Н. Д. Арутюновой и А. М. Стрельникова, мы определили частотность использования лексических сочетаний журналистами в медиадискурсе, а именно: оценки делятся на мелиоративные (положительные), пейоративные (отрицательные) и нейтральные (нулевые). Самыми частотными оценками являются оценка профессионализма, статуса, эстетическая оценка, а также оценка рейтинга и шансов на победу в период агитации и выбора политического лидера.

ЛИТЕРАТУРА

1. Арутюнова Н. Д. Язык и мир человека. — М.: Языки русской культуры, 1999. 896 с.
2. Будаев Э. В., Чудинов А. П. Метафора в политической коммуникации. — М.: Флинта, 2018. 352 с.
3. Вригт фон Г. Х. Логико-философские исследования. — М.: Прогресс, 1986. 595 с.
4. Воркачев С. Г. Методологические основания лингвоконцептологии // Теоретическая и прикладная лингвистика. — Воронеж: Истоки, 2002. Вып. 3: Аспекты метакоммуникативной деятельности. С. 79—95.
5. Современная политическая лингвистика / Э. В. Будаев, М. Б. Ворошилова, Е. В. Дзюба. — Екатеринбург, 2011. 251 с.
6. Стрельников А. М. Метафорическая оценка политического лидера в дискурсе кампании по выборам президента в США и России: дис. ... канд. филол. наук. — Екатеринбург, 2005. 117 с.
7. Теория и методика лингвистического анализа политического текста / А. П. Чудинов, Э. В. Будаев, Е. В. Дзюба [и др.] / Урал. гос. пед. ун-т. — Екатеринбург, 2016. 308 с.

Ю. П. Денисов
Омск, Россия

МЕХАНИЗМ ФОРМИРОВАНИЯ И РЕПРЕЗЕНТАЦИИ В КИБЕРПРОСТРАНСТВЕ ОБРАЗА ВЕЛИКОЙ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ВОЙНЫ

Аннотация. Исследование посвящено анализу механизма, посредством которого формируется и репрезентируется в современном киберпространстве один из наиболее значимых для российской национально-государственной и политической идентичности образов прошлого — образ Великой Отечественной войны. С использованием конкретных примеров автор анализирует и типологизирует интернет-ресурсы, посредством которых осуществляется репрезентация образа Великой Отечественной войны, отмечая мультимодальный, креолизованный характер большинства содержащихся на них гипертекстов. Автор выделяет в механизме формирования и репрезентации данного образа прошлого визуальные элементы, вербальные микроструктуры и макроструктуры и аудиальные составляющие. Кроме того, автор анализирует контекст, в котором функционирует интересующий его дискурсивный конструкт, и фиксирует в нем наличие четырех слоев. В завершение автор приходит к выводу о том, что механизм формирования и репрезентации образа Великой Отечественной войны в киберпространстве представляет собой многоуровневую динамическую систему, в результате функционирования которой посредством определенного инструментария создаются цельные дискурсивные конструкты, продуцируемые и реципируемые в четырехслойном контексте.

Ключевые слова: образ прошлого; Великая Отечественная война; киберпространство; политические технологии; коллективная память; политический дискурс; национальная идентичность.

Yu. P. Denisov
Omsk, Russia

THE MECHANISM OF FORMATION AND REPRESENTATION OF THE IMAGE OF THE GREAT PATRIOTIC WAR IN CYBERSPACE

Abstract. The research is devoted to the analysis of the mechanism by which one of the most significant images of the past for the Russian national-state and political identity — the image of the Great Patriotic War — is formed and represented in the modern cyberspace. Using specific examples, the author analyzes and typologizes Internet resources through which the representation of the image of the Great Patriotic War is carried out, noting the multimodal, creolized nature of most of the hypertexts contained therein. The author distinguishes visual elements, verbal microstructures and macrostructures and sound components in the mechanism of formation and representation of this image of the past. In addition, the author analyzes the context in which the discursive construct of interest to him functions, and fixes the presence of four layers in it. The author comes to the conclusion that the mechanism of formation and representation of the image of the Great Patriotic War in cyberspace is a multi-level dynamic system, as a result of the functioning of which, by means of certain tools, integral discursive constructs are created, produced and received in a four-layer context.

Keywords: the image of the past; the Great Patriotic war; cyberspace; political technologies; collective memory; political discourse; national identity.

В современной политической науке и практике подвергается интенсивному осмыслению роль образов прошлого в реализации политики памяти, концепции «мягкой силы» в целом и концепции «культурной стратегии» в управлении внутренними и внешними политическими процессами. Тектонические коммуникативные сдвиги, произошедшие в «постгутенберговскую» эпоху и возможности четвертой технологической революции ведут к увеличению потенциала образов прошлого как одного из базисных структурных элементов национально-государственной и политической идентичности, а их создание, трансляция и восприятие широкой аудиторией всё чаще осуществляются в полидискурсивной среде киберпространства. Это диктует потребность в осмыслении механизмов формирования, репрезентации, рецепции социально значимых образов прошлого в дискурсе Глобальной сети.

Одним из наиболее значимых для российской идентичности образов прошлого является образ Великой Отечественной войны. Целью данного исследования стал анализ механизма его формирования и репрезентации в современном киберпространстве. Теоретико-методологическую основу исследования составил синтез разработок Т. ван Дейка, Р. Водак, Л. Чоулиараки, Н. Феарклафа, Т. ван Лёвена, Е. А. Кожемякина, Л. Н. Мазур, М. Б. Ворошиловой. Эмпирическая база основана на результатах собственных исследований образа Великой Отечественной войны в дискурсе Глобальной сети и медиадискурсе.

Образ Великой Отечественной войны в киберпространстве представляет собой сложно структурированный дискурсивный конструкт, систему представлений о масштабном историческом феномене, хронологические рамки которого охватывают период с 22 июня 1941 года по 9 мая 1945 года, репрезентируемую в дискурсе Глобальной сети продуцентами гипертекстов. Образ Великой Отечественной войны структурирован образами исторических событий, личностей, процессов, которые в различных ракурсах и с разными оттенками преподносятся реципиентам посредством многообразных каналов трансляции.

Рецепция образа Великой Отечественной войны осуществляется интернет-пользователями чаще всего с помощью наиболее популярных в мире и широко известных интернет-ресурсов. К их числу относится поисковая

система *google.com*, видеохостинговая платформа *youtube.com*, социальная сеть *facebook.com* и др. [Armstrong]. В российском сегменте киберпространства лидирующие позиции занимают уже упомянутый сервис видеохостинга *youtube.com* и социальные сети «ВКонтакте» и «Одноклассники». Также к числу наиболее популярных в России поисковых систем относится *Yandex.ru* [Тенденции].

Все названные ресурсы позволяют пользователю без труда найти огромный массив контента, посвященного Великой Отечественной войне. В частности, в ответ на запрос «Великая Отечественная война», сделанный 28 сентября 2019 г., *google.com* выдал приблизительно 9 010 000 результатов. Такой объем контента остро ставит перед исследователем проблему типологии и классификации интернет-ресурсов, посвященных Великой Отечественной войне. Приступая к анализу образа, сконструированного в гипертексте, исследователю необходимо идентифицировать саму сущность интернет-портала, или сайта, на котором размещен данный текст, в соответствии со схемой представления информации, ее объемом и категориально-функциональными характеристиками. Среди специализированных тематических интернет-ресурсов, посвященных Великой Отечественной войне в русскоязычном киберпространстве, можно выделить информационные ресурсы (например, ресурс «Мемориал» (<http://www.obd-memorial.ru>), который содержит информацию о защитниках Отечества, погибших и пропавших без вести в период Великой Отечественной войны и послевоенный период); электронные банки исторических документов (например, электронный банк документов «Подвиг народа в Великой Отечественной войне 1941—1945 гг.» (podvignaroda.ru)); интернет-представительства общественных движений и организаций, исторических клубов и других формальных и неформальных объединений, чья деятельность связана с тематикой Великой Отечественной войны (например, интернет-представительство международного общественного гражданско-патриотического движения «Бессмертный полк»); веб-сервисы. Веб-сервисы часто органично встроены в структуру крупных порталов. Среди них выделяются каталоги интернет-ресурсов, посвященные образу Великой Отечественной войны (например, Каталог сайтов о Великой Отечественной войне на портале www.pomnivoini.ru); веб-форумы (например, веб-форум на сайте <https://1941-1945.at.ua>), фотохостинги (например, сайт «Семейные фотохроники Великой Отечественной войны» (<http://fotohroniki.ru>)). Активно тематический контент о Великой Отечественной войне распространяется и через тематически неспециализированные крупные видеохостинговые платформы (например, ютуб-канал «Хроника Войны»); социальные сети (например, в социальной сети «ВКонтакте» на данный момент зарегистрировано 760 сообществ, посвященных Великой Отечественной войне); блогговые сервисы (например, блог Андрея Бабушкина), телеграм-каналы (например, телеграм-канал «Вторая мировая война»). Репрезентируется образ Великой Отечественной войны и в размещаемых на различных интернет-ресурсах выступлениях политиков, публицистических и новостных текстах, научных и научно-популярных работах, образовательных материалах и т. д.

Многообразии каналов трансляции образа Великой Отечественной войны и мультимодальный характер киберкоммуникации в целом обуславливают высокую степень креолизации гипертекстов, репрезентирующих данный образ прошлого. Креолизованные тексты, как отмечает М. Б. Ворошилова, построены или собраны «как мозаика из элементов различных знаковых систем» [Ворошилова 2019: 242]. Поэтому механизм формирования образа Великой Отечественной войны часто функционирует на основе синтеза элементов различных семиотических систем. Восприятие образа реципиентом гипертекста зависит от когерентности вербальных, визуальных и аудиальных характеристик образа прошлого, их рецептивного потенциала и онтологического содержания. Кроме того, в процессе исследования механизма формирования образа Великой Отечественной войны в медиатекстах, реализуемых в интерактивных ситуациях, представляется целесообразным проанализировать характер вовлеченности адресата в производство смысловых структур [Кожемякин 2019: 6].

Особую роль в репрезентации и рецепции образа Великой Отечественной войны в киберпространстве часто играет его визуализация. Как отметил голландский дискурсолог Тео ван Лёвен, в некоторых контекстах «визуализации рассматриваются как наиболее полный и эксплицитный способ объяснения вещей, а слова становятся дополнениями, комментариями, сносками, ярлыками. В других местах визуализация остается всепроникающей» [Leeuwen 2008: 136]. По такому принципу репрезентирует образ Великой Отечественной войны, в частности, уже упомянутый выше сайт «Семейные фотохроники Великой Отечественной войны» (<http://fotohroniki.ru>). Другим примером реализации такой стратегии репрезентации образа прошлого в интернет-пространстве является «Сборник хроники Великой Отечественной войны», размещенный на ютуб-канале Посольства Республики Казахстан в Российской Федерации Центральным государственным архивом кинофотодокументов и звукозаписей Республики Казахстан. Визуальные средства формирования образа Великой Отечественной войны применяются в видеоконтенте, размещенном на видеохостинговых и фотохостинговых платформах, файлообменных интернет-ресурсах, в социальных сетях и блогосфере. В процессе формирования и репрезентации образа Великой Отечественной войны в киберпространстве используются и интернет-мемы и демотиваторы, реализующие смеховые стратегии. Например, интернет-ресурс pikabu.ru 22 июня 2016 г. разместил интернет-мем с цветной фотографией А. Гитлера в парадной нацистской форме со свастикой и надписью, сделанной заглавными белыми буквами на преимущественно сине-голубом фоне: «Сегодня ровно 75 лет с того момента, как Гитлер начал завоевывать СССР до конца года» [22 июня 1941 года началась Великая Отечественная война URL]. Однако использование такого рода смеховых стратегий в формировании образа Великой Отечественной войны может нести и деструктивный потенциал для российской национально-государственной и политической идентичности. Например, на интернет-ресурсе anigdoty.ru со ссылкой на один из украинских ресурсов размещен демотиватор № 4757 с фотографическим изображением двух ветеранов Великой Отечественной войны в парадных

мундирах с наградами и георгиевской лентой на груди у одного из них в рамке с выполненной красным стилизованным курсивом подписью «9 мая». Рядом с ней чуть выше заглавными белыми и красными буквами сделана надпись «11.05.2018. Киев. Ежегодное победобесие». Под изображением ветеранов приведено уменьшенное изображение известного российского телеведущего Д. Киселёва с георгиевской лентой на правой стороне груди и поднятой рукой, на которой видны массивные часы. Рядом сделана надпись: «Вот они наши русские богатыри. Один в 4 месяца забросал своими памперсами 10 немецких танков. А другой, в полтора года уже брал Рейхстаг и чуть не взял в плен Гитлера». Наличие такого рода креолизованных текстов в русскоязычном сегменте киберпространства свидетельствует об использовании технологий деструкции, направленных против российской национально-государственной и политической идентичности. Хотя, безусловно, большая часть гипертекстов русскоязычного сегмента Глобальной сети направлена на формирование позитивного образа Великой Отечественной войны.

Инструментарий формирования образа Великой Отечественной войны в киберпространстве достаточно обширен. Продуцентами текстов применяются образно-визуальные, окулесические, кинесические, проксемические, письменно-вербальные составляющие. Однако нельзя забывать и о вербальных и аудиальных возможностях конструирования образов прошлого. Они реализуются в политических, публицистических, научных, научно-популярных, художественных текстах, размещаемых в Интернете. Особенно ярко вербальные стратегии формирования образа Великой Отечественной войны находят свое выражение в неизбежно оказывающихся в интернет-пространстве выступлениях политиков. Особую роль в репрезентации данного образа прошлого сыграли выступления Президента Российской Федерации В. В. Путина, к публичной речевой практике которого ученые не случайно отмечают высокий интерес [Чудинов, Нахимова, Никифорова 2018: 16]. На определенном этапе, в своих выступлениях 2000—2001 гг., В. В. Путин фактически задал импульс и вектор реализации новой политики памяти, необходимой государству и обществу, и реализации потенциала образа Великой Отечественной войны как одного из ключевых образов прошлого, на которых строится российская идентичность.

Конструирование образа Великой Отечественной войны в процессе вербальной киберкоммуникации осуществляется посредством макроструктур и микроструктур. Макроструктуры текста отражают его суть, общее содержание, тему [Дейк, Кинч 1988: 168]. Безусловно, необходимо понимать, что репрезентация образа Великой Отечественной войны может осуществляться как в текстах, в содержании которых он занимает центральную позицию, например, в выступлении Президента Российской Федерации на праздничном концерте, посвященном годовщине победы Советского Союза в Великой Отечественной войне, опубликованном на сайте *kremlin.ru*, так и в текстах, в которых Великая Отечественная война или отдельные ее события и действующие лица лишь упоминаются. Конструирование образа на микроуровне осуществляется с помощью отдельных слов, словосочетаний, фраз и предложений, знаков препинания и т. д. В частности, к числу наиболее часто употребляемых словосочетаний в кибертекстах интересующей нас тематики относятся такие словосочетания, как «великая война», «наша Победа», «общее горе», «общая память», «связь поколений» и т. д.

Говоря о конструировании образа Великой Отечественной войны, необходимо также учитывать, что «интернет-коммуникация как особый тип коммуникации формирует собственные жанры (например, интернет-комментарии) и трансформирует уже известные (например, новость)» [Клушина 2018: 53]. Часто развитие такого рода «интернет-жанров» способствует некоторой хаотизации образа прошлого как дискурсивного конструкта, так как дает возможность вносить в него коррективы практически неограниченному кругу интернет-пользователей. Вместе с тем доступность интернет-коммуникации еще в большей степени стирает границы между тем, что Т. ван Дейк называет микроуровнем и макроуровнем социального порядка, которые, по мнению ученого, «в повседневном взаимодействии и опыте» и так «образуют единое целое» [Dijk 2001: 354].

Большую роль в механизме формирования образа Великой Отечественной войны в киберпространстве играют и аудиальные средства. Устно-вербальные, просодические и звуко-музыкальные компоненты оказывают воздействие на реципиента образа прошлого не только в процессе восприятия контента, который фокусируется на аудиальном компоненте (например, песни, музыка, посвященные Великой Отечественной войне, аудиозаписи выступлений дикторов 1940-х годов, речи политических лидеров), но и в контенте, использующем аудиальные элементы в качестве фонового наполнения.

Визуальные, вербальные, аудиальные средства в процессе формирования и репрезентации образа Великой Отечественной войны в киберпространстве служат для создания в сознании реципиента цельного конструкта. Структура данного дискурсивного конструкта состоит из трех основных элементов: семиотической составляющей (знак/имя), внешней событийной составляющей (форма, описание) и системы, в которой образ существует (пространство образа) [Мазур 2013: 251]. Содержательное наполнение указанной структуры варьируется в зависимости от сущности и характеристик самого объекта, закрепившихся в исторической памяти, канала трансляции, целевых установок продуцента и семиотических систем, используемых для репрезентации образа.

Л. Чоулиораки и Н. Феарклаф обратили внимание на то, что дискурс — это «элемент социального процесса, который диалектически связан с другими» [Chouliaraki, Fairclough: 1214—1215]. По этой причине неотъемлемым элементом механизма формирования и репрезентации образа Великой Отечественной войны является использование контекста, в котором функционирует образ прошлого. Вместе с тем данный контекст формируется и вопреки воле продуцента текста.

Образ прошлого в киберпространстве погружен в четырехслойный контекст. Первый слой составляет само пространство образа в рамках анализируемого текста, которое является его структурным элементом. Второй

слой образуют тексты, с которыми связан данный текст в киберпространстве (часто посредством гиперссылок). Третий слой включает в себя политический, социальный, культурный и экономический контексты, в которых осуществляются продуцирование, репрезентация и восприятие образа прошлого. Наконец, четвертый слой представляет собой исторический контекст, в который был погружен объект, отражаемый данным образом прошлого.

Обобщая всё вышесказанное мы, можем заключить, что механизм формирования и репрезентации образа Великой Отечественной войны представляет собой сложную динамическую систему мультимодальных дискурсивных практик, функционирующую на основе обширного киберкоммуникативного инструментария. Конструирование данного образа прошлого осуществляется в киберпространстве с помощью визуальных, аудиальных и вербальных средств, используемых на микроуровне и на макроуровне текста, которые в результате все вместе образуют неразрывную совокупность взаимосвязанных и взаимодействующих элементов. Полидискурсивность киберпространства ведет к тому, что мы имеем дело не с одним образом Великой Отечественной войны, а с множеством образов, каждый из которых погружен в многослойный контекст. Данный контекст складывается из пространства образа в рамках самого гипертекста, сети взаимосвязанных текстов, функционирующих в киберпространстве, политического, экономического, социального и культурного контекста, в котором осуществляются продуцирование, репрезентация и рецепция образа прошлого, наконец, из исторического контекста, обусловленного как событиями 1941—1945 гг., так и последующей послевоенной историей.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ворошилова М. Б. «Действуй»: интерпретация креолизованных текстов в практике судебной экспертизы // Медиалингвистика. 2019. Т. 6. № 2. С. 242—250.
2. Дейк Т. ван, Кинч В. Стратегии понимания связного текста // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. 23. Когнитивные аспекты языка. — М.: Прогресс, 1988. С. 155—211.
3. Клушина Н. И., Смирнова Н. В., Касперова Л. Т., Иванова М. В., Барышева С. Ф. Сетевые жанры: новость и комментарии в пространстве Интернета // Верхневолж. филол. вестн. 2018. № 3. С. 50—54.
4. Кожемякин Е. А. К вопросу о методологии анализа мультимодальных текстов // Тексты нового века : материалы Межрег. круглого стола. — Орёл, 2019. С. 5—7.
5. Мазур Л. Н. Образ прошлого: формирование исторической памяти // Изв. Урал. фед. ун-та. Сер. 2. Гуманитарные науки. 2013. № 3 (117). С. 243—256.
6. Тенденции медиатизации контента в Интернете // Медиопотребление в России — 2019. URL: <https://www2.deloitte.com/ru/ru/pages/technology-media-andtelecommunications/articles/media-consumption-in-russia.html> (дата обращения: 28.09.2019).
7. Чудинов А. П., Нахимова В. А., Никифорова М. В. Российская лингвополитическая персоналогия: исследование дискурса политических лидеров // Вестн. РУДН. Сер.: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2018. Т. 9. № 1. С. 14—31.
8. 22 июня 1941 года началась Великая Отечественная война // Pikabu.ru. URL: https://pikabu.ru/story/22_jyunya_1941_goda_nachalas_velikaya_otechestvennaya_voyna_4288428. — Текст : электронный.
9. Armstrong M. The World's Most Popular Websites. URL: <https://www.statista.com/chart/17613/most-popular-websites/> (дата обращения: 28.09.2019).
10. Chouliaraki L., Fairclough N. Critical Discourse Analysis in Organizational Studies: Towards an Integrationist Methodology // Journ. of Management Studies. 2010. № 47. P. 1213—1218.
11. Dijk T. van. Critical Discourse Analysis // Handbook of Discourse Analysis. — Oxford, 2001. P. 352—371.
12. Leeuwen T. van. Discourse and Practice. New tools for critical discourse analysis. — New York : Oxford Univ. Pr., 2008. 172 p.

В. П. Джиоева

Цхинвал, Республика Южная Осетия

ЭТНОПОЛИТИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ВЕРБАЛИЗАЦИИ КОНЦЕПТОВ «СПРАВЕДЛИВОСТЬ»/«РÆСТДЗИНАД»

Аннотация. В данном исследовании рассмотрены этнополитические характеристики вербализации концептов «справедливость» / «рæстдзинад». Языковым материалом для исследования данных концептов послужили словарные дефиниции лексем «справедливость» и «рæстдзинад», данные ассоциативного эксперимента, проведенного с привлечением двуязычных жителей Республики Южная Осетия, паремиологический фонд русского и осетинского языков, а также публичные выступления югоосетинских политиков. Нами предпринята попытка классифицировать и интерпретировать особенности этноспецифичных проявлений концептов.

Ключевые слова: концепты; лексемы; «справедливость»; этноспецифичные характеристики; этнополитология; политическая коммуникация; русский язык; осетинский язык.

V. P. Dzhioeva

Tskhinval, Republic of South Ossetia

ETHNOPOLITICAL PECULIARITIES OF VERBALIZATION OF CONCEPT «EQUITY»

Abstract. The present paper deals with the study of ethno-political manifestations of functioning of concept «equity» in South Ossetian political communication. The investigation is based on lexicographic material, study of paremiological fund in Russian and Ossetian languages and on results of an associative experiment we held among the bilingual citizens of the Republic of South Ossetia. We tried to construct and interpret the specificity of ethnospecific peculiarities of the concept.

Keywords: concepts; lexemes; “justice”; ethnospecific peculiarities; ethno-politology; political communication; Russian language; Ossetian language.

Данное исследование посвящено описанию средств объективации концептов «справедливость» / «рæстдзинад» в системе русского и осетинского языков и их репрезентация в языковом сознании южных осетин вообще и в политическом дискурсе в частности. Концепт «справедливость» изучался с позиций лингвокультурологии в работах таких ученых, как Л. Р. Байдавлетова, И. В. Андреева, И. Кучуради, С. Г. Воркачëв, Т. Ю. Якушева, А. А. Бутова, В. Б. Крячко, О. В. Кряхтунова, Т. Е. Коровина. Исследованием функционирования концепта «справедливость» в политической коммуникации занимались М. В. Гаврилова, А. Г. Русакова, А. Г. Шабуров.

Этимологические словари [Шведова 2007: 930; Шапошников 2010: 193, 368] отмечают, что слово «справедливость» в русском языке XI—XVII вв. не известно, фиксируется в словарях с 1762 г. и, скорее всего, образовано от заимствованного из польского языка прилагательного (*sprawiedliwy*), куда пришло из чешского, но не исключают и возможности образования в рамках собственно русского языка. Доказательством тому служит наличие в русском языке XI—XVII вв. слов «правдивый», «несправедливый» и «неисправедливый», соотносимых с русско-церковнославянским «правда» как его словообразовательные и семантические производные: «правда» ‘справедливость, правосудие, истина’, соотносимое с тем «правовым» смыслом в обозначении свода законов, который оформляется с прописной буквы («Русская Правда», «Салическая Правда», «Правда Ярославлева») и называется Владимиром Далем ее «первым коренным значением» [Даль 2000: 379].

Синонимический ряд имени концепта «справедливость» выстраивается следующим образом: *правда; верность; правосудие; достоверность; законность; правильность; честность; объективность; истинность; справедливое отношение; правдивость; праведность; беспристрастность; понятность; непредвзятость; достойность; непредубежденность; нелицеприятность; заслуженность; беспристрастие*. Нами выявлены следующие антонимы к лексеме «справедливость»: *неправда; несправедливость; неточность; неверность; не-правильность; неправота; лживость; пристрастность; неоправданность* [<https://sinonim.org>].

В «Философском словаре» «справедливость» определяется таким образом: «понятие о должном, соответствующее определенным представлениям о сущности человека и его неотъемлемых правах» [Справедливость // Философский энциклопедический словарь (1983)].

Согласно «Словарю исторических терминов», **справедливость** — это «*категория морально-правового и социально-политического сознания, понятие о должном*» [<http://www.xn80aacc4bir7b>].

В «Педагогическом энциклопедическом словаре» предлагается следующая трактовка понятия **справедливость**: «*общая нравственная санкция совместной жизни людей*» [<http://www.xn--80aacc4bir7b>].

В словаре политических терминов **политическая справедливость** определяется как «*осуществление естественных или нормированных отношений между субъектами и объектом политики, институтами и гражданами, государственным аппаратом и населением*» [Словари и энциклопедии на Академике URL].

Доминантными семантическими признаками лексемы «справедливость», на основе исследования словарей, являются следующие: *правда, истина, беспристрастие*.

Исследование лексемы «**рæстдзинад**» (справедливость) опиралось на «Историко-этимологический словарь» В. И. Абаева, «Русско-осетинский словарь» под редакцией В. И. Абаева, «Осетино-русский словарь» под редакцией Т. А. Гуриева, «Толковый словарь осетинского языка» под редакцией Н. Я. Габараева, «Толково-этимологический словарь осетинского языка» под редакцией З. А. Битарти, «Русско-осетинский философский словарь» под редакцией Р. С. Кабисова.

В «Русско-осетинском словаре» под редакцией В. И. Абаева слово «**справедливость**» имеет следующий перевод: «**рæстад, рæстдзинад**» [Абаев 1970: 501]. В «Осетино-русском словаре» под редакцией Т. А. Гуриева дается следующее определение лексем **рæстад**: «*правота, справедливость*» и **рæстдзинад**: «*правда, истина*» [Гуриев 2004: 82—83].

В «Русско-осетинском философском словаре» под редакцией Р. С. Кабисова «**справедливость**» определяется следующим образом: «1) категория социально-политических и морально-правовых норм; критерий оценки поведения человека как гражданина общества с точки зрения соблюдения им существующих законов 2) соблюдение прав и свобод человека или группы людей в соответствии с их ролью в жизни общества и социальным статусом» [Кабисов 1995: 225].

Паремиологический пласт концептов «**рæстдзинад**» / «**справедливость**» представлен 71 пословицей, репрезентирующей лексико-семантические составляющие «**рæстдзинад**» / «**справедливость**» (18 — в осетинском языке и 53 — в русском языке) [Гутиев 1976; Айларты 2006; Даль 1879; Рыбникова 1961; Мокиенко 2007; Снегирев 2014; Пословицы о народе URL].

Ниже приводятся выявленные нами общие когнитивные признаки в русском и осетинском языках:

– **«не каждому дано быть справедливым»**: *справедливее всего в мире распределены мозги: никто не жалуется на их недостаток; лучшие уж гнет кошки, чем справедливость мышей; действовать справедливо в удаче всегда легче, чем в несчастье; песня любит хорошего исполнителя, а человек — справедливого ценителя; в чужом деле каждый любит справедливость; молчащий в правом деле подобен кричащему в деле несправедливом; справедливая критика — делу подмога; несправедливо Бог людей поселил: полмира плачет, да полмира пляшет; в чужом деле каждый любит справедливость; если у тебя нет в руках скота, а в кармане денег, как ты можешь требовать справедливого решения суда?; когда насилие приходит во двор — справедливость уходит; высшее право — высшая несправедливость; осень хвастлива, весна справедлива; если бы люди были справедливы, то судьи ушли бы на отдых; действовать справедливо в удаче всегда легче, чем в несчастье; всё справедливо в любви и на войне; где добра нет, там не ищи справедливости; где права сила, там бессильно право — 19 (36 %);*

– **«справедливость всегда восторжествует»**: *несправедливость человека поражает его самого; как аукнется, так и откликнется; что посеешь, то и пожнешь; заплатится не сват, а тот, кто виноват; по барину и говядина; по Сеньке и шапка; не зато волка бьют, что сер, а за то, что овцу съел; справедливый победит; человек становится сильным и смелым, когда его дело справедливо; нет такой птицы, чтобы пела, да не ела; что посеешь, то и пожнешь; как аукнется, так и откликнется; заплатится не сват, а тот, кто виноват; по Сеньке шапка; око за око, зуб за зуб; каков привет, таков ответ; каков работник — такова ему и плата; не бойся богатого грозы, бойся убогого слезы; не зато волка бьют, что сер, а за то, что овцу съел; как нажито, так и прожито — 18 (34 %);*

– **«справедливость превыше всего»**: *где справедливость, там и правда; сила дружбы в справедливости; любишь кататься, люби и саночки возить; справедливый человек как памятник: отовсюду виден; право есть искусство добра и справедливости; на справедливое слово только дурак сердится; справедливое слово слушать приятно; лучшие стать справедливым, чем верить в Бога; история России — это борьба невежества с несправедливостью; справедливого человека цени больше, чем родного; каждый сверчок — знай свой шесток; чего себе не хочешь, того и другому не твори; зла за зло не воздавай; справедливый победит; не будь стыдливым — будь справедливым — 16 (30 %);*

– **«справедливость всегда восторжествует»**: *справедливый и слепым видит; правый и без глаз видит; правда хороша ко времени; правда сильнее силы; от козы — козленок, от овцы — ягненок (все получают причитающееся); от плохой горы — плохие камни (каждый получит то, что заслужил); что в бурдюк нальешь, то из него и польется; что в котел крикнешь то он и ответит — 8 (44 %);*

– **«справедливость превыше всего»**: *справедливое наказание уму-разуму учит; настоящий человек тот, у которого справедливость есть; дело справедливости — искать правду; за правое дело не упрекают; даже для врага будь правдивым свидетелем; когда нужно, можно и за волка заступиться (ради торжества справедливости); правда не отягощает сердца — 7 (39 %);*

– **«не каждому дано быть справедливым»**: *один быка съел, другой за него платил; неправый всегда о правде говорит; один воевал, другой о подвигах рассказывал — 3 (17 %).*

Пословичный фонд осетинского и русского языков представлен общим понятийным ядром, в которое входят такие представления, как «не каждому дано быть справедливым», «справедливость всегда восторжествует» и «справедливость превыше всего».

Ассоциативный пласт концептов «**рæстдзинад**»/ «**справедливость**»

В «Ассоциативном словаре русского языка» зафиксировано 57 реакций на стимул «**справедливость**». Ядерной реакцией является *восстанавливать* (25). Можно предположить, что в русской языковой картине мира понятийной составляющей концепта «**справедливость**» является стремление восстанавливать справедливость,

готовность за нее бороться. К периферийным ассоциациям можно отнести следующие: *правосудие, установить, возмездие, требовать*. Дальняя периферия представлена такими реакциями, как *боец, верить, зона, отец, права человека, судья, честность* [Русский ассоциативный словарь URL].

Нами был проведен свободный ассоциативный эксперимент со словами-стимулами «*справедливость*» и «*рæстдзинад*» (справедливость). Было опрошено около 50 респондентов, которым предлагалось записать или озвучить ассоциации, возникающие при упоминании слов-стимулов.

Результаты свободного ассоциативного эксперимента со словом-стимулом «*справедливость*»: *правда* (15 / 23 %); *равноправие* (6 / 9 %); *истина* (5 / 7,5 %); *честность* (5 / 7,5 %); *равенство* (4 / 6 %); *суд* (4 / 6 %); *народ* (4 / 6 %); *правосудие* (3 / 4,5 %); *закон* (3 / 4,5 %); *честь* (3 / 4,5 %); *мир* (2 / 3 %); *разделение труда* (1 / 1,23 %); *без корысти* (1 / 1,23 %); *добро* (1 / 1,23 %); *хорошо* (1 / 1,23 %); *правдивость* (1 / 1,23 %); *следователь* (1 / 1,23 %); *церковь* (1 / 1,23 %); *сердце* (1 / 1,23 %); *гармония* (1 / 1,23 %); *трудолюбие* (1 / 1,23 %); *братство* (1 / 1,23 %); *рыцарство* (1 / 1,23 %); *голос народа* (1 / 1,23 %); *возмездие* (1 / 1,23 %); *Бог* (1 / 1,23 %).

По результатам ассоциативного эксперимента ассоциативное ядро стимула «*справедливость*» составляет реакция «*правда*». Околоядерные реакции представлены следующим образом: «*равноправие*», «*истина*», «*честность*». Периферийную зону ассоциативного поля составляют реакции «*разделение труда*», «*без корысти*», «*добро*», «*хорошо*», «*правдивость*», «*следователь*», «*церковь*», «*сердце*», «*гармония*», «*трудолюбие*», «*братство*», «*рыцарство*», «*голос народа*», «*возмездие*», «*Бог*».

Результаты свободного ассоциативного эксперимента со словом-стимулом «*рæстдзинад*»: «*сæрибардзинад* «свобода» (6 / 25 %); «*сæрибар адаг* «свободный народ» (4 / 16,67 %); «*гимн страны*» (1 / 4,17 %); «*лозунг*» (1 / 4,17 %); «*война*» (1 / 4,17 %); «*освобождение от влияния*» (1 / 4,17 %); «*восстановление справедливости*» (1 / 4,17 %); «*триколор*» (1 / 4,17 %); «*продвижение по службе*» (1 / 4,17 %); «*справедливое решение*» (1 / 4,17 %); «*разбор по справедливости*» (1 / 4,17 %); «*рæстдзинад адæймагы уæлдæр кæны* «справедливость возвышает человека» (1 / 4,17 %); «*раст адæймаг* «справедливый человек» (1 / 4,17 %); «*раст адæймаг алкудæр рамбулы* «справедливый человек всегда побеждает» (1 / 4,17 %); «*раст адæймаг ныхджындæр у* «справедливый человек готов сражаться за свою правду» (1 / 4,17 %); «*раст адæймаг не фсæрмы кæны* «справедливый человек ничего не боится» (1 / 4,17 %).

Ядерной реакцией на стимул «*рæстдзинад*» является реакция «*сæрибардзинад* «свобода». Это подчеркивает стремление югоосетинского народа почувствовать свободу от притязаний политиков соседнего государства на свободу и жизнь граждан РЮО. Ядро ассоциативного поля концептов «*справедливость*»/«*рæстдзинад*» в сознании южных осетин символизирует готовность народа бороться за правду в вопросе признания независимости республики.

Одними из базовых концептов политического дискурса в РЮО являются концепты «*справедливость*»/«*рæстдзинад*». Рассмотрим примеры выступлений политических деятелей РЮО, репрезентирующие концепты «*справедливость*»/«*рæстдзинад*».

В интервью газете «Эхо Кавказа» А. И. Бибилов, отвечая на вопрос о том, на ком лежит ответственность за подготовку дополнительных соглашений в рамках Договора о союзнничестве и интеграции между Южной Осетией и Россией, точнее о том, почему они не подписаны в срок и является ли тот факт, что он собирается баллотироваться на пост президента, причиной срыва подписания соглашений, инициированных спикером, сотрудниками администрации действующего президента, политик обращается к концептам «*справедливость*»/«*рæстдзинад*»:

<...> исходя из этого создавать какие-то препоны в работе того или иного человека, — это, по крайней мере, неправильно [Анатолий Бибилов: «Все это срежиссировано в администрации президента»]

На заседании парламента спикер предлагает на рассмотрение депутатов поправку к закону о выборах, актуализируя концепт «*справедливость*»:

И мы хотим, чтобы этот исполнитель был избираем, на этом мы настаиваем. Чтобы распределение обязанностей было честным, когда идут выборы, допустим, депутата и возможного кандидата на должность главы администрации, руководитель администрации тоже будет давать обещания наравне с депутатом и они оба будут отвечать, потому что их выбрал один и тот же народ [Парламент Республики Южная Осетия URL].

Обсуждая тему проведения всенародного референдума о вхождении РЮО в состав РФ, спикер Бибилов настаивает, чтобы президент лично обратился к своему народу, а не перекладывал ответственность на сотрудников своей администрации. Председатель парламента использует инклюзивное местоимение «я», объединяя себя с народом республики, выступая от его имени:

Причём, может быть, это неправильно, но я считаю, что этот вопрос не должен публиковать аппарат президента, это должно быть озвучено самим президентом <...> [Парламент Республики Южная Осетия URL].

Позиционируя себя как политика, добывающегося справедливости ради блага народа, спикер Бибилов требует соблюдения обязательств по отношению к подрядчикам, которые на собственные средства построили объекты в республике и не смогли получить ожидаемую поддержку от руководства республики:

Люди, которые действительно поработали, которые сделали улицы, тротуары, дома. Люди, которые пошли в суд и выиграли этот суд. У нас получается что? Мы же не должны допускать, чтобы у нас было государство или правительство, как хотите называйте, которое кинуло бы своих компаньонов, которые вошли в строительство Республики Южная Осетия [Парламент Республики Южная Осетия URL].

А. И. Бибилев рассматривает задачу восстановления разрушенного во время грузинской агрессии жилья в качестве одного из приоритетных направлений развития республики. Политик считает справедливым доведение реализации проекта по обеспечению людей жильем до конца:

Я абсолютно уверен и уверен, что и вы, уважаемые депутаты, и вы, уважаемые жители ЮО, не можем допустить, чтобы закрыли вопрос о восстановлении. Пока последний дом не будет восстановлен, не будет сделан [Парламент Республики Южная Осетия URL].

Один из депутатов парламента, проводя встречу с избирателями в одном из районов республики, призывает граждан республики делать осознанный выбор ради справедливости:

Если мы хотим, чтобы наши дети завтра жили в здоровом, нравственно-духовном обществе, уважающим свои многовековые традиции, пора заканчивать с подходом „хороший человек“ и переходить к принципу „хороший профессионал“ [Ныхас URL].

При ответе на вопрос о распределении жилья во вновь построенных многоквартирных домах в рамках программы по обеспечению жилья для определенных слоев населения президент Бибилев подчеркивает, что квартиры должны предоставляться в первую очередь самым нуждающимся. Таким образом политик реализует концепты *«справедливость»/«рестдзинад»*:

Члены комиссии длительное время проводят работу по перепроверке списков очередников на общественных началах. Хочу отметить, что эта работа проводится в целях справедливого распределения жилья, так как среди тех, кто претендует на жилье, есть немало таких, у которых есть недвижимость в Северной Осетии [Президент Республики Южная Осетия URL].

Касаясь вопроса оптимизации в администрации президента, А. И. Бибилев заявляет о намерении назначать и освобождать чиновников от должностей после справедливого рассмотрения и анализа проделанной ими в подведомственной им структуре работы:

Я не сторонник рубить сплеча. Если не будет должного результата, будут, конечно же, приниматься меры. Каждый чиновник должен отвечать требованиям, которые перед ним ставит руководство <...>. Я не делю людей на сторонников кого-либо <...>, я сторонник командной работы — команды Республики [Президент Республики Южная Осетия URL].

Подводя итог, можно сказать, что по результатам ассоциативного эксперимента основной человеческой ценностью для южных осетин является правда, а для торжества справедливости для осетин важным условием является освобождение от провокаций «южного агрессивного соседа» и мирное сосуществование всех граждан республики. Характерны текстовые репрезентации концепта в сознании осетин, а также метафорическое его переосмысление «справедливость — это Бог».

Для политического дискурса в Республике Южная Осетия характерно осмысление концептов *«справедливость»/«рестдзинад»* в аспекте *«торжество справедливости — гарантия мира и процветания народа»*.

ЛИТЕРАТУРА

1. Анатолий Бибилев: «Все это срежиссировано в администрации президента» [Электронный ресурс] // Эхо Кавказа : сайт. 2016. 29 янв. URL: <https://www.ekhokavkaza.com/a/27519707.html>.
2. Байдавлетова Л. Р. Концепт "Правда-справедливость" в русской языковой картине мира (на материале фразеологии) // Вестник УЮИ. 2016. №3 (73). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kontsept-pravda-spravedlivost-v-russkoy-yazykovoy-kartine-mira-na-materiale-frazeologii> (дата обращения: 02.10.2019).
3. Габараев Юрий: Необходимо создать в обществе атмосферу нетерпимости к нахождению сектантов на государственной и муниципальной службе /nykhas.ru (Дата обращения 12/02/19)
4. Гаврилова М. В. Концепт «Справедливость» в новейшем русском политическом дискурсе // Политическая лингвистика. 2006. №17. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kontsept-spravedlivost-v-noveyshem-russkom-politicheskom-diskurse> (дата обращения: 02.10.2019)
5. Гуриев Т. А. Влияние русского языка на развитие осетинской лексики. — Орджоникидзе, 1962. 116 с.
6. Гутнев К. Ц. Осетинские пословицы и поговорки. 1976.
7. Даль В. И. Толковый словарь живого великорусского языка. В 4 т. Т. 3. М., 2000.
8. Кабисов Р. С. Русско-осетинский философский словарь. Цхинвал. 1995. — 306 с.
9. Ныхас [Электронный ресурс] : осетинский информационный портал. URL: nykhas.ru.
10. Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка. 1960- 2314 с.-С. 1901
11. Парламент Республики Южная Осетия [Электронный ресурс]. URL: www.parliamenttrso.org (дата обращения: 29.07.2019).
12. Парламентский вестник [Электронный ресурс] (дата обращения: 02/08/19)
13. Пословицы о народе [Электронный ресурс] // Большой сборник пословиц. URL: <http://posloviz.ru/category/narod/>.
14. Президент Республики Южная Осетия [Электронный ресурс]. URL: <https://presidentruo.org>. (дата обращения: 27.12.2018).
15. Русский ассоциативный словарь [Электронный ресурс]. URL: <http://www.thesaurus.ru/dict/>.
16. Словари и энциклопедии на Академике [Электронный ресурс]. URL: <https://dic.academic.ru/>.
17. Словарь синонимов русского языка [Электронный ресурс]. URL: <https://sinonim.org/s/>
18. Справедливость [Электронный ресурс] // Философский энциклопедический словарь (1983). URL: <http://philosophy.niv.ru/doc/dictionary/philosophical/fc/slovar-209-4.htm#zag-2127>.
19. Ушаков Д. Н. Толковый словарь современного русского языка. — М. : Аделант, 2013 -800 с. С. 648
20. Шапошников А. К. Этимологический словарь современного русского языка: в 2-х т.т. Т. 2 / М., 2010.
21. Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка с включением сведений о происхождении слов / М., 2007.
22. URL: <http://www.xn80aacc4bir7b>
23. URL: <http://www.xn--80aacc4bir7b.xn>

А. В. Дмитрова
Сургут, Россия

ОБРАЗ ПРЕЗИДЕНТА В АМЕРИКАНСКИХ ДЕТЕКТИВНЫХ СЕРИАЛАХ

Аннотация. Серии являются современной платформой для формирования образа государства и его представителей в международном медийном пространстве. В статье рассматриваются сериалы как способ построения образа российского президента в американских детективных сериалах. Актуальность исследования заключается в растущей популярности сериалов, а также их способности воздействовать на зрителя на вербальном и невербальном уровнях, то есть не только при помощи слова, но и при помощи картинки. В статье представлен лингвокогнитивный анализ примеров коммуникативных ситуаций с использованием образа президента.

Ключевые слова: телевизионные сериалы; американское киноискусство; детективные сериалы; образ президента; поликодовость; российские президенты; лингвокогнитивный анализ.

A. Dmitrova
Surgut, Russia

THE IMAGE OF THE PRESIDENT IN THE AMERICAN DETECTIVE SERIES

Abstract. TV series are a modern platform for shaping the image of the state and its representatives in the international media. The article considers the ability of TV series to build the image of the Russian president in American detective TV series. The relevance of the study lies in the growing popularity of TV series, and their ability to influence the viewer at the verbal and non-verbal levels. The article presents a linguistic and cognitive analysis of examples where the image of the president is used.

Keywords: television series; American cinema; detective series; the image of the president; polycode; Russian presidents; linguistic cognitive analysis..

Телевидение стало значимым феноменом современной культуры. Как отмечает С. Фрейлих [Фрейлих 2008], телевидение приобрело огромную аудиторию за шесть послевоенных лет, тогда как кино понадобилось для этого около трех десятков лет. Патти Мак-Корд, директор по персоналу медиагиганта *Netflix*, производителя современных сериалов, в книге «Сильнейшие. Бизнес по правилам Netflix» отмечает, что буквально за девять месяцев они начали занимать треть всех интернет-ресурсов США [Мак-Корд 2019: 9].

Сериал — драматическое произведение, сюжет в котором развивается на протяжении множества эпизодов, а характеры героев меняются с течением времени [Дуглас 2017 URL].

Главным отличием сериала от кино, как отмечает сценарист Дж. Уэллс, является то, что на телевидении есть возможность охватывать различные темы, так как темп производства на ТВ быстрее [Дуглас 2017 URL]. А. Талал отмечает, что телесериал меняется в зависимости от жизненных ритмов общества, несмотря на то, что сериал «сохраняет мифичность, присущую кино, он держит руку на пульсе реального мира и подстроен к нашей жизни» [Талал 2018: 305]. П. Дуглас отмечает, что «новый подход к медиапланированию, новые рынки и способы просмотра стимулируют рост и развитие телевидения и предоставляют сценаристам неограниченные возможности».

При анализе сериала необходимо помнить, что все его компоненты: вербальные, невербальные, визуальные — находятся во взаимосвязи и зачастую обуславливают и дополняют друг друга.

Этим определяется одна из особенностей сериала — поликодовость, то есть возможность воздействовать на зрителя не только при помощи слова, но также при помощи картинки, на вербальном и невербальном уровнях.

Вслед за М. Б. Ворошиловой под поликодовым текстом, мы понимаем «текст, обладающий сложной формой, то есть основанный на сочетании единиц двух и более семиотических систем, которые вступают в отношения взаимосвязи, взаимодополняемый, взаимовлияния, что обуславливает необходимость многоканального восприятия текста, а значит — комплексное воздействие на адресата» [Будаев, Ворошилова 2017: 125].

Другая важная функция телевизионного сериала, как и любого продукта массовой медийной культуры, заключается в *максимальном удовлетворении потребностей реципиента и в адаптации сложных проблемных социальных и культурных событий под уровень целевой аудитории*. Исследователи кино- и телевизионного искусства отмечают зависимость сериала от своего зрителя. Так, А. Роднянский пишет, что американское кинопроизводство отвечает на вызов, исходящий от зрителя, распознает его ожидания [Роднянский 2018: 216].

В настоящей статье рассматривается образ российского президента, представленный в американских сериалах детективного жанра. В качестве материала исследования выступали коммуникативные ситуации из современных англоязычных телевизионных сериалов, таких как «Касл» (8 сезонов), «Элементарно» (5 сезонов), «Область тьмы» (1 сезон), «Бруклин 9-9» (4 сезона), «Теория большого взрыва» (11 сезонов), «Чемпионы» (1 сезон), «Более полный дом» (3 сезона), «Как я встретил вашу маму» (9 сезонов), «Американская семейка» (9 сезонов) общим метражом более 600 часов. Из просмотренных материалов были отобраны примеры коммуникативных ситуаций с использованием образа президента.

Основываясь на методе дискурсивного анализа, мы предложили следующую структуру анализа коммуникативных ситуаций, представленных в сериалах: анализ контекста ситуации, роли и места говорящего в сериале, а также речевого и коммуникативного аспекта.

Современные телевизионные детективы имеют четкую структуру: в течение одной серии (около 40 минут) главные герои пытаются поймать антагониста эпизода. Этим обуславливается специфика детективных сериалов: в них легко просматривается система «хороший — плохой», «свой — чужой». Зритель изначально знает, кого поддерживать, и настроен воспринимать все поступки главного героя, его слова и действия как положительные и правдивые.

Коммуникативные ситуации, представляющие образ президента, немногочисленны и носят имплицитный характер: герои напрямую никак не характеризуют главу государства. Важную роль играет возможность сериала воздействовать на уровне образа, а также апеллировать к зрительским симпатиям и доверию к героям сериала: так, в первом примере мы слышим комментарии от главного героя — признанного гения, а во втором и в третьем главные герои говорят о неприятной для них личности. Главной задачей в примерах такого типа является экспликация значения, определение ключевой фразы и основных ассоциативных рядов. В некоторых примерах этой группы невербальная составляющая играет большую роль в осознании образа.

В эпизоде «Murder ex Machina» (4 сезон, 9 серия) сериала «Элементарно» («Elementary») речь идет об убийстве русского олигарха Золотова.

Контекст ситуации

В ходе расследования убийства главный герой — Шерлок, его помощники — доктор Ватсон и компьютерный гений обсуждают возможные мотивы убийства.

Роль и место героев в сериале

Главный герой эпизода, он же протагонист всего сериала, — Шерлок Холмс, признанный гений и интеллектуал. Он редко ошибается в своих суждениях, вместе с доктором Ватсон они всегда успешно решают все дела, зрителю нет нужды сомневаться в его суждениях.

— *One of Russia's so-called oligarchs.*

— *What's an oligarch?*

— *In Russia's case, part of an inner circle that practically owns the country. So Zolotov made his money in shipping. But he was a close personal friend of the Russian president. But according to his critics, not a nice man. The oligarchs are frequently referred to as little more than billionaire thugs. Last year, a Polish paper did a profile on him. They said that he was a ruthless negotiator and implied that he had assassins on retainer.*

Один из так называемых российских олигархов.

— *Кто такой олигарх?*

— *В случае с Россией, часть приближенного круга, который практически владеет страной. Итак, Золотов заработал свои деньги на доставке. Он был близким другом российского президента. Но, по словам его критиков, не очень хорошим человеком. Олигархов часто называют не чем иным, как головорезами-миллиардерами. В прошлом году польская газета рассказывала о нем. По их словам, он был безжалостным переговорщиком, а также намекали, что у него наемные убийцы (здесь и далее перевод автора статьи).*

Языковой аспект

Рассмотрим семантическое поле, которое используется для описания российского олигарха: *not a nice man, thug, ruthless negotiator, assassin*. При этом мы можем отметить, что к концу высказывания степень негативности возрастает — от не очень хорошего человека до наемного убийцы. В этом примере мы можем отметить концептуальную метафору, представленную градацией, которая проходит сквозь все высказывание, с каждым последующим звеном увеличивая степень напряжения. Так, литота *not a nice man* отрицает качество прилагательного *nice* (хороший); чтобы отследить представленную градацию, обратимся к словарю Oxford:

Thug — A **violent** person, especially a criminal (жестокий человек, преступник) [Oxford Dictionary online];

Ruthless — not thinking or worrying about any **pain** caused to others; cruel (жестокий человек, не думающий о причиняемой боли) [Oxford Dictionary online];

Assassin — someone who **kills** a famous or important person, usually for political reasons or in exchange for money (тот, кто убивает известного или важного человека, зачастую по политическим причинам или в обмен на деньги) [Oxford Dictionary online].

Исходя из проанализированных определений, мы можем сделать вывод, что образ русского олигарха в высказывании представлен в отрицательном поле значений.

Так как президент упоминается в этом контексте и представлен в том же семантическом поле, эти качества также переносятся и на его образ, а благодаря словосочетанию *close friend*, где прилагательное *close* определяется как «*having direct family connections or shared beliefs, support, and sympathy*», у зрителя создается впечатление, что все приведенные характеристики справедливы и для образа главы государства.

Коммуникативный аспект

В таком большом потоке описаний, звучит фраза: *он был близким другом президента*. Таким образом, главные герои не только описывают, на их взгляд, типичного представителя олигархов, но также переносят эти ка-

чества на главу государства. В данном случае мы можем говорить об имплицитном сравнении. Герои действительно не говорят ничего про президента, но зритель слышит большой поток информации, и прозвучавшее единичное упоминание президента сливается со всем информационным потоком, тем самым соотносясь с образом главы государства.

В другом, детективно-комедийном, сериале «Бруклин 9-9» (Brooklyn Nine-Nine, 1 сезон, 15-й эпизод «Operation: Broken Feather»), образ президента представлен через другой негативный образ. Отметим, что сериал «Бруклин 9-9» по формату подходит к жанру комедийных сериалов, однако сохранение особенностей детективной процедурной драмы (поиск преступника, оппозиция «свои — чужие») позволяет нам рассматривать этот сериал как детектив.

Контекст ситуации

В команду детективов участка девять-девять приходит новый член с прозвищем Vulture (стервятник, хищник). У главных героев с ним довольно недружелюбные отношения: в прошлом он отбирал у них практически все интересные и значимые дела, и теперь они боятся повторения этого. Детективы отдела активно пытаются ему помешать, разрабатывают план «мести». Стоит отметить особенность сериала: съемки ведутся «любительской» камерой. Этот прием помогает зрителям увидеть работу участка изнутри, а также почувствовать «реальность происходящего». Такая съемка также легко включает приемы флешбэков, один из которых взят для этой сцены и является неотъемлемой частью донесения нужного образа до реципиента.

Роль и место героев в сериале

Герои этой сцены — детективы отделения Эми Сантьяго и Джейк Перальта, они также являются главными протагонистами сериала, его ведущими персонажами. Как отмечалось, главные герои сериала воспринимаются зрителями как «свои и хорошие», зритель видит ситуацию с их точки зрения, сопереживает им и болеет за них. Стервятник же в этой серии выступает антагонистом, действуя в поле «плохой и чужой». Детектив Эми Сантьяго тем не менее хочет перейти на работу в отдел Стервятника. Тогда Джейк напоминает ей:

You're gonna go work for the Vulture? Don't you forget how awful he is? (Ты собираешься работать на Стервятника? Неужели ты забыла, как он отвратителен?)

После этого Эми припоминает следующий разговор со Стервятником, причем последний показывает ей резинку своего нижнего белья:

— *The Vladimir Putin collection?*

— *Yeah, 70 bucks a pair. And they only increase in value.*

— *Коллекция Владимира Путина?*

— *Да, 70 баксов за пару. И они возрастут в цене.*

Важно отметить в этом примере работу с монтажом: между двумя высказываниями нет плавного перехода, кадры резко сменяет друг друга, что создает впечатление непосредственной близости прилагательного *awful* и имени президента.

Языковой аспект

Данная ситуация построена в значительной степени лишь на одном ключевом прилагательном — *awful*. Чтобы выделить основные для прилагательного *awful* значения, проведем его дефиниционный анализ, рассмотрим определения, данные авторами словарных статей:

Oxford Dictionary: 1. *Very bad or unpleasant.* 2. *Used to emphasize the extent of something, especially something unpleasant or negative.* Synonyms: *Very unpleasant, disgusting, nasty, terrible, dreadful, ghastly, horrid, horrible, vile, foul, abominable, appalling, atrocious.*

Webster Dictionary: **extremely disagreeable or objectionable.** Synonyms: *abhorrent, abominable, appalling, disgusting, distasteful, dreadful, evil, foul, fulsome, gross, hideous, horrendous, horrible, horrid, nauseating, obnoxious, odious, offensive, repellent (also repellant), repugnant, repulsive, revolting, scandalous, shocking, sickening, ugly*

Прилагательное *awful*, как мы видим, имеет сильный негативный окрас (*Extremely bad or unpleasant*). Важно отметить синонимы (*abominable, appalling, atrocious etc.*), представленные в словарях *Oxford* и *Webster*, которые также имеют негативные значения.

Прилагательное *awful* появляется буквально за момент до того, как звучит имя президента. Из анализа высказывания следует, что область значений прилагательного *awful*, его характеристика и даже синонимический ряд как бы переносятся на последующее высказывание, а именно на имя президента. В данном случае, как и в случае с предыдущим примером, мы можем говорить о переносе смыслового окраса ключевых фраз на образ главы государства.

Коммуникативный аспект

В данном случае упоминание президента возникает в довольно неожиданном месте, но тем не менее интересно, что его имя звучит сразу после фразы *Don't you forget how awful he is?* Также коллекцию одежды от президента носит главный отрицательный персонаж серии. В этом случае мы можем отметить, что на речевом уровне сравнения нет, однако поликодовая структура сериала, особенность отношений между положительными и отрицательными героями выстраивают в сознании зрителя нужный образ, помогая понять скрытые связи.

Главный герой сериала «Чемпионы» (Champions, 1 сезон, 6 серия «Grandma dearest») не общается с матерью, так как она часто его подводила. Его брат, однако, несмотря ни на что продолжает общение. Когда их мать в очередной раз не оправдывает их ожидания, брат героя комментирует ситуацию.

Роль и место героя в сериале

Говорящий является одним из главных героев, он и его старший брат содержат тренажерный зал. Старший брат более прагматичен и циничен, тогда как младший привык видеть в людях лучшее.

I am just too good at seeing the best in people. Did you know Vladimir Putin has a dog named Buffy? I mean, how cute is that?

Я просто привык видеть в людях хорошее. Ты знал, что у Владимира Путина есть собака по имени Баффи? Правда же, это очень мило?

Языковой аспект

В данном примере комическая основа высказывания построена на эффекте неожиданности. Герои говорят о своей матери, когда вдруг всплывает имя президента. Такое скрытое сравнение помогает зрителю понять мысль говорящего и создает иронию. В этом примере также можно наблюдать гиперболу: *too good, the best*.

Коммуникативный аспект

В данном примере, как и в предыдущем, герои в открытую никак не оценивают личность президента. Образ строится в сравнении с другим образом сериала. Так как мать героя поступила неправильно, то она автоматически становится «злодейкой» серии, тогда как брат героя все равно с ней общался и отмечал только положительные черты. Эта ситуация переносится на образ главы государства, причем его положительная черта — это наличие собаки. Построение этого примера также представляет интерес: герой рассуждает о поступке матери и сожалеет, что был добр с ней. После этого он утверждает, что просто привык видеть лучшее в людях, и сразу после этих слов в качестве примера приводит президента. Этим герой как бы показывает, что даже в этом человеке может увидеть хорошее. Такой скрытый намек позволяет обрисовать образ главы государства.

Стоит отметить, что, несмотря на разницу в зрительской аудитории («Бруклин 9-9» и «Чемпионы» адресованы молодежи в возрасте от 20 до 30 лет, сериал «Шерлок» в основном на зрителей от 20 до 45 лет), эти сериалы прибегают к похожему построению высказывания — имплицитно, через образы других героев. Примеры носят скрытый характер и понятны в контексте ситуации.

ИСТОЧНИКИ

1. Brooklyn Nine-Nine (2013 — ...): сериал. URL: www.netflix.com.
2. Champions (2018): сериал. URL: www.netflix.com.
3. Elementary (2012 — ...): сериал. URL: www.netflix.com.

ЛИТЕРАТУРА

4. Будаев Э. В., Ворошилова М. Б., Руженцева Н. Б. Эволюция лингвистической экспертизы: методы и приемы: моногр. / Урал. гос. пед. ун-т. — Екатеринбург, 2017. 201 с.
5. Дуглас П. Искусство сериала: как стать успешным автором на TV. — М.: Альпина нон-фикшн, 2017. URL: ru.bookmate.com. — Текст: электронный.
6. Маккорд П. Сильнейшие. Бизнес по правилам Netflix. — М.: ЭКСМО, 2019. 192 с.
7. Роднянский А. Выходит продюсер. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2018. 420 с.
8. Талал А. Миф и жизнь в кино: смыслы и инструменты драматургического языка. — М.: Альпина нон-фикшн, 2018. 394 с.
9. Фрейлих С. И. Теория кино: от Эйзенштейна до Тарковского: учеб. пособие. — М.: Искусство, 2008. 512 с.
10. Merriam Webster Online Dictionary: словарь. URL: <https://www.merriam-webster.com/>. — Текст: электронный.
11. Oxford Dictionary Online: словарь. URL: <https://www.lexico.com/en/definition/online>. — Текст: электронный.

С. С. Дрига
Сургут, Россия

КОММУНИКАТИВНЫЙ СЦЕНАРИЙ ПРОПАГАНДЫ ИСКЛЮЧИТЕЛЬНОСТИ, ПРЕВОСХОДСТВА ГРАЖДАН ПО ПРИЗНАКУ ИХ НАЦИОНАЛЬНОЙ, РАСОВОЙ ПРИНАДЛЕЖНОСТИ

Аннотация. В статье рассматривается коммуникативный сценарий пропаганды исключительности граждан по признаку их национальной, расовой принадлежности. Внимание автора обращено на структурную схему «источник — путь — цель» и те составляющие, которые позволяют не только интерпретировать коммуникативный сценарий, но и определить его целостную структуру, «распознать» речевой жанр пропаганды по определенному набору структурных компонентов, точнее их содержания. К их числу отнесены субъекты коммуникативного сценария пропаганды исключительности и превосходства граждан по признаку их национальной, расовой принадлежности, временные и пространственные характеристики; ценностные установки; коммуникативное поведение субъектов, приписываемые им действия.

Ключевые слова: коммуникативные сценарии; пропаганда исключительности; пропаганда превосходства; национальная принадлежность; расовая принадлежность; пространственные дейктики; ценностные установки.

S. S. Driga
Surgut, Russia

COMMUNICATIVE SCENARIO OF PROPAGANDA OF EXCLUSIVITY, EXCELLENCE OF CITIZENS ON THE BASIS OF THEIR NATIONAL, RACING ACCESSORIES

Abstract. The article discusses the communicative scenario of propaganda of exclusivity of citizens on the basis of their national, racial affiliation. The author's attention is drawn to the "source – path – target" block diagram and those components that allow not only to interpret the communicative scenario, but also to determine its integral structure, "recognize" the speech propaganda genre by a specific set of structural components, or rather their content. These include subjects of the communicative scenario of propaganda of exclusivity and superiority of citizens on the basis of their national, racial affiliation, temporal and spatial characteristics; value installations; communicative behavior of subjects, actions attributed to them.

Keywords: communicative scenarios; propaganda of exclusivity; promotion of supremacy; nationality; race; spatial deictics; value setting.

Понятие «коммуникативный сценарий» пришло в лингвистику из когнитивной психологии, из работ М. Минского и Р. Шенка и Р. Абельсона. Фрейм-сценарий, по Минскому, представляет собой типовую структуру для некоторого действия, понятия, включающую характерные элементы этого действия, понятия. В интерпретации Р. Шенка, Р. Абельсона сценарий представляет собой цепочку действий, которые описывают часто встречающиеся ситуации. В этой последовательности действий используется принцип каузальной связи, т. е. результатом каждого действия являются условия, при которых может произойти следующее действие [Васильева, Дускаева 2016: 396].

В отличие от фрейма, который, на наш взгляд, имеет статический характер, коммуникативный сценарий — динамический способ вербализации событий и явлений. На динамический характер сценария обращает внимание О. Л. Каменская. Согласно ее мнению, сценарий представляет структуру признаков, определяющих некоторую стереотипную ситуацию [Каменская 1990]. В нашей статье особое внимание будет обращено на структурную схему «источник — путь — цель» [Лакофф, Джонсон 2004] и те составляющие, которые позволяют не только интерпретировать коммуникативный сценарий, но и определить его целостную структуру, «распознать» речевой жанр пропаганды по определенному набору структурных компонентов, точнее их содержания. К их числу мы относим прежде всего субъектов коммуникативного сценария пропаганды исключительности и превосходства граждан по признаку их национальной, расовой принадлежности, временные и пространственные характеристики; ценностные установки; коммуникативное поведение субъектов.

Под пропагандой мы понимаем распространение и популяризацию различных идей посредством их вербализации. В данной статье наше внимание сосредоточено на идеях религиозных, политических. Говоря о вербальном выражении пропаганды исключительности и превосходства граждан по признаку их национальной, расовой принадлежности, невозможно не обратить внимание на невербальный компонент, содержащий в себе визуальные образы и иные средства воздействия на общественное сознание, реализуемые в рамках коммуникативного сценария пропаганды [Стернин 2010].

В данном исследовании пропаганда рассматривается как «деструктивное социальное явление» [Бакулаев 2005], при этом мы не отрицаем, что рассматриваемый речевой жанр может иметь и конструктивный характер. Мы расцениваем пропаганду как фактор проявления и роста национализма, в основе которого лежит «национальная, религиозная, расовая исключительность» или «превосходство» — преобладание по каким-либо признакам одной группы людей над другими в силу несовершенства последних, т. е. якобы их природной, биологической, социальной, нравственной ущербности или порочности [Методические рекомендации об использовании

специальных познаний по делам и материалам о возбуждении национальной, расовой или религиозной вражды]. Материалом для анализа в данной статье послужили тексты песен российских панк-рок-групп «Коловрат» и «Увечье», отнесенных экспертным сообществом к текстам, содержащим пропаганду идеологии нацизма.

Начнем с характеристики «источника» коммуникативного сценария пропаганды исключительности и превосходства граждан по признаку их национальной, расовой принадлежности. Принадлежность адресанта к идеологии нацизма, его включенность в социальную общность, пропагандирующую идеи превосходства граждан, подтверждает использование им ряда социальных дейктиков, позволяющих маркировать «мы-дискурс». К их разряду мы относим личное местоимение «мы» и его производные: *мы ни за что не уступим Россию евреям, мы еще выйдем пи**ы, наши, с нами, нас*. Параллельно мы-дискурсу возникает дискурс отчуждения, или исключения, маркированный местоимениями *их, они*. В основе этих дискурсивных практик лежит идеология антагонизма, разделение общества на «своих» и «чужих»: в то время как адресанта отличает положительный образ, создаваемый авторами целенаправленно в ходе всего произведения — способствуют этому прежде всего лексемы с положительной семантикой: *защитник Отчизны, защитник народа, блюститель расовой чистоты городов, носитель славного духа, волевой характер и отважный взгляд, страдает за патриотизм, совесть, верность идеям, скинхед — смелость, гнев и гордость, скинхед — мышцы стальная твердость*, «третьей» группе субъектов приписываются крайне негативные, часто основанные на стереотипных представлениях черты [Конфликтное взаимодействие в речевой деятельности 2016]. Положительный образ субъекта первого плана создают лексемы со значением «право»: *прав, правый скинхед, правда*. Цитату из речи В. В. Путина «Дмитрий Анатольевич Медведев — не меньший русский националист, чем я. Это человек, который будет самым активным образом отстаивать интересы РФ» можно трактовать как «разрешение» на пропаганду исключительности и превосходства, признание включенности первых лиц государства в свою общность.

Описываемый нами коммуникативный сценарий отличает обязательное наличие «третьей» группы субъектов, включенной в него по инициативе адресанта, и продуцируемый им же ее отрицательный образ, создание которого и есть прагматическая цель пропаганды. Достижению прагматической цели способствует утверждение природной неполноценности представителей группы, нравственной, социальной средствами языка вражды: создание негативного образа этнической группы, утверждения о ее неполноценности, моральных недостатках, упоминание в унижительном, оскорбительном контекстах (*чурбанский сброд; нелюбовь к хачам и неграм; ненависть к жидам лилась из тела недр; гнать пендалем, вражеское пузо*) посредством существительных с прямым отрицательным значением, инвективной лексики [Язык вражды против общества 2007].

В рамках коммуникативного сценария пропаганды исключительности и превосходства граждан по признаку их национальной, расовой принадлежности необходимо охарактеризовать и внешнюю группу субъектов — адресата. Отметим, что этот субъект коммуникативного сценария, как правило, деперсонифицирован: *обыватель, сородич, народ*. Очевидным становится лишь факт принадлежности адресата к той же этнической группе, что и субъект первого плана — адресант (*Исполни воинский долг, если ты славянин!; сородич*). Кроме того, при анализе воззвания субъекта первого плана в адрес внешнего субъекта: *Ты запуган, сородич, прячешься по углам; Если тупей и наивней первокурсницы педа, то, скорей всего, тобой сегодня кто-то отобедает!; Хватит лить, словно баба, бесполезные слезы!; молчащие обыватели, закованные в цепи; допившиеся до белки в подвалах Дыбенко* — становится очевидным, что адресант указывает на «слабые» стороны адресата, манипулируя его сознанием посредством лексических сопоставлений, номинаций, наделенных яркой образностью, что усиливает воздействие на адресата в решении выбора «другого пути» — пути *Арийских братьев*, а не *молчащих обывателей*.

Коммуникативное поведение субъекта характеризует второй компонент структурной схемы сценария — путь, проследить который позволяют приписываемые субъекту действия, установки, ценностные ориентации. В призывах к действиям, направленным на пропаганду исключительности и превосходства, по свидетельству А. Н. Баранова, «как правило, обнаруживаются случаи пропаганды превосходства или неполноценности как таковой, но никак не призывы к такой деятельности» [Баранов 2007: 470]. Налицо контрастная характеристика неполноценности отдельных национальных групп по сравнению с представителями «*Арийских братьев*», «*белой расы*». Значительную долю в коммуникативном сценарии пропаганды исключительности и превосходства граждан по признаку их национальной, расовой принадлежности занимают не столько призывы, которые в соответствии со стандартной формулой «я хочу, чтобы ты нечто сделал» все же предполагают конкретные действия, а воззвания: *Эй, обыватель, долго будешь молча терпеть? Позабудь гуманизм! Поднимайся народ!* Так, например, воззвание «*Салютуй победе жестом вскинутой к солнцу руки*» (зиг-хайль) — дословно можно трактовать как «стань одним из нас».

Но фиксируются и призывы к враждебным действиям: *Приглядиись, а может, этот бритый твой сын? Ведь он бьется за тебя, так вставай рядом с ним! Позабудь гуманизм, то масонский обман...; Разорви цепи и выпрями спину, встань с колен, стисни зубы, сожми кулаки, исполни воинский долг как надлежит славянину!* В представленных высказываниях содержатся языковые маркеры призыва к конкретным действиям, носящим агрессивный характер — стандартные грамматические формы побуждения: глаголы второго лица, единственного или множественного числа, повелительного наклонения. Подтверждается наличие подобных призывов высокой частотностью лексем со значением «война»: *сражаться, битва, солдат, воинский долг, биться*, его *сердце охвачено жаждой войны, скорых битв надвигаются страшные грозы* и пр.

Говоря о пространственных и временных характеристиках коммуникативного сценария пропаганды, следует отметить, что действия разворачиваются здесь и сейчас: реальным пространством становится территория,

гражданами которой являются субъекты первого плана, в нашем случае — Россия. На это реальное пространство накладываются разнообразные социальные, психологические, исторические, пространственные структуры — образы, усложняя его, создавая исторический контекст. Так, например, возникает образ полководца Кутузова, который может быть отнесен к прецедентным феноменам (*Наше дело правое — сказал как-то полководец Кутузов*), или князя Святослава (*А мы еще вытпием ти**ы как Святослав хазарам*), с идейными установками и действиями которых ассоциирует себя субъект первого плана.

Существенный пласт лексем с пространственной семантикой составляют экзистенциальные глаголы, обозначающие местонахождение субъекта в определенном пространстве, глаголы, обозначающие местоположение в пространстве.

К числу временных маркеров мы относим прежде всего грамматические средства, например, грамматическую категорию времени глагола; в текстах преобладают формы настоящего, будущего времени: *время не замедлит бег, но заставит быть первым; его сердце охвачено жаждой войны!; лучше смерть, чем борьбу и движение предать!; ты запуган, сородич, прячься по углам* и др. К лексическим временным маркерам могут быть отнесены наречия времени, существительные с темпоральной семантикой.

Если перенести описываемые структурные компоненты коммуникативного сценария пропаганды исключительности, превосходства граждан по признаку их национальной, расовой принадлежности в линейную временную плоскость, то сценарий может быть представлен следующими этапами. Прологом становится описание «проблемной ситуации» — *«В опасности белая раса»*; экспозиционную фазу сценария составляют создание положительного образа субъекта первого плана — адресанта и отрицательного образа «третьих» субъектов коммуникативного сценария. Завязкой служит описанный нами выше структурный компонент, в рамках которого субъект манипулирует сознанием адресата, указывая на его «слабые стороны», используя лексические сопоставления. Кульминацией, безусловно, становятся воззвания и призывы, сформулированные субъектом первого плана, которые и составляют прагматическую цель сценария в целом. Такие традиционные фазы сценария, как развязка и эпилог, отсутствуют в рамках исследуемого жанра, что ни в коей мере не препятствует достижению коммуникативной цели — приобщению к идеям пропаганды превосходства и исключительности граждан по признаку их национальной, расовой принадлежности.

Таким образом, следует заключить, что коммуникативный сценарий пропаганды исключительности и превосходства граждан по признаку их национальной, расовой принадлежности — речевая последовательность, создание которой определено коммуникативными установками адресанта (автора), его коммуникативной целью. Ключевыми признаками коммуникативного сценария становятся создание противоположных образов субъектов коммуникации — положительного собственного, отрицательного, основанного на субъективных, часто стереотипных суждениях образа субъектов «закадровых»; указание на результат пропаганды, ее адресата, способ и средства достижения результата. Адресант убежден, что настоящее положение вещей (здесь и сейчас) требует изменений, побуждает адресата, который, как правило, деперсонифицирован, посредством прямых призывов, воззваний принять участие в достижении цели — приобщении к идеям пропаганды превосходства и исключительности по признаку национальной, расовой принадлежности. К приписываемым адресанту действиям в рамках коммуникативного сценария могут быть отнесены формирование противопоставления — контраста положительного образа одной этической группы, национальности и отрицательного другой; утверждение природного, социального или нравственного превосходства одной этической группы над другой; распространение информации, выражаемой не только языковыми средствами (включая аудиовизуальные), направленной на широкий круг людей, имеющей целью воздействие (манипуляцию) на общественное сознание [Стернин 2010].

ЛИТЕРАТУРА

1. Бакулаев Г. П. Массовая коммуникация: западные теории и концепции. — М. : Аспект Пресс, 2005. 176 с.
2. Баранов А. Н. Лингвистическая экспертиза текста. — М. : Флинта : Наука, 2007. 470 с.
3. Васильева В. В., Дускаева Л. Р. Коммуникативный сценарий призыва в массмедийном поликодовом тексте: проявления экстремистского высказывания // *Alta linguistica petropolitana. Труды Института лингвистических исследований РАН*. — СПб. : Наука, 2016. С. 395—405.
4. Каменская О. Л. Текст и коммуникация : учеб. пособие для институтов и факультетов иностр. яз. — М. : Высш. шк., 1990. 152 с.
5. Конфликтное взаимодействие в речевой деятельности : учеб. пособие / сост. Е. И. Бреусова, В. П. Засыпкин, Т. А. Сироткина. — Ижевск : ООО «Принт-2», 2016. 180 с.
6. Лакофф Дж., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем. — М. : Едиториал УРСС, 2004. 256 с.
7. Методические рекомендации об использовании специальных познаний по делам и материалам о возбуждении национальной, расовой или религиозной вражды. URL: <http://www.panorama.ru> (дата обращения: 07.10.2019). — Текст : электронный.
8. Стернин И. А. Выявление признаков возбуждения расовой и национальной вражды в лингвистической экспертизе текста. — Воронеж : Гарант, 2010. 20 с.
9. Язык вражды против общества : сб. статей / сост. А. Верховский. — М. : Центр «Сова», 2007. С. 14.

Е. П. Дулесов
Ижевск, Россия

ПОЛИТИКА СКВОЗЬ ПРИЗМУ ЛИТЕРАТУРЫ: ЛИТЕРАТУРНАЯ МЕТАФОРА В ПАРЛАМЕНТСКОМ ДИСКУРСЕ РОССИЙСКОЙ ИМПЕРИИ

Аннотация. В статье рассматриваются когнитивные метафоры со сферой-источником «Литература» в дореволюционных парламентских речах. Показано, что для осмысления политической реальности депутаты активно обращаются к различным прецедентным текстам: басням И. А. Крылова, произведениям Н. В. Гоголя, М. Е. Салтыкова-Щедрина, Библии. Сравнения с литературными героями в думских речах служат дискредитации политических противников, при этом имя героя (Манилов, Ноздрев, Скалозуб и т. д.) выступает в качестве символа определенных качеств. Сопоставляя политические события с сюжетом Библии, ораторы стремятся создать высокий, пафосный образ. Отмечается, что литературная метафора может использоваться в рамках приема дискредитации метафоры политического противника.

Ключевые слова: политические метафоры; когнитивные метафоры; политическая метафорология; прецедентные феномены; парламентские речи; литература; литературные метафоры.

E. P. Dulesov
Izhevsk, Russia

POLITICS THROUGH PRISM OF LITERATURE: LITERARY METAPHOR IN THE PARLIAMENTARY DISCOURSE OF THE RUSSIAN EMPIRE

Abstract. The article deals with cognitive metaphors with the source domain 'Literature' in pre-revolutionary parliamentary speeches. It is shown that in order to conceptualize the political reality deputies use different precedent texts: Ivan Krylov's fables, Nikolai Gogol's and Mikhail Saltykov-Shchedrin's works, the Bible, etc. Comparisons with literary characters in parliamentary speeches serve to discredit political opponents, the name of a character (Manilov, Nozdryov, Skalozub, etc.) being a symbol of definite qualities. By comparing political events to the Bible's plot speakers seek to create an elevated tone. It is noted that literary metaphor can be employed to discredit a political opponent's metaphor.

Keywords: political metaphors; cognitive metaphors; political metaphorology; precedent phenomena; parliamentary addresses; literature; literary metaphor.

Парламентский дискурс Российской империи не часто оказывается в фокусе лингвистической рефлексии. Вместе с тем именно с появлением первого российского парламента в 1906 г. зародилась публичная политическая коммуникация в нашей стране, и перед депутатами стояла сложная задача — выработать модель публичного речевого поведения в рамках нового института [Громыко 2007: 5—6]. Дореволюционный парламентский дискурс предоставляет исследователю богатый языковой материал, который можно анализировать в различных аспектах (лексикологическом, риторико-стилистическом, коммуникативно-дискурсивном, когнитивном [Громыко 2011]). Одно из ведущих направлений современной политической лингвистики — когнитивное — предполагает прежде всего анализ метафорических моделей и ключевых концептов.

Исследование когнитивной метафоры в дореволюционной парламентской коммуникации, на наш взгляд, является принципиально важным, поскольку оно позволяет решить двойную задачу. С одной стороны, оно показывает, как в нарождавшемся российском политическом дискурсе происходила концептуализация общественно-политической сферы, отношений между разными социальными группами и национальностями, истории государства, его будущего. Исследуя метафору, мы сможем восстановить картину мира, характерную для отдельного политика, определенной политической группы и даже всего дореволюционного российского общества. Тем самым в зеркале метафоры отразится сложный и противоречивый период отечественной истории. С другой стороны, мы сможем увидеть, каким образом дореволюционные парламентарии использовали язык с целью воздействия, манипуляции, вербуя своих сторонников и направляя их мысль и деятельность в нужное русло.

Как указывает Й. Цинкен, существует два основных типа метафор: корреляционные, проецирующие телесный опыт на абстрактные сферы (например, представление государства как организма), и интертекстуальные, с помощью которых новые события сопоставляются с определенными культурно значимыми явлениями. В качестве источника таких метафор выступает семиотический опыт, а именно стереотипы, культурно значимые тексты, фильмы, произведения искусства, школьные знания и т. д. [Zinken 2003: 509]. Значительная часть интертекстуальных метафор связана с прецедентными текстами, под которыми понимаются тексты, фиксированные в сознании носителей языка данной языковой общности, представляющие факт культуры и актуализирующие некоторую ситуацию [Баранов 2014: 101]. По словам Д. Б. Гудкова, «прецедентный текст знаком любому среднему члену лингвокультурного сообщества, в когнитивную базу входит инвариант его восприятия, обращение к нему многократно возобновляется в процессе коммуникации через связанные с этим текстом высказывания и символы» [Гудков 2008: 406].

По нашим наблюдениям, в качестве главных источников интертекстуальных метафор в дореволюционном парламентском дискурсе используются такие прецедентные тексты, как басни (прежде всего И. А. Крылова),

произведения Н. В. Гоголя, М. Е. Салтыкова-Щедрина, библейский текст, народные сказки и некоторые другие. Такие случаи осмысления политической сферы сквозь призму художественного или библейского текста мы относим к литературной метафоре (метафорическая модель литературы, в частности, выделена в исследовании А. Н. Баранова [Баранов 2014: 513—547]). Для обозначения подобных явлений, как отмечает Е. А. Нахимова, существуют и другие термины — интертекстема, прецедентный феномен, текстовая реминисценция, элемент вертикального контекста и другие [Нахимова 2007].

Чаще всего политики разных направлений сопоставляют политические события с сюжетами басен И. А. Крылова. При этом прецедентные тексты, являющиеся феноменами когнитивного плана, актуализируются в конкретных речах с помощью различных вербальных феноменов [Гудков 2008: 407] — имени автора и названия текста (1), цитаты (2), обозначения персонажей и элементов прецедентной ситуации (3):

(1) *И вот, господа, если вы вникнете в эти взаимоотношения, то не увидите фактически объединенного кабинета, вы увидите то, что Крылов рисовал в басне „Лебедь, рак и щука“, вы увидите полное отсутствие единства...* (В. М. Пуришкевич. 07.12.1912).

(2) *...Русское правительство и реакционные элементы чувят, что они скоро очутятся в положении того волка, который „в деревню забежал, не в гости, а живот спасая“* (Н. С. Чхеидзе. 24.05.1910; отсылка к басне «Волк и кот»).

(3) *...Каждый раз он [В. А. Маклаков] попадает в положение крыловского повара. Сколько раз он был очевидцем того, что у господ октябристов от их конституции остаются только обеды, но Василий Алексеевич не унывал. Теперь, что же он видит? Он видит, что конституционные васьки за стенами Таврического дворца припали и уже трудятся над финляндским конституционным курчонок, и что же, господа, он опять-таки не унывает* (Н. С. Чхеидзе. 24.05.1910).

В примере (3) левый депутат Н. С. Чхеидзе иронически представляет ту роль, которую играют в Думе кадеты, в частности В. А. Маклаков: наблюдая, как октябристы во всем идут навстречу правительству и урезают права граждан, представители Партии народной свободы тем не менее продолжают увещать их, ссылаясь на конституцию. Эта ситуация напоминает Н. С. Чхеидзе сюжет крыловской басни «Кот и повар», ставшей источником прецедентного высказывания «А Васька слушает, да ест», которое цитируется как упрек в адрес тех, кто тратит свое красноречие там, где нужно просто «власть употребить» [Энциклопедический словарь крылатых слов и выражений 2005: 8]. Таким образом, конституция и права граждан изображаются как курчонок, которого поедает кот Васька, а точнее васьки (так с помощью приема антономазии обозначаются правительство и поддерживающая его часть Думы). Кадеты же играют смехотворную роль повара, который напрасно пытается обрести понимание кровожадное правительство. В тех случаях, когда сферой-источником литературной метафоры выступают басни, мы обычно имеем дело с сочетанием метафорических моделей. Так, в примере (3), помимо литературной, используются зооморфная, физиологическая и гастрономическая метафора.

В некоторых случаях оратор в своей речи открыто не обозначает ни названия произведения, ни даже персонажа, а только кратко обрисовывает прецедентную ситуацию:

(4) *...Их рассуждения [правых депутатов] всегда напоминают рассуждения одного животного, которое попало на барский двор и ничего, кроме грязи, там не нашло* (Н. С. Чхеидзе. 09.03.1911; имеется в виду басня И. А. Крылова «Свинья»).

Здесь оратор намеренно не называет главного героя басни, не желая прибегать к эксплицитному оскорблению в отношении своих коллег и рассчитывая на фоновые знания слушателей, которые сами должны сделать последний шаг и расшифровать инвективный смысл.

В абсолютном большинстве случаев сравнения с литературными героями в думских речах служат дискредитации политических противников, при этом имя героя выступает в качестве культурного знака, символа определенных качеств [Нахимова 2007]: Манилов — мечтательный, оторванный от жизни либерал (5), Ноздрев — самодур и деспот (6), Скалозуб — самодовольный невежда (7) и т. д.:

(5) *И вот он, современный помещик Манилов, сидит на мосту и радуется, что соединил два берега, — там кунтуши поляки танцуют краковяк, а здесь поют: „Боже, Царя храни“ русские люди; и Манилов их мирит и любит счастливой идиллией. Господа, эта маниловская философия неуместна здесь* (Н. Е. Марков. 08.05.1910).

(6) *...У нас, к несчастью, господствует ноздревское понимание границ, установленных законом. Знаете, как Ноздрев показывал границы своих владений: „вот граница моих владений, до сих пор все мое, ну, и там много моего“* (Ф. И. Родичев. 18.11.1909).

(7) *Такова политика Министерства Народного Просвещения по отношению к профессуре. <...> Им до науки и торжества ее столько же дела, сколько полковнику Скалозубу* (Ф. И. Родичев. 04.03.1910).

Кроме басен и других художественных произведений, в качестве сферы-источника литературной метафоры часто выступает Библия. При этом, если «басенные» метафоры имеют преимущественно ироническую окраску, то сопоставления современных политических событий с сюжетом Библии чаще служат одновременно дискредитацию противников и созданию пафосного образа. При этом задействуются они весьма активно в речах не только правых (8), но и левых, социалистов (9):

(8) *Мы не боимся суда вашего, ибо мы уверены, что трубы ваши, как бы они ни были громки, они не иерихонские трубы и что трубы ваши не заставят пасть русскую государственность...* (В. М. Пуришкевич. 17.11.1907).

Здесь оратор демонстрирует явное несоответствие притязаний оппонента его реальному статусу: несмотря на все попытки дискредитировать правых и правительство (*трубы ваши, как бы они ни были громки*), оппози-

ционные политики не в состоянии добиться эффекта, произведенного еврейскими священниками во время осады города Иерихон [Энциклопедический словарь крылатых слов и выражений 2005: 758], иными словами, левые не способны поколебать авторитет власти.

(9) *Видя, господа, это препирательство и грызню между господами союзниками и администрацией, мне вспоминается одно место из Евангелия, где сказано, что распявшие Его делили одежды Его, бросая жребий, кому что взять. Да, господа, вы и ваше правительство в продолжение веков распинали трудящиеся массы не только на Кавказе, но и во всей России* (Н. С. Чхеидзе. 21.01.1909).

В примере (9) Н. С. Чхеидзе обращается к одной из ключевых сцен Евангелия — распятию Иисуса Христа. Правых политиков («союзников» — членов Союза русского народа) и представителей власти оратор изображает как воинов, которые после казни Христа разделили между собой его одежды и с помощью жребия решили, кому достанется бесшовный хитон. Таким образом депутат акцентирует алчность и жестокость своих политических противников, готовых к «препирательству и грызне» между собой. В свою очередь, страдания «трудящихся масс» (характерное клише социалистического дискурса) приравниваются к страстям Христовым, а значит, наделяются ореолом святости, мученичества.

Активное использование библейских образов в дореволюционной парламентской коммуникации С. А. Громыко связывает с тем, что она испытывала значительное влияние духовного красноречия [Громыко 2007: 187—188].

Литературная метафора задействуется дореволюционными депутатами не только как самостоятельный феномен, но и как инструмент дискредитации метафоры, использованной политическим противником. Под дискредитацией метафоры мы понимаем вербализованную реакцию оппонента на метафору пропонента с целью умаления его авторитета и/или развенчания его позиции. С помощью данного приема оратор разрушает метафорический образ, созданный пропонентом, демонстрирует нелогичность, абсурдность, неправильность метафоры и тем самым представляет пропонента в невыгодном свете и повышает собственный статус. Рассмотрим следующий пример.

Правый депутат Н. Е. Марков, образно представляя роль высшего сословия в государстве, использовал физиологическую метафору «Дворянство — это мозг»:

(10) *...Русское дворянство необходимо русскому земству, настолько необходимо, насколько человеку необходимо мозги, ибо дворянство есть мозги русского народа. Правда, есть люди, которые думают, что можно человеку обходиться без мозгов, но ведь этих людей называют безмозглыми именно потому, что они так думают* (Н. Е. Марков. 08.05.1910).

Традиционная концептуальная метафора «Государство — это организм», представляющая каждый социальный класс как определенный орган тела и устанавливающая жесткую иерархию общественных отношений, эксплуатировалась в европейских политических дискурсах со времен Античности. Очевидно, что для начала XX в. подобная метафорическая концептуализация государства уже устарела, и поэтому политические противники консерваторов не могли с ней согласиться. Мишенью критики метафора Н. Е. Маркова становится в речи социал-демократа И. П. Покровского. Сначала оппонент подхватывает ее и доводит до абсурда, гиперболизируя исходный образ, делая его более выпуклым и вызывающим:

(11) *... [Н. Е. Марков] прямо говорит, как истинный крепостник, разоблачается цинично до конца, говорит, что и теперь все осталось в России, как в крепостные времена: есть дворянство, горожане, рабочие и крестьяне, но все эти три последние группы, весь этот демократический элемент, все это общественный труп, безжизненный, беспочвенный, бессильный без дворян, которые представляются головой общества, мозгом его* (И. П. Покровский. 11.05.1910).

По сути, И. П. Покровский следует до конца логике Н. Е. Маркова: если дворянство — это мозг, значит, все остальные общественные группы, лишившись мозга, станут трупом. Все, что ассоциируется со смертью, оценивается отрицательно. Вряд ли абсолютное большинство населения Российской империи удовлетворится ролью «безжизненного трупа», поэтому изначальный тезис правого депутата опровергается. Социал-демократ констатирует неуместность исходной метафоры:

(12) *Дворяне, господа, не мозги и не были им, а теперь тем более не могут быть; дворяне не мозги. Дискредитировав метафору пропонента, показав ее неадекватность, И. П. Покровский прибегает к реметафоризации, т. е. предлагает свою «контрметафору», более подходящую, по его мнению, для концептуализации дворянства:*

(13) *...Дворяне не мозги. Это, если помните, органчик, который был под черепной крышкой у помпадура Щедрина, тот органчик, который как раз в тот критический момент, когда помпадур хотел провозгласить свою государственность, выражающуюся единственным словом „запорю“, вдруг захрипел, зашипел и остановился, и, господа, никакие ухищрения хитрых механиков, Столыпина там или Крыжановского, не восстановят действия этого органчика, а тем более не поставят его на место.*

В данном контексте левый оратор обращается к литературной метафоре, источником которой является прецедентный текст — «История одного города» М. Е. Салтыкова-Щедрина. Дворянство представляется не как мозг, а как примитивный механизм, который был в голове глуповского градоначальника Брудастого, — органчик, исполнявший нетрудные музыкальные пьесы «разорю!» и «не потерплю!». Такое сравнение профилирует сразу несколько смыслов: 1) дворянство не имеет органической связи с народом, оторвано от него (И. П. Покровский в речи также указывает, что народу «не нужен какой-то привозной, приносной дворянский мозг»); 2) дворянство жестоко по отношению к народу («запорю»); 3) дворянство — это отживший, нежизне-

способный общественный элемент, который не может руководить Российским государством («захрипел, зашипел и остановился»). В свою очередь, премьер-министр и министр внутренних дел П. А. Столыпин и его товарищ С. Е. Крыжановский сопоставляются с механиками, которые тщетно пытаются отремонтировать этот органчик. Поэтому их действия являются как минимум нелогичными, как максимум смехотворными.

Таким образом, мы видим, что метафоры со сферой-источником «Литература» весьма частотны в дореволюционном российском парламенте. Политическая сфера предстает сквозь призму прецедентных текстов, при этом чаще всего депутаты обращаются к басням И. А. Крылова, Библии, произведениям Н. В. Гоголя и М. Е. Салтыкова-Щедрина. Если «басенные» метафоры имеют целью высмеять противника, то сопоставления современных политических событий с сюжетом Библии служат созданию высокого пафосного образа. Литературная метафора может также задействоваться в рамках особого приема игры на понижение — дискредитации метафоры политического противника.

ЛИТЕРАТУРА

1. Баранов А. Н. Дескрипторная теория метафоры. — М. : Языки славянской культуры, 2014. 632 с.
2. Громыко С. А. Речь в российском дореволюционном парламенте: пути лингвистического исследования // Современная филология : материалы междунар. заоч. науч. конф. — Уфа, 2011. С. 151—154.
3. Громыко С. А. Русский политический дискурс начала XX в.: на материале дискуссии в I Государственной Думе 1906 года : дис. ... канд. филол. наук. — Вологда, 2007. 235 с.
4. Гудков Д. Б. Прецедентные феномены в текстах политического дискурса // Язык средств массовой информации : учеб. пособие для вузов. — М. : Академический проект : Альма Матер, 2008. С. 401—418.
5. Нахимова Е. А. Прецедентные имена в массовой коммуникации. — Екатеринбург, 2007. 207 с. URL: <http://www.philology.ru/linguistics2/nakhimova-07a.htm> (дата обращения: 01.09.2019). — Текст : электронный.
6. Энциклопедический словарь крылатых слов и выражений. — М. : Локид-Пресс, 2005. 880 с.
7. Zinken J. Ideological imagination: intertextual and correlational metaphors in political discourse // *Discourse & society*. 2003. № 4. P. 507—523.

Л. В. Енина

Екатеринбург, Россия

О ПЕРФОРМАТИВНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ В СВЕТЕ ДИСКУРСИВНЫХ ПОВОРОТОВ

Аннотация. В статье предложено понятие «перформативная идентичность». Обоснование понятия дается с опорой на методологическую базу исследования дискурса в русле понимания М. Фуко. Материалом исследования выступают автобиографические тексты работников Уралмашзавода.

Ключевые слова: перформативная идентичность; дискурсивные практики; автобиографические тексты; уральские заводы.

L. V. Enina

Ekaterinburg, Russia

ABOUT PERFORMATIVE IDENTITY IN THE LIGHT OF DISCURSIVE TURNS

Abstract. The concept of “performative identity” is proposed in the article. The rationale for the concept is based on the methodological basis of the study of discourse in line with M. Foucault's understanding. The research materials are autobiographical texts of Uralmashzavod employees.

Keywords: performative identity; discursive practices; autobiographical texts; Ural fabrics.

Лингвоперсонология на данном этапе развития предполагает расширение предмета исследования и привлечение методов анализа, используемых в других гуманитарных науках [Чудинов и др. 2018]. Исследователь, который заявляет о дискурсивном повороте, берет на себя обязательство определиться с методологической базой, поскольку понятие «дискурс» в силу своего широкого употребления в разных гуманитарных дисциплинах получило весьма размытое определение. Мы придерживаемся парадигмы, заданной исследованиями французского философа и антрополога Мишеля Фуко. Заявленный Фуко подход смещает фокус гуманитарных исследований: вместо сосредоточенности на господствующих в конце 1960-х понятиях оригинальности творчества автора и скрытых значений его произведений он предлагает обратиться к автору, понимаемому «не как говорящий индивид, который произнес или написал текст, но как принцип группировки дискурсов, как единство и источник их значений, как центр их связности» [Фуко 1996: 63]. Иными словами, вместо поиска индивидуальных характеристик автора в тексте, по мысли Фуко, стоит обратиться к исследованию функции автора в историческом массиве текстов: «Было бы абсурдно, конечно, отрицать существование пишущего и сочиняющего индивида. Но я думаю, что, по крайней мере, начиная с какого-то времени, индивид, приступающий к писанию текста, горизонтом которого маячит возможное произведение, принимает на себя определенную функцию автора: то, что он пишет и чего не пишет, что набрасывает, пусть даже в качестве предварительного черновика, как эскиз произведения, и то, что он окончательно бросает и что теряется как обыденная речь, — вся эта игра различий предписана индивиду определенной функцией автора, каковой он получает ее от своей эпохи или же какой она, в свою очередь, становится в результате произведенных им изменений» [Там же: 64]. Следуя такому пониманию, исследователь ставит проблему изучения нормативной позиции, господствующей в заданном дискурсе. Как убедительно показывает Сергей Ушакин, идеи Фуко исторически перекликаются с идеями, высказанными русскими формалистами в первой половине XX в. [Ушакин 2016].

Идеи Фуко были восприняты и продолжены многими антропологами, социологами, философами и филологами. В отечественной филологии дискурсивный подход, предложенный Фуко, представлен в исследованиях политического дискурса [Чернявская, Молодыхенко 2014; Шейгал 2000], журналистского дискурса [Дискурсивные практики СМИ... 2009; Проблемы конструирования... 2017; Сосновская 2004; Чепкина 2000], автобиографического [Козлова 2005; Савкина 2002; И. Сандомирская 2014; Ткач 2004].

В связи с кратким обозначением нашей исследовательской парадигмы мы считаем, что в проблематику лингвоперсонологии может быть органичным образом включена проблема автора, не сводимая к индивидуальным биографическим особенностям или индивидуальным речевым характеристикам, а понимаемая как дискурсивная конструкция, воспроизводимая каждым говорящим в заданных коммуникативных условиях.

Дискурсивную конструкцию не следует понимать как прокрустово ложе, жестко ограничивающее говорящего, ее устойчивость носит относительный характер. Одновременное подчинение говорящего правилам дискурса и отступление от них или их нарушение возможно исследовать, применив понятие перформативной идентичности.

В лингвистике понятие перформатива традиционно используется для указания на особый вид речевого акта, который приравнивается к социальному действию [Остин 1986]. Мы применяем понятие перформатива в более широком контексте. Такие свойства перформатива, как повторяемость и согласованность с общественной нор-

Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ, проект № 19-012-00553А «Первостроители как перформативный проект: конструирование дискурсивной идентичности уральских рабочих в текстах 1930-х и 1970-х».

мой, позволяют рассматривать не только отдельные высказывания, но и тексты, в том числе автобиографические, в качестве социального действия говорящего по установлению собственной идентичности [Енина 2016]. С этой точки зрения, тексты представляют собой одну из дискурсивных техник функции автора. Перформативная идентичность — промежуточный дискурсивный результат отождествления или различения себя с Другим. Продолжая придерживаться обозначенного понимания дискурса, мы используем методику критического дискурс-анализа для выявления дискурсивных практик, участвующих в создании перформативной идентичности. Предметом анализа становятся дискурсивные практики, понимаемые прежде всего как правила передачи и развертывания смыслов, освоенные говорящим. При этом практики не замкнуты в пределах одного высказывания или текста, они реализуются не в линейной последовательности, а фрагментарно.

Материалом для нашего анализа перформативной идентичности послужили автобиографические тексты о строительстве Уралмаша, которые хранятся в Музее истории Уралмашзавода под названием «Фонд первостроителей» и которые были введены в научный оборот благодаря проекту РФФИ. Этот фонд начал складываться, когда в 1967 г. был открыт музей при заводе. В связи с этим от имени парторганизации завода работникам-коммунистам было дано «партийное задание» написать воспоминания о строительстве завода в 1928—1934 гг. Тексты воспоминаний собирались в период с 1967 по 1984 г. К настоящему времени Фонд содержит приблизительно 100 текстов в рукописном и машинописном варианте. Авторами текстов выступают разные с точки зрения происхождения, образования, достигнутого социального статуса работники Уралмашзавода.

Тексты, составляющие «Фонд первостроителей», были написаны в позднее советское время, соответственно они принадлежат одному и тому же социальному полю и дискурсивному опыту советского человека. Это позволяет нам рассмотреть эти тексты как единый объект исследования — дискурс «Фонда первостроителей».

Эти письменные документы — наглядный пример практических действий заводчан по дискурсивному оформлению собственной идентичности в локальном масштабе советской истории. Их коллективная память и коммуникативный опыт сформировались в высокой степени зависимости от практик официального советского дискурса, которые широко распространялись благодаря СМИ и официально одобренным произведениям литературы и кино. Соответственно, нормативная позиция советского официального дискурса ярко представлена в этих документах, но для нас важно, что она сосуществует и с другими дискурсивными практиками, хорошо освоенными работниками в заводской повседневности — практиками умолчания, сокрытия, приспособления, неподчинения. Говоря иначе, принцип отбора практик самоидентификации заводчан одновременно и подчиняется официальному советскому дискурсу, и уклоняется от него. Таким образом, перформативная идентичность в анализируемом дискурсе есть след присутствия работника Уралмаша, что — по большому счету — и выступает предметом исследования в предлагаемом докладе на конференцию по проблематике лингвоперсонологии.

Основные выводы доклада: для перформативной идентичности работников завода устойчивость приобретают практики именования главного события — *героического строительства* и практики самоименования работников — *первостроители, ударники, коммунисты, комсомольцы, уралмашевцы*. Практики описания бытовых условий сосредоточены на смыслах отсутствия: *Жилья никакого, я спал на верстаке в монтажке, столовой так же не припомню. Безделья ни какого со временем не считались если нужно было; Газет мы не читали когда жили в землянках и нам их никто не читал книг тоже* (в цитируемых текстах сохранена орфография и пунктуация оригинала). Принцип отбора индивидуальных сведений для коллективной биографии тесно связан с практиками описания своей профессиональной смелости, идущей вразрез с установленным распорядком заводских будней: самовольно занять комнату для детской библиотеки; поставить дополнительную кровать в комнату общежития, не выполнить «неправильное» распоряжение главного инженера; раскритиковать решение начальника цеха на собрании — все эти эпизоды перформативно гарантируют говорящему личное присутствие в коллективной биографии.

ЛИТЕРАТУРА

1. Дискурсивные практики СМИ: проблемы информационной безопасности / под общ. ред. Э. В. Чепкиной. — Екатеринбург, 2009.
2. Енина Л. В. Идентичность как дискурсивный концепт и механизмы дискурсивной идентификации // Политическая лингвистика. 2016. Вып. 6 (60). С. 159—167.
3. Козлова Н. Н. Советские люди. Сцены из истории. — М., 2005.
4. Остин Дж. Л. Слово как действие // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. 17. Теория речевых актов. — М., 1986. С. 22—129.
5. Проблемы конструирования идентичности россиян в дискурсе СМИ под влиянием концепта «информационная война» / под ред. Э. В. Чепкиной. — М.; Екатеринбург, 2017.
6. Савкина И. Идентичность и модели женственности в дневнике «приживалки» (Е. Попова «Из московской жизни сороковых годов») // Гендер: язык, культура, коммуникация : докл. 2-й Междунар. конф. — М., 2002. С. 274—280.
7. Сандомирская И. Блокада в слове: очерки критической теории и биополитики языка. — М., 2013.
8. Сосновская А. М. Профессиональная идентичность журналиста (анализ случаев) // Журнал социологии и социальной антропологии. 2004. Т. 7. № 3. С. 116—138.
9. Ткач О. Рабочая династия: идеологический проект советского государства // Право на имя : Междунар. чтения памяти В. В. Иофе. 18—19 апр 2003 : сборник докладов. — СПб., 2004. С. 136—149.
10. Ушакин С. «Не взлетевшие самолеты мечты»: о поколении формального метода // Формальный метод: антология русского модернизма. Т. 1. Системы / под ред. С. А. Ушакина. — Екатеринбург; Москва : Кабинетный ученый, 2016. С. 9—60.
11. Фуко М. Порядок дискурса // Воля к истине: по ту сторону знания, власти и сексуальности. — М., 1996. С. 47—97.
12. Чернявская В. Е., Молодыхенко Е. Н. История в дискурсе политики: лингвистический образ «своих» и «чужих». — М., 2014.
13. Чудинов А. П., Нахимова Е. А., Никифорова М. В. Российская лингвополитическая персонология: исследование дискурса политических лидеров // Вестн. РУДН. Сер.: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2018. № 1. С. 14—31.
14. Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса. — Волгоград, 2000. 368 с.

Г. А. Заварзина
Воронеж, Россия

ЛЕКСИКА ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ: ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПОНЯТИЯ И АСПЕКТЫ ИЗУЧЕНИЯ

Аннотация. Статья посвящена рассмотрению вопросов теоретического характера, связанных с проблемами определения понятия «лексика государственного управления» и характеристикой ее особенностей, обусловленных отнесенностью данной лексики к одному из наиболее динамичных лексико-семантических образований в системе современного русского языка. В статье изложены различные подходы к решению проблем, связанных с формированием понятийно-терминологического аппарата исследуемой области научного изучения.

Ключевые слова: государственное управление; лексикология; политическая терминология; общественно-политическая лексика; лексико-семантические подсистемы.

G. A. Zavarzina
Voronezh, Russia

STATE MANAGEMENT VOCABULARY: DEFINITION OF THE CONCEPT AND ASPECTS OF STUDY

Abstract. The article is devoted to the consideration of theoretical issues related to the problems of defining the concept of “vocabulary of state management” and the characteristics of its features, due to the relevance of this vocabulary to one of the most dynamic lexico-semantic formations in the system of modern Russian language. The article outlines various approaches to solving problems associated with the formation of the conceptual and terminological apparatus of the studied area of scientific study.

Keywords: state management; vocabulary; political terminology; socio-political vocabulary; lexico-semantic subsystems.

Как известно, русская лексика государственного управления до середины 80-х г. XX в. не была предметом специального комплексного изучения отечественных лингвистов. Рассматривались лишь частные вопросы, касающиеся некоторых тематических групп названной лексической подсистемы русского языка в досоветский и советский периоды его развития. Так, например, отдельные аспекты номинаций управленческого характера досоветского периода анализировались в работах, посвященных истории русского языка, выполненных на материале административно-приказной или юридической лексики. Ср., напр., исследования Н. Г. Михайловской о деловой лексике в древнерусском языке XI—XIV вв. [Михайловская 1979], С. С. Волкова, А. Н. Качалкина — об административно-деловой терминологии в памятниках деловой письменности XVII вв. [Волков 1961, 1974, 1988; Качалкин 1988], В. О. Петрунина — об административной лексике в русском языке XVIII века [Петрунина 1985], А. В. Волосковой, М. М. Копыленко, Е. Г. Сивериной, Т. А. Кассиной — об иноязычных заимствованиях в лексической подсистеме административного языка [Волоскова 1969; Копыленко 1969; Сиверина 1974; Кассина 1988] и нек. др. Некоторые аспекты лексики государственного управления советского периода получили отражение в лингвистических исследованиях, посвященных изучению общественно-политического словаря. Ср., напр., научные труды Ю. А. Бельчикова, С. Г. Ильенко, М. К. Максимовой об истории развития общественно-политической лексики русского языка советской эпохи [Бельчиков 1953; Ильенко, Максимова 1958]; А. С. Белой, Т. Б. Крючковой, Т. Д. Савенко — о тематической организации и направлениях развития русской общественно-политической лексики и терминологии [Белая 1977; Крючкова 1989; Савенко 1989]; П. К. Мильшина, С. И. Ожегова, И. Ф. Протченко — о пополнении общественно-политической лексики русского языка в советский период его развития [Мильшин 1964; Ожегов 1974; Протченко 1975]; Д. Н. Шмелева, А. Н. Кожина — о семантико-стилистических изменениях в общественно-политической лексике советского времени [Шмелев 1964; Кожин 1986] и нек. др.

В последнее десятилетие XX в. — начале XXI в. стали выходить специальные научные работы, посвященные самостоятельному исследованию тех или иных вопросов лексики и терминологии государственного управления в русском языке, что было обусловлено появлением особого интереса к сфере государственного управления в связи с осознанием ее значимости для функционирования современного общества. Ср., напр., исследования М. А. Крундышева о терминологии государственного устройства в постперестроечное время [Крундышев 1998]; Нгуен Тхи Тху Ван, И. Г. Вольвачевой — о составе, источниках формирования и тематической классификации терминологии государственного управления [Нгуен Тхи Тху Ван 2001; Вольвачева 2007]; В. А. Шмелева — об источниках формирования лексики государственного управления в русском языке постсоветского периода [Шмелев 2003]; Ю. Н. Кузнецовой — о наименованиях должностей системы государственного управления и государственной службы в русском языке [Кузнецова 2009]; И. В. Ерофеевой — о словообразовательных процессах в подязыке государственного управления [Ерофеева 2008]; М. Б. Геращенко — об актуализированной лексике анализируемой сферы [Геращенко 2009]; В. Н. Калиновской — об особенностях сочетаемости лексем, номинирующих понятия государственного управления [Калиновская 2007]; Н. И. Коцюбы,

А. Е. Бижкеновой — о влиянии русской лексики государственного управления на развитие лексических подсистем управленческой сферы других языков [Коцюба 2004; Бижкенова 2008] и др., а также лексикографические издания В. Ф. Халипова (1996), Л. Т. Волчковой (2001), Д. В. Ливенцева (2005), В. К. Егорова (2006), Г. А. Заварзиной (2015—2019). В начале XXI в. в русистике началось изучение лексики государственного управления в русле когнитивной лингвистики (см. работы Д. В. Гусева, Е. И. Шейгал, М. В. Гавриловой, О. Г. Назаренко, А. П. Михайлова, О. Н. Кушнир, Д. В. Шапочкина, Г. А. Заварзиной и др.) и в культурно-речевом аспекте (см., напр., работы М. Н. Пановой). Некоторые вопросы, касающиеся развития лексики государственного управления, традиционно освещаются в русле политической лингвистики как специального научного направления, исследующего особенности политической сферы коммуникации и коммуникативного воздействия на политическое сознание общества [Чудинов 2006, 2011; ср. также: Синельникова, 2009; Тихонова 2012; Ворошилова 2014].

Как видно, среди лингвистов, занимающихся изучением общественно-политической лексики русского языка, возникает осознание необходимости исследования структурно-системной организации и семантических особенностей относительно самостоятельного лексического пласта, номинирующего явления и понятия из сферы государственного управления, и определения его места в общей лексической системе русского языка. Подобная группа словесных знаков, получивших в новейший период развития русского языка различные терминологические обозначения: «собственно политическая лексика» [Ошеева 2004; Карбасова 2007], «общественно-политическая лексика в сфере государственного управления» [Живулин 1997]; «административная лексика» [Шамшин 1998; Шмелькова 2010], «терминология государственного устройства» [Крундышев 1998]; «терминология социального устройства» [Соколов 2001]; «терминология государственного управления» [Нгуен Тхи Тху Ван 2001; Коцюба 2004; Вольвачева 2007; Кузнецова 2009] и ставшее наиболее частотным именование «лексика государственного управления» [Шмелев 2003; Бижкенова 2008; Кузнецова 2009; Кушнир 2012; Заварзина 2012, 2015; 2017, 2019], справедливо признается практически всеми исследователями-лингвистами как неотъемлемая часть пласта общественно-политической лексики русского языка.

Действительно, отечественные и зарубежные лингвисты, исследуя общественно-политическую лексику русского языка советского периода, с необходимостью выделяли в ее составе лексико-семантический разряд (группу) словесных знаков, связанных с обозначением понятий государственности и государственного устройства, органов государственной власти и их представителей, и отмечали их неразрывную связь с собственно политическими лексемами. Отмеченный факт был обусловлен экстралингвистическими причинами, а именно неразрывной связанностью политической и государственной сфер деятельности общества советской эпохи. Так, по справедливому замечанию Л. А. Мурадовой, в советском государстве наблюдалась «тесная связь между государственной, политической, хозяйственной и культурно-просветительской деятельностью» [Мурадова 1986: 22]. Среди важнейших особенностей советской эпохи ученые называют «слияние государственной и партийной власти и, как следствие, идеологизацию всех разрядов лексики политического лексикона» (см. об этом: [Катаева 2009: 12]). Об отсутствии самостоятельности сферы управления в советском государстве пишет также Г. В. Атаманчук: «В период господства марксистско-ленинской идеологии государственное управление рассматривалось только с точки зрения руководящей и направляющей роли партии» [Атаманчук 2010: 21]; ср.: «...вся система управления в СССР держалась в основном на политическом контроле, который осуществляли два политических института: партийные органы и спецслужбы, которые играли основную роль (по их оценочным суждениям) в организации безопасности в обществе» [Мельков 2006]; «...органы власти в СССР были частью единого вертикально интегрированного партийно-государственного механизма» [Гельман 2010].

Отмеченный факт также подтверждается работами современных политологов, высказывающих мнения о несомненной традиционной политизации языка государственного управления. Ср.: «...государственное управление по своей природе политическое, и политический характер его присущ любому современному обществу, любой стране» [Зеркин, Игнатов 2007: 63]. Л. В. Сморгунов утверждает, что «государственное управление на поверхности предстает как концепция неполитическая, тем не менее его внутреннее содержание имеет явно политические основания» [Сморгунов 2006: 214]. С точки зрения В. В. Яновского и С. А. Кирсанова, сфера применения государственного управления является политической по своей природе и его следует определять «как исследование и практику выработки и реализации государственной политики, осуществляемой в интересах общества в целом или отдельных его групп» [Яновский, Кирсанов 2009: 20]. По мнению Д. Фредериксона, «любой серьезный исследователь управления государством, или публичной администрации, вероятно, сказал бы, что трудно, если не невозможно, оторвать политику от управления» [Frederickson 1996: 267]; ср.: «...государственное управление не только реализует, но и определяет политику» [James L. Perry 1996: 23].

При этом понимание исследуемой лексико-семантической подсистемы русского языка в современной научной лингвистической литературе является весьма различным.

Одни исследователи под лексикой государственного управления понимают достаточно ограниченный разряд словесных знаков, являющихся по сути номенклатурными единицами. Так, например, В. А. Шмелев к лексике государственного управления относит наименования органов власти, должностных лиц и административно-территориальных единиц [Шмелев 2003: 1]. По мнению О. И. Воробьевой, к лексике государственного управления следует относить «термины и номенклатурные названия федеральной и местной системы политического управления обществом, репрезентирующие понятийное поле „государственный аппарат“: государственно-исполнительная власть, социально-политические институты и их структуру» [Воробьева 2000: 4; ср. также:

Шейгал 2000]. Подобные номенклатурные обозначения, по мнению Н. А. Резниковой, выполняют «референциальную функцию, называя понятия, важные для общественной жизни, отражая особенности социального устройства, присущие государствам с различными политическими структурами, и обладают относительной стабильностью» [Резникова 2005: 52].

Другие языковеды при определении состава лексики государственного управления исходят из широкого толкования данного понятия, получившего отражение в специальных лексикографических изданиях и новейшей политологической и социологической литературе. Так, например, Ю. В. Ошеева к анализируемому разряду справедливо относит «слова и выражения, которые обозначают понятия, связанные со сферой деятельности государства (в том числе законодательной и исполнительной власти как непосредственно связанных с осуществлением государственного управления, политики государства)» [Ошеева 2004: 31]. Кроме того, по мнению исследователя, «данная лексико-семантическая подсистема органично включает в свой состав языковые единицы из других сфер общественной жизни (правовой, административной)» [там же: 31]. С точки зрения О. В. Карбасовой, лексическую систему государственного управления формируют «наименования должностей, государственных органов, ведомств, политических партий и движений, термины международной политики, юридические и экономические термины, а также электоральная и военная терминология...» [Карбасова 2007: 46]. Ср.: «Под терминологией государственного управления понимают лексические единицы, обозначающие названия должностных лиц и государственных учреждений, наименования документов и административно-территориального деления и представленные основными подотраслевыми терминологическими подсистемами управления в экономической, социально-культурной, административно-политической сфере, а также в сфере юстиции и управления иностранными делами» [Нгуен Тхи Тху Ван 2001].

На наш взгляд, наиболее правомерным является широкое понимание лексики государственного управления, представляющей собой особую систему словесных знаков как терминологического, так и нетерминологического характера, связанных с обозначением органов власти, должностных лиц, а также направлений и особенностей их деятельности [Заварзина 2015] и занимающей значительное место в современной системе русского языка.

ЛИТЕРАТУРА

1. Атаманчук Г. В. Теория государственного управления : курс лекций. — М., 2010. 387 с.
2. Белая А. С. Формирование общественно-политической лексики советской эпохи : автореф. дис. ... канд. филол. наук. — Днепропетровск, 1977.
3. Бельчиков Ю. А. Из истории словарного состава русского языка. История слова «мещанин» // Вестн. МГУ. 1953. № 1. С. 121—131.
4. Бижкенова А. Е. Особенности развития терминологии государственного управления в Казахстане: материалы Междунар. конференции // Современная терминология: состояние и перспективы. — Астана : КазГЮУ, 2008. С. 63—68.
5. Волков С. С. Развитие административно-деловой терминологии в начале XVII в. (по документам «Слова и дела») // Начальный этап формирования русского национального языка. — Л., 1961. С. 138—159.
6. Волков С. С. Лексика русских челобитных XVII в. — Л. : Изд-во Ленингр. ун-та, 1974. 164 с.
7. Волоскова А. В. Иноязычные слова в дипломатической терминологии начала XVIII века // Взаимодействие языков. — Свердловск, 1969. С. 31—44. — (Учен. зап. Урал. гос. ун-та ; № 80 ; Сер. филологическая ; № 8).
8. Вольвачева И. Г. К вопросу о терминологии государственного управления // Личность — слово — социум : Междунар. науч.-практ. конф. — Минск, 2007. URL: <http://www.pws-conf.ru/nauchnaya/Iss-2007/358-lingvisticheskie-ekvivalenty-sovremennogo-mira/7953-k-voprosu-o-terminologii-gosudarstvenno-upravleniya.html>. — Текст : электронный.
9. Воробьева О. И. Политическая лексика. Ее функции в современной устной и письменной речи : моног. — Архангельск, 2000. 120 с.
10. Ворошилова М. Б. «Политическая лингвистика»: веки развития // Педагогическое образование в России. 2014. № 1. С. 45—48.
11. Гельман В. Я. Власть, управление и локальные режимы в России: рамки анализа // Неприкосновенный запас. 2010. № 2 (70). URL: <http://magazines.russ.ru/nz/2010/2/ge5.html>.
12. Геращенко М. Б. Механизмы трансформаций реактивированной лексики русского языка на рубеже XX—XXI вв., номинирующей реалии и понятия сферы политики и государственного устройства // Политическая лингвистика. 2009. № 3 (29). С. 114—118.
13. Ерофеева И. В. Отсутствующие прилагательные с суффиксом -ьн- в Московском летописном своде 1479 года // Уч. зап. Казан. ун-та. 2008. Т. 150. Кн. 2. С. 27—43.
14. Живулин В. П. Становление общественно-политической лексики США в сфере государственного управления в XVII—XX вв. : дис. ... канд. филол. наук. — СПб., 1997. 182 с.
15. Заварзина Г. А. О соотношении понятий «общественно-политическая лексика» и «лексика государственного управления» // Общественные науки. 2011. № 9. С. 94—100.
16. Заварзина Г. А. Русская лексика государственного управления: история формирования и современные процессы развития : дис. д-ра... филол. наук. — Воронеж, 2015. 381 с.
17. Зеркин Д. П., Игнатов В. Г. Основы теории государственного управления : курс лекций. — М. : ИКЦ «МарТ» ; Ростов н/Д : Издат. центр «МарТ», 2007. 544 с.
18. Ильенко С. Г., Максимова М. Л. К истории общественно-политической лексики советского периода // Уч. зап. ЛГПИ им. Герцена. 1958. Т. 165. С. 280—293.
19. Калиновская В. Н. Лексическая сочетаемость в русском литературном языке XVIII века как отражение культурной парадигмы: динамический аспект // Русская культура нового столетия: проблемы изучения, сохранения и использования историко-культурного наследия / гл. ред. Г. В. Судаков ; сост. С. А. Тихомиров. — Вологда : Книжное наследие, 2007. С. 724—730.
20. Карбасова О. В. Язык электронных коммуникаций МИД Франции // Пространство и время в мировой политике и международных отношениях : мат-лы 4 конвента РАМИ / под ред. А. Ю. Мельвиля ; Рос. ассоциация междунар. исследований. — М. : МГИМО-Университет, 2007. Т. 10 : Коммуникационный менеджмент как новый фактор формирования мировой политики и международных отношений / под ред. Е. Н. Пашенцева. — С. 46—57.
21. Катаева С. Г. Немецкий политический язык: основные направления и тенденции развития (на материале политической лексики) : автореф. дис. ... д-ра филол. наук. — М., 2009. 44 с.
22. Качалкин А. Н. Жанры русского документа допетровской эпохи : в 2 ч. — М., 1988.
23. Кожин А. Н. Лексико-стилистические процессы в русском языке периода Великой Отечественной войны // Русская речь. 1986. № 5. С. 14.
24. Копыленко М. М. О греческом влиянии на язык древнерусской письменности // Рус. речь. М., 1969. № 5. С. 96—103.

25. Коцюба Н. И. Терминология государственного управления (становление и развитие) : автореф. дис. ... канд. филол. наук. — Львов, 2004. 22 с.
26. Крундышев М. А. Терминология государственного устройства в постперестроечное время : автореф. дис. ... канд. филол. наук. — М., 1998. 24 с.
27. Крючкова Т. Б. Особенности функционирования и развития общественно-политической лексики и терминологии. — М. : Наука, 1989. 151 с.
28. Кузнецова Ю. Н. Наименования должностей системы государственной службы и государственного управления в русском языке : дис. канд. филол. наук. — Воронеж, 2009. 207 с.
29. Кушнир О. Н. Эволюция русской концептосферы на рубеже XX—XXI вв.: вопросы динамической лингвоконцептологии : моногр. — Сыктывкар : КРАГСиУ, 2012. 347 с.
30. Мельков С. Что все-таки означает «единоначалие» сегодня? // Военно-промышленный курьер. 2006. № 26 (142). URL: <http://vpk-news.ru/articles/4514>.
31. Михайловская Н. Г. Системные связи в лексике древнерусского книжно-письменного языка XI—XIV веков : дис. ... д-ра филол. наук. — М., 1979. 402 с.
32. Мурадова Л. А. Семантико-функциональная характеристика общественно-политической лексики современного французского языка. — М. : Наука, 1986. С. 24—54.
33. Нгуен Тхи Тху Ван. Терминология государственного управления в современном русском языке : дис. ... канд. филол. наук. — М., 2001. 219 с.
34. Ошеева Ю. В. Политическая лексика и фразеология русского языка (1985—2000 гг.) : дис. ... канд. филол. наук. — Уфа, 2004. 269 с.
35. Петрунин В. О. Динамика словарного состава в деловом языке петровской эпохи (имена на -ние/-ение, -ость, -ство и -тель в юридических кодексах Древней Руси и петровской эпохи) : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01. — Л., 1985. 227 с.
36. Резникова Н. А. Семантический анализ политической лексики // Вестн. ТГПУ. 2005. Вып. 4 (48). Сер. «Гуманитарные науки (Филология)». С. 49—54.
37. Савенко Т. Б. Развитие общественно-политической лексики русского языка советского периода (по материалам «Толкового словаря русского языка» под ред. Д. Н. Ушакова и др. лексикографических источников) : дис. ... канд. филол. наук. — Киев, 1989. 266 с.
38. Синельникова Л. Н. Политическая лингвистика: координаты междисциплинарности // Политическая лингвистика. 2009. № 4 (30). С. 41—47.
39. Сморгунюв Л. В. Политология : учеб. для вузов. — М. : Гардарики, 2006. 600 с.
40. Тихонова С. А. Политическая лингвистика : учеб. пособие. — Омск : Изд-во Омск. ун-та, 2012. 131 с.
41. Чудинов А. П. Политическая лингвистика. — М., 2006.
42. Чудинов А. П. Современная политическая лингвистика. — Екатеринбург, 2011.
43. Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса. — М. : Гнозис, 2000. 326 с.
44. Шмелев Д. Н. О семантических изменениях в современном русском языке // Развитие грамматики и лексики современного русского языка. — М. : Наука, 1964. С. 4—17.
45. Шмелев В. А. Источники формирования лексики государственного управления в современном русском языке : доклад междунар. конф. — Диалог, 2003. URL: http://www.gramota.ru/mag_arch.html?id=68.
46. Яновский В. В., Кирсанов С. А. Введение в специальность «Государственное и муниципальное управление» : учебное пособие. — М. : КНОРУС, 2009. 208 с.
47. Frederickson G. Comparing the Reinventing Government with the New Public Administration // Public Administration Review. 1996. Vol. 56. № 3. P. 267.
48. James L. Perry. Handbook of Public Administration. 2ed. 1996. — S. Francisco : Jossey-Bass, Inc.

Р. И. Зарипов
Москва, Россия

О КОНЦЕПТУАЛЬНЫХ УСТАНОВКАХ (МАНИПУЛЯТИВНЫХ ПОСЫЛАХ) СООБЩЕНИЙ В ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ И ИНФОРМАЦИОННО-ПСИХОЛОГИЧЕСКОЙ ВОЙНЕ

Аннотация. В статье анализируется природа концептуальных установок (манипулятивных посылов) сообщений политического дискурса и информационно-психологической войны. Независимо от наличия в них субъективно-оценочных и эмоционально-экспрессивных элементов концептуальные установки могут быть выражены в виде тождества метафорической модели «X — это Y», формирующей образ объекта внеязыковой действительности в информационном пространстве.

Ключевые слова: политический дискурс; информационно-психологические войны; концептуальные метафоры; медиа-дискурс; медиалингвистика; медиатексты; политическая метафорология; СМИ; средства массовой информации.

R. I. Zaripov
Moscow, Russia

ON CONCEPTUAL SETTINGS (MANIPULATIVE MESSAGES) OF MESSAGES IN POLITICAL DISCOURSE AND INFORMATION-PSYCHOLOGICAL WAR

Abstract. The article analyzes the nature of conceptual attitudes (manipulative messages) messages of political discourse and information-psychological warfare. Regardless of the presence of subjective-evaluative and emotionally expressive elements in them, conceptual attitudes can be expressed as the identity of the metaphorical model “X is Y”, which forms the image of an object of extra-linguistic reality in the information space.

Keywords: political discourse; informational and psychological warfare; conceptual metaphors; media discourse; media linguistics; media texts; political metaphorology; mass media.

Теоретико-практические исследования политического дискурса позволили сделать вывод о том, что концептуальные установки (манипулятивные послы¹) текста (шире — сообщения как формы предоставления текстовой, визуальной, аудио-, видео- и комбинированной информации) могут быть определены через содержащиеся в нем субъективно-оценочные и эмоционально-экспрессивные элементы, совокупность которых образует метафорические модели как универсальные эпистемологические категории, выражающие общую семантику дискурса и формирующие у адресата картину мира и определенные стереотипы мышления. Метафорическое моделирование как процесс построения таких моделей представляет собой один из основных элементов речевого манипулятивного воздействия [Зарипов 2016: 55].

В соответствии с общими положениями когнитивной лингвистики язык представляет собой «единый континуум символьных единиц», следовательно, «при анализе концептуальной метафоры принимаются во внимание не только собственно метафоры, но и сравнительные обороты, разнообразные перифразы, метонимия и иные образные средства, учитываются не только собственно слова, но и фразеологизмы, составные наименования; в равной степени рассматриваются слова, относящиеся к различным частям речи, лексико-грамматическим рядам и семантическим объединениям. Иначе говоря, понятийное сближение воспринимается как фактор значительно более важный, чем уровневые или структурные различия» [Чудинов 2001: 37]. Таким образом, метафора объединяет в себе абсолютно все возможные варианты употребления языковых смысловых единиц в прямом значении. Необязательно наличие в сообщении полностью сформированных и организованных по фреймам и слотам метафорических моделей, иногда для определения одной из концептуальных установок достаточно одного или нескольких метафорических словоупотреблений — характеристик мишени информационного воздействия:

Киевская Русь должна развалить Московию как тюрьму народов. Это является миссией Украины — сдержать нашествие агрессора на европейскую цивилизацию, демократические ценности [На Украине заявили о миссии Киева «развалить Московию» URL].

Концептуальные установки сообщения всегда относительны. Это значит, что в ходе его анализа они определяются *относительно* мишени информационного воздействия или интересующего объекта внеязыковой действительности. Так, в приведенном сообщении ими выступают Украина и Россия. Благодаря ярким отдельным образам манипулятивные послы прослеживаются четко:

РОССИЯ — это МОСКОВИЯ (то есть средневековая, дикая страна);

РОССИЯ — это ТЮРЬМА НАРОДОВ;

РОССИЯ — это АГРЕССОР;

УКРАИНА — это КИЕВСКАЯ РУСЬ (то есть истинная, историческая Русь, родина православия).

¹ В лингвистике информационно-психологической войны сообщения, дискредитирующие мишень информационного воздействия, называются информационно-психологическим оружием и трактуются как выполняющие манипулятивную функцию, в связи с чем их концептуальные установки можно называть манипулятивными послы.

Уточнения характеристик, раскрытые в скобках, возникают в сознании реципиента контекстуально и с учетом его фоновых знаний.

Как мы видим, персуазивный потенциал приведенного текста реализуется за счет образности задействованных лексических единиц. Как правило, содержание подобных сообщений направлено на широкую аудиторию, в целом подверженную воздействию эмоционально-экспрессивных и субъективно-оценочных элементов ввиду их эстетической и манипулятивной функций.

Сложнее приходится со стилистически нейтральными текстами, концептуальные установки которых обычно скрыты и слабо поддаются интерпретации. Такие тексты составляют основу большинства повседневных новостных и аналитических сообщений СМИ, с которыми чаще всего и встречается реципиент. Считается, что они обладают меньшим манипулятивным потенциалом ввиду своего «сухого» стиля, хотя часто при этом содержат элементы дезинформации и манипуляции смыслами. С появлением лингвистики информационно-психологической войны как отдельного направления политической лингвистики и необходимости введения четких критериев определения информационно-психологического оружия как сообщения, дискредитирующего мишень информационного воздействия, тема определения концептуальных установок текста в условиях отсутствия изобразительных языковых средств стала еще более актуальной.

Стилистически нейтральные сообщения присущи информационным источникам, позиционирующим себя как объективные, независимые и авторитетные. Их типичными примерами являются оперативно-новостные и эфирные СМИ, в которых наблюдается насыщенность и стихийность ленты новостей, в связи с чем у реципиента складывается впечатление об их непредвзятости, а также глобальности и всесторонности освещения ими текущей информационной повестки. Другими примерами могут выступить газетные и журнальные статьи, а также любые сообщения, в которых отсутствует явная попытка интерпретировать новость.

Стоит отметить, что на сегодняшний день четкие жанровые границы между приведенными типами сообщений практически стерлись, и почти в любом из них могут присутствовать специфические языковые маркеры (идеологические, политические и другие), носящие скрытый манипулятивный характер и являющиеся ориентиром при определении концептуальных установок. Кроме того, последние должны определяться с учетом большого контекста: стилистически нейтральные сообщения могут дополняться в рамках одной рубрики (программы) комментариями гостей, экспертов и аналитиков, в речи которых обычно присутствует большое количество субъективно-оценочной и эмоционально-экспрессивной лексики.

Концептуальные установки выражаются лаконично и имеют, как правило, несмотря на возможное отсутствие в сообщении субъективно-оценочных и эмоционально-экспрессивных элементов, метафорическую основу. Это объясняется тем, что любой манипулятивный посыл и любое высказывание, сравнивающее два и более объекта, не являются буквальными истинами и создаются на фигуральной основе (при безусловном намерении авторов эти установки максимально буквальизировать):

«РОССИЯ — это ПРЕСТУПНОЕ СООБЩЕСТВО»;

«РОССИЙСКАЯ ПОЛИТИЧЕСКАЯ РЕАЛЬНОСТЬ — это ВОЙНА»;

«РОССИЙСКАЯ ПОЛИТИЧЕСКАЯ РЕАЛЬНОСТЬ — это ИГРА»;

«САДДАМ ХУСЕЙН — это ЗЛОДЕЙ», «США — это СПАСИТЕЛЬ», «НАРОД ИРАКА — это ЖЕРТВА»;

«СССР — это ИМПЕРИЯ ЗЛА» и т. д.

Метафоричность концептуальных установок, вытекающих из метафорических моделей, видна и из предыдущего примера.

Образы объектов внеязыковой действительности формируются в общественном и индивидуальном сознании так, как они моделируются в информационном пространстве. В этом процессе стилистически нейтральные сообщения также активно применяются субъектами информационного воздействия и имеют значительный суггестивный потенциал, который составляют:

– выразительные языковые средства (фигуры речи и особые сочетания слов, используемые для усиления выразительности и создания у реципиента образа верного, обоснованного, логически грамотного высказывания) [Гаврилов 2004: 47];

– подставные номинации, призванные заменить объективно существующие характеристики объекта или реалии действительности;

– наречия неопределенности события (*возможно, вполне вероятно, скорее всего, по-видимому* и т. п.) и глагольные формы сослагательного наклонения, маскирующие дезинформацию;

– вербально выраженное замалчивание просочившейся информации;

– ссылки на непроверенные или сомнительные источники информации (*по информации авторитетного источника, по неподтвержденным данным, по словам неназванного источника, со ссылкой на анонимный источник, по мнению экспертов* и т. п.);

– непроверенные или сомнительные числовые значения, призванные благодаря своей наглядности подтвердить позицию автора или внести значительный вклад в формирование образа мишени информационного воздействия;

– безапелляционные и, как правило, повторяемые утверждения сомнительного характера, призванные преподнести навязываемые реципиенту реалии как объективно существующие («Асад ведет войну против собственного народа») и т. д.

Это неполный перечень возможных приемов преподнесения информации, формирующих суггестивный потенциал сообщения в отсутствие изобразительных языковых средств. Приведем примеры применения некоторых из них в описании действий ВС США в войне во Вьетнаме в ее начальный период:

*When reporters attempted to verify information concerning a failed military operation involving US military personnel and equipment, they quickly discovered the extent of Diem's news censorship. Military Information Officer Lieutenant Colonel James Smith stated, "There is **nothing we may report** on this operation. **We have been told this** by the Government of South Vietnam" [Dahm URL].*

Позиция американского офицера заключается в замалчивании неудачи: информации нет, «нам так сообщили».

*In managing the news, the government relied on its ability to control information, on the press's commitment to "objective" reporting, and on its loyalty to the U.S. cause rather than on censorship. As a result, the opinions of soldiers and officers in the field could be and were communicated directly to the public. In a traditional, declared war this would not be a problem. Vietnam, however, was a "limited" war; Americans, though shooting and being shot at, though killing and being killed, **were not soldiers, but "advisors"**. Victory in battle and in the "pacification program" depended not only on how U.S. soldiers performed, but on how South Vietnamese soldiers and, ultimately, the South Vietnamese government performed [Delli Carpini 1990].*

В этом отрывке действительность подается так, что война во Вьетнаме является не обычной, настоящей войной, а «ограниченной», а именно — «программой умиротворения»; солдаты ВС США обезличиваются: это не солдаты, а «советники»; победы в сражениях зависят не только от американских солдат, но и от южновьетнамских (удобное прикрытие в случае неудач), а также от правительства Сайгона.

Кроме указанных выше номинаций, в СМИ были и следующие «подмены»: личный состав ВС США — это «просто наблюдатели, не комбатанты» [Washington Post 2018], «учебные» или «тренировочные» полеты ВВС США вместо «боевых вылетов», их реальное боевое применение — это деятельность по обучению южновьетнамских пилотов [Без опознавательных знаков... URL]. Элитное летное боевое подразделение ВВС США было названо «Тренировочной боевой эскадрильей боевых экипажей № 4400» ("4400th Combat Crew Training Squadron") [Там же].

Как мы видим, применяемые языковые маркеры создают иную действительность, согласно которой в первые годы войны США занимались во Вьетнаме исключительно небоевыми операциями: выполняли учебно-тренировочные полеты, обучали пилотов дружественного государства, а если и несли потери, то это были «советники». Таким образом, из всех этих подставных номинаций в стилистически нейтральных сообщениях формировалась метафорическая модель, отражающая иную реальность, в которой «США — это НЕ УЧАСТНИК КОНФЛИКТА».

Еще один пример стилистически нейтрального сообщения, содержащего манипулятивные элементы:

Russian toll in Syria battle was 300 killed and wounded: sources

MOSCOW (Reuters) — About 300 men working for a Kremlin-linked Russian private military firm were either killed or injured in Syria last week, according to three sources familiar with the matter [Reuters, 15.02.2018].

Вторит агентству Рейтер и телеканал «Дождь»:

Reuters рассказал о 300 погибших и раненых в Сирии россиянах за неделю

За прошлую неделю Россия потеряла в Сирии погибшими или ранеными около 300 человек, все они служили в частной военной компании, связанной с Кремлем, сообщил Reuters со ссылкой на три информированных источника [Дождь 15.02.2018].

Какие это источники и откуда появились такие данные о потерях — для реципиента, как и субъекта информационного воздействия, уже не важно, поскольку проверить это невозможно. В отсутствии субъективно-оценочных и эмоционально-экспрессивных элементов суггестивное воздействие призваны оказывать цифры и завуалированные формулировки, за которыми нет конкретики: «три *информированных* источника», «Reuters *рассказал*...» (глагол употреблен так, чтобы агентство Рейтер казалось несравненным авторитетом). Главное, что такая дезинформация просочилась во все крупные средства массовой коммуникации, в том числе в русскоязычном сегменте Интернета, а альтернативы ей не оказалось.

Таким образом, одно из главных положений лингвистики информационно-психологической войны и всей когнитивно-дискурсивной парадигмы лингвистического знания состоит в том, что концептуальные установки (манипулятивные посылы) сообщения независимо от наличия в нем субъективно-оценочных и эмоционально-экспрессивных элементов могут быть выражены в виде тождества метафорической модели «X — это Y», где X — мишень информационного воздействия (сфера-мишень неметафорических смыслов), Y — сфера внеязыковой действительности, содержащая метафорические смыслы соответствующих метафорической модели единиц и приравнивающаяся к мишени информационного воздействия.

Развитие политико-лингвистических исследований достигло такого этапа, при котором из одноименного направления отечественной науки в отдельное учение выделилась лингвистика информационно-психологической войны, занимающаяся едва ли не главной сферой применения языковых средств — сферой формирования и интерпретации образа России и ее структурных компонентов в информационном пространстве, а также проблематикой информационного противоборства в целом. Новое направление лингвистических исследований призвано обеспечивать информационную безопасность Российской Федерации через объяснение используемых стратегий, тактик, методов и приемов ведущейся против нее информационно-психологической войны, определение четких критериев информационно-психологического оружия и дешифровку манипулятивных посылов субъектов информационного воздействия.

ЛИТЕРАТУРА

1. Без опознавательных знаков. Втягивание США в войну во Вьетнаме и роль старых бомбардировщиков // Военное обозрение. URL: <https://topwar.ru/154862-bez-opoznavatelnyh-znakov-vtjagivanie-ssha-v-voynu-vo-vietname-i-rol-staryh-bombardirovshikov.html> (дата обращения: 03.09.2019).
2. Гаврилов Л. А. Стилистика французского языка : учеб. — М. : Военный университет, 2004. 196 с.
3. Зарипов Р. И. Метафорическое моделирование образа России в современном французском политическом дискурсе : моногр. — М. : Р. Валент, 2016. 220 с.
4. На Украине заявили о миссии Киева «развалить Московию» // Лента.ру. URL: <https://lenta.ru/news/2019/08/26/gopko/> (дата обращения: 01.09.2019).
5. Чудинов А. П. Россия в метафорическом зеркале: когнитивное исследование политической метафоры (1991—2000) : моногр. / Урал. гос. пед. ун-т. — Екатеринбург, 2001. 328 с.
6. Dahm A. The media and Vietnam. URL: <https://www.mckendree.edu/academics/scholars/issue3/dahm.htm> (date of access: 05.09.2019).
7. Delli Carpini M.X. Vietnam and the Press. URL: https://repository.upenn.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1403&context=asc_papers (date of access: 05.09.2019).
8. Did the news media, led by Walter Cronkite, lose the war in Vietnam? // Washington Post. URL: https://www.washingtonpost.com/national/did-the-news-media-led-by-walter-cronkite-lose-the-war-in-vietnam/2018/05/25/a5b3e098-495e-11e8-827e-190efaf1f1ee_story.html (date of access: 03.09.2019).
9. Reuters рассказал о 300 погибших и раненых в Сирии россиянах за неделю // Дождь. URL: https://tvrain.ru/news/reuters_300_pogibshih_i_ranenyh-457713/ (date of access: 29.08.2019).
10. Russian toll in Syria battle was 300 killed and wounded: sources // Reuters. URL: <https://www.reuters.com/article/us-mideast-crisis-syria-russia-casualtie/russian-toll-in-syria-battle-was-300-killed-and-wounded-sources-idUSKCN1FZ2DZ> (date of access: 29.08.2019).

Е. Н. Иванова
Екатеринбург, Россия

ШТРИХИ К ПОРТРЕТУ ПОЛИТИКА: ОПЫТ ЖУРНАЛИСТОВ И РЕДАКТОРОВ РЕГИОНАЛЬНЫХ ОБЩЕСТВЕННЫХ ИНТЕРНЕТ-СМИ

Аннотация. Статья посвящена выявлению роли журналистов в формировании представлений о политиках в сознании читателей и содержит наблюдения относительно редакторской подготовки публикаций в общественно-политических интернет-СМИ. Актуальность данной статьи определяется необходимостью обозначить основные закономерности при оценке современных политиков в интернет-СМИ. Материалом для исследования послужили публикации интернет-порталов общественно-политической направленности, таких как «УралПолит.Ру», «66.ru», «Lenta.ru», «Газета.ru». Практическая значимость работы определяется тем, что ее материалы и результаты могут быть использованы в практике онлайн-журналистики редакторами и корректорами и при обучении студентов-редакторов в вузе. Новизна исследования заключается в обосновании такого типа изданий, как общественно-политические интернет-СМИ, по конституирующим признакам и в экспликации тактики выражения оценочного мнения о политике, используемой журналистами.

Ключевые слова: журналисты; медиалингвистика; медиатексты; медиадискурс; СМИ; средства массовой информации; редакторы; интернет-СМИ; прецедентные тексты; политический дискурс.

E. N. Ivanova
Ekaterinburg, Russia

STROKES TO THE PORTRAIT OF A POLITICIAN: EXPERIENCE OF JOURNALISTS AND EDITORS OF REGIONAL PUBLIC INTERNET MEDIA

Abstract. The article is devoted to identifying the role of journalists in the formation of ideas about politicians in the minds of readers and contains observations on the editorial preparation of publications in socio-political online media. The relevance of this article is determined by the need to identify the main patterns in the assessment of modern politicians in the online media. The material for the study was the publication of Internet portals of a social and political orientation, such as UralPolit.Ru, 66.ru, Lenta.ru, and Gazeta.ru. The practical significance of the work is determined by the fact that its materials and results can be used in the practice of online journalism by editors and proofreaders and in training editors at a university. The novelty of the study lies in the justification of such types of publications as socio-political online media, on constitutive grounds and in the explication of the tactics of expressing evaluative opinions on the policies used by journalists.

Keywords: journalists; media linguistics; media texts; media discourse; mass media; editors; online media; precedential texts; political discourse.

Современная редакторская практика охватывает не только печатные издания, но и электронные, существующие как в бумажном варианте, так и в электронном формате, и интернет-издания, функционирующие только в сети Интернет. Такие форматы изданий становятся более востребованными читателями в силу динамично развивающихся IT-технологий и высокого темпа жизни людей, особенно в мегаполисах. В связи с этим отмечается все большая популярность СМИ, свободно размещающих свои материалы в сети Интернет, а также оперативно реагирующих на происходящее в городе, стране, мире.

Такие издания могут быть ориентированы на разные стилистические манеры выражения: художественную, публицистическую, научную и др. Наиболее интересными, с нашей точки зрения, представляются интернет-издания общественно-политической направленности, работающие в формате ежедневно обновляемого журнала или газеты, ввиду того что такие СМИ в настоящее время относятся к наиболее распространенным и популярным.

В статье использован опыт редактирования и выпуска публикаций таких региональных интернет-СМИ, как «УралПолит.Ру» (информационно-политический канал), «66.ru» (городской портал), «Lenta.ru» и «Газета.Ru» (интернет-газеты), «ЕТВ» (позиционируется как проект). Несмотря на жанровое разнообразие, все названные СМИ объединяет функционал и новостной формат публикаций.

Если обратиться к стандарту, регламентирующему виды изданий, то хочется подчеркнуть специфику общественно-политических журналов, к которым тяготеют названные выше региональные интернет-СМИ: «...размещают информацию о жизни общества, о политике, экономике, также могут встречаться материалы литературного и сатирического характера. Самая широкая аудитория именно у этих журналов» [ГОСТ 7.60-2003; ГОСТ 7.83-2001].

Гипертекстуальность, мультимедийность и интерактивность присущи абсолютно всем изданиям этого формата [Лукина 2010; Муратова 2010; Сафина 2013], однако в данной статье, как уже было сказано, рассматриваются издания общественно-политического характера, в которых журналисты зачастую оценивают политиков и их поступки, а редакторы поддерживают авторов публикаций, проявляя своего рода непротивление.

Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 19-012-00465 А «Лингвополитическая персонология: дискурсивный поворот».

Нельзя не сказать, что работа редактора над языковым материалом в современных общественно-политических интернет-изданиях сопряжена с определенными трудностями (см. об этом подробнее: [Иванова, Сухогозова 2014]). Русский язык развивается очень динамично, что определяет необходимость для редактора чутко улавливать происходящие изменения и своевременно реагировать на них. Обращение к нормативным словарям и грамматикам, а также к ресурсам «Грамота.ру» и «Академик.ру» являются неотъемлемой частью редакторской обработки поступающих материалов.

Отметим всё же некоторые языковые особенности текстов интернет-СМИ, которые приходится учитывать редактору при подготовке публикаций.

1. **Лексико-семантические:** а) слова и фразеологизмы, не зафиксированные в нормативных словарях, которые появляются в речи политиков, аналитиков, экономистов, деятелей науки и культуры (*стукачок, мыслепреступления* и др.); б) слова и фразеологизмы со значением, не зафиксированным в нормативных словарях (*узаконить, вуз, аспирант* и под.).

2. **Синтаксические:** элементы разговорного синтаксиса (короткие и неполные предложения).

Проиллюстрируем введение неологизмов и слов с неузвальным значением в текст публикации. Редактор в таких случаях оказывается перед сложным выбором: оставить в тексте такие слова, заменить на более привычные, общепринятые лексемы или удалить их из текста.

Редакционная коллегия портала «*Lenta.ru*» поступает следующим образом (подобные примеры можно встретить и в последних публикациях, например «*цветная революция*»): слова, которые не имеют нормативного варианта или которые употреблены респондентом в соответствующей обстановке, не заменяются и не выпускаются, а заключаются в кавычки. Например, такое слово, как «*стукачок*» в материале «Высококонраваственно» от 20.05.2015: *„Сейчас, по большому счету, общество ставит перед собой вопрос: человек, который сообщает о фактах коррупции, — он кто? — спросил присутствующих Михайлов. — Герой нашего времени или, как сказал один телеведущий, „стукачок“? Обществу должен быть послан ясный сигнал, что такой человек герой. В этом главная идея документа“*. Или слово «*мыслепреступления*» в материале «Слишком мелко для падишаха» от 20.05.2015: *«За „мыслепреступления“ уже сажают, и Чечня в этом плане идет впереди страны, — говорит Бабченко. — Но там уже не просто „мыслепреступления“ — там уже дошло до стадии «разговоры на кухнях»»*.

И редакция портала «*66.ru*» заключает подобную лексику в кавычки, демонстрируя тем самым ее противопоставленность нормативной лексике. «*Пенсы*» (*Поясните, будьте добры, что там у „пенсов“ в вашем лице со „справедл“ в данном случае получается?*) в материале «„У вас и так три участка земли!“ Профессор УрГЭУ обвинил депутата Артюха в жадности» от 29.05.2015, «*нарколыга*» (*Да он действующий нарколыга!* — материал «Да он действующий нарколыга!»).

Сайт «*Gazeta.ru*» также вводит такую лексику в публикациях только в кавычках. Например, «*узаконить*» (в значении «оправдать»), «*вуз*» (в значении «ЕС»), «*аспирант*» (в значении «кандидат на вступление в ЕС») — материал «Совсем „Восточное партнерство“» от 22.05.2015: *Соглашения об ассоциации со странами, которые жаждали как-то „узаконить“ свои отношения с Европой, стали способом напомнить о том, что конкурс среди „аспирантов“ по-прежнему высок, а „вуз“ остается престижным*.

Редакция «*УралПолит.ру*» не заключает в кавычки такие новообразования, не выделяя их каким бы то ни было способом. Например, «*мэрство*» (материал «Егор Бычков: «С Ройzmanом мы теперь в черных списках друг у друга» от 10.04.2015): *Сегодня в Госдуме у мэра был отличный шанс заявить о том, что в Екатеринбургe судят невиновного человека. Он этим шансом не воспользовался. Как и не воспользовался кучей таких возможностей за годы своего мэрства. Может, политес не позволяет защищать „своего товарища, честного русского парня Женьку Маленкина“, который из-за мэра, как мы все понимаем, и оказался за решеткой?; «слухмейкеры»: *Слухмейкеры пересказывают грустную историю о том, сколь печальна и незавидна бывает судьба перебежчика* — в материале «Не верь слухам! Выпуск 258».*

Употребление **фразеологических оборотов** в публикациях подчиняется тем же закономерностям, что и в случае введения в журналистский текст неологизмов. Некоторые порталы, как, например, «*Lenta.ru*», представляют такие выражения в кавычках. В тексте «*Высококонраваственно!*» от 20.05.2015 есть выражение «*как науки в банке*», которым обозначается «взаимная нетерпимость, неспособность мирно сосуществовать» [ru.wiktionary.org], оно заключено в кавычки. В материале другого портала, «*Gazeta.ru*», под заголовком «*Слишком мелко для падишаха*» от 20.05.2015 встречается такое устойчивое на фоне последних событий выражение, как «*свадьба тысячелетия*». Оно также заключено в кавычки. В материале портала «*УралПолит.ру*» «*Не верь слухам! Читай „УралПолит.ру“*», выпуск №258 от 22.05.2015, употреблены выражения «*Большой Екатеринбург*», «*белый дом*», «*соколы Жириновского*», «*завидный жених*» — они тоже заключены в кавычки: «*Куйвашев всерьез намерен лоббировать „Большой Екатеринбург“*; «*Но собеседники „УралПолит.ру“ в „белом доме“ отмечают, что такое решение может не понравиться областным депутатам, которые будут согласовывать поправки в бюджет — в отличие от региональной казны, бюджет Екатеринбурга находится в более выигрышной ситуации*»; «*Как гласит слух, другие „соколы Жириновского“ утерли скупую слезу и сказали уже бывшему товарищу, мол, ступай с Богом*»; «*Дело в том, что Ильиных для ЕР — „завидный жених“*. На прошлых выборах голосов, отданных за Ильиных, хватило единороссам на два мандата по партийным спискам».

Язык современных общественно-политических интернет-изданий отражает тенденцию к использованию в своих публикациях разговорных конструкций. Это можно наблюдать в публикуемых материалах интернет-

СМИ: прямая речь в интервью, репортажах, аналитических статьях сохраняется в том виде, в котором существовала в устной форме.

Например, можно говорить о тяготении к простым предложениям, иногда **нераспространенным**. В материале портала «*Gazeta.ru*» под заголовком «*Хорошо бы легализовать многоженство*» от 18.05.2015 приводятся отрывки из речи пресс-секретаря президента РФ Дмитрия Пескова: «*Свадьбами не занимаемся*». В публикации «*Lenta.ru*» «*Есть настроение, что мы самые-самые*» от 29.05.2015 помещен текст интервью с ректором МГУ Виктором Садовничим: «*Рейтинги — это зеркало*». Это связано с тем, что читателю гораздо легче воспринимать информацию, у него создается впечатление живого диалога с участниками публикаций. В конечном итоге это ведет к укреплению доверия читателя к героям публикации, к журналистам и соответственно к СМИ, разместившему тот или иной материал у себя на сайте.

Языковые особенности материалов общественно-политических интернет-СМИ отражают позицию журналиста и редактора по отношению к лексике и синтаксису речи говорящего, в том числе политика. От редактора требуется не только знание всех норм русского языка, но и умение оценить словоупотребление носителей языка с точки зрения узуса, контекста и этики. Нужно отметить, что редакторы ощущают инородность этой лексики, ее экспрессивность, часто принадлежность к жаргонам, поэтому заключают эти лексемы и выражения в кавычки, но оставляют в тексте без изменений и часто без комментариев. Что касается синтаксиса, то и его редакторы также во многом сохраняют самобытным и не стараются сделать нарочито книжным.

Специфика интернет-СМИ располагает к презентации региональных политиков и к оценке их действий в речи журналистов. Рассмотрим некоторые тенденции в журналистской практике.

Приведем примеры заглавий недавних публикаций (2019), размещенных на сайте «ЕТВ, и кратких вводов от журналистов, выполняющих функцию расшифровывающего подзаголовка к публикации» (г. Екатеринбург) [Екатеринбург-ТВ]. Заголовок всегда находится в сильной позиции по отношению ко всему тексту, передавая в свернутом (сгущенном) виде идею всего текста. Эта особенность эксплуатируется и журналистами, и редакторами. Кроме того, заголовок может выполнять несколько функций одновременно, часто информативная и прагматическая функции сосуществуют вместе:

«*Екатеринбург по Крицкому*», «*Из чего состоит Высокинский*», «*Вступление в „Молодую гвардию“ — это американская мечта*», «*Политическая гимнастика Ольги Глацких*», «*По следу Шинупулина*».

«*Пасьянс Ройзмана. Почему самый либеральный мэр России решил уйти в отставку и что завещал своему сменщику*».

«*Губернатор случайных чисел. Десять цифр из жизни Евгения Куйвашева*».

«*Бывшие. Что стало с людьми, обещавшими Екатеринбургу светлое будущее*» (в тексте публикации обнаруживаются параллели, объединенные рубриками «было» — «стало», например: Е. Ройзман — либеральный мэр, И. Володин — полицейский на пенсии; С. Тушин — «великий и ужасный», А. Гагарин — экзистенциальный философ).

«*Сеанс политического реализма. Предвыборная агитация и пропаганда глазами уральских экспертов ТВ и рекламы*».

«*Близость с властью. Десять самых сексуальных политиков и чиновников Свердловской области*» (А. Высокинский, например, соотнесен с героем фильма «Красотка» Р. Гира и назван *современным принцем*).

Как показывают выбранные заглавия публикаций, в основе их оказывается метафорическое сближение, что подчеркивается использованием слов в непрямых значениях. Заметим в скобках, что в оценке действий политиков часто находится метафора игры. И, конечно, нельзя не отметить, что журналисты придерживаются тактики «наклеивания ярлыков» в презентации политиков.

Таким образом, журналисты в оценке политиков стремятся использовать прецедентный сюжет или текст, оставляя тем самым себе возможность для его трансформаций и наполнения исходного текста новым содержанием, соответствующим времени, конституации и собственным намерениям в характеристике политических деятелей любого ранга.

ЛИТЕРАТУРА

- ГОСТ 7.60-2003 Издания. Основные виды. Термины и определения. URL: <http://www.lib.tsu.ru/win/metod/gost/gost7.60-2003.pdf> (дата обращения: 05.08.2019).
- ГОСТ 7.83-2001 Электронные издания. Основные виды и выходные сведения. URL: <http://docs.cntd.ru/document/gost-7-83-2001-sibid> (дата обращения: 05.08.2019).
- Иванова Е. Н., Сухогузова М. Ю. Особенности редакторской подготовки общественно-политических интернет-СМИ // *Lingistica juvenis*. Екатеринбург, 2014. Вып. 16.
- Лукина М. М. Интернет-СМИ: теория и практика. — М., 2010.
- Муратова Н. Ф. Интернет-СМИ как отдельный вид в системе массовой информации: лексическое и этимологическое обозначения понятий // *Филологические науки. Вопросы теории и практики*. — Тамбов, 2010.
- Сафина А. Р. Особенности языка российских интернет-СМИ // *Фундаментальные прикладные исследования: проблемы и результаты*. — Новосибирск, 2013.
- Городской портал «66.ru». URL: <https://66.ru/> (дата обращения: 25.09.2019).
- «Gazeta.ru»: интернет-газета. URL: <https://gazeta.ru/> (дата обращения: 25.09.2019).
- «Lenta.ru»: интернет-газета. URL: <https://lenta.ru/> (дата обращения: 25.09.2019).
- Главные новости Урала и Сибири — УралПолит.RU. URL: <https://uralpolit.ru/> (дата обращения: 25.09.2019).
- «Екатеринбург-ТВ». URL: <https://ekburg.tv/> (дата обращения: 25.09.2019).

Ю. С. Игнатова
Кемерово, Россия

МЕТАФОРИЧЕСКАЯ ЛЕГИТИМИЗАЦИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ВЫБОРОВ 2018 Г. В ДИСКУРСЕ ПОЛИТОЛОГОВ (НА МАТЕРИАЛЕ ТЕКСТОВ В. Б. ПАСТУХОВА)

Аннотация. Статья посвящена исследованию метафорического моделирования легитимизации в аналитических текстах политолога Владимира Пастухова. Легитимность процесса и результатов выборов Президента России 2018 г. представлены экспертом посредством метафор со сферами-источниками «Спорт», «Карточные игры», «Музыка» и «Артефакты». В качестве сферы-мишени метафорической экспансии выступают аргументы, подтверждающие законность прихода В. В. Путина к власти: отношения кандидата с избирателями и его профессиональные качества. Использование метафор позволяет политологу сформировать яркий образ выборов и пояснить доступно для любого читателя их абсолютную легитимность.

Ключевые слова: политическая лингвистика; политический дискурс; политическая метафорология; метафорическая легитимизация; речевые стратегии; концептуальные метафоры; политологи.

Yu. S. Ignatova
Kemerovo, Russia

METAPHORIC LEGITIMIZATION OF THE RESULTS OF THE 2018 ELECTIONS IN THE DISCOURSE OF POLITICAL SCIENTISTS (BASED ON THE TEXTS OF V.B. PASTUKHOV)

Abstract. The article is devoted to the study of metaphorical modeling of legitimization in the analytical texts of one of the authoritative political scientists — Vladimir Pastukhov. The legitimacy of the process and the results of the presidential election in Russia 2018 is presented by an expert through metaphors with the source areas “Sport”, “Card Games”, “Music” and “Artifacts”. As a target sphere of metaphorical expansion, arguments confirm the legality of the arrival of V.V. Putin to power: the candidate’s relationship with voters and his professional qualities. The use of metaphors allows the political scientist to form a vivid image of the elections and explain their absolute legitimacy accessible to any reader.

Keywords: political linguistics; political discourse; political metaphorology; metaphorical legitimization; speech strategies; conceptual metaphors; political scientists.

Законность и правомерность политических процессов является значимой для общества темой, актуальность которой никогда не ослабевает, поэтому о легитимности власти регулярно рассуждают как профессиональные политики, так и обычные граждане, однако наиболее объективную оценку легитимности политических событий дают профессиональные политологи.

Лингвисты, изучающие языковые проявления стратегии легитимизации, сосредоточены на анализе политического и массмедийного дискурсов [Геворгян 2013; Голубева 2016; Колмогорова 2017; Синельникова 2015 и др.]. Исследований особенностей трактовки законности власти в политологическом дискурсе на данный момент не проводилось, однако изучение данного языкового материала позволило бы расширить представление о стратегии легитимизации и ее дискурсивной специфике.

Политологи формируют объективный взгляд на реалии политической действительности, а также определяют возможный исход современных событий. При интерпретации политических ситуаций политологи нередко используют метафоры, сопоставляя нестабильные и неоднозначные аспекты политики с устоявшимися в быденном языковом сознании объектами действительности. Анализ метафор в аналитических обзорах политологов позволит «вскрыть аналоговые механизмы постижения и структурирования действительности, установить особенности процессов концептуализации и категоризации» [Кондратьева 2014: 14], а также установить роль метафор в стратегии легитимизации, то есть «придания законного статуса политическим субъектам, действиям и решениям» [Голубева 2015: 392].

Одним из недавних политических событий, которые широко обсуждались в аспекте их легитимности, стали выборы Президента Российской Федерации 2018 года. Объектом обсуждения в массмедиа, обществе и аналитических обзорах специалистов неоднократно становились и результаты выборов, и процедура выборов, и сама правомерность участия в выборах кандидата-победителя. Безусловно, мнение профессионалов, политологов имеет существенное значение в этой ситуации.

На языковом уровне стратегия легитимизации зачастую связана с экспрессивно-эмоциональными средствами языка, самым результативным из которых является метафора, обладающая мощным когнитивным и прагматическим потенциалом, что позволяет эффективно использовать ее для интерпретации и оценки происходящего, а также для формирования в обществе определенного отношения к тем или иным событиям.

Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 19-012-00522 «Проблема легитимизации в политическом дискурсе: лингвоперсоналогический аспект».

Нами был произведен анализ метафор, используемых для легитимизации выборов 2018 г., в аналитических статьях одного из наиболее авторитетных политологов России, доктора политических и юридических наук Владимира Борисовича Пастухова. В настоящее время он является научным сотрудником University College of London. Становление В. Пастухова как деятеля политической науки определила проявившаяся в юные годы склонность к «теоретизированию». Для деятельности В. Пастухова характерна сдержанность высказываний и неизменность позиции. В 2010 г. политолог переехал в Лондон, где продолжает активно вести блоги о российской политике. Деятельность В. Б. Пастухова отличается «профессиональным и глубоким анализом политической ситуации, последовательностью авторской позиции, ярким, доступным, метафоричным стилем» [Кондратьева, Игнатова 2019: 62]. Данная характеристика определяет интерес к работам В. Б. Пастухова не только с точки зрения прочтения, но и в аспекте лингвистического анализа.

Материалом исследования послужили аналитические тексты В. Б. Пастухова, опубликованные на сайтах изданий «Новая газета» и *Republic.ru*, а также его интервью на радио «Эхо Москвы».

Говоря о выборах Президента Российской Федерации 2018 г., В. Б. Пастухов неоднократно обращается к проблеме их легитимности, например: *Озабоченность Кремля проблемой легитимизации предстоящих выборов президента России только делает более рельефным и очевидным то, что давно для всех является секретом Полишинеля: у народа России нет никакого другого выбора, кроме как юридически оформить политическую волю Владимира Путина, в чем бы она ни состояла* (Выбор Путина: „проект Сечин“ vs „проект Собчак“ 2017). В приведенном примере легитимизация выборов подчеркивается фразеологическим оборотом «секрет Полишинеля», таким образом отмечается, что результаты выборов были известны еще до наступления голосования, но при этом эксперт заключает, что легитимность выборов очевидна.

Помимо прямого указания на легитимность выборов 2018 г., политолог аргументирует это метафорически, что позволяет ему создать яркий образ законности выборов и показать причины победы В. В. Путина. Наиболее результативно стратегия легитимизации победы действующего президента реализуется в аналитических материалах В. Б. Пастухова с помощью метафор, восходящих к сферам-источникам «Спорт», «Карточные игры», «Музыка», «Артефакты» и др.

1. Сфера-источник «Спорт». Спортивные метафоры в политической коммуникации при характеристике выборов зачастую описывают конкурентное противостояние кандидатов как спортивное соревнование, «где необходимы строгие правила честного соперничества, где успех в значительной степени предсказуем, победа приходит к сильнейшему, хотя и бывают разного рода неожиданности» [Чудинов 2001: 130].

Достижение абсолютного преимущества В. Путиным на выборах описывается В. Б. Пастуховым посредством спортивных метафор как безоговорочная и неоспоримая победа. В рамках метафорической модели с указанной понятийной сферой Владимир Путин предстает как профессиональный боксер, побеждающий соперников при помощи мастерского удара: *Выиграл не по очкам, а отправив противника в нокаут, причем вовсе не административным, как об этом многие пишут и говорят, а сугубо политическим ударом „под дых“* (Новая газета, 2018). При метафорическом описании спортивного удара используется определение *сугубо политический*, что характеризует процесс выборов как законный и правомерный акт.

2. Сфера-источник «Карточные игры». Победа на президентских выборах В. В. Путина предстает в метафорической интерпретации В. Б. Пастухова как победа в карточной партии, победа, ставшая возможной благодаря умелому использованию трех магических карт: *Шесть лет назад, в ответ на робкую попытку очередной русской революции предъявить свои права на власть, он выложил на политический игральный стол убойную козырную комбинацию из трех карт и выиграл „Яскрот“ русской контрреволюции. У его оппонентов, напротив, на руках не оказалось ни одного козыря. С тех пор Путин не выпускает эти три карты из своих рук* (Новая газета, 2018).

При помощи данных метафор политолог представляет процесс выборов как игровую партию, а победу В. В. Путина как выигрыш, вновь делая акцент на его легитимности: *Так что Путин выиграл эту партию не с помощью политехнологических трюков, как многим бы хотелось думать, а именно политически, предложив не словом, а делом стране курс, на который она подседа, как на иглу* (Новая газета, 2018).

В данном примере также представлено отождествление политических действий В. В. Путина с наркотическим веществом, что подчеркивает привязанность народа к кандидату, однако данная метафора имеет негативную коннотацию, указывая на губительные последствия, которые могут произойти после завершения политической карьеры В. В. Путина.

3. Сфера-источник «Музыка». В рамках метафор с указанной исходной сферой победа В. В. Путина на выборах 2018 г. объясняется характеристикой кандидата как певца, творчество которого соответствует музыкальному вкусу граждан: *Пока оппоненты Путина били себя кулаком в грудь, заявляя „я — политик!“, он оказался практически единственным, кто занимался политикой, а не только риторикой, отыскивая ту единственную и неповторимую формулу, которая позволит ему создать прочный тандем с его народом. Он преуспел, потому что научился петь песни, которые нравятся народу* (Новая газета, 2018).

Владимир Путин описывается политологом при помощи музыкальных метафор не только как певец, но и как музыкант и композитор, который придумал благозвучную мелодию, состоящую из трех базовых аккордов: *Необходимо различать лейтмотив политики Путина и ее аранжировку. Репрессии, пропаганда, фальсификации — это все вторично. Первична же комбинация из трех аккордов — милитаризм, архаика и левый популизм. Это та мелодия, которую сегодня хочет слышать народ, и никакая другая его не устраивает. Путин научился виртуозно исполнять при помощи этих трех аккордов политические симфонии любой сложно-*

сти. Поэтому народ проголосует за Путина даже на демократических выборах, и никакие разоблачения ему в ближайшее время не страшны (Новая газета, 2018).

В рамках музыкальной метафорической модели В. В. Путин характеризуется В. Б. Пастуховым как певец, музыкант и композитор. Также данные метафоры иллюстрируют ориентированность президента на вкус массового зрителя: его мелодия не является музыкальным шедевром, а состоит лишь из трех аккордов, комбинация которых нравится народу.

4. Сфера-источник «Артефакты». Секрет рекордного количества голосов в пользу В. Путина на выборах Президента Российской Федерации заключается, по мнению политолога, в особых отношениях кандидата и народа, которые В. Пастухов характеризует как закрытый замок: *В этой прямой коммуникации вождя с массой — минувшая элита — и кроется сегодня главный секрет устойчивости режима, объясняющий, в том числе, рекордно высокие цифры голосования за Путина и рекордно низкие цифры голосования за его оппонентов на мартовских выборах. Это замок, к которому невозможно подобрать ключи, его можно только сломать* (Новая газета, 2018). Посредством данной метафоры В. Б. Пастухов подчёркивает, что ни одному политическому деятелю кроме действующего президента не удастся завоевать доверие рекордного количества избирателей.

Подводя итоги, отметим, что в аналитических статьях политолога В. Б. Пастухова помимо прямого указания на легитимность выборов Президента Российской Федерации 2018 г. используются и дополнительные подтверждения и объяснения законного прихода президента к власти, выраженные метафорически.

По мнению эксперта, секрет победы В. В. Путина на выборах 2018 г. заключается в его неразрывной связи с избирателями, которую политолог описывает как *замок*, открыть который можно лишь путем взлома, и как *наркотическую зависимость*, от которой невозможно избавиться. Данные примеры, хоть и отмечают легитимность выборов, но актуализируют губительное влияние завершения В. В. Путиным исполнения своих полномочий.

Немаловажным фактором победы В. В. Путина на выборах являются и профессиональные качества кандидата. Политолог представляет читателям В. В. Путина как *музыканта, певца и композитора*, создающего незамысловатые песни, которые нравятся обществу. Процесс выборов отождествляется В. Б. Пастуховым с *боксерским поединком*, победу на котором закономерно одерживает сильнейший.

В заключение отметим, что посредством метафорического моделирования В. Б. Пастухов доступно для любого читателя объясняет легитимность очередного прихода к власти В. В. Путина. Таким образом, политолог является посредником между политиками и рядовыми гражданами.

ИСТОЧНИКИ

1. Новая газета. URL: <https://www.novayagazeta.ru>.
2. Радио «Эхо Москвы». URL: <https://echo.msk.ru>.
3. Пастухов В. Б. Выбор Путина. URL: <https://www.mbk.today/sences/john-kelly-quickly-moves-to-impose-military-discipline-on-white-house/>.
4. Republic.ru. URL: <https://republic.ru>.

ЛИТЕРАТУРА

5. Геворгян М. В. Реализация стратегии легитимизации действий (на материале американских статей, посвященных конфликту в Сирии, 2013) // Сибир. филол. журн. 2013. № 4. С. 226—229.
6. Голубева Т. М. Лингвистические параметры стратегии легитимизации Евросоюза и делегитимизации Б. аль-Ассада в британском политическом дискурсе // Изв. Сарат. ун-та. Нов. сер. Сер.: Филология. Журналистика. 2016. Т. 16, вып. 4. С. 392—396.
7. Колмогорова А. В. Легитимизация как социополитический феномен и объект дискурс-анализа // Политическая лингвистика. 2018. № 1 (67). С. 33—40.
8. Кондратьева О. Н. Динамика метафорических моделей в русской лингвокультуре (XI—XX вв.) : автореф. дис. ... д-ра филол. наук. — Кемерово, 2014. 46 с.
9. Кондратьева О. Н., Игнатова Ю. С. Метафорическое моделирование будущего России в прогнозах политологов (на материале текстов Владимира Пастухова) // Политическая лингвистика. 2019. № 3 (75). С. 61—71.
10. Синельникова Л. Н. Дискурс власти: от легитимизации до манипуляции // Уч. зап. Крымского фед. ун-та им. В. И. Вернадского. Филологические науки. 2015. Т. 1 (67). № 4. С. 10—15.
11. Чудинов А. П. Россия в метафорическом зеркале: когнитивное исследование политической метафоры (1991—2000) / Урал. гос. пед. ун-т. — Екатеринбург, 2001. 238 с.

В. В. Карнюшина

Сургут, Россия

РЕПЕРТУАРЫ ИНТЕРПРЕТАЦИЙ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ДИСКУРСА ГРЕТЫ ТУНБЕРГ В РАМКАХ НОВОЙ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ПОВЕСТКИ

Аннотация. Настоящая статья посвящена исследованию публичных выступлений экологической активистки Греты Тунберг. В результате работы автором статьи были выделены основные темы выступлений, принципы категоризации взаимоотношений социума и окружающей среды в публичных речах Г. Тунберг, формы и средства речевого воздействия в рамках изучаемого материала. Кроме того, исследование показало важность дальнейших изысканий для объяснения воздействующего эффекта нового формата спикера на аудиторию и, следовательно, выявления причин влияния и популярности подобного речевого поведения.

Ключевые слова: дискурс-анализ; речевое поведение; экологический дискурс; языковая личность; публичные выступления.

V. V. Karnyushina

Surgut, Russia

REPERTOIRES INTERPRETATIONS OF GRETA THUNBERG'S ENVIRONMENTAL DISCOURSE UNDER THE NEW POLITICAL AGENDA

Abstract. This article is devoted to the study of the environmental activist Greta Thunberg's public speeches. As a result the author highlighted the main themes of the speeches, principles of relationships between society and environment categorization in G. Thunberg's public speeches, forms and means of verbal influence in the studied material. Moreover, the study showed the importance of further research to explain the impact of the new speaker format on the audience, and therefore to identify the reasons for the influence and popularity of such speech behavior.

Keywords: discourse analysis; speech behavior; ecological discourse; linguistic personality; public speeches.

Введение

Во многих концепциях, как указывает О. Г. Ревзина, дискурс «мыслится как субстанция, которая не имеет четкого контура и объема» [Ревзина 2005: 66]. Нам же дискурс видится в форме некоего многогранника, все грани которого определяют направленность иллокутивного акта, содержание же (или суть) определяется лингвистическими и экстралингвистическими факторами (пресуппозицией, состояниями, ситуацией, местом, временем, социальным, возрастным, половым и психологическим аспектами, иными словами — ситуативностью) [Карнюшина 2008: 111]. Современные исследователи проблем дискурса отмечают, что языковые средства, его наполняющие, значительно влияют на понимание, воспроизводство и воздействие речи на адресата. Более того, невозможно отделить прагматическую составляющую дискурса от функции языковых средств в нем [Карнюшина 2013: 172]. В этой связи актуальным видится выход на один из передних планов политической повестки дня экологического дискурса с его аксиомами, перелокутивным поворотом и лидерами нового формата.

Теоретическая и методологическая база

При рассмотрении дискурса в качестве рабочей была выбрана трактовка Т. А. ван Дейка, согласно которой дискурс — это существенная составляющая социокультурного взаимодействия, характерные черты которого — интересы, цели и стили. Понятие «дискурс» характеризуется параметрами завершенности, цельности, связности и другими (то есть всеми свойствами текста), оно рассматривается одновременно и как процесс (с учетом воздействия социокультурных, экстралингвистических и коммуникативно-ситуативных факторов), и как результат в виде фиксированного текста.

В рамках теоретической базы были рассмотрены исследования основополагающих принципов:

- анализа прагматического контекста (Т. А. ван Дейк),
- конверсационного анализа (Х. Рейбок),
- дискурс-анализа (М. Л. Макаров),
- теории текстовой деятельности и социальной коммуникации (Т. М. Дридзе),
- анализа репертуаров интерпретации (Дж. Поттер и М. Узерелл),
- изучения аксиом экологического дискурса (Н. В. Курилова) [Дейк 1989; Дридзе 1984, 1996; Курилова 2013; Макаров 2003; Potter, Edwards 2001].

Материал исследования

Для исследования было отобрано 10 публичных выступлений экологической активистки Греты Тунберг: *Our lives are in your hands* (Марш в защиту климата, Стокгольм, 8 сентября, 2018), *Almost everything is black and white* (Объявление восстания, Бунт Вымиранию, Парламент-сквер, Лондон, 31 октября, 2018), *Unpopular* (Конференция по вопросам изменения климата при ООН, Катовице, Польша, 15 декабря, 2018), *Prove me wrong* (Мировой экономический форум, Давос, 22 января, 2019), *Our house is on fire* (Мировой экономический форум,

Давос, 25 января, 2019), *You're acting like spoiled, irresponsible children* (Европейский комитет по экономическим и социальным вопросам «Гражданское общество возрождения объединенной Европы», Берлин, 21 февраля, 2019), *A strange world* (церемония вручения ТВ- и кинопремии «Золотая камера», Берлин, 30 марта, 2019), *Cathedral thinking* (Европейский парламент, Страсбург, 16 апреля, 2019), *Together we are making a difference* (Экологическая забастовка «Против вымирания», Марбл Арч, Лондон, 23 апреля, 2019), *Can you hear me?* (Британский парламент, 23 апреля, 2019).

Грета Тунберг, 2003 года рождения, начала климатическую забастовку в августе 2018 г. с отказа от посещения школы. С того момента по сегодняшний день активистка выступила на различных площадках самого высокого уровня. О ее выступлениях пишут в изданиях всего мира, о ней говорят в популярных политических и развлекательных телевизионных передачах, а также упоминают в своих выступлениях политики самого высокого ранга. Следовательно, репертуар выступлений активистки-подростка затрагивает важные темы для всей мировой повестки дня, а речевая стратегия ее выступлений имеет оказывает сильное воздействие на широкую аудиторию.

Методы исследования

Для исследования выступлений Г. Тунберг был выбран метод анализа репертуаров интерпретации по Дж. Поттеру и М. Уезереллу. По мнению О. Ф. Русаковой, «репертуары интерпретации для осуществления категоризации других» относятся к синтетическому подходу в дискурс-анализе [Русакова 2008: 10]. В этой связи процесс возникновения «идентичности раскрывается через категорию „позиционирования“, процесс, на основе которого люди составляют мнение о себе в ходе взаимодействия и переговоров с другими людьми. Люди, участвующие во взаимодействии друг с другом, рассматриваются тройко: 1) как продукты определенных дискурсов; 2) как создатели дискурсов; 3) как агенты социокультурного воспроизводства и изменения» [Русакова 2008: 11].

В рамках рассматриваемого подхода, как отмечает Н. П. Бусыгина, можно выделить два направления исследований: 1) проследивание путей и результатов конструирования образа мира и себя при помощи языка; 2) принятие инструментальной модели коммуникации, а именно самопредъявления и оказания воздействия на слушателя, с целью вызвать определенную реакцию.

Методологию дискурс-анализа настоящего исследования определяет дискурс как репертуар интерпретаций — т. е. как «совокупность наборов возможных последовательностей высказываний в конкретных ситуативных, временных, культурных и институциональных рамках» [Русакова 2008: 12].

Результаты

В рамках рассмотренных теорий в речах Г. Тунберг в первую очередь можно выделить следующие три главных репертуарных категории: экология, политика, дети против взрослых (политиков). А также пять подкатегорий: будущее, перемены, восстание, деньги и власть.

В частности, тема *экологии* выражена ее главными *аксиомами*:

- Ответственность (взрослые несут ответственность за плохое состояние экологии, в эту категорию можно отнести и упоминание договоров и соглашений: *Paris Agreement, Kyoto Protocol*, которые ответственные за это взрослые и политики не подписывают). Категория «ответственность» прослеживается во всех речах, но разделение ответственности очевидно на две других категории: «наша» ответственность и «их» ответственность. **Мы** — простые люди (*if people knew, some people say etc.*), бедные страны (*people in poorer countries can heighten their standard, India, Pakistan*), дети (*children can't change, if a few children can get headlines etc.*). **Они** — богатые страны (*rich countries need to get down to zero emissions, UK, Sweden*), политики (*politicians that ridicule us on social media, even green politicians fly and eat meat, we should leave everything to our politicians, we know that most politician don't want to talk to us, political parties that pretend to take the climate question seriously*), влиятельные люди (*influencers*), большой бизнес (*will continue to drill for oil, the expansion of its North sea oil and gas fields*). Мы — должны действовать (*change, rebel, strike*). Они — виновны в кризисе (*Everyone's guilty — no one is to blame. And someone is to blame! Some people — some companies, some decision-makers*).

- Научный подход (отсылка к исследованиям ученых в подтверждение собственных убеждений, указание на то, что решение учеными уже дано, подтверждающие факты, быстрое упоминание цифровых и количественных данных — *15 per cent every day, we have to aim for 1,5°C, extra 0,5-1,1°C guaranteed, reduction of our CO₂ emissions by at least 50 per cent*). Информация о научных данных во всех речах предшествует призыву действовать.

- Вымирание (большое количество выражений с прямым указанием на процесс вымирания жизни на Земле вследствие изменения климата — *climate change is an existential threat, there are no grey areas when it comes to survival, either we go on as a civilisation or not, we are in the midst of the sixth mass extinction, about 200 species are going to extinct every single day, are we knowingly causing a mass extinction?*). Важно отметить, что приведенные примеры — это примеры из одной речи *Almost Everything is Black and White* (Объявление восстания, Бунт Вымиранию, Парламент-сквер, Лондон, 31 октября, 2018), где очевидно нарастание: угроза существованию — выживание — цивилизация, которой может больше не быть — в середине процесса массового вымирания — виды вымирают каждый день, а в итоге: мы — причина массового вымирания. Хотя категорию «вымирание» можно было отнести к «научному подходу», именно использование риторических средств потребовало выделения отдельной категории.

Категория «политика» выражена риторическими приемами — повтором условных и сослагательных синтаксических конструкций (47 предложений с конструкцией *if: if people knew, if you still, if our house etc.*, 32 предложения с *would: as you would in a crisis etc.*) в описании безмолвствующих по сей день людей; отрицанием политического статуса собственной деятельности (*our school strike has nothing to do with party politics*), описание политиков как лживых пустословов, стремящихся к обогащению (*empty politics — empty words, the politics needed are nowhere in sight, we need new politics etc.*), 11 упоминаний слова *politics* в 7 речах: *Our lives are in your hands, Almost everything is black and white, Our house is on fire, You're acting like spoiled, irresponsible children, A strange world, Cathedral thinking, Can you hear me?*

Категория «дети против взрослых» в выступлениях Греты Тунберг прослеживается через лексемы *children* (37 случаев употребления), *generations* (5 упоминаний в связке с подкатегорией — будущее), *adult* (3 упоминания в контексте сравнения с собой, необходимости пробуждения взрослых, ухода от ответственности — *I sound and act like an adult, doing this to wake the adults, adults keep saying we owe it to young generations*), *they* и *people* (в упоминаниях о людях, которые ничего не меняют, потому что ничего не знают или потому, что их слишком мало: *People keep doing what they do, they don't know, they are too few or too far away*). В этой категории дети представлены как движущая сила, как те, кто знает, что делать и как делать, в отличие от инфантильных взрослых. Дети идут против сильных властных политиков, а взрослые не понимают, что наступил кризис, им не сказали (*they have not been told*). Более того, дети из категории «будущее» — это судьи (*they will ask about you why you didn't do anything*).

Однако взрослые — это две группы: простые люди и политики, богатые бизнесмены и влиятельные люди. Первые — бездействуют, вторые — обогащаются и крадут будущее у своих детей (*stealing their future*).

Интересно выделить две других темы — перемены и протест. Тема перемен выражена через слово *change* в контексте экологии и системы в целом: *climate change, rapid change required, wake up and change* (об отношении к проблеме), *maybe we should change the system?, the change is coming whether you like it or not*.

Тема протеста упоминается во всех выступлениях, всегда является наиболее напряженной частью речи и выражена большим набором риторических средств (большое количество повторов и параллелизма), апеллятивов, отсылок к понятиям «власть», «время», «кризис», «проблема», «борьба» и «забастовка» (*the real power belongs to the people, we will never stop fighting, we are making difference etc.*).

Выводы

Таким образом, выступления Греты Тунберг носят характер призыва к борьбе, борьбе за сохранение жизни на Земле, против вымирания и в то же время против существующей политической системы. Активистка прямо заявляет, что власть обманывает и намеренно бездействует. В речах подростка обнаруживаются метафоры и аллюзии (*Black and white* — отсылка к «Убить пересмешника» и в то же время метафора деления всего на плохое и хорошее).

Грета открыто говорит о своей болезни, но также делит людей на «нормальных» и «ненормальных» (*autistic people a pretty normal, the rest are pretty strange* — из выступления *Almost everything is black and white* во время объявленного Бунта Вымиранию, Парламент-сквер, Лондон, 31 октября, 2018).

Личность активистки явно выражена во всех ее выступлениях, но при этом код сообщения соответствует контексту ситуации, референции и другим параметрам коммуникативного события и дискурса.

Возможно, призыв к действию, определение действующего лица — дети и косвенная отсылка к борьбе за права афроамериканцев и есть новая политическая повестка в рамках экологического дискурса.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бусыгина Н. П. «Дискурсивный поворот» в психологических исследованиях сознания // Консультативная психология и психотерапия. 2010. № 1. С. 55—82.
2. Грайс Г. П. Философия языка / под ред. Дж. Р. Серля. — М.: Едиториал УРСС, 2004. 208 с.
3. Дейк Т. А. ван. Язык. Познание. Коммуникация. — М.: Наука, 1989. 312 с.
4. Дридзе Т. М. Текстовая деятельность в структуре социальной коммуникации. — М.: Наука, 1984. 315 с.
5. Дридзе Т. М. Социальная коммуникация как текстовая деятельность в семиосоциопсихологии // Общественные науки и современность. — М.: Флинта : Наука, 1996. № 3. С. 145—152.
6. Карнюшина В. В. Лингвистические характеристики и действительные свойства английских этикетных клише и их русских аналогов // Уч. зап. Рос. гос. социального ун-та. — М.: Российский гос. социальный ун-т, 2013. № 3 (115). Т. 1. С. 171—174.
7. Карнюшина В. В. Знаковые характеристики английского клише // Актуальные вопросы лингвистики и обучения иностранным языкам в школе и вузе: опыт, стратегии, перспективы : сб. материалов межвуз. науч.-практ. конф. 16 февр. 2008 г. / под ред. Е. И. Путятиной, Н. В. Гераскевич. — Сургут : РИО СурГПУ, 2008. С. 105—111.
8. Курилова Н. В. Аксиологемы современного экологического дискурса // Армия и общество. 2013. № 3 (35). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/aksiologemyi-sovremennogo-ekologicheskogo-diskursa> (дата обращения: 01.09.2019).
9. Макаров М. Л. Основы теории дискурса. — М.: Гнозис, 2003. 280 с.
10. Ревзина О. Г. Дискурс и дискурсивные формации // Критика и семиотика. — Новосибирск : Изд-во Новосиб. гос. ун-та, 2005. Вып. 8. С. 66—78.
11. Русакова О. Ф. Основные разновидности современных теорий политического дискурса: опыт классификаций // Аналитика культурологии. 2008. № 11. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osnovnye-raznovidnosti-sovremennyh-teoriy-politicheskogo-diskursa-opyt-klassifikatsiy> (дата обращения: 15.08.2019).
12. Potter J., Edwards D. Discursive Social Psychology // The New Handbook of Language and Social Psychology / ed. by W. Peter Roblson and Howard Giles. — Yiley & Sons Ltd., 2001. P. 103—118.
13. Thunberg G. No one is too small to make a difference. — UK : Penguin Random House, 2019. 80 p.

Константин Валерьевич Киуру, Алла Владимировна Грошева
Челябинск, Россия

РЕАЛИЗАЦИЯ КОНЦЕПТА «ГОСУДАРСТВО» В МАТЕРИАЛАХ О ГУБЕРНАТОРЕ ЧЕЛЯБИНСКОЙ ОБЛАСТИ В РЕГИОНАЛЬНЫХ МЕДИА

Аннотация. В данной статье автор анализирует реализацию концепта «государства» в текстах об Алексее Леонидовиче Текслере (глава Челябинской области) в региональных интернет-изданиях. Для комплексного анализа концепта автор воссоздает по основным словарям русского языка общеязыковую реализацию концепта, а затем дискурсивную и приходит к выводу, что наивная картина и дискурсивная практически не совпадают, так как в дискурсе концепт «государство» негласно противопоставлен региону и главе региона, делается акцент на том, что государство забывает о том, что должно помогать регионам и лишь губернатор ему об этом напоминает, в то время как в наивной картине государство — это монополия на власть и разочарование для обычных людей.

Ключевые слова: государство; концепты; медиалингвистика; медиадискурс; медиатексты; СМИ; средства массовой информации; политические деятели; губернаторы; политический дискурс.

Konstantin Valer'evich Kiuru, Alla Vladimirovna Grosheva
Chelyabinsk, Russia

IMPLEMENTATION OF THE CONCEPT “STATE” IN MATERIALS ABOUT THE GOVERNOR OF THE CHELYABINSK REGION IN REGIONAL MEDIA

Abstract. In this article, the author analyzes the implementation of the concept of “state” in texts about Alexei Leonidovich Teksler (head of the Chelyabinsk region) in regional online publications. For a comprehensive analysis of the concept, the author recreates the general language implementation of the concept, using the main dictionaries of the Russian language, and then discursive and concludes that the naive and discursive picture practically do not coincide, since in the discourse the concept of “state” is tacitly opposed to the region and the head of the region, the emphasis is on the fact that the state forgets that it should help the regions, and only the governor reminds him of this, while, in the naive picture, the state is a monopoly on power and frustration for ordinary people.

Keywords: state; concepts; media linguistics; media discourse; mass media; political actors; governors; political discourse.

Центральным и наиболее важным среди политических институтов считается государство, оно же занимает главное место среди концептов политического дискурса. Именно этот политический институт всегда является оппозицией гражданскому обществу.

На сегодняшний день также диалог граждан и государства зачастую происходит с помощью массмедиа, которые выступают посредником в диалоге. В связи с этим актуально рассмотреть, как данный концепт реализуется в региональных интернет-СМИ.

Под концептом исследователи понимают единицу коллективной памяти, восприятия, в которой реализуется этноспецифика восприятия того или иного явления, предмета [Воркачев 2002: 127—128]; по мнению В. Н. Телия, под концептом понимается «все то, что мы знаем об объекте во всей экстенсии этого знания» [Телия 1996: 97], т. е. можно говорить о том, что концепт сводит воедино смыслы, понятия, представления индивида в определенном дискурсе, при этом индивид опирается всегда на собственный опыт переживания.

Для концептологического анализа необходимо воссоздать узуальную (общеязыковую) модель концепта, чтобы выявить смыслы, характерные для языковой картины мира. Выявленные смыслы мы соотнесем с определенными семантическими полями, опираясь на тезис С. Г. Воркачева о полевой организации концепта, благодаря которой можно ранжировать смыслы концепта: ядерная зона, околожерная и периферийная [Воркачев 2010].

В ядерную зону концепта «государство, которую воспроизводят с помощью толковых словарей, вошли следующие смыслы: «политическая организация общества», «страна с определенной политической системой», «большая территория, обладающая самостоятельностью» [Кузнецов 2002: 137].

Для ядерной зоны, как мы можем наблюдать, характерны нейтральные смыслы, обозначающие территорию, обладающую суверенитетом и устоявшимся политическим режимом.

Околожерную зону восстанавливают с помощью этимологических словарей, словообразовательных и ассоциативных. Мы выявили следующие смыслы исследуемого концепта: *государство* образовано от общеславянского слова «господарь», которое, в свою очередь, происходит от слова «государь», корни которого отсылают к слову «господин» со значениями «хозяин», «владелец» [Семенов 2003]. Лексема «государство» имеет довольно маленькое словообразовательное гнездо, образует прилагательные и наречия [Тихонов 1990: 125].

В ассоциативном словаре зафиксированы следующие значения (в скобках указана частотность реакции): «страна» (49), «наше» (26), «власть» (20), «социалистическое» (19), «и право» (18), «правовое» (18), «Советское» (18), «большое» (16), «СССР» (16), «и революция» (14), «революция» (13), «право» (12), «это я» (12), «великое» (10), «огромное» (10), «Российское» (10), «мое» (8) и т. д. Также встречаются такие единичные реакции,

как «чушь», «никому», «террор», «яма», «развал», «умрет» [Караулов 1996: 50]. Однако ассоциативный словарь Ю. Н. Караулова был составлен в 1990-е гг., поэтому в нем преобладают не совсем типичные для современных россиян реакции на стимул «государство», которые связаны с разрушением давно сложившейся политической и экономической системы, резкими переменами в обществе и идеологии, что не могло не отразиться на ментальности. В 2014 г. А. В. Никитин повторил эксперимент Ю. Н. Караулова среди студентов Санкт-Петербургского государственного университета и выявил следующие результаты (по убыванию): «Россия», «власть», «право», «держава», «власть одного», «монополия», «сила», «мощь», «честность», «разочарование», «свобода», «политика», «правительство», «Путин», «президент», «история», «война», «демократия», «коррупция», «враг», «Римская империя», «цивилизация», «анархия», «тлен», «очень сложная система», «флаг» и т. д. [Никитин 2014: 49]. Отметим, что появилось довольно много (не единичных) реакций, указывающих на персонализацию и/или монополию на власть, имперский характер власти, разочарование граждан на персонализацию и/или монополию на власть, имперский характер власти, разочарование граждан на персонализацию и/или монополию на власть.

Мы можем наблюдать, что для околоядерной зоны в основном характерны либо нейтральные значения, либо негативно окрашенные, при этом отметим, что так или иначе все значения, вошедшие в данную зону, обозначают монополию на власть, персонифицированное начало государственной власти, при том что совершенно неважно, монархическое это государство или с республиканской формой правления.

Периферийная зона концепта воссоздается с помощью словарей эпитетов, метафор, словарей пословиц и поговорок. Это так называемая образная составляющая концепта. Анализ словарных дефиниций показал, что лексема «государство» отсутствует в каком-либо виде в вышеназванных словарях. Возможно, это связано с тем, что для образной составляющей важна рефлексия со стороны граждан, однако, как мы видим даже из этимологического словаря и ассоциативного словаря, лексема «государство» зачастую связана либо с конкретным политическим лидером, либо с формой правления, идеологией. Также можно предположить, что данная лексема нейтральна и нежизнеспособна для повседневной жизни, и в повседневном бытовом общении ее заменяют более эмоционально окрашенными синонимами.

Таким образом, мы можем говорить о том, что в наивной (языковой) картине мира государство — это территориальное образование, обладающее независимостью и обособленностью, с выстроенным политическим режимом, причем чаще всего эта власть монополизирована, а само государство воспринимается как «очень сложная система», которая мало обращает внимания на граждан, в основном осуществляет карательные меры против внешних и внутренних врагов.

Дискурсивную реализацию вышеназванного концепта мы рассмотрим на примере региональных изданий, однако проанализируем материалы о губернаторе Челябинской области, так как в регионах губернатор в первую очередь является носителем верховной власти, полномочия при этом ему дает президент (глава государства).

Для анализа были выбраны наиболее популярные общественно-политические интернет-издания Челябинской области: «74.ru», «Челябинский обзор» и «ЧелябинскСегодня». Всего было проанализировано 30 публикаций под хештегом #АлексейТекслер с 19 марта 2019 г. (дата назначения А. Л. Текслера врио губернатора Челябинской области) по 27 сентября 2019 г. (спустя две недели после избрания на должность губернатора Челябинской области).

Рассмотрим портал 74.ru — наиболее читаемый и известный новостной портал Челябинской области. Нами были выявлены следующие смыслы (в скобках указана частотность):

1. *Государство — обезличенное политическое объединение, чаще всего имеющее отношение лишь к федеральной власти и враждебно настроенное к регионам (3);*
2. *Государство — экономическое образование, основанное на единении людей и территорий, где граждане приносят прибыль (1);*
3. *Государство — составная часть названия/лозунга, репрезентирующего определенную идею (1);*
4. *Государство — то же, что и страна (1).*

Ранжировать смыслы в данном случае весьма сложно, так как концепт представлен весьма скудно и довольно однообразно, однако смыслы разделены примерно поровну, поэтому мы можем отнести все найденные значения к ядерной зоне. Как мы можем наблюдать, в выявленных смыслах прослеживается одна и та же идея: Алексей Текслер словно дистанцируется от государства, показывая, что он — власть с человеческим лицом, а не один из «обезличенных». Особенно ярко это проявляется в семантической группе № 1 в материале «*По-строят — это правда: врио губернатора Челябинской области рассказал о планах на Томинский ГОК*» от 27.08.2019, где Алексей Леонидович акцентирует внимание на разделении себя и государства:

Не я строю Томинский ГОК. Его строит инвестор в соответствии с теми разрешениями, которые выданы государством. И это осуществляется абсолютно в правовом поле... [Невзорова 2019].

Следующее интернет-издание — «Челябинский обзор», позиционирующее себя как онлайн-портал с наиболее актуальной и интересной повесткой дня и авторской подачей материалов. Здесь были выявлены следующие смыслы:

1. *Государство — часть названия/лозунга/чина/должности, репрезентирующая определенную идею (7);*
2. *Государство — обезличенная группа людей/организация, призванная помогать людям, а также у которой принято просить помощи (3);*
3. *Государство — то же, что и страна (2);*
4. *Государство — политико-экономическая организация территории, оказывающая помощь регионам (1);*
5. *Государство — то, что обладает наивысшей степенью важности и секретности (1).*

Мы видим, что концепт вновь представлен малым количеством смыслов, однако на данном сайте мы уже можем выделить ядерную зону (1) и околоядерную (2—5). Ядерная зона представлена нейтрально, в околоядерную зону ушли значения, в которых говорится о том, что государство призвано помогать регионам, гражданам, заботиться о них, справедливо распределять общественные блага. Отметим, что по жанровой палитре это тоже в основном новостные заметки, иногда с прямой речью А. Текслера.

Третье интернет-издание — новостное агентство «ЧелябинскСегодня». Здесь были выявлены следующие смыслы:

1. *Государство — часть названия подразделения/чина/должности/лозунга/учреждения/организации, репрезентирующей определенную идею (12);*

2. *Государство — политико-экономическая организация, существующая, чтобы приносить пользу обществу (4);*

3. *Государство — то же, что и высшая власть (2);*

4. *Государство — то же, что и страна (2);*

5. *Государство — политическая и/или экономическая организация, которая противопоставлена региону или имеет перед регионами определенные обязательства, которые не всегда добросовестно выполняет (1).*

Снова получается, что выявленные семантические группы можно отнести к ядерной (1) и околоядерной (2—5) зоне. Ядерная зона вновь представлена нейтральным значением, в околоядерной появляются те, что, с одной стороны, указывают на угрозу регионам со стороны федеральных представителей власти, с другой — вновь связаны с идеей о том, что государство обязано заботиться о своих гражданах и справедливо делить общественные блага.

Также отметим, что в «ЧелябинскСегодня» появляется новость, не связанная напрямую с Алексеем Текслером: в центре внимания его жена — Ирина Текслер, решившая посетить финал конкурса красоты для женщин с ограниченными возможностями здоровья [Кузина 2019]. Таким образом, данный текст вновь транслирует нам идею, о которой мы уже говорили выше, когда анализировали тексты *74.ru*: глава Челябинского региона в текстах местных СМИ предстает перед нами не как государственный деятель, политик, чиновник, он скорее дистанцирован от государства и мира политики, более того, он словно «захватывает» всякую предметную область, при этом оставляя ее нейтральной, не делая тождественной государству, власти. Улучшать жизни региона (речь всегда идет лишь о положительных намерениях и результатах) ему помогает его окружение (рабочая команда и семья).

В целом, рассмотрев дискурсивную реализацию концепта «государство» в текстах региональных медиа о губернаторе Челябинской области, мы можем сделать вывод о том, что в сравнении с общеязыковой картиной мира в дискурсе вышеназванный концепт не так враждебен и негативно представлен, в исследуемых текстах он неявно противопоставлен региону: государство — это что-то далекое, непонятное, призванное помогать регионам, но системе постоянно должен напоминать об этом губернатор, который словно дистанцирован от мира политики и находит время работать на благо региона, контролировать все, что происходит. Однако если губернатор что-то не может сделать, то это означает, что ему помешало государство.

ИСТОЧНИКИ

1. Невзорова Д. «Построят — это правда»: врио губернатора Челябинской области рассказал о планах на Томинский ГОК // *74.ru*. 2019.08.27. URL: <https://74.ru/text/gorod/66212452/>.
2. Кузина М. Ирина Текслер посетит конкурс красоты для колясочников // «ЧелябинскСегодня». 2019.09.13. URL: <https://cheltoday.ru/articles/sobytiya/irina-tekler-posetit-konkurs-krasoty-dlya-kolyasochnikov-231343/>.

ЛИТЕРАТУРА

3. Воркачев С. Г. Концепт счастья в русском языковом сознании: опыт лингвокультурологического анализа. — Краснодар, 2002.
4. Воркачев С. Г. «Куда ж нам плыть» — лингвокультурная концептология: современное состояние, проблемы, вектор развития // *Язык, коммуникация и социальная среда*. 2010. URL: <http://www.philology.ru/linguistics2/vorkachev-10a.htm>.
5. Караулов Н. Ю. Русский ассоциативный словарь. От стимула к реакции. — М., 1996.
6. Кузнецов С. А. Современный толковый словарь русского языка. — М., 2002.
7. Никитин А. В. Концепт «государство» в истории, культуре и языке // *Перевод. Язык. Культура*. 2014. С. 43—51.
8. Семенов А. В. Этимологический словарь русского языка. — М., 2003. URL: <http://evartist.narod.ru/text15/001.htm>
9. Телия В. Н. Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты. — М., 1996.
10. Тихонов А. С. Словообразовательный словарь русского языка. — М., 1990.

А. Е. Козлов

Новосибирск, Россия

ПАРОДИЯ VS ОСКОРБЛЕНИЕ МОРАЛИ: К ИНТЕРПРЕТАЦИИ РОМАНА А. ТЕРЕХИНА «АНТИХРИСТ»

Аннотация. В статье анализируется специфика восприятия романа А. Терехина «Антихрист» в связи с эстетическими и этическими конвенциями. Рассматривая роман как типологическое явление, автор статьи ставит под сомнение выявление в структуре романа объективной информации, доказывая его дискурсивную природу. Пародичность и постирония как свойства постмодернистского дискурса вовлекают читателя в своеобразную игру, сущность которой заключается в утверждении фикциональной действительности на разных нарративных уровнях развертки сюжета.

Ключевые слова: конфликт интерпретаций; конфликтные тексты; романы; теория романа; русская литература; русские писатели.

A. E. Kozlov

Novosibirsk, Russia

Abstract. The article analyzes the specifics of perception of the novel by A. Terekhin “Antichrist” in connection with aesthetic and ethical conventions. Considering the novel as a typological phenomenon, the author of the article researches the identification of objective information in the structure of the novel, proving its discursive nature. Parodicity and post-irony as the properties of post-modern discourse involve the reader in a peculiar game, the essence of which is to confirm fictitious reality at different narrative levels of the plot development.

Keywords: conflict of interpretation; conflict texts; novels; theory of novel; Russian literary; Russian writers.

История литературы, взятая как история прецедентных текстов, демонстрирует неразрывную связь, возникающую между риторическим жестом и реальной практикой: вхождение многих книг в культурное пространство ознаменовано своеобразным возмущением социального поля. Литературно-критическая полемика, скандал и эпатирующий поступок, при видимом снижении реального капитала текста, нередко повышают его символический смысл [Bourdieu 1996]. При чтении, а тем более исследовании такого текста имеет смысл не только учитывать этот семиотический аспект, но и исходить из специфики применения исследовательских методов, нередко порождающих конфликт интерпретаций [Рикёр 2008].

Рассмотренный далее роман современного писателя А. Терехина «Антихрист» является частной иллюстрацией к сказанному выше. Являясь эпатирующим социальным высказыванием, этот роман в то же время отчетливо пародичен по отношению к светским и религиозным культурным практикам. Даже графическое оформление обложки произведения — перевернутая пентаграмма на черном фоне, актуализируя многочисленные параллели и пересечения с оккультной литературой и субкультурными практиками (оформление музыкальных альбомов-циклов в стиле symphony black, black metal etc.), — определенным образом «программирует» читательские ожидания, неизбежно обманывая их.

Специфика исследуемого текста определяется его жанром. Во-первых, у произведения есть фиктивный автор (А. Емельянов), отличающийся от реального лица (А. Ю. Терехина) или биографического автора (А. Ю. Терехина, выступающего под псевдонимом А. Емельянов) [Шмид 2003]. Данная повествовательная структура определяет и поведение читателя, т. е. адресата.

Таблица

	Пример 1	Пример 2	Пример 3	Исследуемый текст
	А. С. Пушкин	Н. В. Гоголь	В. Ф. Одоевский	А. Ю. Терехин
<i>Фиктивный автор</i>	И. П. Белкин	Рудый Панько	И. М. Гомозейка	А. Емельянов
<i>Повествователь</i>	<i>Фиктивный повествователь</i>	<i>Фиктивный повествователь</i>	<i>Фиктивный повествователь</i>	<i>Фиктивный повествователь</i>

Во-вторых, восприятие повествователя в романе А. Ю. Терехина как реального человека возможно только в случае «наивно-реалистического» восприятия текста. Как писал Г. А. Гуковский, «...в самом деле, „сами“ люди и даже события, изображенные в произведении и воспринятые наивно-реалистически, не заключают в себе ни суда над собой, ни оценки себя; и суд и оценка для наивно-реалистического возникают только в сознании самого читателя» [Гуковский 2000: 168]. Сходную позицию занимал и Д. С. Лихачев: «...социальное устройство художественного мира произведения следует отличать от взглядов автора по социальным вопросам и не смешивать изучение этого мира с разрозненными сопоставлениями его с миром художественной действительности» [Лихачев 1968: 75].

Композиционно роман представляет соединение четырех частей, составленных из глав, называемых по тексту *обрывки*. Композиция произведения организована в соответствии с наиболее распространенной трехчастной моделью *потеря — поиски — обретение*, многократно варьируемой в четырех частях произведения.

Название каждой части связано с религиозным дискурсом: *Пришествие, Воскрешение, Священная война*. Название последней части не маркировано соответствующим дискурсом — *Освобождение*.

Роман демонстрирует зону максимального контакта с настоящим (современностью) в его незавершенности. Следует отметить, что ценностная организация текста также не является одномерной: так, повествование, которое ведется от лица фиктивного рассказчика Аримана, демонстрирует эмоциональные колебания и сомнения, испытываемые человеком, который называет себя Антихристом. Смерть Исаака Рихстова (очевидная контаминация *Исаак* — ветхозаветный праведник, отданный на заклание собственным отцом и счастливо спасенный, — и *Иисус Христос*. Параллель между Исааком и Христом неоднократно проводилась в догматическом богословии) в конце произведения демонстрирует своего рода абсурд мира, связанный с сознательным отказом Святой Церкви (номинация дана в тексте) от христианских заповедей. Симптоматичным выглядит и описание скорби Аримана в заключительной части произведения, демонстрируя тоску маргинального сознания по истине и абсолюту.

По замечанию М. М. Бахтина, «человек в романе — существенно говорящий человек; роман нуждается в говорящих людях произносящих свое идеологическое своеобразное слово, свой язык». Такое восприятие и выведение в особый разряд эстетической действительности предполагает и изменение взгляда на художественную антропологию. Идеологическое слово находится в компетенции героя, более того, идеологическая маркированность героя может быть композиционно обусловлена и меняться по ходу развития текста.

Согласно этой концепции:

1. «Говорящий человек и его слово в романе есть предмет словесного же и художественного изображения».

Языковая личность говорящего, называемого Ариманом, и его слово, т. е. повествование о прошедших событиях, являются предметом художественного изображения.

2. «Говорящий человек в романе — существенно социальный человек, исторически конкретный и определенный, и его слово — социальный язык, а не индивидуальный диалект».

Ариман является социальным субъектом (точнее, маргиналом, выпадающим из существующих социальных структур), чья речь обнаруживает принадлежность современности.

3. «Говорящий человек в романе всегда в той или иной степени идеолог, а его слово всегда идеологема».

Ариман выражает взгляды на политическое и социальное устройство, рассказывает о своих религиозных взглядах, критикует существующий строй и религию.

С точки зрения М. М. Бахтина, роман, подобный исследуемому тексту, представляет собой роман-мениппею, построенный на соединении высокого и низкого и их карнавальной мене [Бахтин 2000]. Карнавализация, активно используемая в тексте, связана со смеховым народным началом, показывая самую возможность говорить о сакральном как о профанном, о материально-телесном низе как о верхе и т. д.

Иными словами, роман «Антихрист» обладает аксиологической амбивалентностью. С одной стороны, он может произвести внеэстетический эффект, юридически называемый «оскорблением чувств». В свое время такой эффект произвели на буржуазную мораль французского общества романы Г. Флобера и братьев Гонкур. Общественная реакция, как правило, предсказуема: подвергнуть автора социальному порицанию, рассмотрев его текст как аморальный поступок в эмпирической действительности. Войнствующе настроенное поздневикторианское общество таким образом уничтожило автора романа «Портрет Дориана Грэя». С другой стороны, прочтение романа в режиме эстетических конвенций порождает противоположный эффект, когда само нарушение нормативных категорий приобретает определенный аксиологический смысл. С этой позиции можно соотнести сюжет романа «Антихрист» и «Легенду о Великом инквизиторе». Слушая поэму брата Ивана, Алеша говорит: «Поэма твоя есть хвала Иисусу, а не хула... как ты хотел этого. ...» [Достоевский: 293].

Роман «Антихрист» демонстрирует одну из вероятностных возможностей развития и гибели эстетической действительности и свидетельствует о постепенном поражении слова героя в мире фиктивного авторства. В отличие от текстов риторической модальности, направленных на убеждение собеседника во взглядах автора, «Антихрист» не демонстрирует происходящего с точки зрения данности — его прагматика находится в качественно ином поле.

Итак, эстетическая информация, которую можно извлечь из художественного текста, как правило, конвенциональна. Это означает, что возможны разные, не только дополняющие, но и альтернативные интерпретации общего смысла произведения. В связи с этим представляются малоубедительными попытки рассмотреть явления собственно эстетического порядка в юридическом ракурсе: роман может свидетельствовать за автора и против него, «оскорбляя» и «воодушевляя» читателя, но оставаясь качественно иным дискурсивным материалом. Автор не ответственен за слова и поступки своих героев, но, разумеется, ни один из героев романа не может быть призван к ответственности за сделанное и сказанное им. Лингвистическая экспертиза подобных «Антихристу» текстов определяет, на наш взгляд, нетривиальные последствия: ценностный уровень текста вместе с возмущением социального поля возрастает, в то время как текст экспертного заключения, анализирующий повествовательный дискурс *de facto* и *de jure*, приобретает характер симулякра. Иными словами, «литература переигрывает действительность» [Лихачев 1968: 78].

ЛИТЕРАТУРА

1. Баранов А. Н. Лингвистическая экспертиза текста: теория и практика : учеб. пособие. — М., 2007.
2. Бахтин М. М. Собр. соч. В 7 т. Т. 2, 5, 7. — М. ; СПб., 2000. (Слово в романе. Автор и герой в эстетической деятельности. Эпос и роман).
3. Виноградов В. В. Проблема авторства и теория стилей. — М. : ГИХЛ, 1961.
4. Гуковский Г. А. Изучение литературного произведения в школе: методол. очерки о методике. — Тула : Автограф, 2000.
5. Достоевский Ф. М. Братья Карамазовы // Собр. соч. В 15 т. Т. 9. — Л. : Наука, 1991.
6. Козлов А. Е. Конфликт интерпретаций в лингвистической, культурологической и религиоведческой экспертизах (опыт Новосибирской области) // Политическая лингвистика: проблематика, методология, аспекты исследования и перспективы развития научного направления. — Екатеринбург, 2016.
7. Лаппо М. А. Самоидентификация: семантика, прагматика, языковые ресурсы. — Новосибирск : НГПУ, 2013.
8. Лихачев Д. С. Внутренний мир художественного произведения // Вопросы литературы. 1968. № 8.
9. Рикёр П. Конфликт интерпретаций / пер. с фр. И. С. Вдовиной. — М. : Академический проект, 2008.
10. Хэллидей М. А. К. Лингвистическая функция и литературный стиль // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. 23. Когнитивные аспекты языка. — М. : Прогресс, 1980.
11. Шмид В. Нарратология. — М. : Языки славянской культуры, 2003.
12. Bourdieu P. Rules of Art: Genesis and Structure of the Literary Field. — Stanford Univ. Pr., 1996.

А. Р. Копачева, А. С. Решетова
Челябинск, Россия

ОСОБЕННОСТИ ПОЛИТИЧЕСКОГО ИНТЕРНЕТ-ДИСКУРСА В СЕРВИСЕ «ТВИТТЕР» (НА МАТЕРИАЛЕ ТВИТОВ ДОНАЛЬДА ТРАМПА И ЭММАНУЭЛЯ МАКРОНА)

Аннотация. Статья посвящена анализу реализации речевых стратегий и тактик в политической интернет-коммуникации на материале твитов (твиттов) президента США Дональда Трампа и президента Франции Эммануэля Макрона. В работе рассматривается набор речевых стратегий и тактик, характерных для каждого президента, производится их анализ. Кроме того, выявляются и сопоставляются особенности речевого поведения двух президентов.

Ключевые слова: политический дискурс; интернет-коммуникация; речевые стратегии; речевые тактики; политическое манипулирование; политические деятели; языковая личность.

A. R. Kopchaeva, A. S. Reshetova
Chelyabinsk, Russia

FEATURES OF POLITICAL INTERNET DISCOURSE IN THE SERVICE “TWITTER” (ON THE MATERIAL OF TWEETS OF DONALD TRUMP AND EMMANUEL MACRON)

Abstract. The article is devoted to the analysis of the implementation of speech strategies and tactics in political Internet communication based on tweets of US President Donald Trump and French President Emmanuel Macron. The paper considers a set of speech strategies and tactics typical of each president, their analysis, and the purpose of their use. In addition, personal characteristics of the speech behavior of the two presidents were revealed and a comparison was made.

Keywords: political discourse; Internet communication; speech strategies; speech tactics; political manipulation; political actors; linguistic personality.

На сегодняшний день в бурной борьбе за власть политики готовы на все ради привлечения внимания граждан, удержания авторитета и власти в своих руках. Поэтому они используют различные способы для достижения своих целей. Так как современное общество стремительно развивается, политикам также приходится идти в ногу со временем. Одним из способов поддержания контакта с гражданами является использование сети Интернет. В этом случае у политика есть возможность дистанционно прокомментировать какое-либо событие, ответить на вопросы граждан, высказать свое мнение и тем самым завоевать авторитет избирателей.

Так как в данной статье мы будем рассматривать реализацию политической коммуникации в сети Интернет, важно рассмотреть понятия «политический дискурс» и «интернет-дискурс». Вслед за А. Н. Барановым мы понимаем политический дискурс как «совокупность всех речевых актов, используемых в политических дискуссиях, а также правил публичной политики, освещённых традицией и проверенных опытом» [Баранов 1991: 33].

Н. А. Архенова считает, что интернет-дискурс представляет собой «процесс создания текста в совокупности с прагматическими, социокультурными, психологическими факторами, целенаправленное социальное действие, включающее взаимодействие людей и механизмы их сознания — когнитивные процессы» [Архенова 2009: 6].

Социальные сети, представляющие собой особый вид интернет-коммуникации, являются также инструментом для политического манипулирования, под которым понимается «скрытое управление политическим сознанием и поведением людей с целью принудить их действовать (или бездействовать) вопреки собственным интересам, создавая при этом иллюзию свободного выбора» [Пугачев, Соловьев 2002: 342].

Для того, чтобы осуществлять политическое манипулирование, удерживать власть или завоевывать авторитет избирателей и/или других политических деятелей, политики используют определенный набор речевых стратегий и тактик.

Согласно О. Н. Паршиной, речевая стратегия рассматривается как «определенная направленность речевого поведения в данной ситуации в интересах достижения цели коммуникации» [Паршина 2005: 19]. В свою очередь, тактика определяется как «использование приемов, способов достижения какой-либо цели, линия поведения кого-либо» [Паршина 2005: 21].

В нашем исследовании мы бы хотели взять за основу классификацию речевых стратегий и тактик, предложенную О. Л. Михалевой, которая выделяет:

- 1) стратегию на понижение;
- 2) стратегию на повышение;
- 3) стратегию театральности [Михалева 2009: 45—68].

Социальная сеть «Твиттер» является формой микроблогинга и считается самой популярной в этом жанре. Пользователь публикует короткие текстовые заметки (140 символов), при этом другие пользователи могут проматривать и комментировать их.

Материалом для нашего исследования послужили твиты (твитты) президента Франции Эммануэля Макрона и президента США Дональда Трампа. Оба президента являются активными пользователями социальной сети

«Твиттер». В нашей работе мы выявим речевые стратегии и тактики, используемые президентами, выделим личные особенности и сравним их.

Дональд Трамп использует «Твиттер» как средство для выражения своего мнения по разным вопросам, комментирования различных новостей и событий. Чаще всего он публикует по несколько твитов в день. В свою очередь, Эммануэль Макрон делится новостями и вопросами, которые обсуждались на различных встречах, например, с представителями других государств. Он публикует меньше твитов, чем Трамп.

В твитах Дональда Трампа встречается большое и разнообразное количество речевых стратегий и тактик, присущих политическому дискурсу. Так, Трамп часто применяет стратегию на понижение и тактику обвинения, говоря о СМИ: «Now the Fake News Media says I “pressured the Ukrainian President at least 8 times during my telephone call with him”. This supposedly comes from a so-called “whistleblower” who they say doesn’t even have a first hand account of what was said». В этом твите президент США обвиняет СМИ в сфабрикованной новости о том, что он якобы оказывал давление на президента Украины во время их телефонного разговора. Добавляя, что эта новость была предоставлена неким «осведомителем», который обладал неподтвержденной информацией.

Стратегия на понижение также встречается в твитах Эммануэля Макрона. Президент Франции утверждает, что мы не можем бороться с глобальным потеплением и одновременно финансировать увеличивающую выбросы CO₂ инфраструктуру: «On ne peut pas prétendre lutter contre le réchauffement climatique et continuer à financer des infrastructures, en France ou à l'étranger, qui augmentent les émissions de CO2. Là encore, nous serons cohérents : si elles polluent, nous ne les financerons pas». Эммануэль Макрон использует тактику угрозы и говорит, что если предприятия загрязняют окружающую среду, то они не будут получать финансирование от государства.

Тем не менее стратегия на понижение чаще используется именно Дональдом Трампом и не только по отношению к СМИ, но и по отношению к другим странам: «Puerto Rico is one of the most corrupt places on earth. Their political system is broken and their politicians are either Incompetent or Corrupt...No good!...» Трамп считает, что Пуэрто-Рико — одна из самых коррумпированных стран, где политическая система подорвана, а политики некомпетентны или коррумпированы. Следует отметить, что графическое выделение значимых слов и использование восклицательных и других знаков препинания являются одними из особенностей письменной речи Дональда Трампа. Также большое количество негативно окрашенной лексики (*incompetent, corrupt, no good, etc.*) характеризует стратегию на понижение. Однако позже Дональд Трамп добавил: «...And by the way, I’m the best thing that’s ever happened to Puerto Rico!» В данном случае он объединил стратегию на понижение со стратегией на повышение, добавив, что он (по его мнению) лучше, что случилось с Пуэрто-Рико.

У Эммануэля Макрона, напротив, чаще встречается стратегия театральности, в частности тактика побуждения: «Pour éradiquer les féminicides, en France, et dans le monde: bâtissons une action efficace et donnons-leur un statut juridique». В этом твите президент Франции призывает к борьбе с феминицидом во Франции и других странах. В другом своем твите он говорит об искоренении СПИДа, туберкулеза и малярии: «L’éradication du sida, de la tuberculose et du paludisme est à notre portée. Nous pouvons sauver 16 millions de vies dans les 3 prochaines années. Nous avons 3 semaines pour réunir 14 milliards de dollars. Mobilisons-nous!» Макрон утверждает, что в наших силах побороться с болезнями (собрать 14 миллиардов долларов) и спасти большое количество людей. Характерной чертой данной тактики является использование повелительного наклонения (*bâtissons, donnons, mobilisons-nous*).

26 августа 2019 г. Дональд Трамп и Эммануэль Макрон встретились на саммите G7 во Франции. Оба президента прокомментировали встречу в «Твиттере». Эммануэль Макрон поделился тем, что они с президентом Трампом согласились, что у Ирана не должно быть ядерного оружия: «Avec le Président Trump, nous sommes d'accord pour dire que l'Iran ne doit jamais avoir l'arme nucléaire. Rien n'est fait, mais les conditions d'une rencontre entre le Président Rohani et le Président Trump, et donc d'un accord, sont là. #G7Biarritz». Он также отметил, что некоторые компании цифровых технологий платят мало налогов, что уменьшает количество рабочих мест: «Certains acteurs du numérique paient très peu d'impôts. C'est une injustice qui détruit des emplois. Nous venons de l'acter avec le Président Trump: nous allons travailler à un accord, au niveau de l'OCDE, pour moderniser les règles de la fiscalité internationale. #G7Biarritz». Он сообщает, что договорился с президентом Трампом работать над соглашением по модернизации правил международного налогообложения.

В свою очередь, Дональд Трамп поблагодарил Францию: «THANK YOU FRANCE #G7Biarritz». И вместо того, чтобы поделиться итогами встречи с президентом Франции, он начал критиковать СМИ: «Just returned to Washington from France and the very successful G-7, only to find that the Fake News is still trying to perpetuate the phony story that I wanted to use Nuclear weapons to blow up hurricanes before they reach shore. This is so ridiculous, never happened!» Только вернувшись из Франции, он узнал, что «фейковая пресса» утверждает, что он хотел взрывать ураганы ядерным оружием, чтобы они не обрушивались на материк. Он же заявляет, что такого не говорил. В первом примере у Трампа мы снова видим использование заглавных букв, а во втором случае использовалась стратегия на понижение.

Таким образом, при сравнении твитов двух президентов можно сказать, что Трамп очень часто выражает свои эмоции и мысли по поводу каких-либо событий, использует негативно окрашенную лексику, а также графические средства для привлечения внимания. В рамках интернет-дискурса он использует присущие ему речевые стратегии и тактики: самопрезентация, обвинение, оскорбление. С другой стороны, Макрон чаще всего делится итогами своих выступлений и встреч с другими политическими деятелями, поэтому в его твитах отсутствует эмоционально окрашенная лексика. Для него типичны следующие речевые стратегии и тактики: самопрезентация, побуждение, угроза (редко).

Подводя итоги данному исследованию, отметим, что формат «Твиттера» позволяет политику оперативно реагировать на происходящие события и осуществлять общение в режиме реального времени, а вовлечение новых информационных технологий в область политики определяет актуальность дальнейшего изучения политического твиттинга.

ЛИТЕРАТУРА

1. Donald J. Trump. URL: <https://twitter.com/realDonaldTrump> (дата обращения: 21.09.2019). — Текст : электронный.
2. Emmanuel Macron. URL: <https://twitter.com/emmanuelmacron?lang=en> (дата обращения: 21.09.2019). — Текст : электронный.
3. Ахренова Н. А. Интернет-дискурс как глобальное межкультурное явление и его языковое оформление : автореф. дис. ... д-ра филол. наук. — М., 2009. URL : <http://www.dissers.ru/2filologiya/internet-diskurs-kak-globalnoe-mezhkulturnoe-yavlenie-ego-yazikovoe-oformlenie-10-02-19-teoriya-yazika-avtoreferat-na.php> (дата обращения: 21.09.2019). — Текст : электронный.
4. Баранов А. Н., Казакевич Е. Г. Парламентские дебаты: традиции и новации. — М. : Знание, 1991. 64 с.
5. Михалева О. Л. Политический дискурс. Специфика манипулятивного воздействия. — М. : Либроком, 2009. С. 45—68.
6. Паршина О. Н. Стратегии и тактики речевого поведения современной политической элиты : дис. ... д-ра филол. наук. — Саратов, 2005.
7. Пугачев В. П., Соловьев А. И. Введение в политологию : учеб. для студентов вузов. — 4-е изд., перераб. и доп. — М. : Аспект Пресс, 2005. 477 с.
8. Твиттер. URL : <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A2%D0%B2%D0%B8%D1%82%D1%82%D0%B5%D1%80> (дата обращения: 21.09.2019). — Текст : электронный.

Н. Н. Коптяева
Екатеринбург, Россия

БРЕКСИКОН: НЕОЛОГИЗМЫ НА ОСНОВЕ ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧЕСКОГО ПОЛЯ «БРЕКСИТ»

Аннотация. Выход Великобритании из Евросоюза стал горячей темой для обсуждения в британских СМИ и источником появления неологизмов, обозначающих новые реалии британской политической жизни. Данное исследование содержит описание моделей словообразования и синтаксических моделей употребления неологизмов, входящих в лексико-семантическое поле «Брексит», а также составляющих его микрополей. Результатом исследования стало выявление ряда особенностей данного ЛСП, которые говорят об интенсивности процесса образования неологизмов в связи с актуальностью повестки выхода страны из ЕС и поляризацией британского общества.

Ключевые слова: неологизмы; лексико-семантические поля; Брексит; политический дискурс; лексическая семантика.

N. N. Koptayeva
Ekaterinburg, Russia

BREXICON: NEOLOGISMS ON THE BASIS OF THE LEXICO-SEMANTIC FIELD “BREXIT”

Abstract. Brexit has become a burning topic of discussion in the British media and a source of neologisms that indicate the new realities in the British political life. This study contains a description of the word formation models of the neologisms belonging to the “Brexit” lexical-semantic field and their syntactic models. The analysis identified the following features of this lexical-semantic field: 1) the neologisms fit well in synonymous and antonymic series; 2) the field consists of numerous microfields; 3) the neologisms form new neologisms, which indicates not only the high productivity of the “Brexit” root, but also the intensity of the process of generating new words to denote new realities in British society.

Keywords: neologisms; lexical-semantic field; Brexit; political discourse; lexical semantics.

Предстоящий выход Великобритании из Евросоюза (Брексит) стал одной из главных тем политического дискурса за последние несколько лет и дал толчок к появлению неологизмов, аллюзий и других языковых явлений в британском английском. Само слово «Brexit» (Брексит) является неологизмом, датированным 2012 г. Оксфордским словарем как результат контаминации слов *British* (или *Britain*) и *exit* (выход) по аналогии со словом-блендом *Grexit* (от *Greek* и *exit*). Анализ текстов британских СМИ показал, что неологизм «Brexit» не только прочно вошел в лексику и стал устоявшимся термином, обозначающим данный политический процесс, но и породил многие другие неологизмы по схожей словообразовательной модели либо другими способами.

Производный от слова *Brexit* неологизм *Brexiter* так же прочно вошел в язык политического дискурса Великобритании. Дискурс-анализ политических блогов показал, что в современном британском обществе наблюдается тенденция к идентификации оппонентов не по принадлежности к партии — лейборист или консерватор, а по отношению к Брекситу — *Brexiter* или *Remainer* [Meredith 2019].

Исследователи Г. Лалич-Крстин и Н. Силашки описывают неологизмы, связанные с *Brexit*, разделив их на 3 группы: 1) лексемы, использующие контаминант *Brexit* как модель; 2) лексемы, использующие слово *Brexit* как источник; 3) лексемы, образованные под влиянием *Brexit* как модели словообразования и политического процесса. Интересно отметить, что некоторые лексемы, включенные в исследование, являются гипотетическими, сконструированными по аналогии с уже существующими неологизмами, и даже юмористическими (например, *Czechout*, *Departugal*, *Retireland*, *Texodus*) [Лалич-Крстин 2018].

В настоящем исследовании мы проведем анализ моделей словообразования и синтаксических связей лексических единиц, оформляющих лексико-семантическое поле «Брексит», а также опишем микрополя, которые его составляют, для более детального описания новой лексики.

Рассмотрим модели словообразования. Что касается структурного словообразования, первое место по частотности занимает контаминация, предполагающая стяжение двух основ. В нашей выборке в качестве ключевых основ для получения неологизмов особенно часто (60 % от общего числа) употребляется либо основа «Brexit», либо основа «exit». Например, *Breferendum* (Brexit + referendum), *Bregret* (Brexit + regret), *Bremain* (Brexit + remain), *Brextremist* (Brexit + extremist), *Brextmas* (Brexit + Christmas), *Brexitosis* (Brexit + toxicosis), *re-grexit* (regret + exit).

На втором месте — лексемы, полученные с помощью аффиксации. В качестве ключевых используются следующие суффиксы: -er, -ist (*Brexiter*, *Remainer*, *Leaver*, *Remoaner*, *Brextremist*). В образовании слов данного ЛСП участвуют и префиксы: post-, anti-, pro-, arch- (*post-Brexit*, *anti-Brexit*, *anti-Leave*, *pro-Remain*, *arch-Brexit*, *arch-Remainer*). Морфемы anti- и pro- характерны для поляризованного политического дискурса, а в указанных лексемах из нашей выборки обозначают позицию сторон применительно к Брекситу. Что касается префикса arch-, в Оксфордском словаре даются следующие ЛСЗ: 1. *chief*, *principal*. 2. (*in an unfavourable sense*) *pre-eminent of its kind*; *out-and-out*. В сочетании с основами *Brexit*, *Remainer*, *Leaver* данный префикс используется в значении «полный», «совершенный», «отъявленный».

Следует отметить, что при образовании лексем путем контаминации префиксально-суффиксальный способ может рассматриваться как теневой процесс, который не проявляется в полную силу, но значение аффиксов, используемых в исходных основах, дает дополнительные компоненты значения нового слова (ср. *extremist* — *Brextremist*).

Другим примером теневого процесса, сопутствующим контаминации, может выступать аллюзия при образовании словосочетаний *Great Brexpectations*, *Brexistantial crisis*. Вторая единица словосочетания *Great Brexpectations* получена путем контаминации, но одновременно в основу положена аллюзия на прецедентный роман Ч. Диккенса «Great Expectations». Творчество Диккенса используется для иронии и введения мотива крушения надежд. Что касается словосочетания *Brexistantial crisis*, то первая единица, полученная контаминацией, подкрепляется лексемой *crisis*, и вместе они создают аллюзию на многочисленные работы по возрастной психологии.

Среди неологизмов данного ЛСП фрагментарно наблюдается и конверсия: существительное *Brexit* перешло в глагольную форму *to Brexit*: *You may want to Brexit. You may believe, against all the evidence, that Nigel is a nice guy. But you have to be insane to vote for him* (mirror.co.uk).

Рассмотрим примеры аббревиации: *B-word* (по аналогии с *n-word* и *b-word*), *BOBs* (Bored of Brexit — используется по отношению к британцам, уставшим от Брексита) и *BRINO* (Brexit in name only — о попытках Терезы Мэй найти компромисс по выходу из ЕС). Эти аббревиатуры встречаются в следующих контекстах:

“Bobs” are quite the topic of discussion in the UK right now — people “bored of Brexit”, desperate to read, talk and hear about something, anything, else. But if Bobs are big in the UK, spare a thought for their numbers in the EU (bbc.com).

Don't mention the B-word — why Brexit shows up class antagonisms at heart of debate over Europe (belfasttelegraph.com).

Brino (Brexit in Name Only) is being strangled by the rope which the government, the EU and the Remainers have given themselves (The Telegraph).

Все приведенные контексты указывают на негативно окрашенную коннотацию данных лексем, передающих скептическое отношение британцев к переговорам о Брексите, а использование аббревиации служит для усиления эффекта накопившейся усталости и «заезженности» темы.

Что касается таких способов, как простое соположение двух основ, соположение двух основ с последующей деривацией, синтаксический способ словообразования, которые дают хорошие результаты при образовании неологизмов других лексико-семантических групп в современном британском английском, применительно к нашему ЛСП они не были зафиксированы.

Семантическое словообразование, предполагающее использование семантических сдвигов в виде метафоры, метонимии, сужения, расширения ЛСЗ, в нашей выборке представлено лишь двумя лексемами — *Leaver* и *brexiting*. В данном случае исходное, более широкое значение слова *leaver* подвергается сужению. Параллельно присутствует процесс метонимии. Что касается лексемы *brexiting*, в некоторых словарях упоминается ироничное использование этого слова в расширенном значении, которое вошло в интернет-мемы: *the act of telling everyone at a gathering (party, meeting... etc.), that you are leaving, but actually staying* (Urban dictionary).

Реальные социальные процессы поляризации общества приводят к тому, что многие неологизмы ЛСП «Брексит» выстраиваются в четко выраженные антонимические и синонимические ряды, что не очень присуще неологизмам вообще. В качестве примера таких пар приведем следующие цепочки синонимов: *Brexiter* — *Brexiteer* — *Leaver* — *Brextrovert*; *Bregret* — *regrexit* — *Bremorse*. Антонимы представлены различными парами, в том числе образованными с помощью префиксов *pro-*, *anti-*: *Leaver* — *Remainer*, *Brextrovert* — *Brintrovert*, *Brexit* — *Bremain*, *Eurosceptic* — *Europhile*, *pro-Brexit* — *anti-Brexit*, *pro-Remain* — *anti-Remain* и др.

Следующим этапом стало **выделение микрополей**. В данном исследовании мы описываем неологизмы, принадлежащие лексико-семантическому полю «Брексит», используя полевую структуру «ядро — центр — периферия». Данное ЛСП имеет многоступенчатую структуру, в которой будут выделяться следующие микрополя:

«Сторонники Brexit» (*Brexiter*, *Brexiteer*, *Wrexiteer*, *Leaver*, *Eurosceptic*, *Brextremist*, *Brextrovert*);

«Противники Brexit» (*Remainer*, *Remainiac*, *Remoaner*, *Brintrovert*);

«Референдум по Брекситу» (*Neverendum*, *Breferendum*);

«Выход из Евросоюза» (*Brexit*, *Brexodus*);

«Сохранение членства в Евросоюзе» (*Bremain*, *Breverse*, *Breturn*);

«Последствия Брексита» (*Brexodus*, *Bregret*, *regrexit*, *Bremorse*, *brexplosion*);

«Ощущения граждан Великобритании, связанные с Брекситом» (*Brexiety*, *Brexistantial crisis*, *Great Brexpectations*, *Brexitosis*).

Лексические единицы, относящиеся к теме «Брексит», удобно представить в виде полевой структуры, так как многие из них создавались как производные от данного неологизма. Ядро поля составляют единицы с наиболее высокой частотностью употребления и наиболее общим семантическим набором, относящимся к понятию «Brexit». На периферии будут находиться лексические единицы, имеющие опосредованную связь с исходным неологизмом и встречающиеся с наименьшей частотностью (окказионализмы): *Neverendum*, *Brexistantial Crisis* и др.

Сначала представим распределение единиц выборки по микрополям. Часть микрополя «Сторонники Брексита» выглядит следующим образом (см. рис. 1).

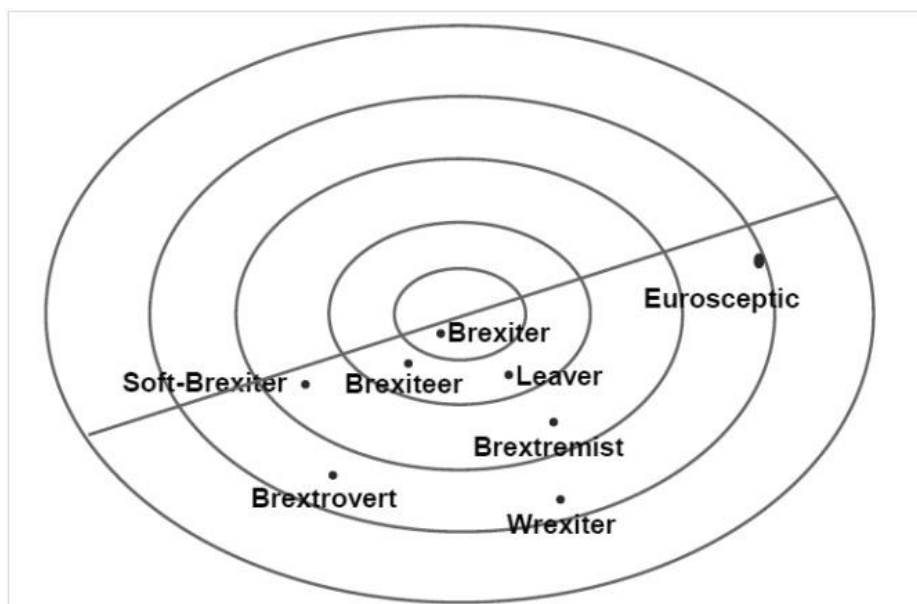


Рис. 1. Странники Брекита

Ближе к центру (ядру) находятся слова, наиболее часто употребляемые по отношению к сторонникам Брекита (*Brexit*, *Brexititeer*, *Leaver*). Дефиниция слова *Brexit* дает следующее значение: *(informal) A person who is in favour of the United Kingdom withdrawing from the European Union*. Неологизм *Brextremist*, образованный с помощью контаминации слов *Brexit* и *extremist* — с пометой «*derogatory*», *a person who holds extreme political or religious views, especially one who advocates illegal, violent, or other extreme action*) — имеет следующую дефиницию: «*someone who is in favou of the UK leaving the EU and all associated organizations completely and immediately, regardless of the consequences*». Как мы видим, лексемы из ядра и периферии содержат общую сему — *a person who supports withdrawal of the United Kingdom from the European Union*, но также имеют дифференциальные семы, а лексема *Brextremist* через входящую в нее основу *extremist* со стилистической пометой *derogatory* имеет также и негативную коннотацию. Еще дальше к периферии находится лексема *Wrexiter*, результат контаминации *Brexit* и слова *wreck*, привносящего семы разрушения и ущерба в образовавшийся неологизм: 1) *the destruction of a ship at sea* 2) *something, especially a vehicle or building, that has been badly damaged or destroyed* 3) *a person whose physical or mental health or strength has failed* (Abby Lingvo).

Часть микрополя «Противники Брекита» имеет вид, схематически представленный на рис. 2.

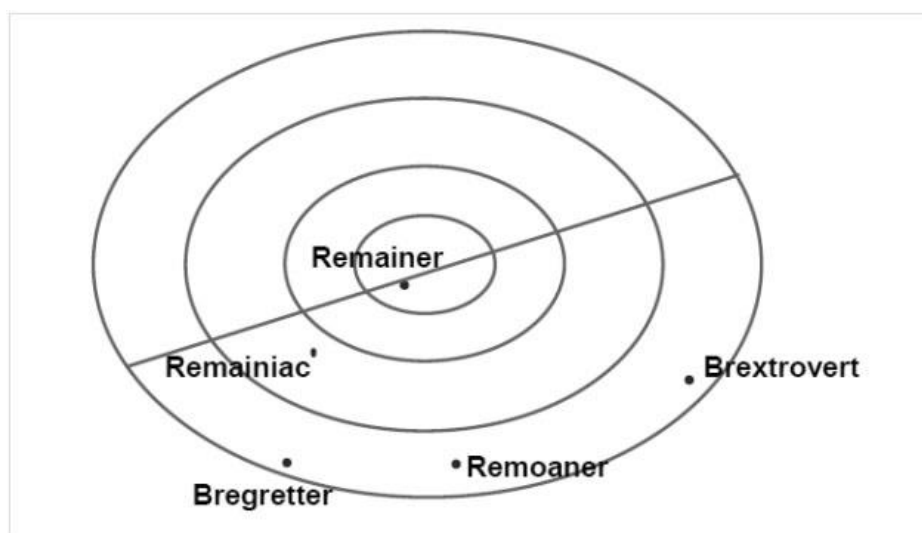


Рис. 2. Противники Брекита

В центре микрополя находится наиболее часто употребляемая лексема — *Remainer*, остальные лексические единицы располагаются от центра к периферии по убыванию частотности. Расположение единиц ближе к границам микрополя обусловлено дифференциальными семами, передающими сожаление по поводу Брекита, состояние субъекта (нытье) и черты характера (интровертность).

Остальные микрополя, входящие в ЛСП «Брексит», представлены в общей схеме на рис. 3.

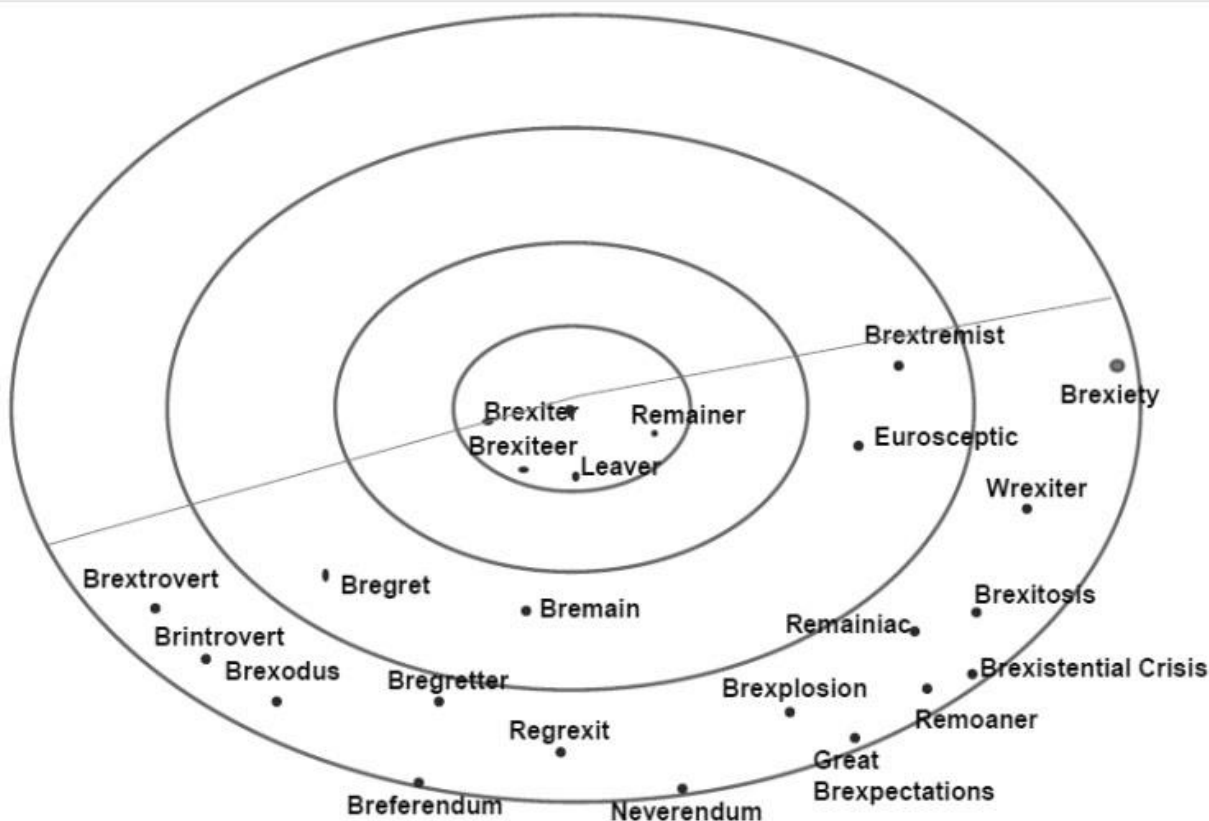


Рис. 3. Микрополя ЛСП «Брексит»

Следует отметить, что лексико-семантическое поле «Брексит» не является закрытым, так как постоянно пополняется неологизмами. Его характерной особенностью является то, что многие неологизмы служат основой для создания производных неологизмов (Brexit — Brexiter — Wrexiter; Bregret — Bregretter и т. д.), что говорит об интенсивности процесса словотворчества в британском обществе, постоянно появляющихся новых политических реалиях, которые приводят к явлению лакунарности, что, в свою очередь, влечет за собой попытку заполнения лакуны.

Исследовав единицы ЛСП на парадигматическом уровне, мы обратились к синтагматике. Корпус текстов для исследования синтагматических связей был получен методом сплошной выборки из 10 самых популярных изданий за период с 2016 по 2019 г. Что касается структурных синтаксических моделей, то единицы фиксируются следующим образом:

- (phr) V+N

*The Euro candidates have achieved the impossible — **turned me into a Brexiteer** (The Guardian).*

*Instead, his other comments brutally **battered the Remainers** (The Times).*

*I am angry at Theresa May — **she was a Remainer** and led negotiations like a **Remainer** and that created this mess (The Sun).*

*They even claimed Brexit voters **suffered Bregret** after the nation voted to turn its back on the Brussels club (express.co.uk).*

*Soon, however, we are told they'll **be joining the great Brexodus** (The Times).*

*As the Brexit stalemate drags on, it seems the only plausible, viable and real option may be to bring the vote back to the people and **let the Bregretters** have their chance to reconcile what can only be described as a monumental British flop (occupy.com).*

*Many supporters of the Remain campaign are **calling for the «Breverse»** of the UK's democratic decision, however the official event claims the protest highlights dissatisfaction with the post-Brexit politics (The Sun).*

*Defiant Theresa May **takes on the Wrexiteers** as brazen Nick Clegg backs elite's plot to derail will of British people (The Sun).*

- N + (phr)V

***The Brexiteers look** like villains cornered by Batman in a hall of mirrors (The Guardian).*

***Brexiteers have** a tin ear for British history (the Times).*

***Remainers are threatening** to force Parliament to sit this weekend in a bid to scupper a No Deal (The Sun).*

***Brexodus has begun** (The Guardian).*

***Remainers should finally accept** the Brexit referendum result and quit their attempts to sabotage Britain leaving the EU (express.co.uk).*

But according to **The Mirror**, the **Remoaners may**, for the first time, be right (Newstatesman).

- N/Pron + (V be) + N

*I'm an ardent **Brexiteer**, but May's plan is the ideal compromise* (The Guardian).

*May is a Remainer. Her chancellor, Philip Hammond, is a **Remainiac*** (spiked-online.com).

- A+N

***Furious Brexiteer** praises Boris's move against Tory rebels* (express.co.uk).

***Wealthy Brexiteers** like James Dyson are jumping ship* (The Times).

***Hardline Brexiteers** call this "Brexit Lite"* (The Times).

*At first, they say, it was necessary to energise **hardcore** Remainers to make them believe a second vote was possible* (The Times).

В нашей выборке с *Brexiteers/Brexeters* чаще всего встречаются прилагательные *hardline / ardent / furious / hard / hardcore*.

- N +N

*This, at any rate, seems to be the **Brexiteer mantra*** (The Times).

*The Remainer **elites** are a menace to democracy and freedom* (spiked-online.com).

- N of N

*Britain is horribly divided — and that's also **the fault of remainers*** (The Guardian).

*One irritating aspect of the current debate is **the tendency of Brexeters** to accuse those who warn of difficulties of 'talking Britain down'* (The Times).

*Some in the remain camp have clung to **the idea of Bregret** — the wishful thinking that hordes of remorseful leave voters would quickly change their minds* (The Guardian).

- Pron + N

Why are these Brexeters behaving like this? (The Guardian).

*The truth is that **these Remainers** have no consistency or principles when it comes to democracy — they only care about stopping Brexit* (spiked-online.com).

Интересно отметить, что частотность употребления местоимения «these» с лексемой *Remainers* в 45 раз превышает частотность использования с *Brexeters*. Можно сделать вывод о том, что авторы текстов британских СМИ преимущественно считают противников Брексита «чужими», занимая нейтральную позицию или сочувствуя сторонникам выхода страны из ЕС.

- Num + N

*A **NEW** poll has shown the divisions in society caused by Brexit — with **40 percent of Remainers** admitting they would be upset if their child married a leave voter* (express.co.uk).

*The two Brexiteers argued over who was more **Brexit*** (The Times).

Таким образом, анализ синтаксических моделей употребления неологизмов, входящих в ЛСП «Брексит», показал, что лексические единицы, входящие в центр поля (*Brexiter, Leaver, Remainer*), употребляются практически во всех стандартных моделях, характерных для существительных. Из этого можно сделать вывод о том, что данные лексемы прочно вошли в английский язык. Остальные же неологизмы встречаются в выборочных моделях, что связано с меньшей частотностью их употребления.

В целом ЛСП «Брексит» имеет следующие особенности: 1) неологизмы хорошо укладываются в синонимические и антонимические ряды; 2) достаточно много микрополей; 3) негативная коннотация, привносимая компонентами, входящими в некоторые дериваты и аббревиатуры, передает скептическое отношение общества к проблеме выхода страны из ЕС; 4) неологизмы образуют новые неологизмы, что говорит не только о высокой продуктивности основы *Brexit*, контаминации и аффиксации как способов словообразования, но и об интенсивности процесса образования новых слов для обозначения новых реалий в британском обществе, связанных с Брекситом.

ИСТОЧНИКИ

1. ABBY Lingvo: электронная программа.
2. Adler K. Deal or no deal? EU bewildered by Brexit confusion // BBC News. 2018. 21 Dec. URL: <https://www.bbc.com/news/world-europe-46594341>.
3. Baxter S. The barista Brexodus is no grounds for panic // The Times. 2017. 7 May. URL: <https://www.thetimes.co.uk/article/the-barista-brexodus-is-no-grounds-forpanic-gh2lz0rqs>.
4. Belfast Telegraph. URL: <https://www.belfasttelegraph.co.uk/opinion/news-analysis/dont-mention-the-bword-why-brexit-shows-up-class-antagonisms-at-heart-of-debate-over-europe-36437752>.
5. BRINO satisfies no-one. The Brexit wrangles are far from over. URL: <https://blogs.lse.ac.uk/brexit/2018/11/14/brino-satisfies-no-one-the-brexit-wrangles-are-far-from-over>.
6. Fleet Street Fox Columnist. The Brexit Party is shameless, secretive and insane - everything that's wrong with British politics // Mirror. 2019. 13 May. URL: <https://www.mirror.co.uk/news/politics/brexit-party-shameless-secretive-insane-15635147>.
7. Ford R. Too soon to talk of a Brexodus - but UK's appeal has waned // The Times. 2017. 3 Nov. URL: <https://www.thetimes.co.uk/article/too-soon-to-talk-of-a-brexodus-but-uks-appeal-has-waned-flqmrfgz2>.
8. Hawkes S., Davidson L., Tolhurst A. NO BRAKESIT Defiant Theresa May takes on the Wrexiteers as brazen Nick Clegg BACKS elite's plot to derail will of British people. URL: <https://www.thesun.co.uk/news/2121414/defiant-theresa-may-takes-on-the-wrexiteers-as-brazen-nick-clegg-backs-elites-plot-to-derail-will-of-british-people>.
9. Hawkins N. We need a reality check: facts and figures alone won't stop Brexit // The Guardian. 2018. 23 Jan. URL: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2018/jan/23/facts-brexit-equal-marriage>.
10. Hockaday J. Tory Brexiteer called 'liar and traitor' by angry Leave voter on live TV // Metro. 2019. 22 May. URL: <https://metro.co.uk/2019/05/22/mp-david-davies-called-liar-traitor-interview-mp-abuse-9638954>.

11. Hume M. Corbyn's Labour: the biggest Brexit betrayal of all // Spiked. 2018. 22 Nov. URL: <https://www.spiked-online.com/2018/11/22/corbyns-labour-the-biggest-brexit-betrayal-of-all>.
12. Longworth J. Brino will sink with Theresa May, leaving Clean Brexit to win the day // The Telegraph. 2018. 9 Nov. URL: <https://www.telegraph.co.uk/politics/2018/11/09/beginning-end-brino-clean-brexit-will-win-day>.
13. Menon A. Brexit means Britain will be tested to its limits. URL: <https://www.thetimes.co.uk/article/brexit-means-britain-will-be-tested-to-its-limits-9b8jkzsm9>.
14. Oxford English Dictionary. URL: <http://www.oed.com>.
15. Parker C. 'MARCH FOR EUROPE' 30,000 rally outside Parliament in 'sea of gold and blue' to protest against Brexit result // The Sun. 2016. 2 Jul. URL: <https://www.thesun.co.uk/news/1379359/40000-rally-outside-parliament-in-sea-of-gold-and-blue-to-protest-against-brexit-result>.
16. Pickard-Whitehead G. Bring on Bregret: Why Revoking Article 50 is the Only Way Out of the Brexit Blackhole // Occupy.com. 2019. 4 Sept. URL: <https://www.occupy.com/article/bring-bregret-why-revoking-article-50-only-way-out-brexit-blackhole>.
17. Rampen J. Is this Bregret? What a new poll reveals about the chances of staying in the EU // New Statesman. 2017. 13 Febr. URL: <https://www.newstatesman.com/politics/staggers/2017/02/bregret-what-new-poll-reveals-about-chances-staying-eu>.
18. Read C. Remainers told to get over Brexit referendum - 'Final stage of grief - ACCEPTANCE!' // Express. 2019. 31 Aug. URL: <http://www.express.co.uk/news/politics/1172099/brexit-latest-boris-johnson-remainer-alliance-john-major-gina-miller-referendum-poll>.
19. Sabbagh D. Figures show rise in EU nationals exiting public sector after Brexit vote // The Guardian. 2018. 26 Nov. URL: <https://www.theguardian.com/politics/2018/nov/26/figures-show-rise-in-eu-nationals-exiting-public-sector-after-brexit-vote>.
20. Urban Dictionary. URL: <https://www.urbandictionary.com>.
21. Waterfield B. Donald Tusk's Brexiteer jibe deals killer blow for Remainers' hopes and dreams // The Times. 2019. 7 Feb. URL: <https://www.thetimes.co.uk/article/brexit-donald-tusk-s-brexiteer-jibe-deals-killer-blow-for-remainers-hopes-and-dreams-jvqd2bhlz>.

ЛИТЕРАТУРА

22. Апресян Ю. Д. Лексическая семантика. — М. : Школа «Языки русской культуры», 1995. 472 с.
23. Караулов Ю. Н. Структура лексико-семантического поля // Филологические науки. 1972. № 1. С. 57—68.
24. Сквиря В. К. Способы словообразования политической лексики в современном английском языке // Филологические науки. Вопросы теории и практики. — Тамбов : Грамота, 2013. № 1 (19). С. 165—169.
25. Шустрова Е. В. Афроамериканский английский: лексика и текст. — М. : Флинта : Наука, 2007.
26. Kelly J. Branger. Debression. Oexit. Zumxit. Why did Brexit trigger a Brexplosion of Wordplay? URL: <http://leximania.gr/branger-debression-oexit-zumxit-why-did-brexit-trigger-a-brexpllosion-of-wordplay> (дата обращения: 16.09.2019).
27. Lalić-Krstin G., Silaški N. From Brexit to Bregret: An account of some Brexit-induced neologisms in English // English Today. 2018. № 34 (2). P. 3—8.
28. Meredith J., Richardson E. Categories, stereotypes, and political identities: the use of Brexiter and Remainer in online comments. LSE. URL: <https://blogs.lse.ac.uk/brexit/2019/09/06/categories-stereotypes-and-political-identities-the-use-of-brexiter-and-remainer-in-online-comments> (date of access: 16.09.2019).

Н. Н. Кошкарлова
Челябинск, Россия

О. В. Томберг
Екатеринбург, Россия

АКСИОЛОГИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ПРОГРАММНЫХ РЕЧЕЙ БРИТАНСКИХ ПОЛИТИКОВ

Аннотация. Статья посвящена изучению ценностных характеристик речевого портрета британских политиков последних лет. Анализуются программные речи трех премьер-министров. В ходе исследования выявлены концептуальные контрапункты публичных речей. К ним относятся развертывание концептов «ЕДИНСТВО» и «СЕМЬЯ» в их комплексной стилистической и жанрово-прагматической актуализации.

Ключевые слова: речевой портрет; концепты; прагматический аспект; политические деятели; категория личности; аксиологические характеристики.

N. N. Koshkarova
Chelyabinsk, Russia

O. V. Tomberg
Ekaterinburg, Russia

AXIOLOGICAL CHARACTERISTICS OF KEYNOTE ADDRESS OF BRITISH POLITICIANS

Abstract. The paper explores axiological highlights of the speech portraits of the latest British politicians. Keynote addresses of three British Prime-Ministers are studied and analyzed. The research showed that the concepts of Unity and Family are characteristic of the speeches of all three Prime-Ministers. Speech actualization of these concepts is accompanied by corresponding stylistic, genre and pragmatic peculiarities.

Keywords: speech portrait; concepts; pragmatic aspect; political actor; category of personality; axiological characteristics.

Настоящее исследование посвящено анализу программных речей трех премьер-министров Великобритании (Д. Кэмерон, Т. Мэй, Б. Джонсон), произнесенных ими на пороге официальной резиденции на Даунинг-стрит, 10, в начале и конце (за исключением Б. Джонсона) премьерского срока. Выбор материала для анализа обусловлен возможностью проследить отражение в речевом портрете политика не только геополитической ситуации в целом и положения страны в частности (эмпирические данные охватывают временной период с 2010 по 2019 г.), но и реализацию гендерного фактора. Исследование гендерного аспекта на материале различных жанров политического дискурса важно по причине того, что «позволяет проследить формирование в сознании носителей языка определенного отношения к маскулинизации и феминизации политики, выявить роль гендерных стереотипов в создании образа политического деятеля» [Андрющенко 2013: 526].

Архитектоника всех проанализированных выступлений детерминирована особенностями государственного строя Великобритании: глава государства Елизавета II назначает лидера победившей на мажоритарных выборах партии премьер-министром и принимает прошение об отставке главы исполнительной ветви власти. Все речи начинаются со стандартной фразы в некоторых ее вариациях: *Her Majesty the Queen has asked me to form a new government and I have accepted* (David Cameron's first speech). <...> *I have just been to Buckingham Palace where Her Majesty the Queen has asked me to form a new government and I accepted* (Theresa May's first speech) <...> *I have just been to see Her Majesty the Queen who has invited me to form a government and I have accepted* (Boris Johnson's first speech).

В конце речи ее автор сообщает о своем намерении подать прошение об отставке:

We will shortly be heading to Buckingham Palace to see Her Majesty the Queen, where I will tender my resignation as Prime Minister and I will advise Her Majesty to invite Theresa May to form a new administration (David Cameron's final speech) <...> *I am about to go to Buckingham Palace to tender my resignation to Her Majesty the Queen and to advise her to ask Boris Johnson to form a new administration* (Theresa May's final speech).

Лингвостилистические и риторические приемы, используемые в первой речи на посту премьер-министра, — это отражение прагматики самого жанра, когда отдается дань уважения предшественнику, одновременно критикуются его политика, выстраивается новый курс действий:

Before I talk about that new government, let me say something about the one that has just passed. Compared with a decade ago, this country is more open at home and more compassionate abroad and that is something we should all be grateful for and on behalf of the whole country I'd like to pay tribute to the outgoing prime minister for his long record of dedicated public service. In terms of the future, our country has a hung parliament where no party has an overall majority and we have some deep and pressing problems — a huge deficit, deep social problems, a political system in need of reform (David Cameron's first speech).

In David Cameron, I follow in the footsteps of a great modern Prime Minister under David's leadership, the government stabilised the economy, reduced the budget deficit and helped more people into work than ever before. But, David's true legacy is not about the economy, but about social justice. From the introduction of same-sex marriage, to taking people on low wages out of income tax altogether, David Cameron has led a One Nation government, and it is in that spirit that I also plan to lead (Theresa May's first speech).

I pay tribute to the fortitude and patience of my predecessor and her deep sense of public service but in spite of all her efforts it has become clear that there are pessimists at home and abroad who think that after three years of indecision that this country has become a prisoner to the old arguments of 2016 and that in this home of democracy we are incapable of honouring a basic democratic mandate. And so I am standing before you today to tell you the British people that those critics are wrong (Boris Johnson's first speech).

При всем различии лингвопрагматических и жанрово-стилистических особенностей анализируемых выступлений аксиологическим и содержательным центром, объединяющим речи всех трех премьер-министров в единое дискурсивное пространство, является концепт ЕДИНСТВО, который реализует оценочные компоненты в зависимости от риторики и идиостиля конкретного автора. Так, у Д. Кэмерона единство — это совместная работа правительства и страны на благо народа:

But I believe it is also something else. It is about being honest about what government can achieve. Real change is not what government can do on its own — real change is when everyone pulls together, comes together, works together, where we all exercise our responsibilities to ourselves, to our families, to our communities and to others (David Cameron's first speech).

В риторике Т. Мэй единство — это буквальное единение с теми, кто не наделен властью, не живет в Вестминстерском дворце, а каждый день вынужден думать о том, как прокормить свою семью:

When we take the big calls, we'll think not of the powerful, but you. When we pass new laws, we'll listen not to the mighty, but to you. When it comes to taxes, we'll prioritise not the wealthy, but you (Theresa May's first speech).

Концепт «ЕДИНСТВО» в речи Б. Джонсона приобретает несколько иные коннотативные признаки, так как ему и его правительству достался в наследство несогласованный развод с Евросоюзом:

It is to be Prime Minister of the whole United Kingdom and that means uniting our country answering at last the plea of the forgotten people and the left behind towns by physically and literally renewing the ties that bind us together so that with safer streets and better education and fantastic new road and rail infrastructure and full fibre broadband we level up across Britain with higher wages ... because it is time we unleashed the productive power not just of London and the South East but of every corner of England, Scotland, Wales and Northern Ireland the awesome foursome that are incarnated in that red white and blue flag who together are so much more than the sum of their parts and whose brand and political personality is admired and even loved around the world ... for the values we stand for around the world (Boris Johnson's first speech).

Концепту «ЕДИНСТВО» и коллективности как лингвопрагматической характеристике политического текста всегда противопоставит категория персональности, которая «играет ведущую роль в создании речевого имиджа говорящего и тем самым осуществляет расстановку ролей, определяет регистр и тон интеракционного плана в конкретной речевой ситуации» [Матвеева, Лесняк, Зюбина 2015: 134]. Персональность в политическом тексте выражает связь индивида не только с другим человеком, но и с социальной группой. Категория персональности актуализируется в указанных текстах через личные и притяжательные местоимения 1-го лица.

I want to make sure that my government always looks after the elderly, the frail the poorest in our country (David Cameron's first speech).

And I want to thank everyone who has given so much to support me personally over these years (David Cameron's final speech).

The government I lead will be driven, not by the interests of the privileged few, but by yours. We will do everything we can to give you more control over your lives (Theresa May's first speech).

I am about to leave Downing Street but I am proud to continue as the Member of Parliament for Maidenhead. I will continue to do all I can to serve the national interest. And play my part in making our United Kingdom — a great country with a great future — a country that truly works for everyone (Theresa May's final speech).

I say yes — there will be difficulties though I believe that with energy and application they will be far less serious than some have claimed but if there is one thing that has really sapped the confidence of business over the last three years it is not the decisions we have taken it is our refusal to take decisions and to all those who say we cannot be ready. I say do not underestimate this country (Boris Johnson's first speech).

На когнитивно-дискурсивном уровне категория персональности эксплицируется через концепт «СЕМЬЯ», подчеркивание традиционных семейных ценностей, выражение благодарности родным за помощь и поддержку:

I want to thank my children, Nancy, Elwen and Florence, for whom Downing Street has been a lovely home over these last 6 years. They sometimes kick the red boxes full of work. Florence, you once climbed into one, before a foreign trip, and said take me with you. No more boxes. And above all, I want to thank Samantha, the love of my life. You have kept me vaguely sane and, as well as being an amazing wife, mother and businesswoman, you have done something every week in that building behind me to celebrate the best spirit of voluntary service in our country (David Cameron's final speech).

Finally and most of all, I want to thank my husband Philip — who has been my greatest supporter and my closest companion (Theresa May's final speech).

На синтаксическом уровне персуазивную и аргументативную функцию выполняют разные виды повтора в сочетании с параллельными конструкциями, которые помогают «разъединить в сознании читателя план выражения и план содержания и тем самым заложить в общественное сознание определенную программу действий» [Николаева 2018: 99].

But I believe together we can provide that strong and stable government that our country needs based on those values — rebuilding family, rebuilding community, above all, rebuilding responsibility in our country (David Cameron's first speech).

If you're black, you're treated more harshly by the criminal justice system than if you're white. If you're a white, working class boy, you're less likely than anybody else in Britain to go to university. If you're at a state school, you're less likely to reach the top professions than if you're educated privately. If you're a woman, you will earn less than a man. If you suffer from mental health problems, there's not enough help to hand. If you're young, you'll find it harder than ever before to own your own home (Theresa May's first speech).

My job is to make your streets safer — and we are going to begin with another 20,000 police on the streets and we start recruiting forthwith My job is to make sure you don't have to wait 3 weeks to see your GP and we start work this week with 20 new hospital upgrades, and ensuring that money for the NHS really does get to the front line (Boris Johnson's first speech).

Таким образом, инвариант речевого портрета британского премьер-министра последних лет реализуется преимущественно на концептуальном уровне. Концепты «ЕДИНСТВО» и «СЕМЬЯ» являются аксиологическим центром, характерным для речевой партии Д. Кэмерона, Т. Мэй и Б. Джонсона. Актуализация концепта обусловлена международной повесткой дня и стремлением британских политиков сплотить нацию для решения вопроса по взаимоотношениям с Евросоюзом. Концепт «СЕМЬЯ» является, по-видимому, также иллюстрацией апеллирования к проверенным временем кровно-родственным ценностям, что часто наблюдается в обществах в периоды неустойчивости и социальных противоречий.

ИСТОЧНИКИ

1. Boris Johnson's first speech as Prime Minister: 24 July 2019. URL: <https://www.gov.uk/government/speeches/boris-johnsons-first-speech-as-prime-minister-24-july-2019> (date of access: 25.09.2019).
2. David Cameron's speech in full. URL: <https://www.theguardian.com/politics/2010/may/11/david-cameron-speech-full-text> (date of access: 23.09.2019).
3. David Cameron's departing words as Prime Minister. URL: <https://www.gov.uk/government/speeches/david-camerons-departing-words-as-prime-minister> (date of access: 23.09.2019).
4. Theresa May's final speech as Prime Minister: 24 July 2019. URL: <https://www.gov.uk/government/speeches/theresa-mays-final-speech-as-prime-minister-24-july-2019> (date of access: 22.09.2019).
5. Theresa May's first speech to the nation as prime-minister — in full. URL: <https://www.independent.co.uk/news/uk/politics/theresa-mays-first-speech-to-the-nation-as-prime-minister-in-full-a7135301.html> (date of access: 21.09.2019).

ЛИТЕРАТУРА

6. Андрющенко О. К. Гендерные аспекты казахстанского предвыборного дискурса // Гендерная лингвистика : коллективная моногр. — Павлодар, 2013. С. 503—528.
7. Матвеева Г. Г., Лесняк М. В., Зюбина И. А. Персональность и коллективность в немецком парламентском дискурсе: особенности речевого воздействия в фокусе скрытой и функциональной прагмалингвистики // Политическая лингвистика. 2015. № 3 (53). С. 134—139.
8. Николаева Е. С. Синтаксические средства языковой демагогии (на примере португалоязычной прессы) // Древняя и Новая Романия. 2018. Т. 22. № 2. С. 95—104.

Е. М. Крижановская
Пермь, Россия

СПОСОБЫ ДЕМОНСТРАЦИИ ОППОЗИЦИОННЫХ ПОЛИТИЧЕСКИХ УБЕЖДЕНИЙ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ (НА МАТЕРИАЛЕ АККАУНТОВ ПОЛИТИЧЕСКИХ СООБЩЕСТВ В СЕТИ «ФЕЙСБУК»)

Аннотация. Статья посвящена анализу способов представления протестной позиции при обсуждении актуального политического события. В работе на материале текстов постов и комментариев двух интернет-сообществ социальной сети «Фейсбук» рассматриваются текстовые, языковые и риторические приемы и средства демонстрации оппозиционных политических убеждений. Статья содержит вывод о том, что выявленные языковые средства являются многофункциональными, идеологически «заряженными» и позволяют интернет-пользователям выразить отношение к обсуждаемым в интернет-сообществе актуальным политическим событиям, заявить свою протестную политическую позицию, продемонстрировать собственную индивидуальность.

Ключевые слова: политический дискурс; интернет-коммуникация; социальные сети; оппозиционные убеждения; языковые средства выражения протеста.

Е. М. Krizhanovskaya
Perm, Russia

THE EXPLICATION WAYS OF THE OPPOSITIONAL POLITICAL USERS' BELIEFS IN THE SOCIAL NETWORKS (AS EXEMPLIFIED IN THE ACCOUNTS OF POLITICAL COMMUNITIES IN «FACEBOOK»)

Abstract. The article describes the analysis of the explication ways of the remonstrative position during the discussion of the current political event. The text, linguistic and rhetorical methods and means of expressing the opposition political beliefs are analyzed on the basis of the posts' and comments' texts published in the two Internet communities which are represented in the social network «Facebook». The article contains a conclusion that the discovered language tools are multifunctional, they carry the ideological burden and allow Internet users to express their attitude to the current political events discussed in the Internet community, they give the opportunity to express their remonstrative political position and to demonstrate their own individuality.

Keywords: political discourse; the Internet communication; social networks; opposition beliefs; language means of protest.

Стремительное превращение в последнее десятилетие Интернета в новую коммуникативную среду способствовало активному развитию социальных сетей и формированию в виртуальной реальности различных по интересам тематических групп, в том числе интернет-сообществ политической направленности. При этом нельзя не согласиться с тем, что «общение в социальных сетях неподконтрольно государству, а потому Интернет снижает возможности действующей власти по ограничению общественного информационного дискурса и повышает возможности для мобилизации общественности и организации политических акций» [Магомедов 2014: 34]. В связи с этим не вызывает удивления то, что многие политические сообщества в социальных сетях являются по своей сути платформами для реализации оппозиционных политических взглядов и настроений. Не случайно деятельность оппозиционно настроенных участников политических сообществ в Интернете явилась в первое десятилетие XXI в. не только своеобразным катализатором многих протестных акций в разных странах мира, но и пусковым механизмом большинства современных «цветных революций». На наш взгляд, изучение способов демонстрации оппозиционных политических убеждений в виртуальном пространстве как реакции на реальные политические события представляется актуальным.

Анализ способов представления политической позиции был проведен на материале аккаунтов сети «Фейсбук». Как известно, сеть «Фейсбук» является крупнейшей социальной сетью в мире и входит в пятерку наиболее посещаемых мировых веб-сайтов. Практически во всем мире «Facebook» занимает главенствующую позицию по числу пользователей. Несмотря на то что российская аудитория этой социальной сети уступает по количеству активных пользователей зарубежной, социальная сеть «Фейсбук» является в настоящее время весьма популярным сетевым ресурсом России. Безусловно, российская аудитория «Фейсбук» отличается от зарубежной не только в количественном, но и в качественном отношении. Как отмечают исследователи Н. В. Шатина и И. И. Шатин, аудитория российского сегмента сети «Фейсбук» «более образованная и интеллигентная (состоит из тех людей, которых сегодня относят к креативному классу); более активная в самой сети (читает новости, комментирует, активно „лайкает“, объединяется в группы); имеет активную позицию и в оффлайн-пространстве и отличается большей готовностью к политическому участию в онлайн- и оффлайн-проектах; по политическим убеждениям часто имеет оппозиционную позицию» [Шатина, Шатин 2015: 21].

Отдельные исследователи объясняют существование протестных настроений в русскоязычном сегменте Интернета особенностями развития политической системы в современной России, в этой связи И. А. Быков отмечает следующее: «Поскольку стратегия стабилизации политического процесса в России включала в себя, кроме комплекса мер по электоральному менеджменту, также и контроль над основными электорально-значимыми

СМИ, постольку для вышеуказанной оппозиции особое значение приобрел Интернет. Именно Интернет, не связанный с „материальными ограничениями“ вроде обязательной регистрации СМИ, лицензированием и т. п., по идее должен был стать основным каналом коммуникации для оппозиционных групп разной направленности» [Быков 2013: 149]. Совершенно естественно, что акции протеста и гражданского неповиновения вызывают непосредственный отклик в особенности у тех пользователей социальной сети, которые придерживаются оппозиционных по отношению к официальной российской власти политических убеждений. Характеристика способов представления протестной политической позиции членов определенного интернет-сообщества, проявления которой обусловлены конкретной политической ситуацией, выступает целью данного исследования.

Материалом исследования послужили посты и комментарии к ним, размещенные в двух сообществах «Фейсбук» с одноименным названием «Политика» и содержащие отклик на протестные акции в Москве в июле — августе 2019 года. Избранные для анализа сообщества социальной сети «Фейсбук» характеризуются тем, что их участники проявляют неподдельный интерес к событиям общественно-политической жизни нашей страны, обсуждают проблемы официальной российской власти, общественного устройства и безопасности. Данные интернет-сообщества относятся к открытым типам групп, т. е. просматривать и комментировать материалы, размещенные в аккаунтах участников сообщества, могут все пользователи социальной сети. Так, первое сообщество «Политика» (здесь и далее — «Политика 1») было создано в 2012 году Артемом Самсоновым, к 3 августа 2019 г. оно насчитывало 3919 участников. В описании группы называются следующие правила пребывания в группе (здесь и далее правописание оригинала сохранено): *Обсуждаем политические темы. На русском языке. Любые взгляды и плюрализм мнений приветствуется. Допускаются все, все здесь равны, но люди пишущие под своими фамилиями и фотографиями „равнее“.* Спорим с мнением, а не с человеком, не переходим на личности и не скатываемся до оскорблений... Основными участниками сообщества являются интернет-пользователи, проживающие в России, в то же время был выявлен один постоянный участник группы из Украины, пишущий комментарии под украинским ником на русском языке. Второе интернет-сообщество «Политика» (здесь и далее — «Политика 2») насчитывало 2148 участников к 7 августа 2019 г., точная дата образования группы не указана, но в ней присутствуют модераторы, которые призывают членов сообщества соблюдать этические нормы ведения дискуссии: *Главное условие — не переходить на личности и уважать собеседника и тогда здесь можно поделится своим мнением без ограничений и цензуры... Будьте добры и вежливы. Мы создаем доброжелательную среду совместными усилиями. Давайте уважать друг друга! Конструктивные споры — это нормально, но они должны быть дружелюбными.*

Для выявления способов демонстрации оппозиционных политических убеждений интернет-пользователей были использованы тексты постов и комментариев к ним, размещенные в данных сообществах в период с 24 июля 2019 г. по 7 августа 2019 г., т. е. в период протестных акций в Москве летом 2019 г. Примечательно, что посты и комментарии участников сообщества «Политика 1» в изучаемый период были посвящены почти исключительно одной теме — обсуждению протестных акций в Москве, тогда как интересы участников интернет-сообщества «Политика 2» были сосредоточены не только на обсуждении митингов оппозиции в Москве в июле — августе 2019 г., но и иногда на восприятии информации, отражающей события внешней политики РФ и некоторых других стран (Северной Осетии, Казахстана, Турции), в группе обсуждались актуальные экологические и социальные проблемы России.

Кратко напомним, как развивалась политическая ситуация, связанная с выборами в Московскую городскую думу 2019 г. В рамках подготовки к очередным выборам в Московскую городскую думу ряд независимых кандидатов от внесистемной оппозиции объявили о выявленных ими многочисленных случаях нарушений процедуры регистрации кандидатов со стороны органов государственной власти. Незарегистрированные кандидаты обвинили Московский городской избирком в подлоге при проверке подписей в поддержку кандидатов от оппозиции. Затем 20 июля 2019 г. и 10 августа 2019 г. в Москве прошли массовые митинги оппозиции, которые сопровождались административными арестами незарегистрированных кандидатов, применением силы в отношении демонстрантов и возбуждением уголовных дел. 12 августа 2019 г. члены Совета по правам человека (СПЧ) выступили с заявлением, в котором осуждалось насилие, примененное представителями российских силовых структур при разгоне участников акций протеста в Москве. 19 августа 2019 г. в ходе рабочего визита во Францию Президент РФ В. В. Путин прокомментировал события в Москве, назвав их беспорядками и сравнив с митингами французских «желтых жилетов». Президент России отметил, что для разрешения возникающих в ходе регистрации кандидатов споров, в частности недопуска части кандидатов на выборы, необходимо использовать законные способы обжалования решений ВЦИК — обращаться в судебные инстанции. Своеобразным завершением развития данной политической ситуации явился допуск к участию в выборах тех отдельных независимых кандидатов, у которых был выявлен низкий процент брака подписей избирателей.

Очевидно, что участники анализируемых интернет-сообществ не могли не откликнуться на происходящие реальные политические события. Изучение постов и комментариев пользователей к ним в анализируемых интернет-группах показало, что основными способами реализации оппозиционных политических убеждений в текстах, размещенных в социальной сети «Фейсбук», выступают следующие приемы организации текста: а) противопоставление действий митингующих действиям (высказываниям, отношению к описываемым событиям) представителей официальных властей (чиновников, депутатов, лидеров политических партий и объединений, отдельных политиков, сотрудников силовых ведомств РФ и др.) с обязательной поддержкой оппозиционеров; б) использование ссылок на авторитетные источники (высказывания известных общественно-

политических деятелей, Конституцию РФ, указы Президента РФ, кодексы и другие официальные документы); в) включение средств диалогизации монологической речи в авторский текст поста или комментария для создания видимости полемики с представителями официальной российской власти или с теми интернет-пользователями, которые придерживаются иного взгляда на происходящее; г) открытые призывы к протестным действиям; д) употребление в авторском тексте прецедентных феноменов (прецедентных текстов, ситуаций и имен) для актуализации в сознании интернет-пользователя значимых, с точки зрения автора текста, аспектов текущей политической ситуации; д) намеренное помещение в кавычки (закавычивание) отдельных слов с целью передать ироническое отношение автора текста к выражаемым им понятиям или именам отдельных участников политических событий и некоторые другие. Для иллюстрации высказанных ранее положений приведем следующие текстовые фрагменты (правописание оригинала сохранено):

а) *Все средства пропагандистов и силовиков брошены на то, чтобы изобразить участников жестоко избитого ментами и золотозвардейцами мирного протеста — виновной стороной. Как обычно у наших карательных органов — в преступлении виновата сама жертва. Более того, зачастую она сама и есть преступник* (Василий Аленин 05.08.2019 — Политика 2); б) *Вообще, воспрепятствование участию в митинге — это статья 149 УК РФ* (Александр Самсонов 05.08.2019 — Политика 1); в) *Сейчас я вижу только один вариант — объединяться малыми группами до пяти человек и идти агитировать в протестные массы. ...Нужно сначала спрашивать граждан, что конкретно их сюда привело, какие именно у них сейчас есть жизненные проблемы, после объяснять на пальцах почему так происходит (на живых примерах, без обобщений). После чего брать их контакты и организовывать протестные советы прямо в мессенджерах, френдиться в соцсетях, и уже там подкидывать правильные видео и статьи. При этом мы не охранители, и у нас нет задачи погасить протест. Наша задача участвовать в его организации, давать ему нашу повестку, и контролировать его развитие* (Денис Восьмов 03.08.2019 — Политика 1).

В текстовом фрагменте а) автор выражает несогласие с официальной властью по поводу оценки действий оппозиции на митингах в Москве, с этой целью участник интернет-сообщества применяет сарказм, т. е. «едкую, язвительную насмешку, выражающую негодование» [Емельянова 2003: 609], в тексте комментария б) организатор интернет-группы напоминает другим участникам группы о правовой стороне действий представителей официальной власти, а в текстовом фрагменте в) участник сообщества предлагает целую программу действий по поддержанию в обществе оппозиционных настроений граждан и развитию протестного движения.

Интересно, что иногда в комментариях пользователей анализируемых интернет-сообществ выражается не только осуждение действий официальной российской власти, но и неприятие неумелых выступлений оппозиции, что выражается в имитации диалога с предполагаемыми оппонентами, как в следующем тексте комментария: «*Вы на х.. провоцируете силовиков и ещё через ВСЁ афишируете?, или это проплачено кем-то?, нельзя ли спокойно подать заявку и официально пойти и политинговать, ну в крайнем случае если уж приспичило, встали спонтанно и пошли митинговать!!!, а то б... устроили на Всю РОССИЮ показуху, как им руки крутят и пинают!!!*» (Владимир Климшин 05.08.2019 — Политика 2).

На наш взгляд, демонстрация участниками сообществ в социальной сети протестных настроений — это не только выражение оппозиционных взглядов определенной части российского общества, но и наиболее отчетливая реализация основной оппозиции политического дискурса «свой — чужой», так как «вся политическая деятельность сводится к прагматическому противопоставлению семанτικο-ценностных параметров „свойственности“ и „чуждости“» [Королева URL]. В отношении проявления данной семантической категории в политическом дискурсе ценным представляется мнение Е. В. Кишиной, которая, рассмотрев изменение различных содержательных компонентов категории «свой — чужой» на протяжении нескольких периодов развития советского и российского общества, отметила, что в настоящее время «социальный фактор становится конструктом целого ряда образований, репрезентирующих прежде всего социальную расчлененность людей. При этом доминирующее место в многоступенчатой общественной конфигурации занимает противопоставление двух крупных социальных страт: „народ“ и „власть“» [Кишина 2011: 178].

Кроме названных текстовых способов демонстрации оппозиционных настроений, в текстах анализируемых аккаунтов и комментариев к ним активно используются разноуровневые языковые средства, позволяющие интернет-пользователям выразить свое отношение к произошедшим событиям. В первую очередь такими средствами являются слова и словосочетания, отражающие современные российские политические реалии: *агитировать, акции неповиновения, воспрепятствование участию в митинге, граждане, губернатор, гуманизм, демократия, Единая Россия, единороссы, Едро, избирательная компания, классовая борьба, коммунист, Компартия, ЛДПР, либерал, мирные граждане, нарушать гражданские права (общественный порядок), нарушающие закон, незарегистрированные кандидаты, оппозиционеры, пикетчик, права, протестное движение, протестующие, радикализировать, самовыдвиженец, смена власти, соблюдать закон, сопротивление, социальное государство, тоталитарный режим, фашизм, цивилизованное общество* и мн. др.

В текстах постов и комментариев к ним активно используются: а) разговорная и просторечная лексика с негативной окраской (*видосик, не парится, пиарить, подзаработать денег, показуха, приспичило*); б) жаргонизмы (*автозак, быдло, дура душой, здрыснул, мусора, палить схему, свалить за бугор, сливать левые движения (протест), типа, юрики* (юристы. — Е. К.)); в) книжные и разговорно-просторечные фразеологические обороты, в том числе частично трансформированные (*дать под зад коленкой, иметь в сухом остатке, не мудрствуя лукаво, по хребту палкой, полицейский террор, псы режима, пушечное мясо, слушайте и обряцете*); г)

обсценная лексика (сквернословие). Использование языковых единиц с пейоративной окраской часто свидетельствует о низкой общей и речевой культуре и высокой степени агрессивности пользователей социальной сети «Фейсбук», что вполне характерно и для российского политического дискурса, и для русскоязычного сегмента Интернета в целом. Е. И. Шейгал, анализируя знаки вербальной агрессии в современной политической коммуникации, отмечает, что «инвективную функцию в политическом дискурсе могут выполнять определенные манипуляции с именем политика» [Шейгал 2004: 124]. Подтверждением этому служат образованные от имени собственного слова-окказионализмы, употребляемые интернет-пользователями при обсуждении рассматриваемых политических событий (*навальнистский, навальнисты, навальчата* и др.). Проявлением неуважения к российским политическим и общественным деятелям (представителей власти и оппозиции) служит, по-видимому, и намеренно искаженное, противоречащее правилам русской орфографии написание в постах и комментариях имен собственных как нарицательных, например: *навальный, олоша* (вместо Алеша, Алексей), *путин* и др.

Другими языковыми средствами, выявленными в процессе анализа выражения оппозиционных настроений интернет-пользователей, служат эмоциональные частицы и междометия, разнообразные синтаксические конструкции (вопросительные, восклицательные предложения, парцелированные конструкции, неполные предложения и др.).

Риторический анализ материалов интернет-сообществ позволил выявить такие часто употребляемые интернет-пользователями средства выразительности, как антитеза, вопросно-ответный комплекс, инверсия, ирония, риторический вопрос, сарказм, эпитет и др., характеристика которых заслуживает отдельного специального изучения.

Подводя предварительные итоги изучения способов презентации пользователями социальной сети «Фейсбук» оппозиционных политических убеждений, отметим, что выявленные в процессе анализа текстовые, языковые и риторические средства являются многофункциональными, идеологически «заряженными» и позволяют интернет-пользователям реализовать одновременно несколько интенций: выразить отношение к обсуждаемым в интернет-сообществе актуальным политическим событиям; заявить свою политическую позицию (часто — протестную), выразив поддержку «своим» и в очередной раз заклеив «чужих»; найти среди комментаторов политических единомышленников; обрести новых потенциальных «френдов»; продемонстрировать собственную индивидуальность. Примечательно, что декларируемый участниками политических сообществ социальный протест нередко не выходит за рамки данной интернет-группы и во многом является способом выплескивания негативных эмоций.

ЛИТЕРАТУРА

1. Быков И. А. Сетевая политическая коммуникация: теория, практика и методы исследования : моногр. — СПб. : ФГБОУ ВПО «СПГУТД», 2013. 200 с.
2. Емельянова О. Н. Сарказм // Культура русской речи: энциклопедический словарь-справочник / под ред. Л. Ю. Иванова, А. П. Сковородникова, Е. Н. Ширяева и др. — М. : Флинта : Наука, 2003. С. 609—610.
3. Кишина Е. В. Семантическая оппозиция «свой — чужой» как реализация идеолого-манипулятивного потенциала политических дискурсов // Вестн. КемГУ. 2011. № 4 (48). С. 174—179. URL://cyberleninka.ru (дата обращения: 15.09.2019). — Текст : электронный.
4. Королева Т. А. Бинарная оппозиция «свой — чужой» в политическом дискурсе // Гуманитарные науки в современном мире : сб. науч. тр. науч.-практ. конф. — Уфа, 2014. URL://izron.ru (дата обращения: 20.09.2019). — Текст : электронный.
5. Магомедов А. А. Интернет и политика: кризис или новое дыхание современной демократии? // Власть. 2014. № 6. С. 30—35.
6. Шатина Н. В., Шатин И. М. Политическое пространство российского сегмента социальной сети «Фейсбук» // Вестн. РГГУ. Сер. «Политология. История. Международные отношения. Зарубежное регионоведение. Востоковедение». 2015. № 11 (154). С. 18—30 URL://www.rsuh.ru_Vestnik-11_15.pdf (дата обращения: 23.09.2019). — Текст : электронный.
7. Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса. — М., 2004. 326 с.

О. М. Литвишко, Ю. А. Черноусова
Пятигорск, Россия

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СТРАТЕГИИ ДИСКРЕДИТАЦИИ В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ FACEBOOK КАНДИДАТАМИ В ПРЕЗИДЕНТЫ США Д. ТРАМПом И Х. КЛИНТОН

Аннотация. В статье рассматривается стратегия дискредитации как одна из основных коммуникативных стратегий, используемых кандидатами в президенты США Д. Трампом и Х. Клинтон в социальной сети Facebook. Авторы анализируют основные речевые тактики (противопоставление, создание негативного образа, обвинение), реализующие стратегию дискредитации, сравнивая их с видами рекламы и известными рекламными стратегиями.

Ключевые слова: социальные сети; вирусная реклама; выборы президента; интернет-дискурс; политические деятели; стратегия дискредитации; коммуникативные тактики; рекламные стратегии; хештег.

O. M. Litvishko, Yu. A. Chernousova
Pyatigorsk, Russia

USE OF THE DISCREDITATION STRATEGY ON THE FACEBOOK SOCIAL NETWORK OF CANDIDATES FOR US PRESIDENT D. TRUMP AND H. CLINTON

Abstract. The article deals with the discreditation strategy as one of the main communicative strategies used by the US presidential candidates D. Trump and H. Clinton on the social network Facebook. The authors analyze the main speech tactics (opposition, creation of a negative image, accusation), implementing the strategy of discreditation, comparing them with different types of advertising and known advertising strategies.

Keywords: social media; viral advertising; presidential elections; Internet discourse; political actors; discreditation strategy; communicative tactics; advertising strategies; hashtag.

Современную профессиональную коммуникацию трудно представить без социальных сетей, которые обладают такими характеристиками, как интерактивность, глобальность, оперативность, вовлеченность, доступность, открытость, стремление сообщений за счет возможностей мультимедиа и гипертекста компенсировать отсутствие характерной для личного неопосредованного общения эмоциональности [Старовойт 2016: 60]. Основной целью данных средств массовой интернет-коммуникации является удовлетворение одной из главных человеческих потребностей — в социальной интеракции: взаимодействии, взаимном влиянии людей или взаимодействии групп друг на друга, как в непрерывном диалоге [Интеракция. Психологос [http](http://)].

Именно социальные сети трансформируют монологи вещательных СМИ (от одного ко многим) в социальные диалоги, которые существуют в различных форматах: один-к-одному, один-ко-многим, многие-к-одному, многие-ко-многим [Старовойт 2016: 60]. Благодаря социальным сетям люди превращаются из простых потребителей контента в создателей этого контента. Таким образом, появляется коммуникация «из-уст-в-уста» («word-of-mouth communication», или WOM-коммуникация) [Sernovitz 2015: 1] и «вирусная коммуникация» — самопроизвольный или интенциональный процесс зарождения и экспоненциального распространения в сети Интернет креолизованных текстов, которые обладают колоссальными возможностями коммуникативного воздействия на аудиторию через эмоциональную сферу посредством комбинации аудиовизуальных и языковых средств и приемов [Старовойт 2016: 14, 179].

Умение управлять потоками информации в современном медиапространстве и стремление повлиять на сознание массового адресата создает предпосылки для изучения и использования социальных сетей в различных типах дискурса, в том числе и политическом. Активный рост числа публикаций, посвященных влиянию социальных сетей на политическую жизнь общества, свидетельствует об актуальности данной научной проблемы в современных исследованиях, изучающих данное влияние с позиций смежных наук и в рамках междисциплинарного подхода [Ушкин 2016: 43].

В рамках настоящего исследования особую актуальность приобретает анализ трех основных теорий влияния социальных сетей: 1) группового конформизма; 2) аутоагрессии; 3) лидера мнений [Richey 2015: 3—4]. Более поздние исследования специализируются на использовании социальных сетей в предвыборных кампаниях отдельных политиков.

Так, по мнению многих исследователей, Б. Обама успешно внедрил соцсети в свою избирательную кампанию в 2008 г. Спустя четыре года Б. Обама снова существенным образом превзошел своего оппонента в области информационного присутствия в Интернете. В отличие от конкурента, он был представлен на 9 социальных интернет-платформах, уделяя существенно больше времени общению с аудиторией, трансформировав официальную коммуникацию в доверительную, вовлекая избирателей в сотворчество политического процесса [West 2013].

Наиболее фундаментальным исследованием в этой области, на наш взгляд, является работа, посвященная изучению официальных страниц в социальной сети «Facebook» кандидатов в президенты Америки Б. Обамы и

М. Ромни, с указанием на использование ими основных политических стратегий, детерминировавших успех в предвыборной гонке [Vorach 2014].

Изучив вышеперечисленные работы, мы поставили цель проанализировать страницы Дональда Трампа и Хиллари Клинтон в «Facebook» — самой популярной социальной сети, насчитывавшей на 2016 г. (на момент предвыборной кампании) 1,6 миллиарда человек [Количество пользователей Facebook достигло... URL]. Исследование проводилось на текстах, размещенных кандидатами в сети начиная с 5 сентября 2016 г. по 9 ноября 2016 г.

Как показывает анализ фактического материала, основной стратегией двух кандидатов в президенты является стратегия дискредитации, обладающая определенными особенностями в аспекте использования тактик и языковых средств. Здесь полагаем необходимым отметить, что в предвыборной кампании претендентов на пост президента стратегия дискредитации по некоторым параметрам имеет сходство с основными видами рекламы и рекламными стратегиями.

Как известно, стратегия дискредитации нацелена на изменение представления о политическом оппоненте в глазах массового адресата, формирование его негативного имиджа, понижение его политического статуса [Ширяева, Черноусова, Триус 2016: 101]. Для достижения целей и задач стратегии дискредитации используются различные тактики.

Стратегия дискредитации Дональда Трампа изменяется со временем, переходя от тактик противопоставления, создания негативного образа, к тактикам обвинения и оскорбления.

Тактики противопоставления и создания негативного образа основываются на стилистических приемах градации и антитезы, что выражается путем использования прямых или контекстуальных антонимов.

“In Hillary Clinton’s America: Veterans are left behind.” “Kept on long waitlists at VA hospitals, only to get second-rate medical care.” It’s more of the same disgraceful system—but worse.” “Donald Trump’s America is better.” “Veterans are treated with the dignity and respect they deserve.” “The VA reformed.” “Our soldiers are treated like heroes.” “Change that makes America Great again.” [Trump D. New web ad veterans URL].

Everything that is broken today can be fixed, and every failure can be turned into a great success. Jobs can stop leaving our country, and start pouring in. Failing schools can become flourishing schools. Crumbling roads and bridges can become gleaming new infrastructure. Inner cities can experience a flood of new jobs and investment. And rising crime can give way to safe and prosperous communities [Transcript of Economic Speech... URL].

Следует отметить, что приближение даты выборов и некоторые события, связанные с ухудшением репутации Х. Клинтон, способствовали тому, что ключевыми тактиками реализации стратегии дискредитации стали тактики обвинения и оскорбления, при этом характерной чертой используемых лексических единиц явилась их пейоративная окраска:

Hillary Clinton put the office of Secretary of State up for sale — and if she ever got the chance, she’d put the Oval Office up for sale too. While she profits off the RIGGED system, I am fighting for YOU! Everything you need to know about Crooked Hillary can be understood with this simple phrase: #FollowTheMoney! [Follow the Money URL]

Crooked Hillary has put her own self-interest ahead of everyday Americans for 30 YEARS and she wonders why she isn’t 50 points ahead -- Unbelievable! You can’t lie about 33,000 emails, allow ISIS to spread, and call millions of hard-working Americans “deplorables!” I will bring BIG CHANGE on DAY ONE. #AmericaFirst! #NotHillary! [Trump 2016. 30 Sept.].

Нельзя обойти вниманием тот факт, что слово *deplorable* стало вирусным. Многочисленные сторонники Трампа придумали хештег #DeplorablesforTrump2016, #DeplorablewithTrump, превратившийся в знак почета и отличия.

В данной связи полагаем важным отметить умелое использование Трампом хештегов, которые не просто являются меткой для поиска информации, а включены в основной текст и несут смысловую нагрузку. Более того, следует отдать должное Д. Трампу ввиду искусного применения графических средств — заглавных букв, которые помогают расставить смысловое ударение в тексте и привлечь внимание к особо важным словам.

#CrookedHillary is going to RAISE taxes, I will LOWER them! [https://www.facebook.com/DonaldTrump/?fref=ts] (10 October).

DON’T LET HER FOOL US AGAIN. #DangerousHillary [https://www.facebook.com/DonaldTrump/?fref=ts] (11 October).

##CrookedHillary is nothing more than a Wall Street PUPPET! (20 October) [https://www.facebook.com/DonaldTrump/?fref=ts].

Today, I unveiled my 100-day plan -- a plan that will create jobs and a stronger economy, a plan with a solid strategy to finally defeat and end ISIS, a plan that paves the way for a greater America -- an America that WINS again. Believe me, as President I will do more in 100 days than Hillary could in a lifetime -- she’s had 30 years and done NOTHING. #ImWithYou! #DrainTheSwamp [https://www.facebook.com/DonaldTrump/?fref=ts] (22 October).

Стратегия дискредитации и сопутствующие ей тактики имеют определенные сходства со сравнительной рекламой (comparative advertising) [Longman Business English Dictionary: 12] и рекламной стратегией принижения конкурента (put downs) [Advertising strategies], что можно проследить в рекламных роликах, сопутствующих вышеперечисленным текстам (Dangerous, Corruption etc [Don’t Let Her Fail Us // YouTube; Donald Trump: Corruption // The New Republic]. Здесь также нельзя не отметить тот факт, что рекламные ролики Д. Трампа достигли запланированного прагматического эффекта. Последователи Д. Трампа в комментариях стали называть Хиллари «Киллари» (Killary Clinton), выражая таким образом свое негативное отношение к ней.

Стратегия дискредитации, используемая Хиллари Клинтон, также включает тактики противопоставления, создания негативного образа, прямого обвинения. Следует отметить, что Х. Клинтон в основном опирается на видеоролики, тогда как тексты, размещенные на ее странице в «Facebook», минимальны в объемах, при этом содержат ключевую мысль:

*At the Commander-in-Chief forum, Trump **disrespected** our generals, our country, and women in the military. Who did he **praise**? Putin [Hillary Clinton. Facebook. 9 Sept.].*

We've heard Donald's insults for years, and his policies reflect this disregard—even contempt—for women: On equal pay, Trump says women should just “do as good a job” as men. He thinks women who get an abortion should be “punished.” He called pregnancy an “inconvenience” to employers. Wives working are “dangerous.” He’s never hidden how he truly feels about women, but it’s never been clearer than right now: he doesn’t respect half the population of this country — and he doesn’t deserve to lead it (30 September).

Leading the birther movement is deplorable. Attempting to say it “did a great service” to the president who Trump attacked is asinine. When Trump tries to deflect blame for denying that President Obama was born in America, he is lying (16 September).

Следует отметить, что вышеприведенный текст сопровождался рекламным роликом (Birther) , благодаря которому появилось новое слово “birther-in-chief”: *Donald Trump, the original birther-in-chief, still the birther-in-chief* [Gass Nick 2016].

На странице Хиллари Клинтон размещено много рекламных роликов (спотов), адресованных различным целевым группам: людям с ограниченными возможностями, ветеранам, афроамериканцам, дочерям, женщинам с детьми, в которых представлено отношение Клинтон к этим людям, и это отношение противопоставляется отношению Д. Трампа. Так, в ролике «Mirrors» мы видим пренебрежительное отношение кандидата в президенты к девочкам и женщинам:

*Donald Trump: I'd look her right in that **fat, ugly face** of hers... She's a **slob**... She **ate like a pig**... A person who's flat-chested is very hard to be a **ten**... Does she have a good body? No. Does she have a **fat [expletive]**? **Absolutely**. Interviewer: Do you treat women with respect? Trump: I can't say that either. Text: Is this the president we want for our daughters? [Hillary Clinton: Mirrors]*

В ролике «Sees» противопоставляется отношение двух кандидатов к инвалидам:

*I first met Hillary Clinton when I was nine years old and I could tell that when **she looked at me she didn't see disability**. She saw **someone strong and capable**, like I see myself. **Donald Trump doesn't see people like me. He just sees disability**. I honestly feel bad for someone with so much hate in his heart. We need a president who sees the best in all of us [Hillary Clinton: Sees].*

Следует заметить, что некоторые посты Х. Клинтон представлены на испанском языке, сопровождаются видео с английскими субтитрами или даже без них:

El plan de Hillary apoya a las familias y los niños:

✓Cuidado infantil

✓Educación universitaria sin deuda

✓Licencia familiar pagada [Hillary Clinton. Facebook. 25 Sept.].

Такой подход, на наш взгляд, позволяет ей завоевать испаноязычную аудиторию, хотя вызывает негодование у некоторых американцев, справедливо утверждающих, что официальный язык в США — английский.

Рекламные ролики Х. Клинтон близки по сути к социальной рекламе (issue advertising) [Longman Buiseness English Dictionary: 12], в которой используются такие рекламные стратегии, как струны сердца (heart strings) и идеальная семья (ideal family).

Подводя итог, еще раз подчеркнем, что для достижения запланированного прагматического эффекта, заключающегося в изменении политических взглядов будущих избирателей, потенциальные кандидаты в президенты используют коммуникативную стратегию дискредитации и реализующие ее тактики (противопоставление, создание негативного образа, обвинение), схожие с основными рекламными стратегиями. И Д. Трамп, и Х. Клинтон умело используют особенности устройства и функционирования знаковых систем с целью построения высказываний, обладающих повышенной способностью воздействия на сознание и поведение пользователей соц. сетей, то есть язык выступает в роли инструмента координации совместной политической деятельности людей.

ИСТОЧНИКИ

1. Donald Trump: Corruption // The New Republic. 2016. 2 Nov. URL: <https://newrepublic.com/political-ad-database/donald-trump-corruption/MTEvMi8xNjpDb3JydXB0aW9u>.
2. Don't Let Her Fail Us / Trump Team // YouTube. URL: <https://youtu.be/WTyIz2WToXw>.
3. Follow the Money. https://www.facebook.com/hashtag/followthemoney?source=feed_text&story_id=10157784190830725] (29 September).
4. Gass Nick. Clinton ad: Trump 'still the birther-in-chief' // Politico. 2016. 16 Sept. URL: <https://www.politico.com/story/2016/09/clinton-ad-trump-birther-228278>.
5. Hillary Clinton. Facebook. URL: <https://www.facebook.com/hillaryclinton/?fref=ts>.
6. Hillary Clinton: Mirrors // The New Republic. 2016. 23 Sept. URL: <https://newrepublic.com/political-ad-database/hillary-clinton-mirrors/OS8yMy8xNjpNaXJyb3Jz>.
7. Hillary Clinton: Sees // The New Republic. 2016. 21 Sept. URL: <https://newrepublic.com/political-ad-database/hillary-clinton-sees/OS8yMS8xNjpTZWVz>.
8. Trump D. 2016. 30 Sept. URL: <https://www.facebook.com/DonaldTrump/posts/10157698735525725:0>.
9. Trump D. New web ad veterans. <https://www.donaldjtrump.com/press-releases/new-web-ad-veterans> (10 September).

10. Trump D. Transcript of Economic Speech - Delivered to the Economic Club of New York. 2016. 15 Sept. URL: <https://www.facebook.com/DonaldTrump/posts/10157698735525725:0>.

ЛИТЕРАТУРА

11. Интеракция. Психологос. Энциклопедия практической психологии. URL: <http://www.psychologos.ru/articles/view/interakciya>. — Текст : электронный.
12. Количество пользователей Facebook достигло 1,5 млрд человек. URL: <http://businesslife.today/break/kolichestvo-polzovatelej-facebook-dostiglo-1-5-mlrd-chelovek/>. — Текст : электронный.
13. Старовойт М. В. Вирусная реклама как инструмент коммуникативного воздействия : дис. ... канд. филол. наук. — М. : МГУ, 2016. 232 с.
14. Ушкин С. Г. Влияние виртуальных социальных сетей на протестную активность в российском обществе : дис. ... канд. социол. наук. — Саранск, 2016. 168 с.
15. Ширяева Т. А., Черноусова Ю. А., Триус Л. И. Стратегия дискредитации в дискурсе современных британских парламентских дебатов // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2016. № 7-3 (61). С. 180—184.
16. Advertising strategies. URL: <http://www.markemerick.com/id142.htm>. — Text : electronic.
17. Borah P. Facebook Use in the 2012 USA Presidential Campaign // Social Media in Politics: Case Studies on the Political Power of Social Media / В. Patrut (Ed.), М. Patrut (Series Ed.). — Springer, 2014. P. 201—213.
18. Longman Business English Dictionary. — Pearson Education Limited, 2000. 596 p.
19. Richey S. The Social Basis of the Rational Citizen: How Political Communication in Social Networks Improves Civic Competence. — Lexinton Books. 2015. 116 p.
20. Sernovitz A., Kawasaki G. Word-of-Mouth Marketing: How Smart Companies Get People Talking. — PressBox Publishing, 2015. 240 p.
21. Social Media in Politics: Case Studies on the Political Power of Social Media / ed. Bogdan Patrut, Monica Patrut. — Springer, 2014. 382 p.
22. West D. M. Air Wars: Television Advertising and Social Media in Election Campaigns, 1952—2012. — CQ PressPaperback, 2013. 224 p.

Е. Е. Максакова
Кемерово, Россия

ПРОБЛЕМЫ ДЕЛИГИТИМАЦИИ ВЛАСТИ В СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА (НА МАТЕРИАЛЕ ПУБЛИКАЦИЙ В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ «INSTAGRAM»)

Аннотация. Социальные медиа на сегодняшний день получили широкое распространение среди представителей всех социальных групп. Автор исследования предполагает, что представление информации о действующей легитимной власти в социальных сетях основано на формировании особой языковой картины мира, созданной на базе национальной картины мира. Изменяя базовые национальные представления, стереотипы о действительности, культуре, политике, социальных институтах и прочем, авторы публикаций в социальных медиа формируют негативное отношение к власти.

Ключевые слова: делигитимация власти; политическая лингвистика; политический дискурс; языковая картина мира; социальные медиа; медиалингвистика; медиадискурс; медиатексты.

E. E. Maksakova
Kemerovo, Russia

PROBLEMS OF LEGITIMATION POWER IN SOCIAL MEDIA (ON THE MATERIAL OF PUBLICATIONS IN THE SOCIAL NETWORK INSTAGRAM)

Abstract. Social media were widely adopted among representatives of all social groups today. Authors of a research assume that submission of information on the operating legitimate power on social networks is based on formation of the special language picture of the world created on the basis of a national picture of the world. Changing basic national ideas, stereotypes of reality, culture, politics, social institutes and other, authors of publications in social media form negative attitude to the power.

Keywords: : legitimation of the power; political linguistics; political discourse; language picture of the world; social media; media linguistics; media discourse; media texts.

Введение

Развитие интернет-технологий, социальных медиа, широкое распространение и доступность коммуникации посредством электронных ресурсов — все это дало возможность любому пользователю социальных сетей стать участником политической, социально-экономической, культурной, религиозной коммуникации. В настоящее время через социальные медиа все чаще оказывается воздействие на сознание массового пользователя.

Новое семиотическое пространство упрощает картину мира и создается путем уничтожения иных средств передачи информации, замены старых на новые [Человек и его дискурс — 5: 49]. Перед пользователем социальных медиа, и социальных сетей в частности, не стоит задача найти первоисточник информации, для него достаточно пересказа новости, подборки цитат, чужого взгляда на событие — все это сказывается на представлении о политической ситуации и влияет на формирование обыденной политической картины мира. А. Н. Ильин пишет: «...в интернете имеется множество страниц, посвященных разгону митингов и пикетов, проведение как ответ на повышение таможенных пошлин на иномарки, коррупцию во властных эшелонах, ограничение свободы выражения мнения, реформу ЖКХ и т. д. В официальных же СМИ подобные прецеденты освещаются крайне редко. Интерес представляет не то, что говорит пресса, а то, о чем она многозначительно молчит» [Ильин 2012: 127]. Человек стремится узнать больше достоверной информации, и за правдой он обращается к интернет-ресурсам, в частности к социальным сетям. Пользователь открыт к информации, получаемой из сети Интернет, поэтому принимает ее как правдивую. В этой связи становится возможным распространение информации, формирование мнений, представлений. Информация поступает от первого лица, в случае если это личный аккаунт, от официального представителя власти, от известной личности, от обезличенного аккаунта с большим количеством подписчиков. Социальные сети позволяют моментально обмениваться сообщениями, публиковать фото, видео, новости — это и делает их привлекательными для большого числа людей. Открытость интернет-пространства дает возможность использовать его ресурсы с целью подрыва легитимности власти — делигитимации.

Теория

Легитимность (лат. *legitimus* — законный, надлежащий, правильный) — соответствие политической власти основным ценностям большинства общества и его устремлениям. «В широком смысле понятия легитимным является любое правление, которое отвечает критериям относительно долговременного общественного согласия с ним, восприятия его людьми как оправданного, должного, оптимального. Таким образом, источник легитимности — народ, а управляемые вовлечены через различные процедуры (связанные с волеизъявлением) в процесс выработки политических решений» [Бронзино, Волгин 2008: 2]. Потеря доверия народа к власти харак-

*Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 19-012-00522.
The reported study was funded by RFBR according to the research project № 19-012-00522.*

теризуется как делигитимация власти. Понимая процессы формирования легитимности действующей власти, авторы аккаунтов в социальных медиа вызывают эмоциональный отклик у адресата, создают новое отличное представление о социальных институтах, экономических, политических, культурных сторонах жизни общества на основе существующей национальной картины мира.

Социальные медиа (англ. *Social media*) — вид массмедиа, имеющий ряд преимуществ перед прочими разновидностями, многозначный термин, который используют для описания новых форм коммуникации производителей контента с его потребителями и для которых определяющее значение имеет фактор копродукции контента с участием самих пользователей конечного продукта, когда каждый читатель/подписчик блога, например, может выполнять функции комментатора, репортера, фотокорреспондента и/или редактора данного сервиса [Социальные медиа [http](http://)].

Опираясь на многочисленные исследования дискурса (Н. Д. Арутюнова, М. Н. Володина, В. З. Демьянков, М. Р. Желтухина, Е. С. Кубрякова, В. И. Карасик, А. А. Романов, Н. К. Рябцева, Ю. А. Сорокин, Ю. С. Степанов, И. А. Стернин, В. И. Шаховский, Е. И. Шейгал и др.), определим медиадискурс как связанный, вербальный или невербальный, устный или письменный текст в совокупности с прагматическими, социокультурными, психологическими и другими факторами, выраженный средствами массовой коммуникации, взятый в событийном аспекте, представляющий собой действие, участвующий в социокультурном взаимодействии и отражающий механизм сознания коммуникантов [Желтухина 2003: 110].

В медиадискурсе адресант воспринимает поступающую к нему информацию сквозь призму своих ожиданий и диспозиций. Имеющиеся в сознании языкового носителя социально-политические установки компенсируют когнитивный дефицит, позволяя моделировать собственные взгляды на уже знакомые и незнакомые, непонятные социально-политические ситуации, снижая их риск и опасность [Дилигенский 1996: 156].

В социальных медиа политический дискурс и медиадискурс синтезируются, происходит приобретение ими новых свойств и качеств. Для эффективного воздействия на сознание массового носителя языка авторами публикаций в социальных сетях используются ресурсы этих двух типов дискурса. На взаимосвязь политического дискурса и дискурса массмедиа указывает и Е. И. Шейгал: «Особую роль в существовании политического дискурса играет дискурс масс-медиа, являющийся в современную эпоху основным каналом осуществления политической коммуникации» [Шейгал 2000: 11]. Алан Белл в книге «Approaches to Media Discourse», исследуя значение политического дискурса, пишет: «...political discourse is seen as an order of discourse which is continuously changing within wider processes of social and cultural change affecting the media themselves and other social domains which are linked to them» [Bell, Garrett 2007: 142]. Таким образом, современное представление о политическом дискурсе и процессах в социальных медиа, затрагивающих тему легитимности и делигитимации власти, тесно связаны. Политическая коммуникация вышла за рамки предвыборных кампаний, дебатов между профессиональными политиками, все чаще в нее включаются неспециалисты, носители обыденного сознания.

Особое значение при процессах делигитимации власти имеет языковая картина мира. Языковая картина мира — исторически сложившаяся в обыденном сознании данного языкового коллектива и отраженная в языке совокупность представлений о мире, определенный способ концептуализации действительности [Вежицкая 1996: 26]. Используя представления о действительности, образы прошлого, исторически значимые события, но добавляя в них новые значения, авторы публикаций, цель которых делимитация власти, приводят носителя обыденного сознания к необходимым выводам о действующей власти.

Данные и методы

Для анализа способов делигитимации власти в социальных сетях нами были исследованы 400 публикаций из *Instagram* за период с января по май 2019 г. Особенность данной социальной сети состоит в том, что в разделе «Рекомендации» пользователю предлагаются материалы двух типов: 1) подобранные на основе активности пользователя, его интересов; 2) набравшие наибольшее количество просмотров, отметок «Нравится». Если подобные публикации набрали значительное количество просмотров, отметок, комментариев, число пользователей, увидевших пост в ленте социальной сети, будет расти. По этой причине мы анализировали материалы, набравшие более 500 отметок «Нравится», представляющие собой фото, фото и хештеги, фото и комментарий автора публикации. Сбор материала производился методом сплошной выборки. Для чистоты данных использовались 4 новых зарегистрированных аккаунта в сети «Instagram».

Полученные результаты

В ходе анализа отобранных публикаций из социальной сети «Instagram» были выявлены наиболее часто используемые способы формирования политической картины мира рядового пользователя сети. Власть в представлении обыденного носителя языка персонифицирована, поэтому частотной является публикация, нацеленная на формирование образа чиновника, депутата, официального представителя власти. Это не образ конкретной личности, а обобщенный образ, имеющий яркие черты, которые визуализируются через фото публикации.

В основе обыденной политической картины мира, формирующейся в социальных медиа, лежит оппозиция «власть — народ», «они — мы». Власть предстает как нечто далекое, живущее своими интересами: «обвинил население», «объяснил низкие зарплаты ленью учителей и врачей», «они воры», «эти депутаты и чиновники», «смогли построить только кормушку себе», «время украли», «население, которое мало работает», «у них — вся прибыль, у нас — двойные налоги».

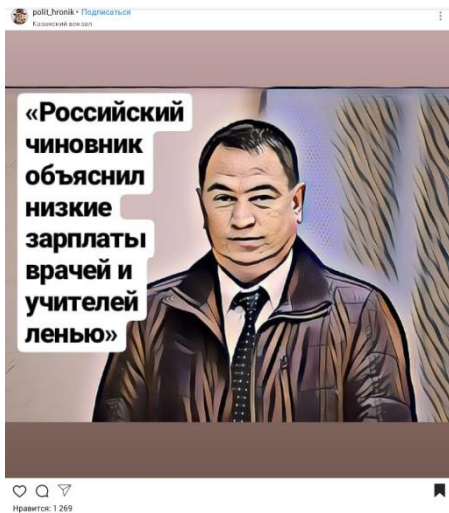


Рис. 1



Рис. 2



Рис. 3



Рис. 4

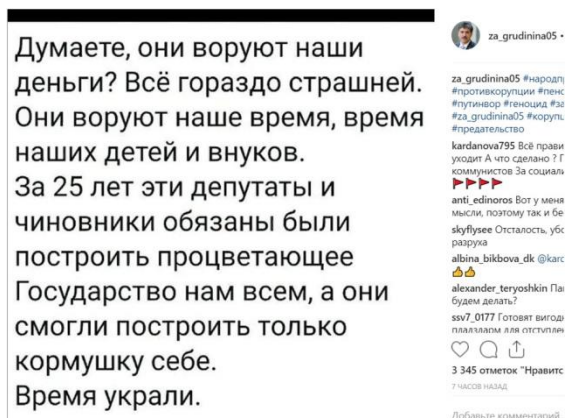


Рис. 5

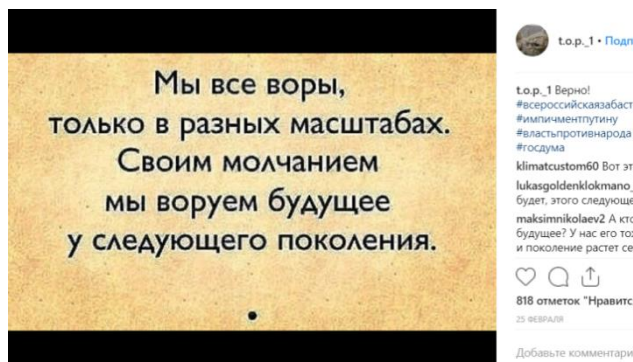


Рис. 6

Частотное обращение к теме Великой Отечественной войны, Бессмертному полку. Если «прошлое» предстает великим: «наши деды одолели», «победили, «не сдали родину», то «настоящее» — псевдопатриотичным: «не патриоты», «хуже любого врага», «при вашем одобрении страну валят в пропасть». «Будущее» видится положительным только при условии изменений: «жили бы в совсем другой стране», «молчанием воруют будущее у следующего поколения». Стоит отметить, что большинство публикаций, цель которых — делигитимация власти, появляются в контексте событий, новостей, праздников.

Наиболее распространенными тактиками подрыва легитимности власти являются следующие: цитирование и псевдоцитирование (приписывание высказываний политикам), сравнение заголовков статей официальных СМИ, обращение к теме фашизма; сравнение политических, экономических систем России и других стран, описание правонарушений представителей власти, обращение к статистическим данным, призывы к свержению власти.

Цель представленных публикаций — подрыв легитимности власти посредством создания «новой» картины мира на основе существующей национальной картины мира, а также на основе картины мира, созданной легитимной властью, официальными СМИ.

Заключение

Т. ван Дейк отмечал, что «предвзятое» описание действительности приводит к созданию сначала «необходимой» картины мира, а затем к «правильным» действиям индивидов как объектов дискурсивного воздействия [Ван Дейк 2013: 18]. Другими словами, если власть заинтересована в изменении понимания сущностей явлений, то она может достигнуть этого посредством особых описательных и оценочных моделей, образов, представлений в рамках существующей картины мира. Но применять подобные стратегии и тактики могут и делегитимно настроенные адресанты. Достичь поставленных целей можно при помощи, например, изменения лексических значений слов; приписывания объекту или субъекту новых характеристик, свойств; привлечения невербальных средств, создания креолизованных текстов; преобразования существующих фреймов, концептов; формирования устойчивых ассоциаций и т. д.

Природа легитимности двойственна. С одной стороны, она предполагает наличие принуждения, с другой — согласия. Власть контролирует дискурс. Нет цели и смысла доказывать это в рамках данного исследования. Автору публикаций достаточно убедить аудиторию блога или одну из сторон — участников политического дискурса в этом. Анализ собранного материала показал, что пользователи, выступающие «за» или «против» легитимности действующей власти, используют схожие способы воздействия на аудиторию.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бронзино Л. Ю., Волгин О. С. Легитимность в современном обществе. — М., 2008. 200 с.
2. Вежицкая А. Язык, культура, познание. — М., 1996.
3. Дейк Т. ван. Дискурс и власть. Репрезентация доминирования в языке и коммуникации. — М., 2013. 337с.
4. Дилигенский Г. Г. Социально-политическая психология. — М. : Новая школа, 1996.
5. Желтухина М. Р. Специфика влияния вербалики и невербалики масс-медиа коммуникации на избирательный процесс // Массовая культура на рубеже XX—XXI веков : человек и его дискурс. — М. : Азбуковник, 2003. С. 109—132.
6. Ильин А. Н. Интернет как альтернатива политически ангажированным СМИ // Политические исследования. 2012. № 4. С. 126—136.
7. Социальные медиа. URL: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/1632870>. — Текст : электронный.
8. Человек и его дискурс — 5: театр — массмедиа — политика — бизнес : коллективная моногр. — М., 2017. 248 с.
9. Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса : моногр. — Волгоград, 2000.
10. Bell A., Garrett P. Approaches to Media discourse. 7th ed. — Oxford : Blackwell, 2007.

Е. Г. Малышева, О. С. Рогалева
Омск, Россия

МЕДИАДИСКУРС ГУБЕРНАТОРА В СОЦИОКУЛЬТУРНОМ И ЛИНГВОКОГНИТИВНОМ АСПЕКТЕ: «ХОЗЯИН РЕГИОНА» VS «ЭФФЕКТИВНЫЙ МЕНЕДЖЕР»

Аннотация. Статья посвящена анализу социокультурной и когнитивной специфики медиадискурса губернатора Омской области. Эмпирическим материалом для исследования послужили интервью и высказывания двух губернаторов Омской области за период с 2003 по 2019 г. Медиадискурсы губернаторов существенно отличаются с точки зрения концептуальных доминант и репертуара прагматилистических средств и приемов. Сделан вывод о том, что на смену модели «Губернатор — хозяин (отец) области», релевантной для начала 2000-х, пришла модель «Губернатор — эффективный менеджер». В статье сделаны выводы о факторах и причинах, влияющих на корректировку и/или кардинальное изменение медиадискурса губернатора.

Ключевые слова: медиадискурс; медиалингвистика; медиатексты; губернаторы; политические деятели; политический дискурс; концепты; концептуальная доминанта; концептуальные модели.

E. G. Malysheva, O. S. Rogaleva
Omsk, Russia

MEDIA DISCOURSE OF THE GOVERNOR IN THE SOCIOCULTURAL AND LINGUOCOGNITIVE ASPECT: «MASTER OF THE REGION» VS «EFFECTIVE MANAGER»

Abstract. The article is devoted to the analysis of conceptual and sociocultural specificity of the Governor's media discourse of the Omsk region. The empirical material for the study was interviews and statements by two governors of the Omsk region for the period from 2003 to 2019. The media discourses of governors differ significantly in terms of conceptual dominants and the repertoire of pragmatic means and techniques. It is concluded that the “Governor is the owner (father) of the region” model that was relevant for the early 2000s was replaced by the “Governor — effective manager” model. The article concludes about factors and reasons affecting the adjustment of the governor's media discourse.

Keywords: media discourse; media linguistics; media texts; Governors; political actors; political discourse; concepts; conceptual dominants; conceptual models.

Политический медиадискурс является отдельным типом институционального дискурса, имеющим публичный характер и адресованным массовой аудитории [Ишменев 2012], под которым понимается «акт коммуникации между властными политическими институтами и массовой аудиторией, осуществляемый с помощью средств массовой информации» [Филаткина 2015: 35—36].

Медиадискурс главы любого региона, так же как и медиаобраз губернатора, создаваемый региональными СМИ, на наш взгляд, находится в прямой зависимости от внутривластных факторов и вектора развития отношений властных субъектов федерального центра и регионов.

В 1990-х гг. XX столетия, когда институт губернаторства только оформлял свои конституирующие черты, федеральным центром в лице Б. Н. Ельцина была предложена такая модель управления регионами, которая метафорически описывается знаменитой фразой первого президента РФ: «Берите столько суверенитета, сколько сможете проглотить».

Заметим, что слово «губернатор» в узусе понималось и понимается как «начальник какой-нибудь большой административно-территориальной федеративной единицы (напр., губернии в царской России, штата в США, колониальной области), а также (неофициально) глава исполнительной власти крупного города» [Ожегов, Шведова 1995: 144].

Однако именно в 1990-е—2000-е гг. произошли значительные изменения в структуре значения данного слова и стоящего за ним концепта. Согласно нашему анализу медиатекстов телевизионных региональных СМИ Омской области за 2003—2008 гг., в медиадискурсе губернатора того периода и в текстах СМИ «последовательно репрезентируется представление о том, что власть в области (регионе) персонифицирована, сосредоточена в одном лице» [Малышева 2009: 81].

В результате проведенного нами в тот период лингвокогнитивного анализа были получены верифицированные данные о том, что и в медиадискурсе первого лица области, и в подконтрольных ему областных СМИ эксплицировалась следующая структура концепта «Губернатор» [Малышева 2009: 86]: «**Ядро концепта:** 1) ‘хозяин области’, ‘средоточие власти в регионе’; 2) ‘инициатор всех начинаний в регионе’, ‘профессионал’.

Приядерная область и интерпретационное поле концепта: 1) ‘деятельный’, ‘компетентный’, ‘передовой’; 2) ‘жесткий’, ‘требовательный’; 3) ‘добросовестный’, ‘честный’, ‘работающий’; 4) ‘знающий’, ‘рачительный’, ‘мудрый’; 5) ‘совестливый’, ‘религиозный’».

Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ и Правительства Омской области в рамках научного проекта № 18-412-550001.

Подтвердим сказанное примерами, которые демонстрируют представление самого губернатора о том, что не президент РФ и федеральный центр, а именно региональный руководитель ответственен за происходящее в регионе и должен действовать самостоятельно:

• *Существует Всероссийская программа „Дети России“, но эта программа носит больше методологический характер, а не является институтом финансирования детства и сиротства в России. Все-таки это проблема региональная, и мы воспринимаем ее как дело собственное, как обязанность местных органов власти заботиться о тех категориях детей, которые по каким-либо причинам воспитываются вне семьи* (Интерактивная конференция Губернатора Омской области Л. К. Полежаева «Чужих детей не бывает», 2003).

Таким образом, медиадискурс губернатора того периода демонстрировал представление о том, что региональная власть во многом автономна, напрямую не зависит от финансовых «вливаний» из центра и отражает тенденцию к региональному единоначалию, когда один субъект, облеченный властными полномочиями, отвечает в регионе за все.

Любопытен пример, когда губернатору Омской области на конференции мальчик-семиклассник задает вопрос о нехватке спортивного инвентаря на дворовом стадионе. Ответ губернатора демонстрирует вовлеченность главы области даже в такие малозначительные, частные проблемы:

• *А что больше вам нужно — коньки, лыжи, мячи? Раз вы директор по спорту в этом домкоме, то пришлите перечень по почте, я постараюсь помочь, чтобы у вас был спортивный инвентарь и Вы чувствовали свой авторитет среди сверстников* (Интерактивная конференция Губернатора Омской области Л. К. Полежаева «Чужих детей не бывает», 2003).

Забегая вперед, заметим, что такой коммуникативный сценарий сегодня используется прежде всего в медиадискурсе главы федеральной власти — президента РФ В. В. Путина, например, во время ежегодной Прямой линии с президентом, но почти не характерен для региональных лидеров.

Так, в телевизионном интервью действующий губернатор Омской области А. Л. Бурков на вопрос о проблемах в регионе с доступной медицинской помощью и качественным школьным образованием отвечает, привычно ссылаясь на «помощь из центра», и это типичный дискурс главы региона сегодня:

• *Здесь также, я подчеркну, поддержка школ и системы здравоохранения обусловлена помощью президента Российской Федерации Владимира Владимировича Путина: нам выделили дополнительные средства на этот год в размере 15 млрд рублей. За счёт этого мы смогли сегодня увеличить на 20 % финансирование сферы здравоохранения* («Расставим акценты»: Александр Бурков о капремонте, дорогах и пенсионной реформе; www.gtrk-omsk.ru, 3 июля 2018 года).

Итак, можно констатировать: в 1990-х—2000-х гг. главы регионов позиционировали себя в идиодискурсе, эсплицируя метонимическую модель «Губернатор — хозяин (отец) области».

Сходная модель, по нашим наблюдениям, реализовывалась и в других регионах РФ, где губернаторами и президентами национальных республик являлись политические «долгожители» и «тяжеловесы»: А. Г. Тулеев (Кемеровская область), М. Ш. Шаймиев (Республика Татарстан), М. Г. Рахимов (Республика Башкортостан) и др.

Более того, часто первые лица автономных республик позиционировали себя как «президенты наций», проживающих на территории этих республик. Любопытно, что именно так их и воспринимали:

• *Для Татарстана Минтимер Шарипович, безусловно, всегда был президентом всех наций, проживающих в республике. Но то, что он сделал для татар, невозможно переоценить. Я хорошо помню, как в детстве слово „татарин“ было на улице ругательным, как люди в общественном транспорте стеснялись говорить по-татарски. ... А сейчас благодаря Шаймиеву слово „татары“ в стране как знак качества. ... Татарстан стал оплотом федеративного устройства страны, ее лидером по самым разным направлениям* («БИЗНЕС Online»: <https://www.business-gazeta.ru/article/334876>).

Возвращаясь к уже сказанному, стоит подчеркнуть, что изменения экономической и политической ситуации в стране и в мире продиктовали федеральной власти необходимость кардинальной смены как «функционала» региональных руководителей, так и модели «властной вертикали».

Разумеется, стремительное «озеленение» губернаторского корпуса и приход к управлению регионами людей другого поколения и образа мыслей определил радикальную смену содержательных доминант и стилистики медиадискурсов новых управленцев, которых в СМИ часто называют «эффективными менеджерами» и «губернаторами-технократами».

Интересно, что региональными лидерами становятся выходцы из других регионов, которым за короткое время нужно, во-первых, стать «своими» или хотя бы получить признание у региональных элит; во-вторых, продемонстрировать своей деятельностью «работодателю» — президенту РФ — и жителям региона, что приватка к должности «врио» может быть убрана в результате выборов.

Действительно, сегодня современный политик — один из типов публичной информационно-медийной языковой личности [Болотнов 2016: 9], речевая деятельность которого направлена на формирование определенного общественного отношения к реальным управленческим решениям власти и на побуждение общества к соответствующему поведению на выборах. Проиллюстрируем сказанное, анализируя медиадискурс современного губернатора Омской области А. Л. Буркова, который полностью отвечает характеристикам региональных управленцев «новой волны».

Вполне закономерным представляется тот факт, что ключевым в дискурсе действующего губернатора остается топонимический концепт «Омский регион / Омская область». В медиадискурсе А. Л. Буркова актуализируются такие когнитивные признаки данного феномена:

а) 'крупный региональный центр, сложный в экономическом отношении':

• *На протяжении нескольких лет некоторые СМИ давали пессимистическую оценку положению дел в области. Да, действительно, проблем у нас много, но и много хорошего есть* (Александр Бурков: «Сделать область сильной» Газета «Красный путь» №33, 22 августа 2018 года);

• *Президент Владимир Путин поставил передо мной задачу оценить ситуацию. Он обратил мое внимание, что Омская область — это регион с высоким потенциалом, человеческим в первую очередь, промышленным, аграрным, но при этом экономические показатели очень низки;*

б) 'малая родина':

• *Как видите, подход к решению проблемы миграции у нас комплексный. Молодым людям должно быть комфортно на своей малой родине. И мы создаем для этого условия;*

• *Я же общался на форуме „Моя малая родина“. Я езжу по нашим районам, по сёлам, я вижу, что народ хочет и готов работать. Он хочет жить на своей земле, он не хочет уезжать* (Александр Бурков: «Людьми должно быть комфортно на своей малой родине. И мы создаем для этого условия»; «Индустрия и бизнес», октябрь 2018).

Самопозиционирование главы региона как элемента политической системы и властного института региона осуществляется при помощи ряда характеристик, которые отражают прежде всего его взаимодействие с федеральной вертикалью власти.

Среди основных таких характеристик можно отметить:

а) отсутствие принадлежности к партии «Единая Россия»: *Я не собираюсь менять партийную принадлежность. Скоро поеду на съезд „Справедливой России“* (Александр Бурков: «Неправда, что Омская область отсталая — у нас есть потенциал!»; «Комсомольская правда», 5 декабря 2017 г.);

б) вовлеченность в реализацию крупномасштабных экономических проектов с участием федеральных промышленно-финансовых групп: *Программа газификации была утверждена до меня. На встрече с руководством Газпрома я убедил Алексея Борисовича Миллера увеличить ее финансирование в четыре раза — до 1 млрд 80 млн рублей* (Александр Бурков: «Сделать область сильной», газета «Красный путь», № 33, 22 августа 2018 г.);

в) взаимоотношения с Президентом России В. Путиным: *Мы видим, что федеральный центр, президент Владимир Владимирович Путин, нас поддерживают. Он обещал помочь. После моего с ним разговора в ноябре мы получили 8 млрд, потом еще 6,5. Итого 15 млрд дополнительных средств на этот год* (Эксклюзивное интервью Александра Буркова: Мне не важно, что было, важно — что будет. www.gtrk-omsk.ru, 19 июня 2018 г.);

г) взаимоотношения с региональной политической элитой, особенно с мэром административного центра:

• *Нет ярко выраженного противостояния. Потому что мною четко поставлена задача, что не может быть никакого передела сфер влияния. Все должны, невзирая на прошлое, работать с тем, что имеют в настоящем. Задача — объединить все элиты для решения социально-экономических задач, которые перед нами стоят. Мне кажется, что есть понимание этого. Надо отдать должное и бизнесу, и политическим элитам* (Александр Бурков: «Нам удалось консолидировать политические силы в Омской области», «Континент Сибирь online», 25 октября 2018 г.);

• *Хотел бы также назвать ключевое событие для региона, которое сегодня отмечают все жители области: мы вышли на принципиально иной уровень взаимодействия с муниципалитетами, выстроен совершенно другой диалог с мэром административного центра. Омичи знают, что так было не всегда. Недопонимание, а порой и противостояние властей разного уровня всегда отражается на качестве жизни людей. Вот часть „пожаров“, которые мы тушили в начале года, как раз и была связана с отсутствием совместной работы городской и областной власти («Топ-5 вызовов года. Оценка губернатора Омской области Александра Буркова»; Экономика региона, 19 декабря 2018 года).*

А. Л. Бурков декларирует определенные управленческие установки:

• *Я пока даю всем себя проявить. И решение об отставке принимаю не по критерию — угоден мне человек или нет. Он должен выполнять свои прямые обязанности;*

• *Я убежден, что с помощью общественного контроля гораздо быстрее и результативнее можно навести порядок в разных сферах;*

• *Я заставил ездить в районы не только министров, но и заместителей председателя Правительства, которые прежде редко выезжали в область. Если я еду в район, все министры должны там провести общественный прием.*

Как видим, региональный политик солидарен с позицией президента и правительства. Чтобы добиться поставленной президентом цели, современный глава региона эксплицирует в медиадискурсе наиболее значимые категории, имеющие стабильную и прочную привязку к современной экономической и политической ситуации в России: *Ближайшие шесть лет для нас, безусловно, пройдут под знаком „майского указа“ президента Владимира Путина. Наша цель — по максимуму войти во все нацпроекты. В 2019 году Омская область получит 5,7 млрд руб. субсидий на финансирование мероприятий в сфере здравоохранения, демографии, дорожного строительства, образования, культуры и экологии. Таким образом, мы уверенно войдем в шестилетний цикл работы над теми целевыми показателями, которые заданы главой государства* («Топ-5 вызовов года. Оценка губернатора Омской области Александра Буркова», «Экономика региона», 19 декабря 2018 г.).

Данные категории являются смысловыми доминантами в настоящий период жизни региона (и страны в целом), участвуют в формировании региональной картины мира и обладают воздействующим потенциалом.

Итак, в рассматриваемых текстах, эксплицированных в медиадискурсе современного губернатора, формируется отличающийся от периода 1990-х—2000-х г. риторический образ главы региона, который содержит устойчивые речевые характеристики лидера «новой формации»: Александр Бурков проявляет себя в высказываниях как государственный служащий высокого ранга, обеспечивающий исполнение полномочий федеральной власти, а потому не выражающий мнений, отличных от позиций федерального начальства и президента.

Заметим, что и медиадискурсы современных губернаторов, и дискурс массмедиа позволяют сделать вывод о трансформации содержательной структуры концепта «Губернатор» в настоящий период, что отражает изменившиеся в сегодняшней России политические реалии.

ЛИТЕРАТУРА

1. Болотнов А. В. Идиостиль информационно-медийной языковой личности: коммуникативно-когнитивные аспекты исследования : автореф. дис. ... д-ра филол. наук. — Томск, 2016. 39 с.
2. Ишменев Е. В. Политический медиадискурс: теория и национальные модели. — Екатеринбург : Дискурс-Пи, 2012. 127 с.
3. Малышева Е. Г. Концепт 'Губернатор' в региональном массово-информационном дискурсе (на материале текстов радиодневных и телевизионных СМИ Омской области) // Политическая лингвистика. 2009. № 2 (28). С. 76—86.
4. Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка. — М. : АЗЪ, 1995. 928 с.
5. Филаткина Г. С. Коммуникативные стратегии в политическом медиадискурсе президентов Венесуэлы, Эквадора, Бразилии (1999—2014 гг.) : дис. ... канд. филол. наук. — М., 2015. 265 с.

К. А. Марченко
Челябинск, Россия

СРЕДСТВА МАНИПУЛЯЦИИ ОБЩЕСТВЕННЫМ МНЕНИЕМ В ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОМ ДИСКУРСЕ (НА ПРИМЕРЕ ВОЕННО-ПОЛИТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА)

Аннотация. В статье исследуется проблема манипуляции общественным мнением в рамках институциональных форматов дискурса. Автор рассматривает роль контекста в манипуляции общественным мнением и приходит к выводу, что средства манипуляции направлены в первую очередь на создание контекста. Автор подробно описывает элементы, формирующие контекст, и делит их на внутренние (связанные с представлениями реципиента о происходящем) и внешние (хронотоп, участники, роль говорящего) факторы. На примере выступления президента США Б. Обамы автор рассматривает роль каждого из факторов контекста в манипуляции общественным мнением и приходит к выводу, что для достижения требуемого манипулятивного эффекта создателям дискурса необходимо в первую очередь сбалансировать внутренние и внешние факторы, формирующие контекст дискурса. Анализ внешних и внутренних факторов как единого целого позволяет автору выделить конкретные средства манипуляции, используемые в выступлении американского президента.

Ключевые слова: политический дискурс; манипуляции общественным мнением; хронотоп; коммуникативные события; коммуникативные контексты; обращения президента; американские президенты; манипулятивное воздействие.

К. А. Marchenko
Chelyabinsk, Russia

MEANS OF MANIPULATING PUBLIC OPINION IN INSTITUTIONAL DISCOURSE (BASED ON THE MATERIAL OF MILITARY-POLITICAL DISCOURSE)

Abstract. The article deals with the issue of manipulating public opinion in the framework of institutional discourse formats. The author examines the role of context in the manipulation of public opinion and concludes that the means of manipulation are aimed primarily at creating the context. The author describes the context-forming elements and divides them into internal factors (related to the recipient's ideas) and external factors (chronotope, participants, role of the speaker). Using the speech of US President B. Obama the author examines the role of each of the context factors in manipulating public opinion and concludes that for achieving the desired manipulative effect, the discourse creators should balance internal and external factors of the discourse context. The analysis of external and internal factors as a whole allows the author to identify specific means of manipulation used in the speech of the American president.

Keywords: political discourse; manipulation of public opinion; chronotope; communication events; communicative contexts; appeals of the president; American presidents; manipulative impact.

С распространением СМИ в современном мире проблема речевого воздействия выходит на новый уровень: средства массовой информации перестают быть пассивными ретрансляторами и активно включаются в процесс формирования общественного мнения, зачастую представляя диаметрально противоположные позиции по тем или иным вопросам.

Один из наиболее известных представителей направления критического анализа дискурса, Т. ван Дейк, говоря о речевом воздействии текстов политического дискурса, подчеркивает значимость таких элементов, как «контекст» и «знание» [Dijk 2008].

Т. ван Дейк определяет контекст как «ментальную модель коммуникативной ситуации» [Dijk 2014], т. е. контекст не что иное, как представления конкретного человека о происходящем вокруг него в данный момент. Таким образом, мы можем говорить о том, что у каждого участника коммуникативной ситуации формируется свое видение контекста, поэтому создание сообщения, которое бы воздействовало одинаково на каждого из реципиентов, представляется практически невыполнимой задачей.

Учитывая вышесказанное, использование стратегий и тактик речевого воздействия, по мнению автора, имеет две основные функции:

- 1) создание контекста — формирование у каждого из реципиентов требуемого видения сложившейся коммуникативной ситуации;
- 2) создание релевантного дискурса, соответствующего коммуникативной ситуации и отвечающего запросам реципиента.

Стратегии и тактики речевого воздействия особенно актуальны, когда речь заходит об институциональных (к примеру, о политическом, публицистическом дискурсах) и связанных с ними гибридных форматах дискурса (военно-политическом, военно-публицистическом дискурсах) [Dijk 2005].

Реализация непопулярных мер, например введение новых налогов или инициация военной кампании на территории другого государства, зачастую требует целой политики по созданию нужного «контекста» и тиражированию дискурса на всех уровнях. Это связано в первую очередь с тем, что манипуляция — социальное, когнитивное и дискурсивное явление одновременно [Dijk 2014: 18]. Будучи социальным явлением, манипуляция

Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 19-012-00192.

подразумевает межличностное и межгрупповое взаимодействие, сопровождающееся злоупотреблением властью. В свою очередь, когнитивный аспект манипуляции связан с тем, что злоупотребление властью осуществляется через сознание участников коммуникации. При этом тексты, речи и визуальные сообщения, посредством которых оказывается воздействие на сознание участников дискурса, представляют собой дискурсивно-семиотический аспект манипуляции.

Учитывая вышесказанное, цель данного исследования — описать средства, благодаря которым осуществляется манипуляция общественным мнением в рамках институционального дискурса, а также обстоятельства, при которых подобная манипуляция становится возможной.

Создание дискурса, влияние которого распространяется на большое количество реципиентов — задание беспрецедентной сложности, требующее скрупулезного анализа целевой аудитории. Важным аспектом создания дискурса манипулирования является определение условных границ знания, которым располагают реципиенты. Любой дискурс строится на том, что его автор определяет как информацию, известную реципиенту априори. Таким образом, влияние дискурса на того или иного реципиента ограничивается, с одной стороны, личным опытом данного реципиента, а с другой — его принадлежностью к различным социальным группам, установки которых он разделяет. При этом, по мнению Т. ван Дейка, наиболее влиятельный дискурс не ограничивается созданием краткосрочной ментальной модели, а затрагивает такие категории, как, например, знания, убеждения или идеологические установки [Dijk 2006].

Тем не менее для создания дискурса манипулирования недостаточно учета лишь внутренних (ментальных) факторов, связанных с представлениями реципиента об окружающем мире. Исследователь не оставляет без внимания и внешние факторы, представляющие собой обстоятельства, при которых осуществляется коммуникация. В частности, к таким факторам относятся [Dijk 2006]:

- 1) хронотоп события;
- 2) участники;
- 3) роль говорящего и связанная с ней деятельность.

Манипулирование общественным мнением возможно лишь в том случае, когда внешние факторы не вступают в противоречие со знаниями, убеждениями и идеологическими установками аудитории.

В качестве примера дискурса манипулирования хотелось бы остановиться на обращении президента США Б. Обамы к нации (10 сентября 2013 г., *Remarks by the President in Address to the Nation on Syria*) и подробно описать контекст данного обращения [Remarks by the President 2010].

1. Хронотоп события: обращение президента транслировалось из здания Белого дома, являющегося символом политической жизни США, что, по нашему мнению, придавало выступлению президента определенный пафос и настраивало аудиторию на серьезность и исключительность происходящего. Дата обращения также была выбрана не случайно и совпала с годовщиной одного из самых масштабных террористических актов в истории человечества — 11 сентября 2001 г. [Gershkoff 2005].

2. Участниками данного дискурса являются с одной стороны президент, с другой стороны — население США. Таким образом, стоит отметить, что такой жанр политического и военно-политического дискурса, как обращение к нации, является одним из наиболее сложных с точки зрения манипулирования общественным мнением, так как нацелен на максимально широкую аудиторию, представляющую собой население страны в целом. Очевидно, что в данном случае упор будет сделан, во-первых, на авторитет говорящего, а во-вторых, на универсальные установки реципиентов, во многом связанные с менталитетом народа.

3. Основная роль говорящего — обеспечение безопасности и благополучия страны и ее населения. Исходя из статуса говорящего, аудитория изначально находится в подчиненном положении и имеет ограниченный доступ к информации, о которой говорится в тексте.

Таким образом, можно сделать вывод, что внешние факторы способствуют манипуляции общественным мнением, однако отдельного рассмотрения также заслуживают внутренние факторы, связанные с убеждениями и знаниями реципиентов.

Для работы со столь обширной аудиторией, как это уже было отмечено, необходимо апеллировать к традиционным ценностям, которые разделяет общество в целом, и историческим фактам, которые известны повсеместно благодаря подробному освещению СМИ. В данном выступлении речь идет о следующих установках:

А. США — исключительное государство благодаря своей приверженности ценностям демократии (*But I'm also the President of the world's oldest constitutional democracy*) [Hrnjas et al. 2015];

В. Особая миссия США — поддержание мира и демократии на международной арене (*My fellow Americans, for nearly seven decades, the United States has been the anchor of global security*);

С. Руководящие круги США располагают данными о виновниках происходящего (*Moreover, we know the Assad regime was responsible*);

Д. Действующее руководство США знает о прежних политических просчетах и не повторит их (*Now, I know that after the terrible toll of Iraq and Afghanistan, the idea of any military action, no matter how limited, is not going to be popular*);

Е. Военные кампании на чужой территории являются частью кампании по борьбе с терроризмом, который нанес стране незаживающую рану событиями 11 сентября 2001 г. (*And it could be easier for terrorist organizations to obtain these weapons, and to use them to attack civilians*).

С учетом внешних и внутренних факторов, мы можем предположить, какими средствами осуществляется манипуляция общественным мнением в данном случае:

- 1) противопоставление на уровне «мы — они»: с одной стороны США как оплот демократии, с другой — ближневосточная деспотия (Сирия) и насилие (апелляция к факторам А и В из предыдущего списка);
- 2) эксплуатация исторических фактов, причем знание внешнеполитических просчетов (Ирак, Афганистан) предыдущей администрации призвано убедить аудиторию в том, что история не повторится (фактор Е);
- 3) описание сложившейся ситуации как кризиса, чему способствуют исключительные обстоятельства выступления (президент, Белый дом, 10 сентября), а также затрагиваемая тема оружия массового поражения и терроризма (фактор Е);
- 4) апелляция к традиционным ценностям американского общества (факторы А, В, Е);
- 5) установка на существующие временные ограничения и преступность бездействия (факторы В, С, Е), что также поддерживается внешними факторами.

В результате нашего анализа становится очевидно, что контекст обращения выстроен гармонично с учетом внешних и внутренних факторов, при этом манипуляция осуществляется за счет апелляции к традиционным ценностям и представлениям, разделяемым обществом в целом.

Говоря о формах манипуляции, Т. ван Дейк выделяет дискурсы, направленные на манипулирование оперативной памятью, долгосрочной памятью и социальным сознанием. Хотелось бы отметить, что сам ученый скорее различает данные дискурсы по степени их разработанности, не уделяя должного внимания временному аспекту. По нашему мнению, каждый из этих дискурсов является ступенью для создания последующего, выстраивая политику формирования общественного сознания. Таким образом, для привлечения внимания к какому-либо социальному явлению требуется кропотливая работа, которая включается в себя (по возрастающей):

- 1) громкие заголовки газет;
- 2) постоянное обсуждение одного и того же явления политиками и СМИ;
- 3) создание шаблона подачи определенного дискурса, который позволяет ему закрепиться на уровне долгосрочной памяти.

Кампания Б. Обамы разворачивалась именно по этой схеме, а упомянутое обращение к нации лишь подогрело интерес общественности к сирийскому вопросу, позволив ему прочно закрепиться в повестке дня.

Следуя данной схеме, конкретный дискурс «фиксируется» на уровне сознания для его дальнейшего использования с целью воспроизведения все новых дискурсов манипулирования.

Таким образом, можно сделать вывод, что манипуляция общественным мнением в институциональных форматах дискурса осуществляется за счет создания контекста, обеспечивающего требуемую интерпретацию дискурса реципиентом. Подобное представляется возможным только в том случае, когда внутренние и внешние факторы, формирующие контекст, находятся в гармонии между собой и выстраивают непротиворечивую картину происходящего. В качестве средств манипуляции общественным мнением можно выделить противопоставление на уровне «мы — они», эксплуатацию исторических фактов, описание сложившейся ситуации как кризиса, апелляцию к традиционным ценностям общества и установку на существующие временные ограничения. Для достижения максимального манипулятивного эффекта необходимо многократное воспроизведение дискурса с возрастанием частоты его упоминания и закрепления за ним определенного шаблона воспроизведения.

ИСТОЧНИКИ

1. Dijk T. Discourse and context. A sociocognitive approach. — Cambridge Univ. Pr., 2008. 283 p.
2. Dijk T. Discourse and manipulation // *Discourse & Society*. 2006. Vol. 17 (2). P. 359—383.
3. Dijk T. War rhetoric of a little ally // *Journ. of language and politics*. 2005. Vol. 4 (1). P. 65—92.
4. Dijk T. Discourse and knowledge. A sociocognitive approach. — Cambridge Univ. Pr., 2014. 400 p.
5. Gershkoff A. Shaping public opinion: The 9/11-Iraq Connection in the Bush Administration's Rhetoric // *Perspectives on Politics*. 2005. Vol. 3. P. 525—537.
6. Hrnjas M., Krstic M. Obama's dual discourse on American exceptionalism // *Croatian international relations review*. 2015. Vol. 21. P. 25—56.
7. Remarks by the President in Address to the Nation on Syria. URL: <https://obamawhitehouse.archives.gov/the-press-office/2013/09/10/remarks-president-address-nation-syria> (date of access: 20.09.2019). — Text : electronic.

И. Н. Мелихова
Челябинск, Россия

МЕТАФОРИЧЕСКОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ ОБРАЗА ЕВРОСОЮЗА В РОССИЙСКОМ МЕДИАДИСКУРСЕ

Аннотация. В данной статье рассматривается вопрос о роли метафоры как об одном из важнейших средств оценки политической реальности в современном российском медиадискурсе. Цель — анализ репрезентации образа Евросоюза с использованием моделирующего потенциала концептуальных метафор. Материал исследования представлен российскими периодическими интернет-изданиями, адресованными широкой аудитории. Работа проводится в русле когнитивно-дискурсивного подхода к изучению метафоры, используются методы сплошной выборки и метафорического моделирования. В российском медиадискурсе при создании образа Евросоюза наиболее продуктивной стала модель со сферой-мишенью «Семья», большинство метафорических единиц которой имеет отрицательную коннотацию. Оценочный потенциал метафорической модели, репрезентирующей образ Евросоюза, выражен эмоционально и разнообразно.

Ключевые слова: медиадискурс; медиалингвистика; медиатексты; российские СМИ; средства массовой информации; политический дискурс; политические метафоры; метафорические модели; метафорическое моделирование; политическая метафорология; образ Евросоюза.

I. N. Melikhova
Chelyabinsk, Russia

METAPHORICAL MODELING OF THE EUROPEAN UNION IMAGE IN THE RUSSIAN MEDIA DISCOURSE

Abstract. This article discusses the role of metaphor as one of the most important means of assessing political reality in the modern Russian media discourse. The aim is to analyze the representation of the European Union image using the modeling potential of conceptual metaphors. The research material is presented by Russian periodicals addressed to a wide audience. The work is conducted in line with the cognitive-discursive approach to the study of metaphor, using continuous sampling methods and metaphorical modeling. In the Russian media discourse, the most productive model while creating the European Union image becomes the one with the target sphere “family”, with the majority of metaphorical units having a negative connotation. The estimated potential of the metaphorical model representing the image of the European Union is expressed emotionally and diverse.

Keywords: media discourse; media linguistics; media texts; Russian media; media; political discourse; political metaphors; metaphorical models; metaphorical modeling; political metaphorology; image of the European Union.

Введение

Развитие сотрудничества между Россией и Евросоюзом на современном этапе является особенно актуальным. Это объясняется тем, что Евросоюз играет важную роль в экономической и политической сфере в Европе, является одним из ведущих политических и экономических партнеров Российской Федерации. Россия на протяжении многих лет тесно сотрудничала с государствами Центральной и Юго-Восточной Европы, вступившими в Евросоюз, поддерживает с ними тесные связи сегодня и заинтересована в развитии конструктивного диалога. Стратегическое партнерство России со странами Евросоюза может быть продуктивным в таких сферах, как экономика, безопасность, культура, наука, образование, медицина.

В информационно-аналитических текстах для выражения мнения и оценки большую роль играет метафора, которая позволяет углубить содержание медиатекста с помощью ярких образов. В медийном дискурсе метафорические единицы обладают большим смысловым потенциалом и делают язык не только более выразительным, но и передают отношение автора к сообщаемой информации [Солганик 2008: 203].

Метафора активно используется сегодня в различных типах дискурсов. Причинами частого обращения к метафоре являются ее богатый интерпретационный потенциал, возможность моделировать действительность через привычные и понятные образы, способность внедрять в сознание адресата необходимое отношение к событию.

Объект данного исследования — метафоры, используемые в российском медиадискурсе при моделировании образа Евросоюза. Медиадискурс, являясь одной из разновидностей дискурса, понимается как «функционирование языка в определенной сфере человеческой деятельности — в сфере массмедиа, которая выступает особой средой существования языка». Многие исследователи называют медиадискурс «смыслосозидающей машиной» из-за его способности оказывать существенное влияние на языковую концептуализацию действительности [Корконосенко 2016: 224].

Представления о Евросоюзе, формируемые российскими СМИ, создают определенный образ организации. Значение представлений может быть важным для целостного видения процессов, происходящих в рамках этого интеграционного объединения.

Материал и методы и исследования

Материалом исследования послужили статьи российских электронных публикаций: РИА «Новости» (бывшая медиагруппа и одно из крупнейших информационных агентств мира), «Российская газета» (издание Правительства Российской Федерации), «Правда.ру» (российское электронное средство массовой информации), «Дни.ру» (российская электронная газета), «Парламентская газета» (периодическое общественно-политическое издание Федерального собрания Российской Федерации). К анализу привлекались новостные и аналитические статьи, а также публикации обзорного характера, интервью с известными российскими и зарубежными политическими деятелями, историками, обозревателями. Всего было проанализировано 30 метафорических словоупотреблений понятийной сферы родства.

Методология данного исследования определяется когнитивно-дискурсивным подходом, основой которого стали научные труды отечественных и зарубежных специалистов в области метафорологии (А. П. Чудинов (2012), Э. В. Будаев (2008), О. А. Солопова (2008), А. Н. Баранов (2014), Дж. Лакофф, М. Джонсон). В рамках данного подхода метафора рассматривается не только как ментальный феномен, но и является составной частью дискурса, что предполагает изучение метафоры с учетом взаимоотношений между языком и мышлением, спецификой СМИ, целевыми установками автора, его политических взглядов и личностных качеств, а также особенностями восприятия текста читателями. Предмет исследования при таком подходе — не отдельная метафора, а система метафорических моделей. Метафорическая модель — мыслительная схема, которая складывается в сознании человека. Она состоит из двух концептуальных областей: сферы-источника и сферы-мишени. Отношение между компонентами модели структурируется путем уподобления элементов сферы-мишени элементам сферы-источника. При таком моделировании эмотивный потенциал сферы-мишени, характерный для концептов сферы-источника, сохраняется и оказывает влияние на эмоциональную сферу адресата [Чудинов 2012: 131].

Метафоры родства в моделировании образа ЕС

Метафоры родства традиционны для политического дискурса России. Представители СМИ активно используют их в репрезентации образа Евросоюза, что объясняется их эффективностью при концептуализации политической картины мира. Согласно данной модели, внутрисоюзные отношения изображаются как отношения между членами семьи, в регулировании которых важны не законы и правила, а представления о том, как должны вести себя родственники в определенных ситуациях. Метафорические единицы данной понятийной сферы широко использовались на каждом этапе развития политического дискурса, и каждый этап оказывал влияние на закономерности развертывания рассматриваемой модели [Чудинов 2012: 208].

Следует отметить, что метафора родства, репрезентирующая образ ЕС, отмечается в работе «„Политический Франкенштейн“ или „финансовый Горгоньян“?»: метафоры персонализации при освещении расширения Евросоюза в новостях Австралии» исследователей Н. Чабан, Дж. Бейн, К. Статс [Чабан 2006: 43—46]. К анализу авторами привлекались события, освещенные в СМИ Австралии и Новой Зеландии.

Родительский образ в Евросоюзе воплощает Германия. Метафорические наименования с позитивной коннотацией позиционируют ее как хозяйку ЕС: *оплот Евросоюза, его главная хранительница* (Российская газета, 11.12.2018). Положительный потенциал метафоры *Хозяйственная Германия крепко держит уставшую от ЕС Грецию* (Правда, 26.01.2015) дополнительно раскрывается за счет использования лексемы *крепко*, что подчеркивает желание Германии сохранить Евросоюз. В метафорическом моделировании действий Германии, направленных на стабилизацию положения в Европейском сообществе, также проявляется родительская опека и забота: *Германия взялась за наведение порядка в „европейской семье“; установления „нового порядка“ на континенте* (Правда, 01.08.2016). В соответствии с такой интерпретацией Германия на страницах российских СМИ предстает «главой семьи», к которой должны прислушиваться остальные страны.

Метафорическое наименование *гостеприимные ведущие страны ЕС* (Правда, 22.12.2018) используется в отношении государств Западной Европы, принимающих в «семью новых членов», подчеркивая при этом желание выстроить близкие и доброжелательные отношения, что характеризует их с положительной стороны.

Совершенно другая картина вырисовывается в российском медиадискурсе при характеристике стран Центральной и Восточной Европы, которые включились в интеграционный процесс в мае 2004 г. Это было самое масштабное расширение в истории Евросоюза, новыми членами которого стали 10 стран: Венгрия, Словения, Литва, Латвия и Эстония, Кипр и Мальта, Польша, Чехия, Словакия. 1 января 2007 г. Евросоюз пополнился еще двумя странами — Болгарией и Румынией [Глинкина 2010: 8]. Примером репрезентации новых членов европейской семьи являются метафорические единицы *разгильдяи, вольнодумцы* (Правда 01.08.2016), *нахлебники* (РИА, 9 ноября 2018). Метафорические смыслы, рождаемые представленными метафорами, обладают отрицательной коннотацией и характеризуют страны как безответственные и беззаботные. По мнению российских СМИ, *Страны Восточной Европы держатся особняком и стараются найти себя после полувека коммунистического строя* (Дни, 29 июня 2016). В обобщенном образе Восточной Европы акцентировано состояние обособленности, но вместе с тем и желание приспособиться к новым условиям проживания в «семье», т. е. эти страны осознают стоящие перед ними цели и прилагают усилия, чтобы соответствовать новым требованиям. Следующий пример иллюстрирует отстраненность средиземноморских стран от общих дел, безразличие и безучастность к происходящему: *Страны средиземноморского побережья, как обычно, заняты собой* (Дни, 29 июня 2016). Коннотация высказывания обладает отрицательным вектором. Репрезентация стран в негативном ключе связана с тем, что в расшире-

нии Евросоюза участвовали бывшие социалистические страны с низким уровнем экономического развития и недостаточно зрелой политической системой, которым даже длительная подготовка не помогла полностью прийти в соответствие с западноевропейскими политическими и экономическими стандартами [Гусаров 2000: 254].

С другой стороны, облик стран меняется и возникает ситуативно в контексте конкретных политических событий. Обращение к ЕС как к семье стало причиной репрезентации Польши в качестве *дитя*: *Польша — любимое дитя ЕС. Может и нелюбимое, но ест за общим столом больше всех. Еще и повадилась со стола таскать еду в свою комнату* (РИА, 5 июля 2018). Соотнесенная с Польшей метафорическая единица *дитя* имеет положительную коннотацию и предполагает заботу о ней как о ребенке. Такой образ свидетельствует об особом положении страны в ЕС, которое позволяет ей пользоваться привилегиями. Но введение в контекст выражений «нелюбимое», «повадилась таскать еду» профилирует негативные смыслы по отношению к Польше.

Представители СМИ наделяют каждого «члена семьи» определенным характером: *свободолюбивая Франция* представлена независимой и вольной, *гордая Венгрия* (Правда, 25.11.2018) — надменной и своенравной, *„несоответственная“ Чехия* (Правда, 27.09.2017) — безответственной. Характеристика стран дается через актуализацию негативных образов, что осложняет сотрудничество между государствами — участниками Евросоюза.

Моделирование отношений между странами Евросоюза с опорой на концептуальный потенциал метафоры родства предполагает, что и в отношениях между государствами-участниками бывают кризисы и разногласия, как в семейной жизни. Актуализация данной темы произошла в 2016 г. в связи с проведением референдума и победой сторонников выхода Великобритании из Евросоюза. Введение в контексты концепта «развод» работает на моделирование конфликтных отношений между Евросоюзом и Великобританией: *болезненный развод Британии с Брюсселем* (Дни, 3 января 2019); *окончательный план „развода“ с Великобританией* (Коммерсантъ, №217 26.11.2018); *пересмотр договора о „разводе“* (РИА, 30 января 2019); *бракоразводного процесса между ЕС и Великобританией* (Парламентская газета, 13.03.2019). Выражения «болезненный», «пересмотр договора», «окончательный план» подчеркивают сложность данного процесса, свидетельствуют о напряженности в отношениях между Евросоюзом и Великобританией, влияют на восприятие российским читателем сложившейся ситуации. Метафорические единицы, моделирующие взаимоотношения Евросоюза и Великобритании, нагружены отрицательной энергетикой.

Негативным зарядом обладают метафоры, моделирующие реакцию европейских стран на происходящие в Евросоюзе события, которые сопровождаются спорами и противоречиями. В метафорических единицах семантически заложен настрой на конфликт: *Растущему числу жителей ЕС становится некомфортно жить в нынешнем европейском доме* (Российская газета, № 95(7853), *Взаимное недопонимание между Италией и прочими странам Евросоюза растет* (Правда, 23.10.2018), *Меркель ополчилась на „лодырей“ с юга Европы; Меркель обрушилась с резкой критикой на „лентяев“ из Греции и Португалии* (Правда, 26.09.2011), *Но на этом разборке в „благородном европейском семействе“ не закончились* (Российская газета, № 141(7899), 01.07.2019). Контекст с использованием данных метафор подчеркивает, что отношения между «членами семьи» натянуты, характеризует обстановку в основном как неблагоприятную, непредсказуемую и нестабильную, вызывая ассоциации с приближающейся опасностью. В сознании адресата возникает образ ссорящейся семьи.

Моделирование образа Евросоюза посредством концептов понятийной сферы «семья» предполагает выполнение им воспитательной функции. В выстраивании семейных отношений ЕС использует различные подходы. Сгладить внутренние конфликты и устранить разногласия между государствами-участниками Евросоюз пытается демократическим путем: *«Германия и Франция уговаривают соседей»*, *«ЕС действует только лаской и внушением»*, *«еврочиновники внушительно хмурят брови, грозят пальцем, возвышают тон голоса»*, *«в нудных разговорах с Варшавой Евросоюз колебался долго»* (РИА, 5 июля 2018), *«ЕС запрещает Венгрии дружить с РФ»* (Правда, 21.10.2014). Но многочисленные попытки переговоров и устранения противоречий на основе компромиссов не приносят ожидаемых результатов. В сложившейся ситуации Евросоюз пытается выработать более эффективные методы влияния на страны, о чем свидетельствуют следующие примеры: *«С точки зрения ЕС, Британию нужно наказать»* (РИА, 13 марта 2019), *«ЕС все ж таки решился. Ремень из шкафа достал и положил на диван, чтоб все видели. Чтобы если поляки продолжат, так уже и в руки взять»*, *«После публичной порки, которой была подвергнута Греция, угрозы звучат вполне убедительно»* (РИА, 5 июля 2018).

Таким образом, анализ метафор родства не позволяет говорить о дружной и сплоченной семье. Евросоюз — это не единая семья, в ней имеет место внутренняя дифференциация: в Евросоюзе есть «стержневые» страны, составляющие его «ядро», и слабые страны, являющиеся препятствием для достижения светлого будущего «европейской семьи». Метафорические осмысления представляют взаимоотношения стран-участниц как конфликт.

Заключение

Медиадискурс активно формирует современную картину мира. Медийная репрезентация событий посредством моделирующего потенциала метафоры является мощным инструментом воздействия на сознание адресата, играет большую роль в категоризации и понимании действительности.

Политическая и экономическая действительность Евросоюза находит непосредственное отражение в российском медийном дискурсе и является причиной активизации метафор понятийной сферы родства, через призму которой актуализируется роль и позиция каждой страны-участницы в организации. Характеристики стран, метафорически зафиксированные в медиадискурсе, позволяют говорить о том, что в Евросоюзе наблю-

дается поляризация европейского пространства по линии «центр — периферия». Существующие отношения в «европейской семье» нельзя определить как теплые и доброжелательные, иногда они моделируются как холодные и враждебные. Евросоюз — семья, где сотрудничество и взаимопонимание не всегда являются ведущим типом взаимоотношений. Сложившаяся ситуация мешает продуктивному диалогу в настоящем и осложняет перспективы развития отношений в будущем.

Заданная в российском медиадискурсе метафорическая репрезентация образа Евросоюза помогает широкой аудитории осмыслить сложные явления в знакомых терминах, структурирует взгляд адресата на реалии данной организации и формирует определенное отношение к происходящим событиям.

ЛИТЕРАТУРА

1. Баранов А. Н. Дескрипторная теория метафоры. — М. : Языки славянской культуры, 2014. 632 с.
2. Будаев Э. В., Чудинов А. П. Зарубежная политическая лингвистика : учеб. пособие. — М. : Флинта : Наука, 2008. 352 с.
3. Европейский союз на рубеже веков: проблем.-темат. сб. / РАН. ИНИОН, Центр науч.-информ. исслед. глобал. и регион. пробл. ; Ю. А. Гусаров (ред.-сост.). — М., 2000. 296 с.
4. Политическая журналистика : учебник для бакалавриата и магистратуры / под ред. С. Г. Корконосенко. — М. : Юрайт, 2016. 319 с. (Сер.: Бакалавр и магистр. Академический курс).
5. Солганик Г. Я. Язык современной публицистики : сб. статей / сост. Г. Я. Солганик. 3-е изд. — М. : Флинта : Наука, 2008. 232 с.
6. Солопова О. А. Будущее в политическом дискурсе : моногр. — Челябинск : Изд-во Челяб. гос. пед. ун-та, 2008. 294 с.
7. Страны Центральной и Восточной Европы — новые члены Европейского союза: проблемы адаптации / под ред. С. П. Глинкиной, Н. В. Куликовой ; Ин-т экономики РАН. — М. : Наука, 2010. 495 с.
8. Чабан Н., Бейн Дж., Статс К. «Политический Франкенштейн» или «финансовый Гаргантюа»? метафоры персонификации при освещении расширения Евросоюза в новостях Австолазии : пер. А. Б. Зайцевой // Политическая лингвистика. 2006. С. 43—66.
9. Чудинов А. П. Политическая лингвистика : учеб. пособие. 4-е изд. — М. : Флинта : Наука, 2012. 256 с.

О. И. Михневич
Екатеринбург, Россия

МЕТАФОРИЧЕСКИЙ ОБРАЗ ПРЕЗИДЕНТА ГРУЗИИ Э. ШЕВАРДНАДЗЕ В БРИТАНСКИХ СМИ НА РУБЕЖЕ XX И XXI ВЕКОВ

Аннотация. Перспективным направлением современной политической лингвоперсонологии является изучение метафорических портретов политических лидеров. Метафорический образ политического лидера складывается из метафорических словоупотреблений, относящихся к различным понятийным областям, актуальным для общества. В большинстве случаев деятельность экс-президента Грузии Э. Шеварднадзе в проанализированных текстах британских СМИ осмысливается посредством милитарных метафор, что позволяет поддерживать имидж решительного, сильного политического лидера, способного справиться с политической нестабильностью и экономическим кризисом в Грузии. Актуальны и другие модели: так, грузинская пресса также поддерживает образ Шеварднадзе как хитрого, расчетливого, ловкого игрока, способного с легкостью одурачить даже довольно опытного противника. Перспективным представляется анализ структуры метафорических моделей в начале и в конце президентского срока, анализ динамики метафорического образа политического лидера в различные исторические периоды.

Ключевые слова: лингвоперсонология; метафорические модели; метафорическое моделирование; политическая метафорология; образ политика; политические деятели; грузинские президенты; медиалингвистика; медиадискурс; медиатексты; британские СМИ; средства массовой информации; концептуальные метафоры; метафорические образы.

O. I. Michnevich
Ekaterinburg, Russia

METAPHORIC IMAGE OF THE PRESIDENT OF GEORGIA E. SHEVARDNADZE IN BRITISH MEDIA AT THE TURN OF THE XX AND XXI CENTURIES

Abstract. A promising area of modern political linguistic personology is the study of metaphorical portraits of political leaders. The metaphorical image of a political leader is composed of metaphorical word-usage related to various conceptual areas relevant to society. In most cases, the activities of the ex-president of Georgia E. Shevardnadze in the analyzed texts of the British media are interpreted through military metaphors, which helps maintain the image of a determined, strong, political leader capable of coping with the political instability and economic crisis in Georgia. Other models are also relevant: for example, the Georgian press also supports the image of Shevardnadze as a cunning, prudent, dexterous player, who can easily fool even a fairly experienced opponent. The analysis of the structure of metaphorical models at the beginning and at the end of the presidential term, the analysis of the dynamics of the metaphorical image of a political leader in various historical periods seems promising.

Keywords: linguopersonology; metaphorical models; metaphorical modeling; political metaphorology; image of a politician; politicians; Georgian presidents; media linguistics; media discourse; media texts; British media media; conceptual metaphors; metaphorical images.

Лингвополитическая персонология — относительно новое направление в отечественном языкознании, среди наиболее востребованных областей которого можно выделить рассмотрение президентского дискурса, изучение образов исторических персоналий, изучение имен политических лидеров в аспекте прецедентности [Нахимова 2011].

Внимание работающих в рамках данного направления исследователей сосредоточено на специфике языковых средств, формирующих образ политика [Соколова 2011; Газинская 2012], языковой личности политика [Кондратьева 2018; Кондратьева, Ковалева 2016; Ли Сыци 2018], женщины-политика в СМИ [Ивашова 2011; Шалифова 2016; Шаманская 2017]. Диссертационное исследование, посвященное образу политика как объекту языковой концептуализации, было проведено Н. В. Вагенляйтнер [Вагенляйтнер 2013].

Перспективным направлением современной политической лингвоперсонологии является изучение метафорических портретов политических лидеров. Результаты таких исследований которого могут быть использованы в разных областях науки: психологии, истории, политологии, имиджологии и др.

Следует признать, что любая власть имеет конкретное лицо — это политический лидер, вождь, причем важен не конкретный человек, а определенный образ этого политического персонажа, который представлен в СМИ.

Характерной чертой медиатекстов, посвященных политическим событиям, является широкое использование метафор, которые могут быть эффективны для создания образов политических лидеров. Метафорический образ — это прежде всего образ, складывающийся в сознании реципиента, с основной целью формирования определенного мнения у читателя. Так, метафорический образ политического лидера складывается из метафорических словоупотреблений, относящихся к различным понятийным областям, актуальным для общества.

Для того чтобы установить, какие понятийные области являются наиболее актуальными при создании метафорического образа экс-президента Грузии Э. Шеварднадзе в период его правления, было отобрано и проанализировано свыше 700 метафорических словоупотреблений, которые были поделены на кластеры согласно существующим метафорическим моделям, относящимся к следующим понятийным сферам: война (41 %), игра

(14 %), путешествие (10 %), мир животных (7 %), театр (6 %), природа (5 %), медицина (3 %), живой организм (3 %), архитектура (2,5 %), торговля (2 %), родство (2 %), артефакты (1,5 %), религия (1,5 %), криминал (1 %), механизм (0,5 %).

Исходя из результатов исследования, было установлено, что военная тематика является наиболее востребованным источником метафоризации при создании образа главы государства, занимая первое место по частоте в дискурсе Великобритании (41 %), что подтверждают исследования других лингвистов [Курбанов, Домбровская 2011].

Метафорическая модель «ПРЕЗИДЕНТ ГРУЗИИ — ЭТО УЧАСТНИК БОЕВЫХ ДЕЙСТВИЙ» состоит из следующих фреймов: «Разновидности войн президента», «Президент — это участник боевых действий», «Военные действия президента», «Итоги военных действий президента».

Фрейм «The President is a participant of war» — «Президент — участник боевых действий»

В британских СМИ Э. Шеварднадзе представлен как участник боевых действий, который ведет войну со своими оппонентами, борется с коррупцией, терроризмом и бедностью.

Слот 1. «The President is a military man» — «Президент — это военный»

Данный слот составляют метафорические словоупотребления: *agent of detente* (агент разрядки), *glasnost hero* (герой гласности), *the cold war warrior* (солдат холодной войны), которые отражают роль Шеварднадзе в проведении политики гласности, разрядке международной напряженности, окончании холодной войны.

Связь Э. Шеварднадзе с коммунистическим режимом подчеркивают метафоры *veteran of Soviet politics* (ветеран советской политики), *Politburo veteran* (ветеран политбюро).

Очевидно, что милитарные метафоры являются эффективным средством реализации «тактики героизации» [Дзюба 2015]. «Война предоставляет человеку возможность пробудить героя, спящего внутри него» [Эвола 2008: 9].

He was the last foreign minister of the Soviet Union before the empire melted. He helped Gorbachev find the courage and wisdom to end the cold war. The man was a hero (The Guardian, 10.08.02). / До того как империя развалилась, он был министром иностранных дел Советского Союза. Он помог Горбачеву обрести мужество и мудрость, чтобы положить конец „холодной войне“. Он был героем.

Слот 2. «Enemies of the President» — «Враги президента»

Как известно, противостояние — необходимое условие войны. Политические оппоненты президента Грузии обозначены как *arch-enemy*, *sworn enemy* (заклятый враг), *enemies in Georgia* (враги в Грузии), *implacable rival* (неумолимый соперник).

Although the two are sworn enemies, Mr Abashidze is as anxious as the government that the opposition is kept from power (J. Strauss / The Telegraph, 11.11.03). / Хотя оба являются заклятыми врагами, Абашидзе так же, как и правительство, обеспокоен тем, что оппозиция не идет на контакт с властью.

Слот 3. «Allies of the President» — «Союзники президента»

Очевидно, что лидерство предполагает не только наличие лидера, готового вести за собой, но и последователей, разделяющих его политические взгляды. Важно учитывать, что любому политическому лидеру нужна поддержка, сторонники, которых можно поставить впереди себя или взять с собой. Для удержания власти политический лидер собирает людей, формирует свою команду, которая также является элементом его образа.

Данный слот представлен концептом *ally* (союзник): *key ally* (ключевой союзник), *an American ally* (американский союзник), *a longtime Shevardnadze ally* (давний союзник Шеварднадзе), *powerful ally* (могущественный союзник). Встречаются такие метафоры, как *henchmen* (оруженосец), *aides* (адъютант), команда президента обозначена как *camp* (лагерь).

But Gogvadze, a longtime Shevardnadze ally, said Georgia needed the CIS for military and economic aid (Irish Independent, 21.09.93). / Но Гогвадзе, давний союзник Шеварднадзе, сказал, что СНГ необходимо Грузии для военной и экономической помощи.

Фрейм «Military actions of the President» — «Военные действия президента»

Различные действия Э. Шеварднадзе метафорически представлены журналистами как *struggle* (борьба), *fight* (драка), *attack* (атака), *war* (война). Президент Грузии бросает вызов своим оппонентам, оппозиции, ведет борьбу с коррупцией, бедностью, экономической нестабильностью.

Слот 1. «The Beginning of Military Action» — «Начало военных действий»

Здесь используются метафорические словоупотребления: *attack* (атака), *challenge* (вызов), *threw down the gauntlet* (бросить перчатку). При этом глава государства, в зависимости от ситуации, может быть как нападающей, так и принимающей вызов стороной.

The Russian media, meanwhile, have mounted an escalating series of personal attacks on Georgia's president, Edward Shevardnadze (The Economist, 7.12.00). / Между тем российские СМИ увеличили число личных нападений на президента Грузии Эдуарда Шеварднадзе.

Слот 2. «Military actions» — «Военные действия»

Метафоры: *fight* (драка, борьба), *embattle* (приводить в боевую готовность), *beat* (бить), *struck back* (ударить), с одной стороны, демонстрируют жесткость, агрессию, враждебность, с другой — помогают сформировать образ решительного, сильного лидера, способного отстаивать интересы своей страны.

...*Mr Shevardnadze, told a crowd of about 2.000 people that he would fight "the forces of darkness" until victory* (A. Philips / Irish Independent, 31.08.95). / Шеварднадзе говорил толпе, насчитывающей около 2000 человек, что он будет сражаться с силами тьмы до победы.

Фрейм «The outcome of war» — «Исход войны»

Результаты различных политических конфликтов и противостояний, смена власти, результаты выборов могут быть метафорически представлены как окончание войны, битвы или сражения, которое приносит победы и трофеи, поражения и потери. «Победа и поражение стали формами, в которых организуется наша душевная жизнь. Все, что по ту сторону победы и поражения, не берется в расчет, все, что еще есть в жизни, превращается в победу и поражение» [Канетти 1997: 423].

Слот «Victory» — «Победа»

Победа на выборах, политические успехи, благоприятный исход эпизодов политического противостояния, в которых участвовал Э. Шеварднадзе, представлены в СМИ как *strong election victory* (сильная победа на выборах), *a handsome victory*, *landslide victory* (красивая победа), *national victory* (национальная победа), *comfortable victory* (спокойная победа), *clear victory* (прозрачная победа), *overwhelming victory* (ошеломляющая победа).

Up to a few days ago Mr Shevardnadze appeared to winning the battle of wits with the opposition which controls none of the levers of power (J. Strauss / The Telegraph, 22.11.03). / Несколько дней назад Шеварднадзе, похоже, выиграл битву за умы с оппозицией, которая не контролирует ни один рычаг власти.

Итак, в большинстве случаев деятельность президента Грузии осмысливается посредством милитарных метафор, что позволяет поддерживать имидж решительного, сильного политического лидера, способного справиться с политической нестабильностью и экономическим кризисом в Грузии. В связи с этим можно сделать вывод о том, что критерий силы, воинские ценности, спроецированные из военной сферы в политическую, являются важной составляющей имиджа президента страны.

В ходе анализа было выявлено, что кроме милитарной метафорической модели образ президента Грузии строится на основе игровых, анималистических, театральных, морбиальных, архитектурных, криминальных и других метафорических моделей.

Метафорическую модель «ПРЕЗИДЕНТ ГРУЗИИ — ЭТО УЧАСТНИК ИГРЫ» условно можно отнести к среднечастотным (14 %). Метафоры игры отражают прагматические смыслы соперничества и конкуренции в сфере политики.

Показательно, что Шеварднадзе в большей степени представлен как участник интеллектуальных и азартных игр, а не спортивных, возможно, это связано с тем, что политику «для достижения цели не всегда нужна сила, куда важнее креативность» [Курманова 2018: 593]. Президент Грузии — это *key player* (ключевой игрок), *undisputed leader* (беспорный лидер), который играет в *old game* (старую игру), *war games* (военные игры), *gamble* (азартные игры), *foul play* (нечестную игру), *play down the scale* (играет вничью) или просто *toying* (играет), *raised the stakes* (поднимает ставки).

Метафоры игры нацелены на формирование представления о президенте Грузии как о хитром, ловком, способном угадать замыслы противника игроке, однако иногда метафоры данного вида несут негативные смыслы.

But Mr Shevardnadze's gamble is a pact with the devil (The Economist, 20.11.03). / Но азартная игра Шеварднадзе — это договор с дьяволом.

Здесь стоит отметить, что грузинская пресса также поддерживает образ Шеварднадзе как хитрого, расчетливого, ловкого игрока, способного с легкостью одурачить даже довольно опытного противника.

...*ერთმა მათგანმა მირჩია, მგას ეშმაკობაში ვერ აჯობებ და გირჩევნია გახსნილი კარტი ითამაშო...* (Н. Цибурия / ვიზის პალიტრა, 11.04.18). / ...один из них посоветовал, что в хитрости ты его не превзойдешь, поэтому лучше играй с ним с открытой картой.

Таким образом, метафоры формируют определенное представление о личности президента и его поступках.

Многие политические события, участником которых был Э. Шеварднадзе, осмысливаются посредством метафоры пути, движения: *steps* (шаги), *move* (движение), *stop* (остановка), *step down* (шаг назад), *flee* (бежать), *go* (идти). Окончание президентского срока, завершение политических проектов — это *the end of the road* (конец пути), *it is time to stop* (время остановиться).

Как известно, до того, как стать президентом Грузии, Шеварднадзе занимал пост министра иностранных дел СССР и совершал множество рабочих визитов в разные страны, в результате чего британские журналисты называли его *diplomatic globe-trotter* (дипломатический путешественник).

Georgian leader and former diplomatic globe-trotter Eduard Shevardnadze suffered the most humiliating reverse of his political career last night... (J. Kampfner / Irish Independent, 28.09.93). / Грузинский лидер и бывший дипломатический путешественник Эдуард Шеварднадзе прошлой ночью пережил самый унижительный отпор в своей политической карьере.

Метафорический образ президента Грузии также включает метафорические словоупотребления, относящиеся к тематической группе «Мир животных». Данная метафорическая модель является низкочастотной (7 %), однако привносит определенные смыслы в образ президента Грузии. Здесь стоит отметить, что наиболее растраженной в медиатекстах является метафора «ШЕВАРДНАДЗЕ — ЭТО ЛИСА»: *Grey Fox* (седой лис), *white fox* (белая лиса), *old fox* (старая лиса). Исследователи отмечают, что Э. Шеварднадзе сами же грузины называли *თეთრი მელა* (белой лисой), «имея при этом в виду его хитрые политические подходы» [Чедия 2014: 165], «оценивая его осторожность и ум» [Курманова 2018: 595]. Иными словами, прозвище Белого Лиса Шеварднадзе получил за седые волосы и репутацию осторожного, хитрого, коварного, ловкого, умного политика еще во времена Советского Союза, когда он был министром иностранных дел.

...*Georgia's white fox has prospered. Cunning has always been his trademark* (BBC, 10.03.98). / ...*Грузинская белая лиса процветает. Хитрость всегда была его торговой маркой.*

Как правило, в англоязычных СМИ в конце президентского срока появляется метафора *lame duck* (хромая утка) — неформальное прозвище политика, который покидает свой пост. Шеварднадзе не был исключением.

Многие исследователи политического дискурса отмечают такие характеристики политической сферы, как театральность, карнавальность, развлекательность. «Развлечение зрителей становится едва ли не главной составляющей политических дискуссий. Это признают как сами политики, так и политические комментаторы» [Горностаева, 2018: 58]. Таким образом, между театральным миром и политической сферой можно обнаружить много сходных черт: необходимость удерживать внимание зрителя, вызывать определенные эмоции, добиваться признания зрителя, играть ведущую роль, следуя сценарию, или импровизировать. В метафорический образ президента Грузии входят и театральные метафоры, но в основном это часто используемые стертые метафоры: *played a key role* (играл ключевую роль), *crucial role* (решающую роль), *big role* (большую роль), *keeps the show on the road* (продолжает шоу на дороге).

Государство, различные политические организации могут быть представлены в СМИ как здание, дом, стройка, которые можно *раздушить* (*destroy*), *построить* (*build*) / *перестроить* (*rebuild*), *закончить строить* (*complete the building*), у которых есть *двери* (*the doors*), *порог* (*a doorstep*). Так, президент Грузии, отстаивая интересы своей страны, может стучаться в двери, обивать пороги, пытаться попасть в определенное здание, тем самым увеличивая свой рейтинг.

"If I'm re-elected next year, we'll be knocking on Nato's door by the end of my second term in 2005," said Mr Shevardnadze (I. Traynor / The Guardian, 2.11.99). / „Если я буду переизбран в следующем году, мы будем стучать в дверь НАТО к концу моего второго срока в 2005 году“, — сказал Шеварднадзе.

Политики и журналисты довольно часто используют архитектурные метафоры, описывая различные изменения, убеждая в необходимости политических или экономических преобразований.

A decade ago, the silver-haired foreign minister of the USSR and the co-architect of Mikhail Gorbachev's perestroika, brought promises of democracy and development to post-Soviet Georgia (BBC, 7.11.03). / Десять лет назад седовласый министр иностранных дел СССР и архитектор перестройки Михаила Горбачева обещал демократию и развитие постсоветской Грузии.

Показательно, что грузинские СМИ тоже используют подобные метафоры.

ედუარდ შევარდნაძე მე-20 საუკუნის ერთ-ერთი გამორჩეული პოლიტიკოსია, რომელმაც მონაწილეობა მიიღო ცივი ომისა და საბჭოთა სისტემის დემონტაჟში (Mediamall, 26.01.18). / Эдуард Шеварднадзе — выдающийся политик XX века, который принимал участие в холодной войне и демонтаже советской системы.

Для нанесения вреда репутации политического оппонента и его дискредитации могут использоваться криминальные метафоры, например, *rob* (огранил), *stole* (украли). В метафорическом образе Э. Шеварднадзе это единичные случаи (1 %), которые появляются в конце президентского срока и используются в основном политическими оппонентами президента.

Mr Shevardnadze, Mikhail Gorbachev's foreign minister during the collapse of the former Soviet Union, has been accused by opposition leaders of poll-fixing and gerrymandering to rob them of victory (J. Strauss / The Telegraph, 11.12.03). / Шеварднадзе, министр иностранных дел Михаила Горбачева во время развала Советского Союза, обвинен оппозицией в том, что **украл** их победу.

Таким образом, метафорический образ Э. А. Шеварднадзе представляет собой совокупность метафорических моделей, передающих различные смыслы и оценки. Президент Грузии — это *военный, актер, архитектор, путешественник, врач, лис, представитель криминального мира*, при этом следует особо подчеркнуть, что, согласно британским СМИ, в период своего президентского срока Шеварднадзе — это прежде всего военный, который ведет борьбу, находится на передовой, заключает союзы, одерживает победы или проигрывает. В связи с этим можно предположить, что успешному политическому лидеру необходимо обладать рядом характеристик, присущих военному.

В целом нельзя сказать, что метафорический образ Э. Шеварднадзе в период его правления является отрицательным, скорее наоборот, метафорические словоупотребления, передающие отрицательные оценки, негативные смыслы, появляются в конце его президентского срока, поэтому, мы полагаем, перспективным представляется анализ структуры метафорических моделей в начале и в конце президентского срока, анализ динамики метафорического образа политического лидера в различные исторические периоды.

ЛИТЕРАТУРА

1. Вагенляйтнер Н. В. Языковой образ политика по данным современных печатных СМИ : дис. ... канд. пед. наук : 10.02.01. — Абакан, 2013. 22 с.
2. Газинская Ю. В. Языковые средства формирования образа центральных политических фигур в украинских печатных СМИ // *Вестн. Том. гос. ун-та. Сер. «Филология»*. 2012. № 358. С. 7—10.
3. Горностаева А. А. Границы дозволенного в политическом дискурсе: ироничность, черный юмор, деструктивность, сквернословие // *Политическая лингвистика*. 2018. № 1 (67). С. 57—65.
4. Дзюба Е. В. Образ политика в библиографической публицистике Р. А. Медведева: коммуникативные стратегии и тактики // *Политическая лингвистика: проблематика, методология, аспекты исследования перспективы развития научного направления*. — Екатеринбург : Урал. гос. пед. ун-т, 2015. С. 79—83.
5. Ивашова Е. С. Образ женщины-политика: в англоязычной прессе: языковая репрезентация гендерных стереотипов // *Вестн. МГИМО-университета*. 2011. № 5. С. 214—218.
6. Канетти Э. *Аспекты власти* / пер. с нем.: Л. Ионин. — М. : Ad Marginem, 1997. 528 с.
7. Кондратьева О. Н. Стратегии и тактики в дискурсе регионального политика (на материале выступлений врио губернатора Кемеровской области Сергея Цивилева) // *Политическая лингвистика*. 2018. № 4 (70). С. 35—46.
8. Кондратьева О. Н., Ковалева К. А. Динамика метафорических моделей в политической коммуникации (на примере выступлений Ю. Тимошенко) // *Политическая лингвистика*. 2016. № 4 (58). С. 34—46.
9. Курбанов И. А., Домбровская О. В. Структурирование метафорической модели «Политическая деятельность Барака Обамы — это война» в американском и российском политическом дискурсе // *Вестн. ЧГУУ*. 2011. № 7. С. 245—254.
10. Курманова Д. Б. Политический и психологический портрет Э. А. Шеварднадзе в СМИ // *Постсоветские исследования*. 2018. Т. 1. № 6. С. 593—599.
11. Нахимова Е. А. Прецедентные онимы в современной российской массовой коммуникации: теория и методика когнитивно-дискурсивного исследования : моногр. / ГОУ ВПО «Урал. гос. пед. ун-т». — Екатеринбург, 2011. 276 с.
12. Нахимова Е. А. Теория и методика когнитивно-дискурсивного исследования прецедентных онимов в современной российской массовой коммуникации : автореф. дис. ... д-ра филол. наук : 10.12.19. — Екатеринбург, 2011. 44 с.
13. Ли Сыци. Искусство речи Мао Цзэдуна // *Политическая лингвистика*. 2018. № 2 (68). С. 68—71.
14. Соколова Е. П. Технология формирования негативного образа политика в российских массмедиа (на примере президента Грузии Михаила Саакашвили) // *Гуманитарный вектор*. 2011. № 3 (27). С. 158—161.
15. Чедия Б. Парадигма постсоветского политического лидерства в Грузии // *Центральная Азия и Кавказ*. 2014. № 3(Т. 17). С. 154—166.
16. Шалифова О. Н. Медийный образ Хиллари Клинтон и средства его создания // *Поволжский пед. вестн.* 2016. № 3 (12). С. 95—100.
17. Шаманская М. А. Гендерный аспект языковой репрезентации образов Х. Клинтон и Д. Трампа в немецкоязычном медиадискурсе // *Вестн. Воронеж. гос. ун-та. Сер.: Лингвистика и межкультурная коммуникация*. 2017. № 3. С. 64—68.
18. Эвола Ю. *Метафизика войны* : пер. с англ. — Тамбов, 2008. 168 с.
19. Telegraph. URL: <https://www.telegraph.co.uk/search.html>.

В. Р. Муравлева
Москва, Россия

«АПЕЛЛЯЦИЯ К АВТОРИТЕТАМ» КАК ОДИН ИЗ СПОСОБОВ ЯЗЫКОВОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ В СОВРЕМЕННЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ ВОЙНАХ

Аннотация. Статья посвящена анализу применения и функционирования в современных средствах массовой информации такого средства языкового манипулирования, как «апелляция к авторитетам». Концепция статьи базируется на представлении о том, что манипулятивное речевое воздействие — это специфическая разновидность речевого воздействия, основанная на использовании языка для скрытого воздействия на адресата в интересах говорящего. В современном обществе в связи с большим потоком информации, циркулирующей в печатных и телевизионных средствах массовой информации, а также в сети Интернет, вопросы применения речевого воздействия становятся особенно актуальными. Языковая манипуляция направлена прежде всего на формирование у широкой аудитории определенных предпочтений, вкусов, потребностей, предрассудков, стереотипов, выгодных манипулятору. Активное изучение тактик и стратегий языковых манипуляций в дальнейшем сможет способствовать повышению устойчивости жителей Российской Федерации к активно ведущимся информационным войнам, что, в свою очередь, поспособствует национальной информационной безопасности нашего государства, а значит и защищенности населения. В данной статье мы сформулировали основные функции, выполняемые манипулятивным средством «апелляция к авторитетам», а также предложили их квалификацию, проиллюстрированную примерами из русско- и англоязычных средств массовой информации, а именно американского журнала по тематике международных отношений и внешней политики США «Foreign Affairs», а также российского еженедельного общественно-политического издания «Наша версия». Результаты исследования могут быть использованы при подготовке студентов-гуманитариев различных специальностей, прежде всего филологов, психологов, журналистов, а также будут интересны всем интересующимся вопросами языкового воздействия и манипулирования сознанием.

Ключевые слова: речевое воздействие; речевые тактики; СМИ; средства массовой информации; медиалингвистика; медиадискурс; медиатексты; языковое манипулирование.

V. R. Muravleva
Moscow, Russia

«APPEAL TO AUTHORITY» AS ONE OF THE LINGUISTIC MANIPULATION MEANS IN THE MODERN INFORMATION WARFARE

Abstract. The article is devoted to the analysis of the use and functioning in modern media of such a language manipulation tool as “appeal to authorities”. The concept of the article is based on the notion that manipulative speech exposure is a specific type of speech exposure based on the use of language to covertly influence the addressee in the interests of the speaker. In modern society, in connection with the large flow of information circulating in the print and television media, as well as on the Internet, the issues of using voice exposure are becoming especially relevant. Language manipulation is primarily aimed at the formation of a wide audience of certain preferences, tastes, needs, prejudices, stereotypes, beneficial to the manipulator. An active study of the tactics and strategies of language manipulation in the future will be able to increase the resilience of the inhabitants of the Russian Federation to actively waging information wars, which, in turn, will contribute to the national information security of our state, and therefore the security of the population. In this article, we formulated the main functions performed by the manipulative tool “appeal to authorities”, and also proposed their qualifications, illustrated by examples from the Russian and English-language media, namely the American journal Foreign Affairs and Foreign Affairs of the United States Foreign Affairs, as well as the Russian weekly socio-political publication Our Version. The results of the study can be used in the preparation of humanities students of various specialties, primarily philologists, psychologists, journalists, and will also be interesting to everyone interested in issues of language impact and manipulation of consciousness.

Keywords: speech effect; speech tactics; mass media; media linguistics; media discourse; media texts; language manipulation.

В наши дни центральной составляющей любой сферы жизни человека является информация. Именно по этой причине информационные войны получили сегодня такое распространение. В современном обществе речевое воздействие используется практически во всех сферах применения языка, но особенно активно — в печатных и телевизионных средствах массовой информации, а также в сети Интернет. Языковая манипуляция направлена прежде всего на формирование у широкой аудитории определенных предпочтений, вкусов, потребностей, предрассудков, стереотипов, выгодных манипулятору.

В настоящее время изучению различных аспектов речевого воздействия посвящено достаточно большое количество работ как российских, так и зарубежных исследователей, таких как Р. М. Блакара, Т. ван Дейка, О. С. Иссерс, Ю. К. Пироговой, И. А. Стернина, Н. А. Сидоровой и ряда других.

Целью данной статьи является изучение особенностей функционирования такого средства языкового воздействия, как «апелляция к авторитетам», в русско- и англоязычных печатных периодических изданиях.

Практическая значимость работы заключается в том, что ее результаты могут быть использованы как в процессе обучения будущих лингвистов, журналистов, политологов, так и в процессе профессиональной деятельности политиков, политтехнологов, журналистов, социологов, психологов. Кроме того, изучение приемов речевой манипуляции, используемых в текстах СМИ, дает возможность адресату этих текстов

распознавать данные приемы и тем самым уменьшать психологическое воздействие, оказываемое манипулятором.

В данной статье под речевым воздействием мы понимаем «воздействие человека на другого человека или группу лиц при помощи речи и сопровождающих речь невербальных средств для достижения поставленной говорящим цели» [Стернин 2001: 54]. Цель любого речевого воздействия — навязывание оппоненту своей точки зрения, изменение его мнения о чем-либо и сознательное принятие решения о каком-либо действии.

Информационное воздействие на адресата реализуется использованием ряда коммуникативных тактик и стратегий. Назвать их точное количество на сегодняшний день не представляется возможным в силу быстрого развития приемов языковой манипуляции. Одним из наиболее древних и частотных средств лингвистического воздействия является «апелляция к авторитетам».

Известный английский философ Дж. Локк в своей работе «Опыт о человеческом разумении», описывая четыре основных вида доводов убеждения, употребил латинское выражение «Argumentum ad verecundiam» («довод к скромности»). Сам Локк так объяснял смысл предлагаемого термина: авторы текста «приводят мнения людей, которым способности, ученость, высокое положение, власть или какая-нибудь другая причина создала имя и утвердила, по общему мнению, славу некоторого авторитета. Когда мнение о чем-либо достоинстве прочно установилось, то со стороны других считается нескромным каким-нибудь образом умалить его и подвергнуть сомнению авторитет обладающих им людей» [Локк 1985: 538]. По мнению автора, человек, воспользовавшийся данным доводом, убежден в своем выигрышном положении и готов «упрекать в „дерзости“ всякого», кто посмеет усомниться [Локк 1985: 538].

На сегодняшний день, действительно, «апелляция к авторитетам» признается одним из наиболее действенных, а следовательно, и популярных способов речевого воздействия.

В данной статье под «апелляцией к авторитетам» мы понимаем «ссылку на мнение или действия лица, прекрасно зарекомендовавшего себя в определенной области деятельности своими суждениями или поступками для усиления собственной коммуникативной позиции» [Салахова 2006: 16].

Данный коммуникативный ход оказывается достаточно действенным: ссылка на авторитет автоматически укрепляет позицию оратора в глазах реципиентов, сводит огонь возможной критики к минимуму [Воронович 2011: 39]. Сочетая в себе как рациональные характеристики, подразумевающие интеллектуальный контакт и обеспечивающие совпадение мнений и умозаключений, так и эмоциональную окрашенность, способствующую совпадению чувств и оценок, «апелляция к авторитетам» становится весомым аргументом, которому очень сложно противостоять.

Будучи использованным в различных контекстах и с различной целью, «апелляции к авторитетам» выполняют следующие функции:

– акцентирование внимания, подчеркивающее важность определенного действия, факта или участия тех или иных лиц: *Some officials, especially those in the Pentagon, were focused on completing the original mission: the ending defeat of ISIS* [McGurk 2019: 72];

– доказательная функция. Для повышения убедительности некоторых событий и ситуаций зачастую применяется апелляция к мнениям экспертов и специалистов в описываемой области: *No wonder 76 percent of Americans, according to a Gallup poll, disapprove of Congress* [D'Angelo, Ranalli 2019: 155].

Ссылаясь на авторитетный американский институт общественного мнения, автор не дает читателю никакой другой информации по данному опросу. Само имя Гэллага должно отменить любые сомнения и вопросы по поводу возраста, социального статуса и других характеристик респондентов, которые, в свою очередь, могли в значительной степени повлиять на интерпретацию данных результатов.

Вот и российские информагентства как бы вскользь отмечают: „Российское посольство в Судане эвакуировать не будут“ [Горевой 2019: 7].

В данном примере автор и вовсе скрывает все «явки и пароли» источника цитаты. Его убедительность основывается на привычной для многих ассоциации с тем, что источники, раскрывающие «истинные государственные тайны», боятся преследования со стороны силовых структур;

– эмоционально-выразительная функция, позволяющая воздействовать на адресата исключительно на интуитивно-эмоциональном уровне. Яркий образ «воздействует на подсознание и частично блокирует область „рацио“ — не позволяют ему трезво оценить картину и задать вопросы по сути дела» [Вирен 2018: 117]: *Even the famously paranoid Richard Nixon said, “When information which properly belongs to the public is systematically withheld by those in power, the people soon become ignorant of their own affairs, distrustful of those who manage them, and—eventually—incapable of determining their own destinies”* [D'Angelo, Ranalli 2019: 156].

Но вдруг после падения суданского „тирана“ аль-Башира, говоря словами американцев, весь этот „сброд из тиранов и несостоявшихся государств“ начнет разбегаться? [Горевой 2019: 7]

Эмоционально окрашенные образы «внедряются» в память и начинают воздействовать непосредственно на сознание, а человеку всегда кажется убедительным то, что он запомнил, так как данная информация, образ или идея становится для него уже не внешней, а его собственной [Кара-Мурза 2017: 219];

– функция снятия ответственности с автора статьи. Выражение своих мнений и убеждений, т. е. пользование свободой слова, налагает особые обязанности и сопровождается некоторыми ограничениями, установленными законом. Речь идет о необходимости уважать права и репутацию других лиц, охранять государственную безопасность, общественный порядок, здоровье и нравственность общества [Памятка 2004: 28]. Ссылка на автори-

тетный источник позволяет автору как бы оставаться в стороне и приводить «независимое» мнение, и таким образом формировать у аудитории определенные взгляды и оценки [Вирен 2018: 89]: *As Berman makes clear, the combination of free and fair elections, the rule of law, and widespread respect for democratic institutions that is today termed “liberal democracy” is a recent and rare achievement* [Foreign 2019: 171];

– функция экономии языковых средств, позволяющая автору не повторять общеизвестные или сформулированные ранее в тексте факты, концепции и цитаты: *In the 1960s, Mestmäcker, citing Hayek, supported the European Court of Justice as it established the supremacy of European over national law* [Wertheim 2019: 179].

Впрочем, можно было бы и не расписывать на несколько страниц, хватило бы и одной цитаты российского сенатора Андрея Климова [Горевой 2019: 6];

– создание видимости объективности высказывания/факта: *The third zone is dominated by the SDF and backed by Washington and its allies. Once the heart of the ISIS caliphate, this area comprises nearly one-third of Syria’s territory, with significant energy reserves, great agricultural wealth, and a population of nearly four million. France, the United Kingdom, and the United States all have special forces on the ground in this zone, and the broader coalition helps protect its airspace and contributes to stabilization programs* [McGurk 2019: 73].

В данном примере законность присутствия вооруженных сил США на территории Сирии доказывается присутствием там также ВС Франции и Великобритании. Следовательно, это не прихоть американцев, а объективная необходимость.

По словам знающих людей, Зеленский действительно хочет изменить Украину. И, похоже, может это сделать [Дмитриев 2019: 12—13].

Раз уж «знающие люди» верят в благие намерения президента Зеленского, то статья уже становится не просто выражением одобрения со стороны автора, а весьма «объективным» текстом, которому должен доверять каждый читатель.

Основываясь на анализе современных средств массовой информации, «апелляции к авторитетам» можно классифицировать по следующим параметрам.

1. По субъекту апелляции:

– олицетворенные, представленные людьми, персонажами литературы и т. п.: *Yet one need not be a radical antinuclear activist to arrive at the same conclusion that former Secretaries of State Henry Kissinger and George Shultz, former Secretary of Defense William Perry, and former Senator Sam Nunn arrived at in 2007, when they went public with their belief that disarmament—working toward “global zero”—is in the United States’ interest* [Tannenwald 2019: 23];

– неолицетворенные (прецедентные тексты, документы, теории или концепции и т. п.): *On the first track, Washington would try to encourage the Russians to compel the Syrian regime to cooperate in the UN-backed peace talks known as “the Geneva process* [McGurk 2019: 74]; *Михаил Саакашвили разместил в фейсбуке собственное медицинское заключение с политическими выводами: „Я давно знаю Петра Порошенко и могу засвидетельствовать, что он точно не алкоголик“* [Мусафирова 2019: 6].

Апелляция к социальным сетям в наши дни имеет особую весомость. Информация, опубликованная во «ВКонтакте», в «Одноклассниках», «Twitter» или «Facebook», воспринимается как априори искреннее заявление, не подлежащее сомнению, так как носит личный характер.

2. По характеру субъекта апелляции. Авторитетное лицо рассматривается как некая внешняя для говорящего инстанция, которая может быть личной и безличной: личная инстанция представляет собой некий определенный источник, конкретное лицо, обладающее индивидуальным разумом; в качестве безличной инстанции функционируют такие неопределенные источники суждения, как мнение или интересы сообщества, народная мудрость и другие:

– личная форма: *The Bolshevik revolutionary and the American president represented, in the eyes of the Geneva School neoliberals, the two main threats to capital: labor militancy (Lenin) and the principle of national self-determination, at least for white people (Wilson)* [Wertheim 2019: 176]; *Несмотря на 20 лет, проведенных в Америке, он знает русский язык, у него тут прекрасные связи, хорошие отношения лично с Шойгу, мы ему даем оружие, включая комплексы С-300* [Васильчук 2019: 2];

– безличная форма: *As part of these negotiations, the Russians claimed that they could keep Iranian-supported units at least 50 miles from the Golan Heights and agreed to allow UN peacekeepers to monitor a demilitarized zone there* [McGurk 2019: 76]; *Рабочих „Форда“ не устраивает размер выплат, предлагаемых работодателем при сокращении. А российский менеджмент, по мнению трудового коллектива, не готов к конструктивным переговорам* [Петлянова 2019: 4].

3. По количеству авторитетных субъектов:

– одно авторитетное лицо: *Things got worse after Vladimir Putin returned to the Russian presidency in 2012* [Tannenwald 2019: 20]. Данный вид апелляции акцентирует внимание на одном конкретном человеке, подчеркивая его весомость в той или иной ситуации. В данном случае виноватым во всех несчастиях автор представляет нам В. В. Путина;

– несколько лиц: *State Department officials, more enthusiastic than their Pentagon colleagues about the Prague agenda, nevertheless worried that the humanitarian campaign’s insistent demands for faster progress on disarmament detracted attention from the patient, step-by-step approach to disarmament they favored* [Tannenwald 2019: 23]. Такой способ апелляции повышает весомость аргумента за счет количества лиц, придерживающихся той или иной точки зрения.

4. По открытости источника:

– открытые: *По словам Медведева* (Спикер избирательного штаба П. Порошенко Олег Медведев. — В. Р.), владделец „Евролаба“ — человек ангажированный, давний добрый знакомый шоумена [Мусафирова 2019: 6];

– анонимные источники. Имена не всегда называются, гораздо важнее указание на достоверность и авторитетность источника, а также на область деятельности специалиста. Однако Памятка по вопросам назначения лингвистической экспертизы гласит, что «непрямое анонимное (без названия имени автора) цитирование возможно лишь в том случае, когда цитата хорошо известна всем образованным носителям русского языка и представляет собой либо так называемое крылатое выражение, либо афоризм» [Памятка 2004: 31—32], из чего следует, что с объективной точки зрения анонимные сведения не могут служить аргументом. Данный вид апелляции направлен скорее на эмоциональную базу адресата. Георгий Вирен называет ее «прием размытого источника», который «чаще всего употребляется именно тогда, когда и не известно, и небесспорно» [Вирен 2018: 131]: *One National Security Council spokesperson managed to capture the contradiction efficiently, telling a Washington Post columnist that the administration was “always looking for additional ways to achieve progress” on Obama’s Prague agenda, “while maintaining a credible deterrent for the United States, our allies and partners”* [Tanpenwald 2019: 22]; *Эксперты рассказали „Новой“ о расстановке сил в этом политическом конфликте и о том, какую выгоду владельцы „ЧВК Вагнера“ могут извлекать из сотрудничества с Хафтаром* [Васильчук 2019: 2].

5. По достоверности источника информации. Данная классификация основана на степени доверия автора и адресата авторитетному лицу:

– достоверные: *As Jack Abramoff, the disgraced former lobbyist, once explained in an interview, “What we did was we crafted language that was so obscure, so confusing, so uninformative, but so precise”* [D’Angelo, J., Ranalli 2019: 165].

Достоверность данного источника определена характеристикой авторитетного лица. Джек Абрамофф, будучи уже бывшим лоббистом, готов рассказать всю правду, ведь теперь терять ему совершенно нечего.

Так-то русские и украинцы вообще один народ, не верите — хоть у американских генетиков из Гарварда поинтересуйтесь, они давно выяснили, что у русских с украинцами, белорусами и поляками одна галлогруппа, евразийская, R1b [Горевой 2019: 6];

– относительная апелляция к авторитетному мнению эксперта-свидетеля, всегда субъективная: *Кроме Киева, я ещё долго гостил в селе в 140 километрах от столицы. Так вот, там соседка на вопрос о политических предпочтениях уверенно заявила: „Люди кажутъ, шо Ванга ще предсказала — Украина стане жити краще, коли президентом избере жинку!“* [Дмитриев 2019: 13].

В данном примере особенно интересно столкновение сразу двух авторитетных лиц: соседки — достоверность информации которой ставит под сомнение даже автор статьи, а также предсказательницы Ванги, в дар которой верит достаточно много людей. А если проследить цепочку авторитетов (Ванга — «люди» — «соседка»), то вспоминается детская игра «сломанный телефон», с помощью которого автор реализовал такую функцию «апелляции к авторитетам», как «снятие ответственности с автора статьи».

6. По отношению к авторитетному лицу:

– отрицательные — содержат «отрицательные характеристики лица — юридического или физического, поступков физического лица с точки зрения здравого смысла, морали („неписаного закона“) или с правовой точки зрения» [Памятка 2004: 26]: *Washington must accept some hard truths. The first is that Assad is not going anywhere. He is a mass murderer and a war criminal, but at this late stage, there is no chance that the United States or anyone else will unseat him* [McGurk 2019: 81]; *Тут давеча в МИДе спикер ведомства Мария Захарова вообще усомнилась, а братские ли мы народы. ... Но Захарова чиновник, ей все эти анализы крови — пустое. Да и поставлена она не прописные истины вещать, а толковать смыслы, транслируемые руководством её ведомства* [Горевой 2019: 6].

Автор статьи неприкрыто демонстрирует свое пренебрежительное отношение к пресс-секретарю российской МИД Марии Захаровой, выставляя ее тем самым недостоверным источником информации;

– положительные апелляции содержат сведения «о ситуации, событии (явлении, о лице, поступках лица), которые в системе ценностей данного общества (или на основании социально и культурологически обусловленных местных стереотипов восприятия и реагирования) считаются хорошими, похвальными, благоприятными для данного общества» [Памятка 2004: 26]: *Trump’s promised withdrawal has upended this situation.* [McGurk 2019: 80].

В данном примере президент Трамп представлен с положительной стороны, так как выполнил свое обещание — совершил честный, достойный уважения поступок.

7. Степени современности субъекта (относительно «времени автора» — «времени, совпадающего с реальным временем создания текста») [Глазков 2018: 158]:

– субъект из прошлого: *The Founding Fathers even wrote opacity into the Constitution, permitting legislators to withhold publication of the parts of proceedings that “may in their Judgment require Secrecy”* [D’Angelo, Ranalli 2019: 156]; *Могущественный генсек Никита Хрущёв с его водородной „кузькиной матерью“, Варшавским блоком восточноевропейских стран-сателлитов и всей ресурсной базой советской экономики пошёл на попятную в Карибском кризисе* [Горевой 2019: 7];

– настоящего: *In the end, it became clear that a joint plan with Turkey would require as many as 20,000 U.S. troops on the ground. Both Obama and Trump rejected that option, and in May 2017, Trump decided to directly arm the YPG to ensure that it could take Raqqa from ISIS* [McGurk 2019: 77].

Упоминание бывшего и действующего президент США, описанных в данной статье исключительно с поло-

жительной стороны, используется автором для подтверждения правильности решений правительства США по вопросам урегулирования конфликта в Сирии.

8. По семантике глагола, содержащегося в апелляции:

– вербальные (прямое и косвенное цитирование): *In the spring of 2018, Putin publicly stated that Russia wanted to see all foreign military forces (meaning Iranian, Turkish, and U.S. forces) leave Syria after the end of the civil war* [McGurk 2019: 75]; „Нет ни малейшего признака, — **резюмирует Соловей**, — что Москва откажется от своих внешнеполитических целей и произведёт стратегическую переоценку ситуации“ [Горевой 2019: 7];

– деятельностные: *Although Washington never found any instances of YPG members crossing the border to fight in Turkey, nor evidence that the PKK had operational control over the SDF or that U.S.-supplied weapons were making their way into Turkey, U.S. policymakers took pains to address Ankara’s concerns* [McGurk 2019: 77]; *И журнал негодюя выносит в подзаголовок звездовой статьи нелицеприятное: „Из тиранов и несостоявшихся государств Путин построил империю сброды (Ragtag Empire — sic!)“* [Горевой 2019: 7].

Таким образом, мы можем сделать вывод о том, что средство языкового воздействия «апелляция к авторитетам» является одним из основных при ведении информационных войн в связи с тем, что оно способно выполнять ряд функций, способствующих убедительности текста. Кроме того, частота использования данного средства также обусловлена вариативностью его формулировки, позволяющей акцентировать внимание читателя на различных характеристиках авторитетного лица.

ИСТОЧНИКИ

1. D’Angelo J., Ranalli B. The Dark Side of Sunlight How Transparency Helps Lobbyists and Hurts the Public // Foreign Affairs. May/June 2019. Vol. 98. N. 3. P. 155—168.
2. Wertheim S. A World Safe for Capital. How Neoliberalism Shaped the International System/ S. Wertheim // Foreign Affairs. May/June 2019. Vol. 98. N. 3. P. 175—182.
3. McGurk B. Hard Truths in Syria. America Can’t Do More With Less, and It Shouldn’t Try // Foreign Affairs. May/June 2019. Vol. 98. N. 3. P. 69—84.
4. Tannenwald N. The Vanishing Nuclear Taboo? How Disarmament Fell Apart // Foreign Affairs. Nov./Dec. 2018. Vol. 97. N. 6. P. 16—24.
5. Васильчук Т. «Если получится, будет нефть» // Новая газета. 2019. № 8. С. 2.
6. Горевой Р. Друзья по расчету // Наша версия. 2019. № 14 (689). С. 6—7.
7. Дмитриев И. «Одна бабка мне сказала, что Порошенко помре после выборов». В битве за власть на Украине в ход идут любые приемы // Наша версия. 2019. № 14 (689). С. 12—13.
8. Мусафирова О. Кровь. Моча. Волосы. Дебаты // Новая газета. 2019. № 8. С. 6—7.
9. Петлянова Н. «Меньше нам уже не дадут» // Новая газета. 2019. № 8. С. 4.

ЛИТЕРАТУРА

10. Вирен Г. В. Третья мировая... Информационная. — М. : Звонница — МГ, 2018. 276 с.
11. Воронович А. С. Апелляция к авторитету как коммуникативный ход публичной речи политического и религиозного дискурса : сб. работ 67-й науч. конф. студентов и аспирантов Белорус. гос. ун-та. (17—20 мая 2010 г., Минск). В 3 ч. Ч. 2. — Минск, 2011. С. 38—41.
12. Глазков А. В. Из реальности в текст и обратно: очерк прагматики нарративного текста. — М. : Де’Либри, 2018. 436 с.
13. Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием. — М. : Алгоритм, 2017. 464 с.
14. Локк Дж. Сочинения. В 3 т. Т. 2 / под ред. И. С. Нарского. — М. : Мысль, 1985. 560 с.
15. Памятка по вопросам назначения судебной лингвистической экспертизы : для судей, следователей, дознавателей, прокуроров, экспертов, адвокатов и юристов / под ред. М. В. Горбаневского. — М., 2004. 104 с.
16. Салахова А. Г. Речевые стратегии и средства их реализации в современных христианских немецкоязычных проповедях : автореф. дис. ... канд. филол. наук. — Уфа, 2006.
17. Стернин И. А. Введение в речевое воздействие. — Воронеж : Полиграф, 2001.

Д. С. Мухортов
Москва, Россия

МИФ О ТОНИ БЛЭРЕ — «ПРАВЕДНОМ ГЕРОЕ» КАК КОНСТАНТА В АВТОПОРТРЕТИРОВАНИИ ПОЛИТИКА

Аннотация. В данной статье выдвигается гипотеза о том, что Тони Блэр в бытность премьер-министром Великобритании и в свои постпремьерские годы активно эксплуатировал образ «праведного героя» (термин Чартериса-Блэка). Собранные доказательства позволяют рассматривать эту тактику как один из важных элементов мифотворчества данного политика. Анализ контекстов во временном промежутке 2001—2017 гг. указывает на то, что этот миф стал константой в автопортретировании Блэра. Статья поднимает проблемы имагологии, развивает методику исследования языковой личности политика и ставит новые задачи для дальнейших лингвоперсоналогических работ.

Ключевые слова: лингвоперсоналогия; политические деятели; премьер-министры; имагология; языковая личность; политические мифы; метафорические образы; политическая метафорология.

D. S. Mukhortov
Moscow, Russia

TONY BLAIR'S MYTH OF A RIGHTEOUS HERO AS THE CONSTANT IN SELF-PORTRAYAL

Abstract. This article hypothesizes that as Britain's Prime-Minister and former Prime-Minister Tony Blair was an active exploiter of an image of a righteous hero (terminology of Charteris-Black). The evidence suggests this tactic is a crucial element in the myth making of Blair. An analysis of contexts spanning 2001-2017 shows that this myth has become a constant in Blair's self-portrayal. The article discusses problems of political image studies, develops methods and models for analyzing a politician's stylistic behaviour, and sets new tasks for political personological research.

Keywords: linguopersonology; politicians; prime ministers; imagology; linguistic personality; political myths; metaphorical images; political metaphorology.

This paper seeks to analyze speeches of Tony Blair as the Prime Minister of Great Britain and as former Prime Minister in order to see what sort of political myths he promoted and if there was much of a variation in them over the years.

From the times of his premiership, Blair's main political myth has been his image of *a righteous hero* [Saduov 2008; Charteris-Black 2011].

In the 2001 speech on the terrorist's attack (9/11), Blair introduces two opposite forces, Great Britain along with other democratic countries and terrorism:

- "...it is plain that *citizens of many countries round the world including Britain* will have been caught up in this **terror**" [Blair 2001].
- "This is not a battle between the United States of America and terrorism but between *the free and democratic world* and **terrorism**".
- ("...the *sanctity or value of human life* and **we the democracies of the world must come together to defeat it and eradicate it**" [Blair 2001].

Here Blair presents democratic countries as a union. He repeatedly uses the word "terrorism" and "terror", stressing how inhumane are the people involved in such organizations ("As for those that carried out these attacks there are no adequate words of condemnation. Their *barbarism* will stand as their shame for all eternity" [Blair 2001]).

Blair sustains this myth in his later speeches:

- "**They** (terrorists, dictators) detest the **freedom, democracy and tolerance that are the hallmarks of our way of life**" [Blair 2003].
- "This is the time for this house, not just this government or, indeed, this prime minister...to show that *we will stand up for what we know to be right*, to show that we will confront the **tyrannies and dictatorships and terrorists** who put our way of life at risk, to show at the moment of decision that we have the courage to do the right thing" [Blair 2003].

In his 2007 resignation speech, Blair states:

- "**Hand on heart, I did what I thought was right. I may have been wrong. That's your call. But believe one thing if nothing else. I did what I thought was right for our country**" [Blair 2007].

Repetitions and the idiom "hand on heart" enhance the effect of persuasion. He uses the pronoun "I", creating the impression of an omniscient savior.

In his post-premier discourse, Blair resorts to this myth again. In his 2016 speech on the Iraq war inquiry, he deems it right to say what he said during his premiership allegedly thinking that it would be as effective as before:

- "But I did it because I thought it right and because I thought the human cost of inaction — of leaving Saddam in power — would be worse for **Britain and the world**" [Blair 2016].
- "9/11 was an event like no other in US history. I considered it an attack on all the free world. I believed that **Britain** — as America's *strongest ally* — should be with them in tackling this *new and unprecedented security challenge*. I believed it important that America was not alone..." [Blair 2016].

America is used as a “shield”, suggesting that the blame is not solely on him.

However, later the opposite force changed. For example, in the 2017 speech, it is *the active government*, namely Theresa May and her cabinet, who supported Brexit:

• “As the world changes and opens up across boundaries of nation and culture, which *values* will govern the 21st Century? ... **Britain**, because of its history, alliances and character, has a **unique role** to play in ensuring it is. How, therefore, can it be wise for us, during *this epic period of global evolution*, to be focused not on how we build *partnerships*, but how we *dissolve* the one to which we are bound by ties of geography, trade, shared values and *common interest*?” [Blair, 2017].

Blair implies that Britain is bound to participate in the major events that will lead to changes and development in the whole world. However, Britain cannot act on its own; it should maintain its alliances with Europe and America, and thus, Great Britain should not leave the EU. Blair considers such an act to be the demolishing of the centuries-old ties. Thus, he criticizes the active government and offers strong arguments, bringing up historical ties, and the notion of unity and joint forces.

Speaking of Theresa May, Blair says: “Mrs May *threatens* our European neighbours” [Blair, 2018]. He says “our”, as if he were separating Britain from May, or vice versa. The verb “threaten” is an appropriate word to describe the actions of the “evil”, “enemy”, which is opposed to the people.

In his 2018 speech, Blair continues to use this new modification of his political myth:

• “Europe should understand its vital role in being America’s **partner** irrespective of any differences with any one American policy or President; and the USA should see in the European Union — and I mean one united and — my hope — with **Britain still in it** — a vital supportive weight to help it counter *those who challenge us*” [Blair 2018].

Here Blair sees Britain as part of the EU, and stresses the importance of joining forces with America, due to the threat of “those who challenge us”. Blair appeals to Europe’s sense of reason, saying that even though the EU may not like the current President of the US, it should maintain the partnership with it. Thus, in this case the opposite force is something outside the EU and America, presumably, terrorists.

Overall we can see that the major political myth (a righteous hero), used by Blair from the times of his premiership, continues to be part of his post-premier discourse. In 2017, the opposite force changes due the emergence of a new “enemy”. However, the main principle of the political myth is preserved.

REFERENCES

1. Charteris-Black J. Politicians and Rhetoric: The Persuasive Power of Metaphor. — Springer, UK, 2011.
2. Садуов Р. Т. Мифология в политическом дискурсе: анализ речей Тони Блэра // Политическая лингвистика. 2008. № 3 (26). С. 95—102.
3. Blair T. General election victory speech. 2001. URL: <https://www.theguardian.com/politics/2001/jun/08/election2001.electionspast1>.
4. Blair T. On September 11 attacks. 2001. URL: <https://www.theguardian.com/world/2001/sep/11/september11.usa9>.
5. Blair T. The Opening Speech at the House of Commons Debate on the Iraq Crisis. 2003. URL: <https://www.theguardian.com/politics/2003/mar/18/foreignpolicy.iraq1>.
6. Blair T. Blair’s resignation speech. 2007. URL: <https://www.theguardian.com/politics/2007/may/10/labourleadership.labour2>.
7. Blair T. Blair’s statement in response to the Iraq war inquiry. 2016. URL: <https://www.independent.co.uk/news/uk/politics/chilcot-report-tony-blair-read-response-statement-in-full-iraq-war-inquiry-a7123251.html>.
8. Blair T. Tony Blair’s speech on blocking Brexit. 2017. URL: <http://uk.businessinsider.com/tony-blair-full-speech-on-blocking-brexite-article-50-eu-second-referendum-2017-2>.
9. Blair T. Remarks by Tony Blair on receiving the Lincoln Leadership Award. 2018. URL: <https://institute.global/news/tony-blair-we-must-learn-again-politics-building-bridges>.

И. В. Огорелков
Москва, Россия

АВТОРОВЕДЧЕСКАЯ ИДЕНТИФИКАЦИЯ ТЕКСТОВ ПОЛИТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА: ЭВОЛЮЦИЯ МЕТОДОВ

Аннотация. В статье рассматриваются вопросы автороведческого идентификационного исследования текстов политического дискурса. Цель статьи заключается в выявлении, описании и классификации основных методов проведения подобных исследований, приводятся иллюстративные примеры успешных оперативно-разыскных мероприятий, проведенных по результатам автороведческих идентификационных исследований и экспертиз. Автором также указываются основные перспективные направления развития идентификационных автороведческих экспертиз.

Ключевые слова: политический дискурс; политическая лингвистика; автороведческая идентификация; речемыслительный навык; признаки письменной речи; экспертная практика; методы автороведческой идентификации.

I. V. Ogorelkov
Moscow, Russia

AUTHORS' IDENTIFICATION OF POLITICAL DISCOURSE TEXTS: AN EVOLUTION OF METHODS

Abstract. The article discusses the issues of authoring identification research of texts of political discourse. The purpose of the article is to identify, describe and classify the main methods for carrying out such studies, illustrative examples of successful operational-search measures conducted based on the results of authoring identification research and examinations are given. The author also indicates the main promising areas for the development of identification autologic examinations.

Keywords: political discourse; political linguistics; autologic identification; speech-cognitive skill; signs of written language; expert practice; methods of autologic identification.

Автороведческое исследование с целью идентификации автора текста политического дискурса по особенностям письменной речи имеет большое значение в экспертной практике по обеспечению оперативно-разыскных и следственных мероприятий. В связи с этим повышаются требования к надежности выводов этого вида криминалистических исследований, что требует выделения систем информативных идентификационных признаков, разработки методов оценки их идентификационной значимости и правил принятия решения по результатам исследований.

В автороведческой идентификации необходимо прежде всего полное, разнообразное и максимально подробное описание особенностей письменной речи. Необходимость такого описания вызвана тем, что цель исследования — поиск особенного, специфичного, отражающего индивидуальность речемыслительного навыка человека.

Конечной целью автороведческого идентификационного исследования является установление тождества/различия речемыслительного навыка, отразившегося в исследуемых текстах. Основанием для отождествления или разделения являются комплексы проявившихся в исследуемых текстах устойчивых свойств навыка — его признаков. Так же как разработка почерка в почерковедении, модель речемыслительного навыка используется при розыске ее «владельца» (после чего проводится сравнительное исследование и отождествление/разделение навыка).

Модель навыка строится в соответствии со структурой навыка: определяются отразившиеся в тексте нормы языка, речи и мышления, включая отклонения от них. Модель навыка состоит из признаков письменной речи, которые группируются по тем нормам, к которым принадлежат. Соответственно, выделение групп признаков, имеющих прямое отношение к нормам языка, речи и мышления, приобретает первостепенное значение для проведения идентификационного автороведческого исследования.

Основными группами признаков, которые используются при проведении автороведческой идентификации, являются следующие:

- смысловые (содержательные);
- текстологические (логико-структурные);
- языковые (лексические, стилистические, морфологические, синтаксические, орфографические, пунктуационные);
- психолингвистические (психологические);
- дословные;
- частотные (количественные).

Тождество/различие вышеуказанных признаков определяется в результате проведенного полного анализа письменной речи автора (авторов) документов политического дискурса, представленных на автороведческое идентификационное исследование.

В рамках идентификационного автороведческого исследования решаются следующие вопросы:

- одним или разными лицами составлены части спорного текста;

- является ли автором нескольких спорных текстов одно и то же лицо;
- является ли автором спорного текста лицо, образцы высказываний (тексты) которого представлены для сравнения.

Объектами идентификационного автороведческого исследования являются книги, брошюры, журналы, листовки, заявления, обращения, жалобы, письма, статьи, электронные ресурсы (записи в блогах, сайты, веб-архивы).

Процесс проведения идентификационного автороведческого исследования подразделяется на четыре стадии [Рубцова, Ермолова, Безрукова, Огорелков 2007]. Это, во-первых, оценка объектов исследования с точки зрения пригодности для анализа; во-вторых, раздельное исследование сравниваемых объектов; в-третьих, собственно сравнительное исследование; и, в-четвертых, оценка выделенных признаков и формулирование выводов.

На первой стадии определяется пригодность представленных объектов для проведения идентификационного автороведческого исследования. Автороведческое исследование предъявляет к своим объектам ряд требований. Образец письменной речи — это текст, являющийся свободным высказыванием проверяемого лица. В противном случае в них могут быть введены намеренные и ненамеренные искажения, связанные с подражанием навыкам других лиц либо с прямым цитированием текстов, составленных другими лицами. Как и спорные тексты, так и тексты-образцы должны быть достаточно велики по объему (не менее 1000—1500 слов).

Свободные образцы письменной речи — это тексты, составленные проверяемым лицом вне связи с делом, по которому назначена экспертиза, и до его возбуждения. Они являются наиболее информативным в идентификационном плане сравнительным материалом. При их надлежащем объеме и подготовке эксперт имеет возможность получить ясное и полное представление об особенностях речевого поведения проверяемого лица в той или иной ситуации письменного сообщения, об устойчивости и пределах вариационности признаков его письменной речи в текстах конкретного стиля.

Свободные образцы письменной речи должны соответствовать исследуемому тексту по следующим основным характеристикам:

- языку изложения (свободные образцы должны быть выполнены на том же языке, что и спорный документ);
- времени составления текста (между составлением спорного текста и текста-образца не должно быть значительного разрыва во времени — это требование связано с тем, что отдельные особенности навыка со временем претерпевают значительные изменения);
- принадлежности к определенному функциональному стилю речи (свободные образцы должны быть составлены в рамках того же функционального стиля — официально-делового, разговорного, публицистического, научного);
- четкому отображению свойств навыка (тексты, подвергавшиеся корректуре и, в особенности, редактуре, малопригодны для исследования, в этом случае свойства навыка автора могут быть существенно искажены);
- состоянию автора (если известно, что автор исследуемого текста в период его создания находился в необычном состоянии, то желательно (по возможности) представить образцы, составленные в аналогичном состоянии).

На второй стадии автороведческого идентификационного исследования устанавливается, в какой мере представленные на исследование объекты отвечают вышеперечисленным требованиям и в связи с этим определяется степень их пригодности для проведения автороведческого исследования. Те объекты, где свойства навыка отразились свободно, исследуются в дальнейшем; объекты, информативность которых недостаточна, из дальнейшего идентификационного исследования исключаются.

В процессе раздельного автороведческого исследования определяется содержание навыков, отразившихся в спорных текстах и текстах-образцах. Эта стадия предваряет сравнительное исследование, поскольку, прежде чем начнется отождествление, содержание сравниваемых навыков должно быть установлено со всей определенностью. Раздельное исследование позволяет исключить случайные совпадения и различия.

При раздельном изучении навыков проверяется их устойчивость — наличие последовательного проявления признаков навыка на протяжении всего высказывания. В результате исключаются элементы подражания чужим навыкам; определяется, принадлежит ли весь текст автору, или имеет место монтаж; определяется наличие редактур и корректуры.

В результате раздельного исследования по каждому из сравниваемых текстов составляется модель отразившегося в нем навыка.

На стадии сравнительного исследования выявленные в результате исследования спорных текстов и текстов-образцов модели речемыслительного навыка сравниваются на предмет их отождествления либо различия.

Степень достоверности идентификационного вывода зависит:

- 1) от того, насколько полно в исследуемых текстах проявился речемыслительный навык;
- 2) от того, насколько устойчивым этот навык является.

Под полнотой проявления навыка понимается его проявление во всех группах индивидуализирующих признаков; под устойчивостью — повторяемость модели навыка на всем протяжении текста.

Практика показывает, что комплекс особенностей, на основании которого принимается решение, должен включать не менее 30 высокоинформативных признаков. Идентификационная значимость комплекса совпадений (при положительном выводе) и различий (при отрицательном выводе) должна быть существенно больше, чем значимость противоположных признаков.

Ранее автороведческие идентификационные задачи, в основном решались на основе качественного анализа смысловых и языковых структур, выявленных в текстах исследуемых документов политического дискурса.

В экспертной практике одним из наиболее ярких примеров использования методов качественного анализа является проведение идентификационной автороведческой экспертизы анонимных обращений политического

характера к органам власти г. N, в результате которого была доказана причастность к составлению текстов обращений гражданина С.

В письменной речи проверяемого лица и текстах анонимных обращений были выявлены существенные лексические, синтаксические, морфологические совпадения отдельных слов и выражений, что явилось основанием для категорического положительного вывода в рамках автороведческой идентификационной экспертизы.

С развитием интернет-технологий, расширением информационной базы современного русского языка, возникновением новых задач автороведческой идентификации, традиционные автороведческие методики, составленные в «советское» время, оказались неэффективными. Возникла необходимость существенно расширить методическое и научное обеспечение эксперта-автороведа, тем самым повысить надежность и обоснованность выводов идентификационных автороведческих исследований.

Широкое распространение в автороведческой идентификационной экспертизе получили так называемые компьютерные методы [Argamon 2018], которые, по мнению многих авторов, не основаны на интуиции эксперта, вследствие чего результаты, полученные на их основе, воспроизводимы.

В общем виде «компьютерный» подход к идентификации автора текста заключается в построении классификатора, на входе которого — численные значения различных параметров текста, извлеченных, как правило, автоматически — слов, частей речи; реже — синтаксических и семантических параметров.

В опубликованных «компьютерных» работах говорится о достижении точности свыше 80 % для текстов 100 авторов, свыше 30 % — для 10 000 авторов и т. д. [Литвинова Т. А., Литвинова О. А. 2015]. Однако следует отметить, что большинство из них обладает рядом особенностей, делающих их результаты непригодными для использования в рамках автороведческой экспертной идентификации:

- для апробации методов количественного анализа анализируются тексты только большого объема (от 10 000 слов);
- ученые ориентированы преимущественно на точности создаваемых ими моделей и не рассматривают как полноценные компоненты языковые признаки;
- авторы работ стараются решить проблемы, далекие от задач автороведения, к примеру, ставят задачу идентификации автора из большого круга лиц (несколько сотен и даже тысяч).

Таким образом, применение методов качественного или количественного анализа не решило ряд существенных проблемных моментов автороведческой идентификации, а именно:

1. В условиях интернет-коммуникации основной формой взаимодействия пользователей являются монологические и диалогические тексты. Монологические формы реализуются в виде публичных сообщений, размещаемых пользователями под своим ником, или сообщений, направляемых адресантом в адрес какой-либо инстанции. Диалогические формы и их разновидности (устно-письменные формы) реализуются в виде переписки с другими пользователями, которая может протекать в формате личной или публичной беседы. Для лингвистического анализа данных разновидностей текстов используются различные методические подходы, что не позволяет сформировать единый алгоритм исследования данных групп текстов.

2. Много трудностей вызывает получение и отбор сопоставимых с исследуемым криминалистически значимым текстом образцов письменной речи проверяемого лица. Значимыми характеристиками текстов являются: жанровая сопоставимость, адресант текстов, их тематика, объем, временной период создания.

3. Нет единых критериев оценки объектов исследования и формулирования выводов (категорических или вероятных) в рамках идентификационной автороведческой экспертизы.

4. Не существует кодификатора количественных и качественных признаков письменной речи автора (авторов) идентифицируемых текстов; их соотношения по информативности и значимости.

В ведущих экспертных учреждениях РФ в настоящее время ведется активная работа по созданию научно обоснованных и проверенных на практике, принципиально новых по содержанию (эволюционных) методических разработок, сочетающих количественные и качественные методы проведения автороведческих идентификационных исследований текстов политического дискурса.

Основными перспективными направлениями развития идентификационных автороведческих исследований текстов политического дискурса являются следующие:

- объективизация оценки информативности выделенного комплекса признаков письменной речи;
- оценка сопоставимости особенностей письменной речи одного автора при использовании им различных стилей речи;
- разработка новых методов решения идентификационных задач на основе компьютерных технологий;
- создание эталонных корпусов текстов лиц различных национальностей, профессий, возрастов.

Для решения указанных выше задач представляется необходимой разработка комплекта методик по автороведческой идентификационной экспертизе, в котором будет подробно проработана концепция идентификационного автороведческого исследования; методологические, правовые, организационные, технические и иные аспекты проведения автороведческих идентификационных экспертиз.

ЛИТЕРАТУРА

1. Литвинова Т. А., Литвинова О. А. Идентификация и диагностирование автора письменного текста. — Воронеж : Изд-во ВГПУ, 2015.
2. Рубцова И. И., Ермолова Е. И., Безрукова А. И., Огорелков И. В. Комплексная методика производства автороведческих экспертиз. — М., 2007.
3. Argamon S. Computational Forensic Authorship Analysis Language and Law // *Linguagem e Direito*. 2018. № 5(2). P. 7—37.

А. Д. Пашкова
Екатеринбург, Россия

ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА РЕПРЕЗЕНТАЦИИ ОБЩЕЙ ОЦЕНКИ РЕФОРМЫ ОБРАЗОВАНИЯ В АМЕРИКАНСКОМ МЕДИАПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

Аннотация. Работа посвящена специфике репрезентации общей оценки в отношении реформы образования США и ее основных деятелей в американском медиаполитическом дискурсе. В статье рассматриваются элементы оценочной модальной рамки, типология оценочных значений, а также лексические единицы общей оценки, проявляющие в различной степени характеристики «хороший» или «плохой».

Ключевые слова: категория оценки; типология оценочных предикатов; обобщенные предикаты; медиалингвистика; медиадискурс; медиатексты; политический дискурс; реформа образования.

A. D. Pashkova
Yekaterinburg, Russia

LINGUISTIC MEANS FOR REPRESENTATION OF GENERAL EVALUATION OF EDUCATION REFORM IN AMERICAN MEDIA-POLITICAL DISCOURSE

Abstract. The research is devoted to the specificity of representation of general evaluation with regard to US education reform and its main figures in American media-political discourse. The article focuses on the elements of modal evaluative frame, typology of evaluative meanings along with lexical units of general evaluation in varying degrees manifesting such features as «good» or «bad».

Keywords: evaluation category; typology of evaluative predicates; predicates of general evaluation; media linguistics; media discourse; media texts; political discourse; educational reform.

В настоящее время в лингвистике существует большое количество подходов к рассмотрению категории оценки. Это обуславливает отсутствие единого определения и классификации последней. Так, Н. Д. Арутюнова определяет оценку как «умственный акт, в результате которого устанавливается отношение субъекта к оцениваемому объекту с целью определения его значения для жизни и деятельности субъекта» [Арутюнова 1988: 108]. М. Р. Желтухина считает, что оценка — это «совокупность разноуровневых языковых единиц, объединенных оценочной семантикой и выражающих положительное или отрицательное отношение автора к содержанию речи» [Желтухина 2003: 139]. Е. М. Вольф, разделяя понятия «оценка» и более широкое «квалификация», говорит о том, что «оценка в узком смысле слова — это противопоставление по признаку хорошо / плохо. В понятие квалификации входит собственно оценка и некоторые другие свойства, например, параметрические (большой / маленький, узкий / широкий и т. п.)» [Вольф 1985: 280]. Следует отметить, что оценка может быть рассмотрена не только в традиционных аспектах, но и в области полевых структур, в рамках прагматических и когнитивных исследований. Современные ученые предпринимают попытки системного изучения категории оценки, функционирующей в дискурсах разного типа (Т. В. Михайлова, Ю. О. Бронникова, Л. В. Сретенская, О. В. Новикова, О. И. Рыбальченко и др.).

Вместе с тем категория оценки имеет эвристическую ценность и подразумевает сравнение. Многие исследователи указывают, что «языковое оценочное значение представляет собой структуру, основные элементы которой, в свою очередь, не соответствуют составляющим логической структуры оценки» [Минемуллина 2015: 25]. Е. М. Вольф отмечает, что оценка, включенная в контекст, представляет собой структурно-организованную модальную рамку, «которая накладывается на высказывания и не совпадает ни с его логико-семантическим построением, ни с синтаксическим» [Вольф 1985: 24]. Элементами оценочной модальной рамки являются субъект, объект оценки и связывающий их предикат — оценочное отношение, которое может быть выражено отдельным словом или значением всего высказывания. Кроме того, к основным составляющим модальной рамки относятся шкала оценок и стереотипы, от которых отталкивается субъект в процессе оценивания. Дополнительными (факультативными) элементами оценочной составляющей являются аспект, оценочные классификаторы, мотивировки, различные средства интенсификации и деинтенсификации, оценочные средства и др. Данные элементы отражают сложность оценочной структуры [Минемуллина 2015: 25—26].

Обратившись к вопросу типологии оценочных значений, отметим, что в настоящее время отсутствует единая и полная классификация оценки. Имеющиеся типологии отличаются степенью обобщенности и сложным образом взаимодействуют друг с другом.

Наиболее общей является классификация оценочного значения по аксиологическому критерию:

- мелиоративная оценка (объект оценивается положительно),
- пейоративная оценка (объект оценивается отрицательно) [ibid].

При классификации оценочных значений с учетом влияния контекста на выявление смысла оценочной языковой единицы выделяют ингерентную (системно-языковую, эксплицитную) и адгерентную (окаzionale, имплицитную) оценки [Якушина 2003].

Разделяя оценочные значения по критерию наличия или отсутствия в них эмотивного компонента, некоторые исследователи (Е. М. Вольф, В. Н. Телия, С. С. Хидекель, Г. Г. Кошель, М. А. Ягубова и др.) выделяют рациональные и эмоциональные оценки [Минемуллина 2015: 54].

В настоящее время наиболее разработанной является классификация оценочных предикатов по основаниям оценки, предложенная Н. Д. Арутюновой [Арутюнова 1989: 45—53]. Исследователь выделяет общеоценочные и частнооценочные предикаты, которые, в свою очередь, делятся на группы согласно основанию оценки.

Опираясь на подробную классификацию Н. Д. Арутюновой, мы проанализировали научные статьи, медийные публикации, обращения, интервью, посвященные реформе образования США и ее основным деятелям за 2012—2019 гг. В ходе работы нами был выявлен 1261 пример употребления оценочных предикатов, среди которых наиболее распространенными являются предикаты общей оценки (49 %). Особенности употребления последних будет посвящена данная статья.

Основная функция общей оценки заключается в определении объекта действительности как хорошего или плохого, согласно с мнением адресанта, выражении аксиологического итога.

Общеоценочные предикаты выражаются прилагательными *good* (хороший) и *bad* (плохой), а также их синонимами с разными экспрессивными и стилистическими оттенками — *great*, *excellent*, *perfect*, *poor*, *awful*, *terrible*, *horrible*. Основанием для общей оценки является случайная характеристика объекта, что обуславливает большую валентность общеоценочных предикатов в коммуникативной ситуации оценки [Осташова URL].

Вслед за С. Е. Токмаковой отметим, что «лексемы, выражающие общую оценку, могут быть сгруппированы в разряды в зависимости от характера оценки, меры оценки, отсутствия или наличия средств субъективной оценки» [Токмакова 2015: 89]. Лексические единицы общей оценки отражают градуальные признаки, проявляя в различной степени характеристики «хороший» или «плохой».

Высказывания с лексемами положительной оценки («хороший») составляют 75 % и распределяются следующим образом в зависимости от степени проявляемого признака:

Положительна оценка

Good — хороший (41 %):

If you are a good teacher then you don't need incentives or rewards [Polley URL] / Если ты — хороший учитель, тогда тебе не нужны стимулы и награды.

Интересным примером употребления общей оценки в отношении деятелей реформы образования является определение «*do-gooders*». Данное выражение может быть переведено на русский язык как «благотетели», но, употребленное авторами статьи в кавычках, приобретает противоположный, пейоративный смысл.

Аффективные и стилистические синонимы общеоценочных прилагательных могут также выполнять функцию аксиологического итога.

Great — большой, отличный, великий (39 %)

Educators look at the schools we consider great and assume that if we take on their structure, our schools will immediately show the same results; it doesn't work like that [Kearney URL] / Преподаватели смотрят на школы, которые мы считаем отличными, и полагают, что если мы применим их структуру, наши школы немедленно покажут такие же результаты; это не работает таким образом.

Excellent, perfect — отличный, превосходный (9 %)

Excellent curriculum creates excellent teachers, which in turn creates excellent students [Jacob, Adams URL] / Отличная учебная программа создает отличных учителей, которые, в свою очередь, создают отличных учеников.

В последнем примере оценочное прилагательное *excellent* (*Excellent — extremely good or of very high quality*) усиливает положительную характеристику объекта оценки, соотнося его с центром положительной категории.

Оценка, осуществляемая с помощью общеоценочных единиц, может базироваться на когнитивном механизме сравнения. Приведем примеры:

A good education is costly, but a poor education costs more [Jacob, Adams URL] / Хорошее образование дорого, но плохое образование стоит еще больше.

В данном случае объектом оценки является процесс обучения, при этом бинарная оппозиция «хороший» — «плохой» усиливает экспрессивность, эмоциональный заряд высказывания.

Перейдем к лексемам с отрицательной оценкой, которые используются в 25 % случаев употребления.

Отрицательная оценка

Bad — плохой (8 %):

... education is so inadequate that things are extremely bad for 100's of millions of people [Hedges URL] / Образование настолько неадекватно, что дела чрезвычайно плохи для сотен миллионов людей.

Unlike a bad economy, poor educational achievement creeps up on us [Klein URL] / В отличие от плохой экономики, плохая академическая успеваемость подкрадывается к нам.

Poor — бедный, плохой (15 %)

Program-governance reforms arose as a remedy to the nation's poor results showing on international comparisons of economic and educational performance [Jacob, Adams URL] / Программа управления реформами возникла как лекарство от плохих результатов нации, показываемых при сравнении международных показателей экономической и образовательной эффективности.

Как показывают вышеуказанные примеры, слово «*poor*» нередко становится синонимом слова «*bad*», причем употребляется почти в два раза чаще в исследуемом нами материале.

Awful, terrible — ужасный (2 %)

That path veered into a mucky, tangled web of bureaucracy, blind subordination, and cold implementation of terrible curriculum [Dixon URL] / *Этот путь изменил направление к грязной, спутанной паутине бюрократии, слепой субординации и холодного выполнения ужасного учебного плана.*

Большинство из перечисленных нами выше лексем выражает не только рациональную, но и эмоциональную оценку, так как эмоциональность свойственна именно тем единицам, которые называют высокую степень признака [Балли 2003: 258], что особенно ярко прослеживается в последнем примере.

Вместе с тем необходимо отметить, что, несмотря на общую пейоративную направленность исследуемых нами публикаций, в них преобладают лексемы с положительным значением (75 %). Это соответствует тенденции современного английского языка, где в языковой практике наблюдается преобладание лексем с положительным оценочным значением. Согласно Национальному британскому корпусу (дата обращения — 16 сент. 2019 г.), на примере лексем «хороший» и «плохой» мы можем увидеть следующее соотношение: 85 % — 15 %.

Таким образом, в медиаполитическом дискурсе, посвященном реформе образования США и ее основным деятелям, общая оценка имеет явные градуальные признаки, а именно в различной степени манифестируются свойства «хороший» или «плохой». На языковом уровне, несмотря на пейоративную направленность большинства публикаций, зона положительной оценки по сравнению с отрицательной представлена бóльшим количеством лексем.

ЛИТЕРАТУРА

1. Арутюнова Н. Д. Типы языковых значений: оценка. Событие. Факт. — М. : Наука, 1988. 108 с.
2. Балли Ш. Французская стилистика. — М. : Изд-во иностр. лит-ры, 1961. 258 с.
3. Вольф Е. М. Функциональная семантика оценки. — М. : Наука, 1985. 280 с.
4. Желтухина М. Р. Масс-медиаальная коммуникация: языковое сознание — воздействие — суггестивность // Язык. Сознание. Коммуникация : сборник статей. 2003. Вып. 24. С. 139
5. Минемуллина А. Р. Оценочные прилагательные в языке современных средств массовой информации : дис. ... канд. филол. наук. — Киров, 2015. 264 с.
6. Токмакова С. Е. Эволюция языковых средств передачи оценки и эмоций (на материале литературной сказки XVIII—XXI веков) : дис. ... канд. филол. наук. — Воронеж, 2015. 211 с.
7. Якушина Р. М. Динамические параметры оценки : (на материале современного английского языка) : дис. ... канд. филол. наук. — Уфа, 2003. 179 с.
8. Dixon G. 8 Things The U.S. Must Do Now To Save Public Education. URL: http://www.huffingtonpost.com/entry/8-things-the-us-must-do-now-to-save-public-education_us_57d4af40e4b0273330ac42f5?utm_hp_ref=education-reform (date of access: 16.09.2019)
9. Hedges C. Why the United States Is Destroying Its Education System. URL: <https://www.truthdig.com/articles/why-the-united-states-is-destroying-its-education-system/> (дата обращения 16.09.2019)
10. Jacob E., Adams J. Education Reform. URL: <https://education.stateuniversity.com/pages/1944/Education-Reform.html> (date of access: 16.09.2019).
11. Kearney P. J. There Is No Silver Bullet For Educational Reform. URL: https://www.huffpost.com/entry/there-is-no-silver-bullet_b_58f52a6be4b048372700daab (date of access: 16.09.2019).
12. Klein J. The Failure of American Schools. URL: <https://www.theatlantic.com/magazine/archive/2011/06/the-failure-of-american-schools/308497> (date of access: 16.09.2019).
13. Polley H. Education Reform Improving Education. URL: <https://howieswebs.ipage.com/resources/educationreform.html> (date of access: 16.09.2019).

А. А. Петрова
Новосибирск, Россия

ФЕЙКОВЫЕ НОВОСТИ В АСПЕКТЕ ЛИНГВИСТИЧЕСКОЙ ЭКСПЕРТИЗЫ

Аннотация. Рассматриваются причины широкого распространения фейковых новостей, их классификация, приведены черты недостоверных статей, а также рассмотрен вопрос возможности исследования фейков в рамках лингвистической экспертизы. Фейковые новости прежде всего делятся на две группы — на юмористические (по-другому, сатирические) новости и на «настоящие» фейки. Вторые можно классифицировать с учетом ряда параметров (соотношение правдивой и ложной информации, цель создания: дискредитация определенного лица, получение экономической выгоды, повышение трафика сайта и др.; канал распространения: печатные издания, радио, Интернет, телевидение). Определяются языковые маркеры фейковых новостей (эмоционально окрашенная лексика; однополярность мнений, противопоставление «свой» — «чужой», некорректная презентация статистических данных, гиперболизация, прецедентные феномены, отсутствие ссылок на источники информации).

Ключевые слова: фейковые новости; медиадискурс; медиатексты; медиалингвистика; средства массовой информации; СМИ; интернет-дискурс; эмоционально-оценочная лексика; «свой — чужой»; прецедентные феномены.

A. A. Petrova
Novosibirsk, Russia

FAKE NEWS IN THE ASPECT OF LINGUISTIC EXAMINATION

Abstract. The reasons for the widespread distribution of fake news, their classification are considered, the features of false articles are given, and the question of the possibility of studying fakes in the framework of linguistic examination are considered. Fake news is primarily divided into two groups - humorous (in other words, satirical) news and “real” fakes. The latter can be classified taking into account a number of parameters (the ratio of true and false information, the purpose of creation: to discredit a certain person, obtain economic benefits, increase website traffic, etc.; distribution channel: print media, radio, Internet, television). Linguistic markers of fake news are defined (emotionally colored vocabulary; unipolarity of opinions, juxtaposition of “own” versus “alien”, incorrect presentation of statistical data, hyperbolization, precedent phenomena, lack of links to information sources).

Keywords: fake news; media discourse; media texts; media linguistics; mass media; online discourse; emotional assessment vocabulary; “own — alien”; precedential phenomena.

В 2016 году термин *post truth*, который на русский переводится как *постправда*, был признан Оксфордским словарем «Словом года». Основной причиной для этого эксперты называют политические события, которые вызвали активное обсуждение в мировом сообществе, а именно выборы президента США и референдум по Брекситу. Под термином «постправда» понимается ситуация в политической и общественной жизни, когда на первый план при освещении каких-либо событий выходит не достоверное информирование населения, а субъективные составляющие, например чувства, эмоции и личные убеждения рассказчика.

В наше время понятие постправды зачастую рассматривается вместе с фейковыми новостями (которые также могут называться лживыми и недостоверными), которые являются самым ярким проявлением этой новой культурной реалии. В настоящий момент все еще ведутся споры о точной дефиниции для фейков. По мнению доктора филологических наук Сергея Ильченко, фейковые новости — это «статьи, являющиеся альтернативой фактам и точным данным» [Ильченко 2016]. Представительница британского *The Guardian* Элли Хант утверждает, что это «полностью выдуманные статьи, пытающиеся быть похожими на настоящую журналистику. Их основной целью является привлечение максимального внимания и, вместе с этим, трафика». Как можно заметить, каждый автор отражает разные сущности этого явления.

В данной статье будут рассмотрены причины широкого распространения фейков, их классификация, приведены черты недостоверных статей, а также рассмотрен вопрос возможности исследования фейков в рамках лингвистической экспертизы.

Несмотря на то, что о фейковых новостях начали активно говорить только последние пять лет, нельзя отрицать тот факт, что как явление они существуют уже давно. Их современный «расцвет» многие связывают со следующими факторами.

1. Общедоступность Интернета. Развитие Всемирной паутины сильно повлияло на общество. Сегодня человек с доступом в Интернет может как пассивно получать огромные объемы информации со всех уголков планеты, так и создавать собственный контент. Стирается грань между журналистами, прошедшими специальную подготовку, и обычными людьми, ведущими блог и высказывающими свое мнение. К сожалению, последние зачастую не знают или не хотят проверять публикуемые факты, что может породить слухи и спекуляции.

2. Стремительные изменения в работе СМИ. К ключевым факторам следует отнести два явления: необходимость быстро публиковать материал и приход рекламодателей в интернет-СМИ. Для современных интернет-издательств трафик, т. е. посещаемость сайта, очень важна, так как высокие показатели позволяют привлекать рекламодателей. Доход многих сайтов полностью зависит от размещаемой на них рекламы. Из-за этого обстоя-

тельства редакции заинтересованы в том, чтобы их материал среди множества статей конкурентов отображался одним из первых в поисковом запросе. Получается ситуация, при которой журналисты гонятся не за объективным отражением событий, а за большим количеством переходов на сайт. Кричащие и шокирующие заголовки и подача материала в виде «перевернутой пирамиды» (в начало статьи помещается привлекающий внимание абзац) чаще всего указывают на это.

Следствием быстрой публикации является недостаточная проверка материала, что повышает шансы непреднамеренного создания фейковой новости. Иногда в условиях высокой напряженности работы журналисты могут не перепроверять источники, из которых они берут информацию. Если в одной статье, на которую ссылаются остальные издания, имеется ошибка, она потом расходится по другим редакциям, что ведет к распространению дезинформации. Специалисты из Университета Вандербильта в ходе эксперимента выдвинули предположение, что если показывать людям один и тот же факт, то, несмотря на то что он, возможно, вступит в конфликт с имеющимися знаниями испытуемых, в последующем будет оцениваться как более правдоподобный [L. K. Fazio, N. M. Brashier, B. K. Payne, E. J. Marsh, 2015]. Исследователи из *Journal of Experimental Psychology: General* провели схожий эксперимент и пришли к такому же выводу.

На основе последних двух утверждений можно сделать вывод об одном из механизмов распространения фейковой новости. Непроверенная информация появляется сначала в одном издании, затем она постепенно переходит в другие. Далее все новости об одном событии появляются в информационном пространстве пользователей, которые, все чаще и чаще встречаясь с непроверенной информацией, начинают верить в нее и распространять среди своих друзей.

3. Современное восприятие информации. Психолог Даниэль Канеман в своей книге «Думай медленно... Решай быстро» утверждал, что наша психика всегда идет по пути наименьшего сопротивления — мы на подсознательном уровне стараемся не выполнять действия, требующие от нас применения каких-либо усилий.

Профессор по коммуникациям из Пенсинвальского университета С. Шайям Сандэр утверждает, что «пользователи, которые персонализировали свои новостные запросы, были менее склонны критично оценивать фейк [появляющийся у них в ленте] и с большей долей вероятности верили в него». Данную ситуацию он объясняет тем, что в окружении друзей и знакомых мы теряем бдительность и реже перепроверяем информацию. В дополнение к этому наши личные страницы отражают наши интересы и ценности. Здесь стоит упомянуть такой феномен, как предвзятость подтверждения, согласно которому человек подсознательно пытается подтверждать вписывающиеся в его картину мира и систему установок факты. С точки зрения психологии этими факторами можно объяснить наше нежелание перепроверять упомянутую информацию.

4. Политическая диверсификация СМИ. Многие СМИ имеют определенную политическую ориентацию. Например, большая часть зрителей американского телеканала *Fox* придерживается консервативных взглядов, вследствие чего они представляют новости в определенном, удобном для их целевой аудитории свете, не стараясь делать обзоры объективными.

Проблема распространения фейковых новостей активно обсуждается мировым сообществом. Например, экс-президент США Барак Обама на конференции, проходившей в ноябре 2016 г. в Берлине, высказал свои опасения касательно неправдивых новостей. «Сейчас мы находимся в эпохе, когда вокруг очень много дезинформации, которая выглядит правдоподобно. И не важно, где именно она была найдена — она одинакова что на „Фейсбуке“, что по телевизору. Если все выглядит идентично друг другу и невозможно провести разделяющую грань, тогда непонятно, что надо защищать». Эти опасения подтверждают социологические опросы. Согласно исследованию *Pew Research Center*, в ходе которого было опрошено 1002 человека в период с 1 по 4 декабря 2016 г., 64 % американцев считает, что сфабрикованные новости являются основной причиной непонимания и путаницы, когда дело касается базовых фактов о текущих проблемах и событиях.

Сегодня многие государства озабочены проблемой фейковых новостей. Законы и ограничения принимаются в Германии, во Франции и других странах. Главы правительств призывают новостные сайты и социальные сети ужесточить контроль за публикуемой информацией.

В России в марте 2019 г. был принят закон о фейковых новостях, согласно которому за распространение информации, создающей «угрозу причинения вреда жизни или здоровью граждан, имуществу, угрозу массового нарушения порядка и общественной безопасности, угрозу создания помех функционирования или прекращения функционирования объектов жизнеобеспечения, транспортной или социальной инфраструктуры, кредитных организаций, объектов энергетики, промышленности или связи», нарушителя будут привлекать к административной ответственности. В пояснительной записке к закону от 12 декабря 2018 г. пишется, что «указанные меры предлагаются в целях предотвращения угрозы общественному порядку в Российской Федерации. Принятие предлагаемого законопроекта будет способствовать выполнению СМИ своей основной функции — представлению обществу достоверной, полной и объективной информации».

Закон не раз подвергался критике в ходе рассмотрения и принятия. Многие опасаются того, что он станет использоваться не по своему прямому назначению.

Экспертное сообщество также высказалось насчет закона о фейках. С их точки зрения, он носит спорный характер. Во-первых, лингвисты обращают внимание, что в законе нет ни четких критериев разграничения «хорошей» новости и фейковой, ни классификации, на которую можно было бы опираться при анализе. По словам председателя Комитета по информационной политике, информационным технологиям и связи Леонида Левина, критерии опасности, вызванные фейковыми новостями, будут определяться руководством Генеральной проку-

ратуры РФ «исходя из новостной повестки и характера событий, вокруг которых могут возникать волны фейковых новостей с возможными тяжкими последствиями». Такой ответ нельзя считать прямым и исчерпывающим. Во-вторых, М. А. Осадчий считает, что использование слова «информация» в рамках закона неуместно и лучше использовать более узкое понятие «суждение» [Осадчий 2019]. Это он объясняет тем, что под понятие «информация» также могут попадать различные суждения, прогнозы и оценки, которые, с позиции коммуникативной цели, не обладают признаком дальнейшей верификации. О таких сообщениях невозможно говорить в рамках «достоверности — недостоверности». Осадчий говорит, что в случае сужения термина в будущем можно будет избежать манипуляций и злоупотреблений этим законом.

Фейковые новости недавно стали предметом для научного изучения. Пока нет единого взгляда на их классификацию. Приведенная далее типология является сводной.

Изначально мы предлагаем делить все фейковые новости на две группы — на юмористические (по-другому, сатирические) новости и на «настоящие» фейки. Основной разницей между ними является тот факт, что сатирические новости не стараются обмануть читателя, такие тексты являются скорее пародией на серьезные тексты. У таких статей есть свои отличительные особенности. Их первоочередной целью является развлечение аудитории. Авторы намеренно подают информацию таким образом, чтобы читатель понял, что перед ним неправда. Поэтому юмористические фейки создаются как с использованием «классических» элементов новостного жанра, таких как отсылка к общественным реалиям и личностям, и с использованием элементов сатиры и иронии, например абсурдных цитат, игры слов и т. д.

«Настоящие» фейки мы предлагаем далее делить по четырем основаниям. Эта классификация была составлена на основе работ А. П. Суходолина и А. М. Бычковой, И. Л. Бер, исследователей из Лондонской школы экономики и политики.

Первый признак — это намеренность создания фейковой новости. Не всегда автор статьи имеет цель ввести читателей в заблуждение. Иногда допущенную им ошибку можно объяснить неправильным интерпретированием информации или некорректным переводом, когда за основу берется материал из иностранной прессы. Таким образом, данный пункт распадается на два подпункта: преднамеренно и непреднамеренно созданная фейковая новость.

Второй признак — это соотношение правдивой и ложной информации. Некоторые статьи могут быть полностью вымышленными, начиная от общих вещей (место, время, лица и т. д.) и заканчивая деталями. В других же авторы могут рассказывать о реальных событиях и персонах, но искажать некоторые факты.

Третий признак — это цель создания фейковой статьи. Здесь можно выделить много подпунктов: дискредитация круга лиц по какому-то признаку (по расе, полу, принадлежности к социальному объединению и т. д.), привлечение внимания к определенной личности (в том числе и ее дискредитация), получение экономической выгоды (например, введение покупателя в заблуждение), получение личных данных пользователей (т. е. хакерство) и повышение трафика сайта.

Четвертый признак, по которому мы предлагаем классифицировать фейковые новости, это канал распространения: посредством Интернета, телевидения, радиовещания, печатных изданий или при личном общении.

Что касается черт фейковых новостей, то пока нет работы, в которой был бы проведен скрупулезный анализ и выработана систематизация признаков. Однако мы надеемся, что ввиду популярности лживых новостей в качестве объекта изучения такая работа скоро будет проделана. На сегодняшний день черты фейковых новостей принято делить на две группы: интралингвистические и экстралингвистические.

Экстралингвистической чертой фейковых новостей является невозможность объективной верификации, под которой имеется в виду достоверное, непредвзятое и добросовестное освещение фактов. Для того чтобы новость была признана нефейковой, она должна проходить этот этап проверки. Однако вопрос верификации считается дискуссионным в теории журналистики — ключевым моментом здесь является определение факта и критериев его объективности. Несмотря на то, что основой журналистики называют объективную и фактическую информацию, единой точки зрения на эти определения пока нет. Эта задача носит как теоретическое, так и практическое значение в журналистике.

Американские специалисты Эверетт Дэннис и Джон Мэррилл в своей книге «Беседы о массмедиа» (1997) высказывали следующую точку зрения: «...для журналистов объективность не означает математическую или научную точность, а скорее, такое освещение новостей, которое исключает эмоции и отделяет факты от мнений. Для многих объективность означает точное освещение фактов и событий в форме беспристрастного описания». В свою очередь, доктор филологических наук и доцент СПбГИКиТ М. Н. Ким в своей работе приводит дефиницию Л. А. Поелуовой: «...факт — это достоверное отражение фрагмента реальности, обладающее социальной репрезентативностью».

Кандидат филологических наук и исследовательница в области теории публицистики М. И. Стюфляева выделяла три фактообразующие сущности: гносеологическую, логическую и языковую. Последний пункт она рассматривала с точки зрения оформления сообщения в тексте. В рамках этого аспекта определения факта она писала: «...факт может быть облечен только в логическую форму суждения, устанавливающую определенную связь предмета и его свойств». Далее она обобщает свои идеи и дает следующее определение: «...факт выступает в форме суждения, в котором установление общих свойств посредством предикативной связи сочетается с указанием на единичные свойства, что достигается при помощи разного рода атрибутов». Под атрибутами следует понимать любые детали, уточняющие освещаемое событие.

На основе анализа приведенных точек зрения можно указать, что определяющими теоретическими критериями факта в журналистике являются беспристрастное и достоверное освещение событий, что соотносится с категориями верификациями. Практическим критерием являются эксплицитно выраженные уточняющие моменты. Таким образом, «правильной» (т. е. правдивой) статьей в журналистике можно считать ту, в которой явным образом указаны все возможные подробности: место, время, событие, действующие лица и т. д.

В фейковых новостях ситуация будет противоположной. Они не поддаются верификации, значит в них не будет эксплицитно выражен пласт атрибутов достоверности.

К имплицитной группе относятся следующие признаки:

● **Эмоционально окрашенные слова, в том числе навешивание ярлыков, использование неподходящих по стилистике слов, выражений, фразеологизмов и т. д.**

В эфире Первого канала 12 и 13 июля 2014 г. был показан сюжет про распятого мальчика из Славянска. При освещении события журналистами были использованы фразы «...разговор с Галиной оставил сложные чувства...», «...сердце не верит, что такое вообще возможно...», которые являются выражением эмоций, что непозволительно для новостного жанра. Материал вызвал много вопросов из-за его подачи. Позже работниками телеканала «Дождь» было установлено, что видеоролик Первого канала является сфабрикованным.

● **Противопоставление «свои» — «чужие», однополярность мнений при освещении события.**

Однополярность мнений вступает в конфликт с одним из выделенных нами признаком верифицируемости — непредвзятость. Этот критерий в целом характерен для политических СМИ. И пусть его нельзя назвать особенностью фейковых новостей, но его наличие должно наводить на мысли о самостоятельной проверке фактов.

● **Некорректная репрезентация статистических данных.**

Иногда журналисты могут прибегать к некорректной репрезентации статистических данных. Например, в случаях применения вертикальной диаграммы отсчет может начинаться не с нуля, как это было при освещении *Fox News* налоговой реформа Буша, когда график начинался с отметки 34 %. За счет этого визуальная разница между 35 и 39,6 процентами казалась большой, хотя в реальности таковой не являлась.

Так как мы легче всего воспринимаем визуальную информацию и зачастую не обращаем внимание на то, как именно построена диаграмма, такие уловки могут ввести нас в заблуждение.

● **Гиперболизация событий.**

В декабре 2014 г. на сайте *News NSK* вышла статья с заголовком «На Украине педагоги учат детей убивать снежирей». Автор статьи сообщил, что учителя запорожской школы № 106 призывают убивать снежирей из-за их красной грудки. Этот цвет часто ассоциируется с коммунизмом и СССР, к которым в Украине негативно относятся. Таким образом учителя якобы пытались создать в сознании детей отрицательный образ.

Этот материал вызвал удивление у аудитории *News NSK*, некоторые поверили в прочитанное. Многие назвали действия запорожских учителей излишними.

● **Использование значимых культурных образов.**

В декабре прошлого года на портале NGS была опубликована статья, в которой рассказывалось о рассылке ложных сообщений в социальных сетях и «родительских» групповых чатах в мессенджерах, где граждан Новосибирска предупреждали об опасности клещей на ёлках. В материале приводился скриншот этого сообщения, в котором неизвестный автор заявляет, что «клещи отогреваются и идут на поиски добычи» и уже есть несколько зафиксированных случаев и даже детских летальных исходов. Основной акцент был сделан на то, что необходимо уберечь детей от подобной напасти, что сыграло на чувствах родителей. Использование образа ребенка является мощным рычагом воздействия на общественность.

● **Отсутствие ссылки на источник информации или ссылка на недостоверный источник (например, показания свидетелей).**

Стоит заметить, что все эти черты не носят специфический характер, что может создать трудности при анализе такого рода информации. Можно сделать вывод, что ключевым критерием при доказательстве того или иного факта является все же объективная верификация. Как мы уж говорили ранее, на языковом уровне она может достигаться за счет явно выраженных атрибутов события — места, времени, действующих лиц и т. д. Однако максимально полная и точная верификация возможна только за счет обращения к действительности и выхода за пределы текста. Для публицистики в первую очередь важен смысл высказывания и его соотношение с реалиями.

С необходимостью установления достоверности изложенной в тексте информации эксперты-лингвисты сталкиваются при работе с делами о защите чести, достоинства и деловой репутации. Для того, чтобы высказывание было признано утверждением о фактах, оно должно, во-первых, иметь в себе негативную информацию об определенном человеке или организации и, во-вторых, быть выражено в виде утверждения, то есть не должно быть маркеров мнения и оценки. Таким образом, эксперты в первую очередь смотрят на форму высказывания. Нетрудно заметить, что определение факта в этих двух областях не совпадает. Из этого следует вопрос — на что именно мы должны опираться при работе с фейковыми новостями в рамках лингвистической экспертизы? Если мы выберем журналистский подход, то экспертам придется работать с категориями, у которых нет четких границ и определений, что недопустимо в рамках судебной практики. Но и выбрать чисто лингвистический подход мы считаем недопустимым, так как у публицистических текстов есть свои особенности, которые нельзя игнорировать при работе с ними.

Дальнейшая работа в этой сфере нам представляется следующей. Необходимо провести анализ фейковых текстов и установить соотношение фактов и мнений в них. Далее надо будет определить характер фактической информации. Это может стать основой для методики работы с недостоверными новостями.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ильченко С. Н. Фейковая журналистика как элемент современной шоу-цивилизации // Журналистика цифровой эпохи: как меняется профессия. 2016. С. 14—18.
2. Канеман Даниэль. Думай медленно... решай быстро. — М. : АСТ, 2014. 653 с.
3. Козлов А. В. Достоверность журналистского факта, или Как цель оправдывает средства // Изв. Урал. фед. ун-та. Сер. 1, Проблемы образования, науки и культуры. 2018. Т. 24, № 1 (171). С. 72—79.
4. Новоселова Елена. Язык на грани права // Российская газета. Федеральный вып. № 49 (7807). URL: <https://rg.ru/gazeta/rg/2019/03/06.html> (дата обращения: 28.09.2019). — Текст : электронный.
5. Поелуева Л. А. Факт в публицистике : автореф. ... дис. ... канд. филол. наук. — М., 1988.
6. Проект Федерального закона №606593-7 «О внесении изменений в статью 15.3 Федерального закона «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» и статью 4 Закона Российской Федерации «О средствах массовой информации» (внесен 12.12.2018 депутатом ГД Д. Ф. Вяткиным, членами СФ Клишасом А. А., Боковой Л. Н.).
7. Сафина А. Р. Особенности жанров интернет-СМИ // Изв. Самар. науч. центра РАН. 2013. №2—1. С. 226—229.
8. Стюфляева М. И. Поэтика публицистики. — Воронеж, 1975.
9. Суходолов А. П., Бычкова А. М. «Фейковые новости» как феномен современного медиапространства: понятие, виды, назначение, меры противодействия // Вопросы теории и практики журналистики. 2017. Т. 6, № 2. С. 143—169.
10. Что такое фейковые новости и как за них будут наказывать? URL: <http://duma.gov.ru/news/29982/> (дата обращения: 26.09.2019). — Текст : электронный.
11. Шилихина К. М. Юмористические фейковые новости как коммуникативная технология и жанр онлайн-коммуникации // Изв. ВГПУ. 2019. № 5 (138). С. 139—143.
12. Эверетт Дэниел, Джон Мэррилл. Беседы о масс-медиа. — М. : Рос.-амер. информ. пресс-центр : Вагриус, 1997. 383 с.
13. Bartel M., Mitchell A., Holcomb J. Many Americans Believe Fake News Is Sowing Confusion. URL: <https://www.journalism.org/2016/12/15/many-americans-believe-fake-news-is-sowing-confusion/> (date of access: 23.09.2019). — Text : electronic.
14. Harris G., Eddy M. Obama, With Angela Merkel in Berlin, Assails Spread of Fake News. URL: <https://www.nytimes.com/2016/11/18/world/europe/obama-angela-merkel-donald-trump.html> (date of access: 26.09.2019). — Text : electronic.
15. Fazio L. K., Brashier N. M., Payne B. K., Marsh E. J. Knowledge does not protect against illusory truth // Journal of Experimental Psychology: General. 2015. No 144 (5). P. 993—1002.
16. Ordway Denise-Marie. What research says about how bad information spreads online. URL: <https://journalistsresource.org/studies/society/news-media/fake-news-bad-information-online-research/> (date of access: 23.09.2019). — Text : electronic.

И. С. Пирожкова
Екатеринбург, Россия

ПРЕЦЕДЕНТНЫЕ ИМЕНА И ИХ РОЛЬ В РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИИ САМОПРЕЗЕНТАЦИИ ПОЛИТИКА

Аннотация. Статья посвящена изучению стратегии самопрезентации политика и выявлению ведущих тактик, входящих в ее состав. Анализ подвергся дискурс двух политиков-женщин — Кондолизы Райс и Ирины Хакамады. В качестве единиц анализа были выбраны прецедентные имена, выявлено их участие в реализации различных тактик самопрезентации. Ведущими тактиками самопрезентации К. Райс и И. Хакамады оказались тактика отождествления себя с известными политиками, тактика создания «своего круга», тактика дистанцирования от идей известных политиков, тактика подкрепления своего политического курса, тактика солидаризации с государственной властью / дистанцирования от нее, тактика солидаризации с адресатом, тактика солидаризации с другими нациями, тактика нейтрализации негативного представления о себе и своих политических решениях. Кроме того, были выявлены и различия в самопрезентации: так, дискурсу И. Хакамады свойственно активное использование тактики гипертрофирования «я-темы» и дистанцирования от монархических идей и ценностей, К. Райс использует тактику акцентирования положительной информации.

Ключевые слова: прецедентные имена; политический дискурс; лингвоперсонология; политические деятели; женщины-политики; коммуникативные стратегии; тактики презентации; имидж политика.

I. S. Pirozhkova
Ekaterinburg, Russia

PRECEDENT NAMES AND THEIR ROLE IN THE STRATEGY OF SELF-PRESENTATION IMPLEMENTATION

Abstract. The article describes the strategy of self-presentation used by politicians. The main tactics constituting this strategy are identified. Discourses of two women-politicians, Condoleezza Rice and Irina Khakamada, are analyzed. Precedent names are viewed as linguistic units that are used as elements of different tactics within the strategy of self-presentation. The main tactics of self-presentation in both discourses are: tactic of identification with famous politicians, tactic of inclusion into “their circle”, tactics of distancing from the ideas of famous politicians, tactic of support of their political course, tactic of solidarity/distancing from the government, tactic of identification with an addressee, tactic of identification with the other nations and tactic of counteraction to the negative image of themselves and their political decisions. Besides, we revealed some differences in the tactics of self-presentation used by the abovementioned politicians. Thus, the Russian politician implements the tactic of “I” emphasis and the tactic of distancing from the monarchy, their ideas and values. C. Rice, in her turn, uses the tactic of emphasizing positive information.

Keywords: precedent names; political discourse; linguopolitical personology; politicians; women-politicians; communicative strategies; tactics of presentation; image of politician.

Изучение дискурса политиков является актуальной темой исследований — сформировалось целое направление в лингвистике, известное как лингвополитическая персонология. «Лингвополитическая персонология является пограничной областью языкознания, оформившейся на стыке политической лингвистики и лингвистической персонологии» [Никифорова, Чудинов 2017: 22]. В рамках данного направления изучается образ политика на основе анализа его дискурса. Анализ различных элементов дискурса политика позволяет выявить общие или национально обусловленные закономерности использования единиц дискурса, определить их роль в формировании имиджа политика, выявляя особенности реализации стратегии самопрезентации. Известно, что основная цель политического дискурса — борьба за власть, для реализации поставленной цели политику необходимо создать привлекательный для избирателя имидж. Имидж — это «образ-представление, ...наделяющее впечатление от человека дополнительными ценностями» [Паршина 2007: 42]. Особую роль при создании имиджа в дискурсе политика играет стратегия самопрезентации [Паршина 2007; Руженцева 2007]. Самопрезентация предполагает «самоподачу оратора, косвенную демонстрацию психических качеств его личности для формирования определенного впечатления о нем самом и его целях» [Быкова 2000: 50]. Стратегия самопрезентации включает в себя следующие тактики: 1) тактика отождествления себя с кем-либо или чем-либо; 2) тактика солидаризации с адресатом; 3) тактика апелляции к интересам страны; 4) тактика создания «своего круга»; 5) тактика дистанцирования; 6) тактика нейтрализации негативного представления о себе; 7) тактика акцентирования положительной информации; 8) тактика гипертрофирования «я-темы» [Паршина 2007; Руженцева 2007].

Материалом данного исследования являются тексты выступлений и интервью, принадлежащие Кондолизе Райс (размещенные на официальном сайте Белого дома [<http://www.whitehouse.gov>]) и Ирине Хакамаде (размещенные на ее официальном сайте [<http://www.hakamada.ru>]). Было изучено 434 и 427 текстов, принадлежащих

Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 19-021-00465 А «Лингво-политическая персонология: дискурсивный поворот».

Research is accomplished with financial support of the Russian Foundation for Basic Research within the scientific project №19-021-00465 А «Linguo-Political Personology: Discursive Turn».

К. Райс и И. Хакамаде соответственно, в период с 2000 по 2008 г. Методом сплошной выборки было выделено 3331 и 2964 прецедентных имени в дискурсе соответственно американского и российского политиков.

Проанализировав корпус прецедентных имен в дискурсах К. Райс и И. Хакамады, мы выявили особенности самопрезентации политиков, проявляющиеся в использовании прецедентных имен, принадлежащих разным понятийным сферам-источникам. В дискурсах обоих политиков были выявлены следующие понятийные сферы-источники: общественно-политическая область (К. Райс — 96,2 %, И. Хакамада — 92,8 %), область религии (К. Райс — 2,2 %, И. Хакамада — 0,4 %), область науки (К. Райс — 0,8 %, И. Хакамада — 0,8 %) и область культуры (К. Райс — 0,8 %, И. Хакамада — 6 %).

В данной статье мы описываем тактики самопрезентации политиков, используемые при оперировании прецедентными именами самой многочисленной сферы-источника — общественно-политической. В состав данной понятийной области входят следующие сферы-источники: политика, война, терроризм, экономика, СМИ. Помимо этого, для дискурса К. Райс свойственно ссылаться на сферу общественной деятельности и спорта. Несмотря на совпадение большинства сфер-источников в составе общественно-политической области, количественное соотношение и реализуемые с помощью прецедентных имен тактики самопрезентации отличаются. В изучаемых дискурсах представлены следующие тактики.

- Тактика отождествления себя с известными политиками присутствует в дискурсах обоих политиков. К. Райс: «*At the dawn of the 20th century Teddy Roosevelt sent a message to our ambassador in Great Britain: "Our nation," he wrote, "glorious in youth and strength, looks into the future with eager eyes and rejoices as a strong man to run a race." America has now entered a new century. A new global race has begun. And as always, we will run it with optimism, and vigor, and purpose*» (Remarks at the Centennial Dinner for the Economic Club of New York, New York, June 7, 2007). В данном примере есть отсылка к известному высказыванию Т. Рузвельта о том, что «Америка смотрит в будущее с оптимизмом и радостью, как сильный спортсмен перед забегом», Кондолиза Райс проводит параллель с современностью и говорит, что «Америка, снова оказавшись на пороге нового тысячелетия, готова к глобальной гонке, которую она проведет с оптимизмом, энергично и целенаправленно». И. Хакамаде тоже свойственно отождествление себя с известными политиками: «*Познавать чужой опыт — очень полезно. Я, например, знаю опыт Маргарет Тэтчер, Уинстона Черчилля и еще разные биографии известных людей*» (Куда приводят мечты..., интервью журналу «Финансовый эксперт», 30.12.2007).

- Тактика создания «своего круга» встречается в дискурсе К. Райс: *But I think we need not confuse that with either what we did during the threat period where we were urgently working the operational issues every day or with the continuation of the Clinton policy* (Transcript of Rice's 9/11 Commission Statement, May 19, 2004). Продолжение политики Клинтона (*continuation of the Clinton policy*), о котором говорит К. Райс, подчеркивает преемственность в этой сфере, работу «в команде». Круг «своих» у И. Хакамады достаточно узок: *И я даже в свое время сказала, что в Думе есть единственный мужчина — Галина Старовойтова* (Первый канал, «Доброе утро», 20.11.2003). Помимо Старовойтовой, в этот круг входят Б. Немцов, А. Чубайс и К. Райс.

- Тактика дистанцирования от идей известных политиков реализуется обеими политиками-женщинами путем упоминания имен политических деятелей, действия которых имели негативные последствия (например, *Hitler, Hussein, Муссолини*) или чей политический курс отличается от того, который представляет политик (*В. Путин, Н. Хрущев*). К. Райс: *...war couldn't be avoided in Europe to stop Adolf Hitler* (Address by US National Security Advisor, Dr. C. Rice, London, June 26, 2003). И. Хакамада: *Получается — одни патриоты надели на себя Путина, и другие патриоты надели на себя Жириновского* (Радиостанция «Эхо Москвы», 16.06.2004).

- Тактика подкрепления своего политического курса и апелляции к интересам страны реализуется с помощью названий политических организаций. В данном случае одно и то же прецедентное название способно создавать разные образы в зависимости от восприятия этой организации в конкретном национальном лингвокультурном сообществе. Например, прецедентное имя *NATO* в речи К. Райс имеет положительные коннотации: *But he is saying very clearly that when NATO enlarges, it will be a good thing for security of Europe* (Press Briefing by National Security Advisor Condoleezza Rice, Warsaw, Poland, June 15, 2001). К. Райс утверждает, что расширение блока будет содействовать укреплению безопасности Европы. Известно неоднозначное отношение России к процессу расширения НАТО. И. Хакамада подчеркивает, что важно отстаивать интересы России, вступая в международные организации: *Надо прекрасно понимать, что глобализация — это не только ООН... есть Лига арабских стран, есть НАТО, есть Европейский союз, и есть еще „восьмерка“, которая, кстати, придет в Санкт-Петербург* (Уроки чужой войны для российского общества и государства, 16.04.2003).

- Тактика солидаризации с государственной властью / дистанцирования от нее. В дискурсе К. Райс прецедентные символы государственной власти выражают солидарность говорящего с действиями правительства: *Then you have 9/11, which is a spectacular and a devastating attack that, by the way, was aimed at decapitating us. That was an act of war, going after the Pentagon and going after, perhaps, the Capitol or the White House* (Dr. C. Rice Discusses the War on Terror on "60 Minutes", March 28, 2004). В данном примере террористический акт 2001 г. рассматривается как война против Пентагона, война против Капитолия и Белого дома, т. е. действия, направленные против всего правительства, против законодательной власти и военных ведомств с целью подрыва авторитета, выражения несогласия с принимаемыми решениями. Прецедентные имена данной группы в дискурсе И. Хакамады реализуют обратную тактику — дистанцирования от госаппарата: *Я знаю только одно, что мы для Кремля стали очень неудобны* (Телеканал ТВС, «Смотрите кто пришел!», 13.02.2003).

В дискурсе К. Райс прецедентные имена сферы-источника «Терроризм» можно рассматривать в качестве примеров использования тактики солидаризации с правительством. Необходимо отметить, что К. Райс выражает поддержку предпринимаемых мер по борьбе с терроризмом: *It is very important to remember that Hamas is the real problem in Gaza...*» (Briefing on Recent Africa Trip and Upcoming Asia Trip, Washington, February 22, 2008), в то время как оппозиционная правительству позиция И. Хакамады обусловила выбор тактики дистанцирования и критики мер, предпринимаемых руководством страны: *Беслан показал, что уроки не были учтены, власть продолжала демонстрировать чудовищное равнодушие* (И. Хакамада о «Норд-Осте», 29.10.2007).

- Тактика солидаризации с адресатом представлена оперированием прецедентными именами-советизмами. Оба политика говорят о советском прошлом России, акцентируя лишь негативные моменты. К. Райс: *I was a Soviet specialist about how the collective good of the Communist Party was going to protect the environment in the Soviet Union — did you see the mess that they left?* (International Institute of Strategic Studies, June 26, 2003). И. Хакамада: *Значит, до 99 года мы жили в России, а сейчас мы опять, второй раз, переехали в новую страну, которая называется СССР, диктатура одной партии, диктатура одной власти?* (Радиостанция «Эхо Москвы», 24.02.2004). С помощью данной стратегии К. Райс и И. Хакамада позиционируют себя как политиков с твердыми демократическими убеждениями.

- Тактика солидаризации с другими нациями реализуется путем ссылок на войны, революции, теракты. Прецедентные имена сферы-источника «Война» являются символами подавления, нарушения прав, страданий, смерти обычных людей. Появление подобных ПИ в дискурсе политика напоминает о сложных периодах в истории. В дискурсе К. Райс содержатся отсылки к войнам и революциям, например: *Ever since the “Cedar Revolution”, the United States has stood in solidarity with the Lebanese people, echoing their calls for peace, justice, and freedom from foreign domination* (Anniversary of Lebanese Prime Minister Hariri’s Assassination, Washington, February 14, 2008). Подобные прецедентные имена усиливают патриотические настроения и подчеркивают важную роль США-мироотворца в этих событиях. И. Хакамада: *У нас не возникнет своего Косова. Власть железная стабильная, никого не отпустит — показано на примере Чечни... Косово грозит Грузии, где есть Южная Осетия и Абхазия* («Мое время в политике закончилось», 12.04.2008).

- Тактика нейтрализации негативного представления о себе и своих политических решениях находит выражение в использовании прецедентных имен сферы «Терроризм». К. Райс: *No less than Pearl Harbor, September 11 forever changed the lives of every American and the strategic prospective of the United States* (Remarks by Dr. C. Rice Assistant to the President for National Security Affairs at the International Institute for Strategic Studies, London, June 2003). Американский политик часто сравнивает события 11 сентября с атакой на Перл-Харбор в декабре 1941 г., тем самым подчеркивая необходимость войны с терроризмом, начатой правительством после 11 сентября. И. Хакамада: *В Америке это был такой шок после 11 сентября, что они видели врагов везде и Буш направил их туда* (И. Хакамада: Хилари Клинтон, 02.11.2006).

Выше мы описали тактики самопрезентации, которые встречаются и в дискурсе К. Райс, и И. Хакамады, рассмотрим специфические тактики, которые свойственны только одному из политиков.

- Тактика гипертрофирования «я-темы» свойственна только И. Хакамаде. Она проявляется в неоднократном упоминании своего имени в контекстах возвышенной тональности. *В случае с Хакамадой точно: я не волную Кремль, потому что полупяонец не является конкурентом русской „Единой России“* («Редакторы перекрывают источники правдивой информации», 14.11.2007); *Я готова стать русской Кондолизой Райс* (74.ru, 19.01.2004).

- Тактика дистанцирования от монархических идей и ценностей представлена только в дискурсе И. Хакамады упоминанием имен царей и королей. Имена монархов являются олицетворением единоличной, авторитарной власти: *Власть-то стала закрытая, византийская. Вообще она не поддается анализу, это все равно, что анализировать двор Людовика XIV, и если там от одной госпожи зависело все на свете, то ни один политолог этого просчитать не мог* (И. Хакамада на «Эхо Москвы» в программе «Разбор полетов», 03.12.2005).

- Тактика акцентирования положительной информации присуща только дискурсу К. Райс и заключается в использовании прецедентных имен сфер «Общественная деятельность» и «Спорт». Благоприятность традиционно пользуется уважением в американском обществе, а ссылки на командные виды спорта и упоминание имен известных спортсменов позволяют сблизиться с аудиторией, завоевать доверие слушателей. Известно, что среди неполитических авторитетов на современном этапе центральное место принадлежит спортсменам. *It’s a very special tournament for Tiger Woods and all of these great golfers and the PGA tour to really put together an event that honors our troops, honors their service, honors their self-sacrifice* (Interview with Sergeant Brian Buckwalter of the Pentagon Channel, July 6, 2007).

Таким образом, прецедентные имена являются важным элементом конструирования имиджа политика, анализ корпуса прецедентных имен позволяет выявить приоритетные задачи политика, определить его предпочтения в выборе тактик самопрезентации. Прецедентные имена в дискурсе К. Райс реализуют тактики отождествления себя с известными политиками, создания «своего круга», дистанцирования от идей известных политиков, подкрепления своего политического курса и апелляции к интересам страны, солидаризации с государственной властью, солидаризации с адресатом, солидаризации с другими нациями, нейтрализации негативного представления о себе и своих политических решениях, акцентирования положительной информации. Дискурсу И. Хакамады, помимо тактик, характерных для дискурса К. Райс, свойственно активное использование тактики гипертрофирования «я-темы» и дистанцирования от монархических идей и ценностей.

ЛИТЕРАТУРА

1. Быкова О. Н. Опыт классификации приемов речевого манипулирования в текстах СМИ // Речевое общение : вестн. Рос. риторической ассоциации / Краснояр. гос. ун-т. 2000. Вып. 1 (9). С. 42—53.
2. Никифорова М. В., Чудинов А. П. Лингвополитическая персонология: методологические основы и методики анализа // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. 2017. № 1 (25). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/lingvopoliticheskaya-personologiya-metodologicheskie-osnovy-i-metodiki-analiza> (дата обращения: 28.10.2019).
3. Паршина О. Н. Российская политическая речь: теория и практика / под ред. О. Б. Сиротининой. Изд. 2-е, испр. и доп. — М. : Изд-во ЛКИ, 2007. 232 с.
4. Руженцева Н. Б. Стратегии презентации и самопрезентации политика в монологических жанровых разновидностях предвыборного дискурса : моногр. / Урал. гос. пед. ун-т. — Екатеринбург, 2007. 192 с.

Т. Г. Попова, К. А. Кокорина
Москва, Россия

ЯЗЫКОВАЯ ЛИЧНОСТЬ: ИСТОРИЯ ВОПРОСА, ОСНОВНЫЕ ПОДХОДЫ К ИЗУЧЕНИЮ

Аннотация. В статье рассматриваются различные подходы лингвистов и психологов к толкованию феномена языковой личности, рассмотрена история вопроса, его разработка в трудах основоположников теории языковой личности и современных ученых. В результате рассмотрения фундаментальных теорий о структуре языковой личности были сделаны выводы о том, что языковая личность является многоаспектным образованием и обладает языковым сознанием и самосознанием.

Ключевые слова: языковая личность; уровни языковой личности; лингводидактические модели; теория языковой личности.

T. G. Popova, K. A. Kokorina
Moscow, Russia

LANGUAGE PERSONALITY: HISTORY OF THE QUESTION, BASIC APPROACHES TO STUDY

Abstract. The article deals with different approaches of linguists and psychologists to the interpretation of the language personality phenomenon, the history of the issue, its development in the work of the founders of the theory and modern scientists. After the consideration of fundamental theories about the structure of a linguistic personality, conclusions have been drawn that a linguistic personality is a multidimensional entity that has a linguistic consciousness and self-consciousness.

Keywords: language personality; levels of language personality; linguo-didactic models; theory of language personality.

Современный этап развития наук языковедческого цикла все больше акцентирует внимание исследователей на проблеме влияния человеческого фактора как на речевую деятельность, так и на язык. Подобная актуализация исследований в данной области частично обусловлена антропоцентрической макропарадигмой, которая, в свою очередь, способствует рассмотрению таких проблем и вопросов, как место индивида в создании высказывания, его роль, ведь именно в личности «сходятся интересы всех наук о человеке» [Караулов 1987: 3].

«Проблема языковой личности находилась в центре внимания ученых со времен античности, разумеется, в пределах наук, ориентированных на человековедение. В античности подобной областью стала риторика, которая, развиваясь, продолжала служить целям и нуждам языковой личности» [Попова 2003: 35].

Термин «языковая личность» получил широкий спектр применения благодаря междисциплинарным подходам современных исследований. В этой связи можно говорить о том, что сам термин является производным от термина «личность», который широко используют в таких науках, как социология, философия и психология.

Согласно данным «Словаря русского языка» С. И. Ожегова, личность определяется как «человек, как носитель каких-либо свойств, лицо» [Ожегов 1968: 318].

Основываясь на Большом психологическом словаре, можно констатировать, что слову «личность» соответствует английский эквивалент «personality» от латинского слова «persona» — «роль, маска актера, положение»; «лицо, личность». В связи с этим отметим, что «в общественных науках личность рассматривается как особое качество человека, приобретаемое им в социокультурной среде в процессе совместной деятельности и общения» [Зинченко 2003: 262].

В психологических концепциях личность несет в себе ценностную составляющую и может быть определена как «ценность, ради которой осуществляется развитие общества» [Там же].

Отечественный психолог А. Н. Леонтьев в своих трудах отмечает, что личность не состоит из отдельных фрагментов, а однородна и выражает целостность субъекта особого рода. По мнению ученого, личностью становятся в процессе развития. «Личность есть относительно поздний продукт общественно-исторического и онтогенетического развития человека» [Леонтьев 2004: 135]. Именно в связи с тем, что личность является поздним проявлением развития человека, исследователи зачастую не рассматривают личность новорожденных и младенцев, несмотря на то, что у них присутствуют признаки индивидуальности.

Идея о том, что владение языком носит индивидуальный характер, получила свое развитие в трудах немецкого языковеда, основателя неогумбольдтианства Л. Вайсгерберга в 30-х гг. XX в. [см., например: Вайсгербер 2009: 81]. Проблему изучения языковой личности в отечественной науке практически одновременно с немецким ученым впервые затрагивает В. В. Виноградов. Руководствуясь концепциями Ф. Соссюра о языке «коллективном» и «индивидуальном» в работе «О языке художественной прозы» (1930 г.), ученый приходит к выводу, что «социальное ищется в личностном через раскрытие всех структурных оболочек языковой личности» [Виноградов 1980: 91].

Однако лишь в 80-х гг. XX в. языковая личность становится устоявшимся термином в отечественной науке. Так, впервые Г. И. Богиным [Богин 1982] была предложена концепция рассмотрения языковой личности с точки зрения лингводидактики, в которой языковая личность ученика рассматривалась «с точки зрения его готовности исполнять речевые поступки, создавать и понимать произведения речи» [Богин 1982: 14]. Кроме того, ученый создал классификацию уровней языковой личности, в основе которой лежат типичные недостатки рече-

вых поступков. Эта так называемая лингводидактическая модель состоит из пяти уровней, соответствующих уровню владения языком.

Наиболее широкое распространение в отечественном языкознании получила созданная в конце 80-х гг. XX в. Ю. Н. Карауловым теория языковой личности. В работе «Русский язык и языковая личность» (1987 г.) ученый дает два определения языковой личности.

Во-первых, исследователь утверждает, что «языковая личность есть личность, выраженная в языке (текстах) и через язык, есть личность, реконструированная в основных своих чертах на базе языковых средств» [Караулов 1987: 38]. Во-вторых, Ю. Н. Караулов понимает под языковой личностью «совокупность (и результат реализации) способностей к созданию и восприятию речевых произведений (текстов), различающихся а) степенью структурно-языковой сложности, б) глубиной и точностью отражения действительности и в) определенной целевой направленностью» [Караулов 1987: 245].

Таким образом, можно говорить о том, что языковая личность является углублением и дополнением понятия личности вообще, под языковой личностью понимается представитель той или иной лингвокультуры, а также совокупный способ восприятия речи и ее продуцирования.

Вслед за Ю. Н. Карауловым под термином «языковая личность» мы понимаем феномен, в котором содержится информация о личности, способствующая ее раскрытию с нескольких сторон. Во-первых, появляется возможность получить информация об авторе текста, который обладает своим характером, набором определенных установок, мотивов, интересов и предпочтений. Кроме того, анализ продуцируемых текстов позволяет создать модель типичного представителя определенной лингвокультуры, стандартного носителя определенного языка. Наконец, это возможность получения информации о личности как представителе биосоциальной среды, который для коммуникации использует такую знаковую систему, как естественный язык.

Однако наиболее существенным фрагментом в работе «Русский язык и языковая личность» [Караулов 1987] представляется модель языковой личности, состоящая из трех уровней, каждому из которых соответствуют свои процессы восприятия. Ю. Н. Караулов [Караулов 1987: 51] выделяет следующие уровни: вербально-семантический, лингвокогнитивный и мотивационный. Отмечается, что все уровни данной модели создаются из так называемых типовых элементов, которыми могут служить единицы того или иного уровня, отношения между единицами, стереотипные объединения единиц, свойственные определенному уровню.

Так, для вербально-семантического, или лексического уровня предполагаются в качестве основных лексические единицы, которые связаны между собой грамматико-парадигматическими, семантико-синтаксическими и ассоциативными отношениями. Лексический уровень формирует стандартный лексикон и подразумевает владение языком на разговорном уровне.

В качестве основных единиц лингвокогнитивного, или тезаурусного уровня выступают обобщенные понятия, которые несут в себе обыденно-житейскую составляющую, определенные идеи, концепты, выраженные при помощи единиц лексического уровня, но обладающие дескрипторным статусом. На данном уровне в качестве стереотипов выделяются афоризмы, генерализованные высказывания, крылатые выражения, пословицы и поговорки, которые личность выбирает для себя, основываясь на связях между понятиями в тезаурусе. Именно благодаря этому появляется возможность выразить «„вечные“, незбылемые для нее истины, в значительной степени отражающие, а значит и определяющие ее жизненное кредо...» [Караулов 1987: 53].

Наибольшая степень индивидуализации проявляется на мотивационном уровне, что позволяет говорить о том, что структура данного уровня может быть в некотором роде размыта. Однако Ю. Н. Карауловым [Караулов 1987: 53] было сделано предположение о том, что данный уровень также может состоять из своих элементов — единиц, стереотипов, отношений. На данном уровне единицами будут являться не слова и не концепты, а коммуникативно-деятельностные потребности личности [Караулов 1987: 53], где выбор элементов будет обусловлен экстралингвистической прагматической составляющей, поэтому данный уровень часто называют прагматикомом личности.

Данный уровень определяется как главенствующий в системе уровней языковой личности, однако, несмотря на это, в связи с отсутствием четкой структуры у данного уровня он также является наиболее сложным для изучения. Это прежде всего связано с тем, что те или иные коммуникативно-деятельностные потребности состоят из устремлений, потенций, целей и интенций различного рода, которые основываются на эмоциях личности и ее аффектах. Данные психические сущности недостаточно исследованы как в психологии, так и в плане языкового выражения с точки зрения лингвистики [Караулов 1987: 211].

Т. Г. Поповой [Попова 2003: 36] был сделан вывод о том, что языковая личность обладает национально-культурными чертами независимо от этапов развития. Отмечая тот факт, что культура и язык неразрывно связаны между собой, ученый [Попова 2003: 36] утверждает, что каждый индивид принадлежит сразу к нескольким культурам, которым соответствует свой язык, а учитывая «многослойность и многокомпонентность культурного самоопределения, можно утверждать, что каждому из самоопределений соответствует речевая личность» [Попова 2003: 36].

Таким образом, можно сделать вывод о том, что языковая личность присутствует в культуре каждой нации. Она способствует созданию и накоплению национальных ценностей в культуре каждой нации, так как эксплицируется в языке на различных уровнях, в определенных стереотипах поведения, формах сознания и предметах культуры.

Можно утверждать, что термин «языковая личность» перестал относиться к разряду абстрактных понятий. Однако, несмотря на это, все еще существуют определенные вопросы, требующие дальнейшего изучения. Так,

подобные вопросы возникают в связи с трехуровневой структурой, ее определенными характеристиками, степенью изученности прагматического (мотивационного) уровня и ряда других аспектов. Все эти вопросы свидетельствуют о необходимости дальнейшей разработки теории языковой личности.

Рассмотрев и изучив основные подходы к структуре и характеристикам языковой личности, можно прийти к выводу о том, что языковая личность является многоаспектным, многокомпонентным образованием со сложной структурой, в которую входят следующие уровни: вербально-семантический, или лексикон, лингвокогнитивный, или тезаурус, и мотивационный уровень, или прагматикон. Каждый уровень определяется наличием своих структурных элементов, удовлетворяющих различные коммуникативные потребности языковой личности. Вместе с тем сама языковая личность обладает такими характеристиками, как языковое сознание и самосознание, таким образом, изучение и анализ языковой личности представляет собой интерес для исследователей.

ЛИТЕРАТУРА

1. Богин Г. И. Концепция языковой личности : автореф. дис. ... д-ра филол. наук : 10.02.19. — М., 1993. 32 с.
2. Вайсгербер Й. Л. Родной язык и формирование духа : пер. с нем. 3-е изд. — М. : Книжный дом «Либроком», 2009. 232 с.
3. Виноградов В. В. Избр. тр. О языке художественной прозы. — М. : Наука, 1980. 360 с.
4. Зинченко В. П. Личность // Большой психологический словарь. 4-е изд., расширенное / сост. и общ. ред. Б. Г. Мещеряков, В. П. Зинченко. — СПб. : Прайм-ЕВРОЗНАК, 2003. 762 с.
5. Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность. — М. : Наука, 1987. 257 с.
6. Леонтьев А. Н. Деятельность. Сознание. Личность. — М. : Смысл : Академия, 2004. 352 с.
7. Ожегов С. И. Словарь русского языка : ок. 53 000 слов. 7-е изд., стер. — М. : Сов. энцикл., 1968. 900 с.
8. Попова Т. Г. Национально-культурная семантика языка и когнитивно-социокоммуникативные аспекты (на материале английского, немецкого и русского языков) : моногр. / Татьяна Георгиевна Попова ; Моск. гос. обл. ун-т. — М. : Изд-во МГОУ «Народный учитель», 2003. 145 с.

Е. В. Пугачева
Геленджик, Россия

АНТИИМИДЖ ЖЕНЩИНЫ-ПОЛИТИКА В НЕФОРМАЛЬНОЙ ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ ПУБЛИКАЦИЙ ЛЕНЫ МИРО)

Аннотация. В статье рассматриваются средства создания негативного образа женщины-политика в публикациях политической тематики одного из самых популярных сетевых дневников русскоязычного коммуникативного интернет-пространства — www.lena-miro.ru. Выявленные тексты подвергаются текстуальному и концептуальному анализу. Устанавливается, что для создания антиимиджа женщин-политиков используются неофициальные гипокористики стандартных антропонимов, сниженные экспрессивные номинации, факты языковой игры, перифрастические единицы и концептуальные метафорические образы с мощным конфликтогенным потенциалом. Указанные единицы выполняют также и маскирующую функцию, отвлекая внимание читателя от нелогичности авторской аргументации и манипулятивных тактик навешивания ярлыков и необоснованного обобщения.

Ключевые слова: политический имидж; неформальная интернет-коммуникации; блогосфера; женщины-политики; общественное мнение; интернет-дискурс.

E. V. Pugacheva
Gelendzhik, Russia

ANTI-IMAGE OF A WOMAN-POLITICIAN IN INFORMAL INTERNET COMMUNICATION (BY THE EXAMPLE OF LENA MIRO S PUBLICATIONS)

Abstract. The article deals with the means of creating a negative image of a women-politician in the publications on the political topics of one of the most popular online diaries of the Russian language communicative Internet space — www.lena-miro.ru. The identified texts are subjected to textual and conceptual analysis. It is established that informal hypocoristics of standard anthroponyms, reduced expressive nominations, facts of language game, periphrastic units and conceptual metaphorical images with a powerful conflictogenic potential are used to create the anti-image women-politicians. These units also perform a masking function, distracting the reader from the illogic of the author's arguments and manipulative tactics of labeling and unjustified generalization.

Keywords: political image; informal Internet communication; blogosphere; women-politicians; public opinion; online discourse.

Политический имидж представляет собой комплексное дискурсивное явление и определяется как «эмоционально окрашенный образ субъекта политической системы, обладающий высокой степенью информативности и способностью воздействовать на народные массы» [Калинин 2015: 80], «вариант свернутого текста», который способен аккумулировать в себе большие объемы информации и может быть «развернут» в нужном имиджмейкеру направлении [Почепцов 2001: 66]. По мнению исследователей, политический имидж складывается из нескольких составляющих, в числе которых как официальная информация, так и обобщенные представления о субъектах политической деятельности и житейские сведения о тех или иных участниках политической жизни [Прудников 2004: 12; Калинин 2015: 81]. На формирование этих представлений значительное влияние оказывают как СМИ, так и другие источники. Отмечается, что в современных условиях глобализации и бурного развития инфокоммуникационных технологий в роли посредника между политическим деятелем и электоратом могут выступать не только официальные СМИ, но и интернет-ресурсы [Гончарова 2015: 56], при этом последние включают в себя неофициальные медийные источники, содержащие разнородный пользовательский контент. Появление и внедрение технологий Веб 2.0 способствовало созданию ситуации, в которой медийной деятельностью по распространению и осмыслению информации занимаются лица, не связанные непосредственно с официальными государственными и социальными институтами (в том числе и институтом СМИ), некоторые из них становятся новыми лидерами общественного мнения и могут оказывать значительное влияние на отношение интернет-аудитории к тем или иным социально значимым событиям и явлениям, в том числе способствовать созданию негативного образа политического субъекта — его антиимиджа. В настоящей работе рассматриваются публикации политической тематики одного из самых популярных блогов Рунета с целью выявления коммуникативно-речевых приемов, способствующих искажению образа женщины-политика.

Анализируемый блог — www.lena-miro.ru (ранее — www.miss-tramell.livejournal.com) — функционирует на базе дневниковой платформы «Живой журнал» (www.livejournal.com), занимая четвертое место в общем рейтинге пользователей, количество обращений за последний месяц превышает 17 миллионов (данные от 30.09.2019, предоставленные www.liveinternet.ru и размещенные на странице блога), что позволяет рассматривать его как периодическое интернет-издание, конкурирующее с официальными СМИ. Несмотря на свою популярность, блог редко становится объектом научной рефлексии [Лазуткина 2016; Пугачева 2019; Каллистратидис 2019], что, по всей видимости, непосредственно связано с особенностями его вербального оформления. Так, по мнению Е. В. Лазуткиной, анализируемый дневник представляет собой антиобразец блога, который «несмотря на бессодержательность, <...> за счет скандальности высказываний автора пользуется большой попу-

лярностью» [Лазуткина 2016: 53]. Е. В. Каллистратидис отмечает, что для блогпостов Лены Миро характерны «эпатирующее речевое поведение <...>, сознательная установка на дисфемизацию текстов, обилие вульгаризмов и сниженно-разговорных номинаций с ярко выраженным экспрессивно-оценочным потенциалом, фокус на наиболее неприятных и даже неприличных аспектах обсуждаемых тем», «однако именно это позволяет блогеру на протяжении долгого времени привлекать внимание наиболее активной части российского общества к актуальным проблемам» [Каллистратидис 2019: 218]. Эпатажность речевого поведения, ставшая, согласно наблюдениям исследователей, одной из характерных особенностей современных СМИ [Ильясова 2016], в социальных интернет-медиа достигает своего предела, и материалы рассматриваемого блога как нельзя лучше иллюстрируют этот тезис. Мы с неодобрением относимся к инвективизации медиатекстов и не разделяем политические убеждения и гражданскую позицию продуцента анализируемых речевых произведений, однако считаем, что анализ подобного эмпирического материала может способствовать дальнейшему осмыслению интернет-коммуникации с позиций лингвоэкологии и юридической лингвистики и разработке этических принципов регулирования медийной деятельности неформальных лидеров общественного мнения.

Анализируя размещаемые в блоге Лены Миро публикации социальной проблематики, исследователи приходят к выводу о том, что «по своим формальным и содержательным признакам они во многом сходны с таким востребованным жанром авторской журналистики, как комментарий» [Каллистратидис 2019: 221]. Согласно нашим наблюдениям, жанр блогпостов политической тематики также может быть охарактеризован как комментарий. Они являются вторичными по отношению к публикациям официальных СМИ и аккаунтов публичных лиц в социальных сетях, которые используются блогером в качестве источника фактической информации. Обнародованный в других источниках факт является новостным поводом, вызывающим определенную реакцию. Событие (в том числе и незначительное, носящее частный характер) преподносится через призму авторского восприятия, и именно те фрагменты текста блогпоста, в которых формулируются суждения продуцента, высказывается его мнение, выражаются чувства и эмоции, содержат инвективные единицы и обладают значительным конфликтогенным потенциалом.

Обратимся к конкретным примерам. В блогпосте «История леопардовой патриотки» Лена Миро описывает свою реакцию на забавную историю, рассказанную М. В. Захаровой в одном из своих аккаунтов в социальных сетях. По словам дипломата, ранним утром в центре Нью-Йорка к ней подошла местная жительница и сделала комплимент, сказав, что официальный представитель МИД РФ выглядит как человек, олицетворяющий Манхэттен, а потом очень удивилась, узнав, что «настоящая обитательница Манхэттена» — русская. Лена Миро полностью приводит текст М. В. Захаровой, а также пересказывает его на свой лад: *На днях официальный голос МИД России Мария Захарова рассказала удивительную историю. Вырядившись в леопёрдовую шубу, туфли, очки и кружевное, как я понимаю, бельё, наша Маша из Рашии прилетела в Нью-Йорк. Так вот, на выходе из отеля к Захаровой подвалила деревенская старуха из Канзаса и объявила, что Маша — вылитый образчик женщины Нью-Йорка с Манхэттена. Ну, леопёрдовая шуба сделала своё дело, да [Миро 30.01.2018].* В тексте Лены Миро содержится целый ряд единиц, способствующих общей дисфемизации повествования за счет своей семантики и стилистических характеристик. Используемые продуцентом лексемы вступают в диссонанс с описываемой внеязыковой ситуацией, что приводит к снижению образа политика, его обесцениванию: *вырядиться* вместо *одеться*, *подвалить* вместо *подойти*, *деревенская старуха* вместо *немолодая женщина*, сниженное юридически маркированное *леопёрдовый* вместо нейтрального *леопардовый*. В тексте не используется полный официальный антропоним в силу своей нейтральности, он заменяется разговорно-бытовой гипокористикой *Маша*, которая рифмуется с экзотопонимом-англицизмом *Рашиа* — *Маша из Рашии*. Подобная номинация является результатом языковой игры, способствующей ее деонимизации, сближению с апеллятивной лексикой и появлению семы 'провинциалка', она может быть оскорбительной не только для конкретного публичного лица, но и для любой русской женщины. Само название блогпоста (*История леопардовой патриотки*) является инвективным и может рассматриваться как проявление дискурсивной тактики навешивания ярлыков. Лексема *патриотка* используется Леной Миро как энантиосемичная единица. Блогер вырывает из контекста фразу дипломата (*я просто люблю этот город [Нью-Йорк], а он отвечает мне взаимностью*) и подвергает ее жесткой критике. Лена Миро не учитывает тот факт, что признание в любви к Нью-Йорку произносится в ответ на удивленную реплику незнакомки: *Но как это возможно?!! — она [американка] буквально застонала. — Не знаю. Может, я просто люблю этот город, а он отвечает мне взаимностью [Там же].* Это высказывание звучит вне политического дискурса, М. В. Захарова, по всей видимости, любит Нью-Йорк как город со своим духом и уникальной культурой, а не как символ враждебной политической силы, тем более что за этой фразой следует политическая шутка, недвусмысленно говорящая о том, что «настоящая обитательница Манхэттена» — русский дипломат: *Боюсь, моя незнакомка теперь будет думать, что мы не только Трампа „выбрали“, но всё намного хуже — мы стали ими (там же).* Однако блогер предпочитает оставить шутку без внимания и, прибегая к тактике необоснованного обобщения, говорит следующее: *На брифингах в МИДе Мария клеймит санкции, политику двойных стандартов, а в соцсетях пишет, что очень любит Нью-Йорк. Впрочем, она не одна такая — у нас все политики очень любят всё иностранное. Дома в Лондоне. Гражданство Мальты. Шопинг в Милане. Автомобили немецкие. Ну, и так далее. Патриоты ведь.* Из слов блогера можно сделать вывод, что публичное лицо, как и *все политики*, якобы является обладательницей заграничной недвижимости и зарубежного гражданства, однако какие-либо доказательства не приводятся. Лена Миро высмеивает известного человека, используя по отношению к нему все больше ярлыков, штампов, основанных на разного рода ассоциациях (*Гор-*

дится тем, что её принимают за напыщенную тёлку из *Верхнего Ист-Сайда*, так пусть и гордится — может, она с детства мечтала стать героиней сериала *Секс в Большом городе*), но при этом не предоставляет никакой фактической информации. Небольшой текст оказывается перенасыщенным маркированными единицами (в том числе и игровыми), цитатами и аллюзиями, которые, с одной стороны, делают образ публичного лица неприглядным, а с другой — маскируют отсутствие фактов и нелогичность повествования, отвлекают внимание читателя от конкретных манипулятивных тактик.

Для блогпостов политической тематики характерен перенос фокуса внимания с профессиональной деятельности женщины-политика на аспекты, непосредственно связанные с общественными гендерными стереотипами. Блогер обращает внимание читателей на внешность публичного лица, предметы гардероба, несовершенство фигуры, особенности поведения, упоминает неличеприятные факты и даже обращается к интимной сфере, если ранее общедоступными источниками была обнародована подходящая для этого информация, однако непосредственная критика гражданской позиции и политической деятельности лица отсутствует. Как результат, в текстах Лены Миро женщина-политик изображается не как профессионал, специалист в какой-либо области и не как субъект политических отношений, имеющий свою политическую программу, а как лицо женского пола, неприглядный образ которого лишь частично коррелирует с внеязыковой действительностью. Как правило, стилистика текста о публичном лице, в прошлом или настоящем наделенном определенными полномочиями, резко контрастирует с его тематикой, например: *Татьяна Арбидоловна Голикова не может сидеть на пышной жопе спокойно из-за обилия идей в её голове. Идеи, как правило, очень глобальные — в этот раз Таня замахнулась на демографию!* [Миро 23.11.2018]; *Тётя Таня, жена министра и сама экс-министр здравоохранения, никак не врубится, что же такое происходит в стране* [Миро 3.07.2019]. Сама манера повествования способствует игре на понижение. Подобные тексты, с их специфическим вербальным оформлением, создающим эффект стилистики подворотни, способствуют перенесению образа публичного лица из области институционального дискурса в сферу повседневных разговоров на кухне.

Особое место среди используемых блогером речевых средств создания негативного образа женщины-политика занимает когнитивная (концептуальная) метафора. Когнитивная метафора представляет собой «важнейший способ когнитивного моделирования действительности, способ непрямого отражения мира в сознании, репрезентированный в языке в системах образных номинаций» [Резанова 2010: 26]; «является мощным средством преобразования существующей в сознании адресата политической картины мира», которое «часто используется для воздействия на эмоционально-волевую сферу адресата и создания соответствующего отношения к рассматриваемым реалиям» [Чудинов 2013: 23—24]. Политические метафоры Лены Миро характеризуются эпатажностью и мощнейшим конфликтогенным потенциалом, при этом некоторые из них используются регулярно, переходя из одной публикации политической тематики в другую, занимают центральное место в тексте блогпостов и имеют ассоциативные связи с другими концептуальными метафорическими образами. 18 октября 2017 г. Ксения Собчак объявила о своем намерении баллотироваться на пост президента Российской Федерации, после чего в блоге Лены Миро появляются и продолжают размещаться в период всей предвыборной кампании блогпосты, нацеленные на создание негативного образа кандидата в президенты. Их центральным образом становится основанная на внешнем сходстве грубая зооморфная метафора, широко распространенная в анонимных интернет-текстах и лежащая в основе нескольких популярных среди интернет-пользователей экспрессивных антропонимов. Уже 19 октября Лена Миро публикует блогпост под заголовком «Цирк да и только!» [Миро 19.10.2017], в котором эта метафора является центральным образом и усложняется с помощью развернутой отсылки к прецедентной ситуации: *история имеет свойство повторяться: сначала в виде трагедии, затем в виде фарса. Однажды нечто подобное уже случилось: любимый конь императора и кровавого диктатора Калигулы стал римским сенатором <...> Конь в сенате при кровавом диктаторе — трагедия государства. Лошадь в роли кандидата в президенты при демократии — насмешка над здравым смыслом и полнейшее неуважение к избирателям* (там же). В тексте используются также и упомянутые выше оскорбительные прозвищные наименования, которые используются блогером как общеизвестные (*Лошадь, мне кажется, так и не в состоянии осознать, что Россия — это не синоним аудиторсии Дома 2. Ну, не может никак понять Ксюша, что наша страна состоит не из публичных девочек и жирных домохозяек*). Номинативная единица лошадь в данном случае — это одновременно и «народная» зооморфная метафора, и авторская историческая, основанная на сопоставлении с конем печально известного политика прошлого, однако историческая метафора влечет за собой еще один грубый зооморфный образ: *Коня звали Порцеллиус, что переводится с латыни «свинья»*, — по всей видимости, призванный охарактеризовать моральные качества кандидата в президенты. Необходимо отметить, что блогер стремится избежать возможности дальнейшего осмысления сложного метафорического образа, которое ей могли бы приписать, она отрицает возможность метафорического сопоставления первого лица государства с Калигулой: *Сегодня всё повторяется в виде фарса. Кровавого диктатора нет, а все обвинения, если таковые и звучат в адрес нашего президента, не вызывают ничего, кроме смеха. Место коня — лошадь, что тоже смешно* (там же). Интересно и то, что создание негативного образа кандидата в президенты способствует дискредитации президентских выборов как таковых; создавая сложный, многокомпонентный метафорический образ политика, Лена Миро вводит в текст блогпоста и другие когнитивные метафоры, мишенью которых являются выборы президента РФ 2018 г.: «ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА — ЭТО ДОМ-2» и «ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА — ЭТО ЦИРК», причем последняя включается в заголовок, занимая сильную позицию в тексте (*Цирк да и только!*), в конце блогпоста (т. е. в другой сильной позиции) блогер заявляет следую-

щее: *Идти и голосовать за президента, когда в списке кандидатов числится лошадь, это ниже достоинства любого нормального человека. Или я не права?* В данной ситуации невозможно утверждать, что Лена Миро призывает свою аудиторию бойкотировать президентские выборы, однако все смысловое пространство текста, включающего многочисленные шокирующие метафорические образы, организовано так, что читатель как бы самостоятельно приходит к выводу о том, что участие в голосовании и самоуважение оказываются несовместимыми. Показательно, что ни в этой публикации, ни в других Лена Миро эксплицитно не подвергает критике политическую программу Ксении Собчак как кандидата в президенты, блогер даже не упоминает о ней, однако манипулятивные речевые действия, имеющие место и в рассмотренном тексте, и в других публикациях, посвященных выборам 2018 г., подводят интернет-аудиторию к выводам, которые могли быть невыгодны К. А. Собчак, позиционировавшей себя во время предвыборной гонки как кандидата «против всех» [Ксения Собчак объявила... URL]. Рассмотренные выше метафоры повторяются неоднократно в разных блогах Лены Миро, фактически неофициальный метафорический антропоним в текстах блога становится устойчивой номинацией женщины-политика, воздействующей на эмоциональную сферу читателей.

В заключение представляется необходимым отметить тот факт, что значительное количество сниженно-разговорных и даже инвективных единиц, характерных для вербального поведения Лены Миро, выполняет специфическую маскирующую функцию, отвлекая внимание читателей и, возможно, исследователей от применяемых блогером манипулятивных тактик воздействия на мнение читательской аудитории. Грубые номинации женщин-политиков не только развлекают читателей, позволяя им почувствовать свое превосходство (моральное или какое-либо иное) над публичным лицом, наделенным определенным статусом, но и отвлекают внимание специалистов от тех идей и выводов, к которым может прийти аудитория блога. Блог Лены Миро воспринимается общественностью как нечто недостойное внимания, однако при этом уже на протяжении почти десяти лет он является одним из самых востребованных сетевых дневников русскоязычной блогосферы.

ИСТОЧНИКИ

1. Ксения Собчак объявила об участии в выборах президента России // Ведомости. 2017. 18 окт. URL: <https://www.vedomosti.ru/politics/articles/2017/09/30/736005-sobchak-viborah-prezidenta>.
2. Миро Л. История леопардовой патриотки // Livejournal. 2018. 30 янв. URL: <https://lena-miro.ru/1443709.html>.
3. Миро Л. Мнение эксперта: Почему куры не рожают? // Livejournal. 2018. 23 нояб. URL: <https://lena-miro.ru/1674397.html>.
4. Миро Л. Почему не рожают?! // Livejournal. 2019. 3 июл. URL: <https://lena-miro.ru/1845837.html>.
5. Миро Л. Цирк да и только! // Livejournal. 2017. 19 окт. URL: <https://miss-tramell.livejournal.com/1364586.html>.

ЛИТЕРАТУРА

6. Гончарова Е. С. Влияние эксплицитных оценок СМИ на имидж Г. Шредера в период предвыборной гонки в 2002 г. // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2015. № 12 (54). В 4 ч. Ч. 2. С. 56—60.
7. Ильясова С. В. От коллажа до эпатажа: к оценке словотворчества в языке современных российских СМИ // Экология языка и коммуникативная практика. 2016. № 1. С. 267—272.
8. Калинин О. И. Политический имидж как объект лингвистических исследований // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2015. № 10 (52). В 2 ч. Ч. 1. С. 79—83.
9. Каллистратидис Е. В. Специфика освещения социальной тематики в русскоязычной блогосфере (на примере дневника Лены Миро) // Культура в фокусе научных парадигм. 2019. Вып. 8. С. 16—221.
10. Лазуткина Е. В. Лидеры мнений в информационном пространстве блогосферы Рунета // Вестн. Новосиб. гос. ун-та. Сер.: История, филология. 2016. Т. 15. № 6 : Журналистика. С. 51—59.
11. Почепцов Г. Г. Имиджелогия. — М. : SmartBOOK, 2009. 574 с.
12. Прудников Л. А. Политические технологии как фактор формирования имиджа Вооруженных сил Российской Федерации : автореф. дис. ... канд. полит. наук. — М., 2004. 20 с.
13. Пугачева Е. В. Особенности функционирования стилистически сниженной лексики в блоге miss_tramell.com (на примере наименований лиц женского пола) // Настоящее и будущее стилистики. — М. : Флинта, 2019. С. 607—618.
14. Резанова З. И. Метафорический фрагмент русской языковой картины мира: идеи, методы, решения // Вестн. Том. гос. ун-та. Сер.: Филология. 2010. № 1 (9). С. 26—43.
15. Очерки по современной политической метафорологии. — Екатеринбург : Урал. гос. пед. ун-т., 2013. 176 с.

Р. Т. Садуов
Уфа, Россия

МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ ФАКТОР ОБУЧЕНИЯ: ОПЫТ ОРГАНИЗАЦИИ МЕЖДУНАРОДНЫХ СТУДЕНЧЕСКИХ ПРОЕКТОВ

Аннотация. Данная работа раскрывает преимущества обучения студентов различным навыкам посредством организации международных студенческих проектов. Особая роль при этом уделяется межкультурной коммуникации как важному фактору обучения иностранному языку, письму и этикету. Материалом послужили результаты нескольких международных проектов с участием российских и американских студентов в рамках международного Трансатлантического Тихоокеанского проекта.

Ключевые слова: межкультурная коммуникация; проектное обучение; методика преподавания иностранных языков; метод проектов; международные студенческие проекты; студенты.

R. T. Saduov
Ufa, Russia

INTERCULTURAL COMMUNICATION AS AN EFFECTIVE LEARNING FACTOR: EXPERIENCE IN ORGANIZING INTERNATIONAL STUDENT PROJECTS

Abstract. This work reveals the benefits of teaching students various skills through the organization of international student projects. A special role is given to intercultural communication as an important factor in teaching a foreign language, writing and etiquette. The material was the results of several international projects with the participation of Russian and American students in the framework of the international Transatlantic Pacific project.

Keywords: intercultural communication; project training; methodology of teaching of foreign languages; project method; international student projects; students.

Вступление

Современная система образования предполагает обучение студенческой аудитории проведению проектов, что подтверждается введением соответствующей компетенции в новейший государственный стандарт высшего образования. Это влечет за собой введение в учебные программы предметов, посвященных проектной деятельности, а также видов обучения и контроля, которые направлены на формирование данной компетенции. Разумеется, проектное обучение является предметом внимания уже длительное время, однако введение данной компетенции в стандарт более чем красноречиво говорит о тенденции к усилению влияния проектной составляющей.

Экономическая и социальная реальность диктует необходимость экстраполировать проектную деятельность на международную практику. Технологическая революция, свидетелями которой мы являемся, делает сотрудничество между международными субъектами экономической, политической и иных видов деятельности все более обыденным.

В то же время существует понимание, что на пути международного сотрудничества есть множество преград в виде языковых барьеров, разного рода стереотипов, культурных различий. Чтобы смягчить возможные противоречия, многие отечественные учебные программы предусматривают включение в себя всевозможных курсов по межкультурной коммуникации. Безусловно, корректно составленные курсы данной направленности способствуют снятию барьеров.

Представляется, тем не менее, что теоретические знания об имеющихся сложностях межкультурной коммуникации не являются достаточными для того, чтобы быть уверенными в том, что выпускники высшей школы смогут осуществлять международную проектную деятельность. С целью обучить студентов практическим аспектам организации и проведения международных проектов необходимо обеспечить возможность участия студентов в проектах данного типа.

В рамках данной работы освещается опыт участия российских студентов в международном Трансатлантическом Тихоокеанском проекте с англоязычными студентами, в рамках которого студенты из разных стран выполняют различные проекты и таким образом приобретают одновременно практические навыки по соответствующей дисциплине и опыт общения с представителями англоязычной культуры.

Справка о проекте

Трансатлантический Тихоокеанский проект был основан профессором американского университета Брюсом Мэйлафом и датским профессором Соней Вандепитте. Основные цели проекта обучающие: наряду с новыми предметными навыками, которые приобретают студенты, проект направлен на выработку навыка межкультурной коммуникации и международного сотрудничества, а также управления мини-проектом.

Как правило, проект является результатом договоренности между преподавателями двух университетов о том, что их студенты примут участие в предложенном проекте. Длительность, содержание, результаты и прочие параметры проекта устанавливаются самими преподавателями.

Типичная схема выполнения проекта студентами выглядит следующим образом:

- Обмен электронными сообщениями (приветствие) и анкетами (pre-learning report).
 - Выполнение содержательной части проекта.
 - Обмен электронными сообщениями (благодарность) и обратная связь с преподавателем (post-learning report).
- Основные сложности, с которыми учатся справляться студенты:
- Межкультурные.
 - Проектные.
 - Коммуникативные.
 - Географические (разные временные зоны).
 - Технологические.

Пример проекта 1. Практика перевода

В качестве примера международного проекта приведем проект, в осуществлении которого участвовали студенты Университета штата Северная Дакота (дисциплина «Творческое письмо») и Башкирского государственного университета (дисциплина «Практика перевода»). В качестве задания студентам БашГУ было поручено придумать «подсказку» (например, слово, произведение искусства, картину, музыкальное произведение) и сообщить ее своему напарнику. В течение недели напарник в США писал историю на основании «подсказки» и пересылал ее студенту БашГУ. Получив историю, студент переводил ее на русский язык и писал небольшой отзыв с комментариями по поводу основных сложностей, возникших при переводе.

Получив отклик, студенты США обсуждали, каким образом они могли бы улучшить свой текст для международной аудитории. Российские студенты выступали со своими переводами перед одногруппниками, среди которых два студента, назначенные преподавателем, выступали в качестве рецензентов, определявших качество перевода.

Основные цели, которые достигнуты в рамках проекта, можно поделить на несколько категорий:

Межкультурные:

- студенты научились более уверенно осуществлять коммуникацию с представителями другой культуры;
- студенты усовершенствовали языковые навыки;
- студенты стали мотивированными к осуществлению межкультурной коммуникации.

Проектные:

- студенты научились писать электронные письма и начали делать это более уверенно;
- студенты научились планировать время в соответствии с задачами проекта;
- студенты научились более ответственно подходить к выполнению заданий, поскольку от этого зависит успех проекта.

Предметные:

- студенты улучшили переводческие навыки;
- студенты улучшили навыки осуществления критики перевода.

Пример проекта 2. Проверка юзабилити и деловой отчет

Один из самых сложных проектов, осуществлявшихся студентами БашГУ в рамках Трансатлантического Тихоокеанского проекта, стал проект с участием магистров факультета межкультурной коммуникации и магистров Университета Западного Нью-Мексико.

В рамках проекта международным студенческим группам из трех человек было предложено совместно написать десятистраничный деловой отчет на основе написанной инструкции и проведенной проверки юзабилити. Проект осуществлялся в облачной среде *Google Docs* и состоял из нескольких этапов:

1. Группа студентов совместно пишет «предложение» — документ, где обосновывается необходимость составления инструкции к определенному действию или предмету (например, регистрация на каком-либо портале).

2. Группа студентов совместно пишет инструкцию и обменивается ею с другой группой и проводит проверку юзабилити инструкции другой группы студентов. Обнаруженные неясности или ошибки в инструкции сообщаются группе, которая разрабатывала инструкцию.

3. На основании полученных замечаний по результатам юзабилити группа пишет отчет о прогрессе, где отражает текущее положение дел.

4. Группа исправляет инструкцию.

5. Группа дописывает полноценный отчет по результатам проекта.

По результатам проекта, помимо межкультурных и проектных целей (см. предыдущий пример), студенты приобрели важные практические навыки, которые редко становятся объектом преподавательского внимания:

- студенты значительно улучшили навыки письма и приобрели знания о новых жанрах — инструкция и деловой отчет;
- студенты приобрели навыки по проверке юзабилити.

Заключение

Учебные проекты с международным участием позволяют приобрести широкий спектр навыков начиная с предметных (перевод, деловое письмо и т. д.) и заканчивая важным навыком межкультурной коммуникации. Практика участия в таких проектах позволяет студентам увереннее осуществлять общение с представителями иной культуры, а также научиться работать в международной команде.

И. И. Саженин
Новосибирск, Россия

ТИПОВЫЕ ОШИБКИ, ДОПУСКАЕМЫЕ ЭКСПЕРТАМИ ПРИ ПРОИЗВОДСТВЕ ЭКСПЕРТИЗ И ПРОВЕДЕНИИ ИССЛЕДОВАНИЙ ПО ДЕЛАМ, СВЯЗАННЫМ С ЗАЩИТОЙ ЧЕСТИ, ДОСТОИНСТВА ИЛИ ДЕЛОВОЙ РЕПУТАЦИИ

Аннотация. В статье описаны самые частотные ошибки, совершаемые экспертами-лингвистами государственных и негосударственных экспертных организаций при работе с конфликтным текстом в рамках дел, связанных с защитой чести, достоинства или деловой репутации. При рассмотрении исков о защите чести, достоинства или деловой репутации судьи регулярно прибегают к помощи лиц, обладающих специальными знаниями в области лингвистики. Практика взаимодействия судов и экспертов показывает, что далеко не всегда им удается найти общий язык и верно оценить свои функции и полномочия в рамках процесса. С одной стороны, конкретный судья нередко сталкивается с необходимостью рассмотрения иска о защите чести и достоинства впервые в своей практике и по причине отсутствия должного опыта некорректно определяет функции эксперта, побуждая последнего решать отнюдь не экспертные задачи. С другой стороны, эксперт, не имея специальных знаний в области юриспруденции, осуществляет свою деятельность по заданию суда и в направлении, этим судом заданным, не всегда представляя себе, в чем на самом деле должно заключаться его содействие. Когда все участники процесса имеют искаженное представление о роли эксперта, функции и содержании экспертного заключения, возникают ситуации, затрудняющие в конечном итоге принятие решения по делу вследствие ошибок, допущенных экспертом и порожденных вышеописанными факторами.

Ключевые слова: лингвистическая экспертиза; защита чести; защита достоинства; защита деловой репутации; эксперты; работа с текстом; типичные ошибки.

I. I. Sazhenin
Novosibirsk, Russia

TYPICAL MISTAKES MADE BY EXPERTS IN CONDUCTING EXPERTISE AND CONDUCTING RESEARCH IN CASES RELATED TO THE PROTECTION OF HONOR, DIGNITY OR BUSINESS REPUTATION

Abstract. The paper describes the most frequent mistakes made by forensic linguists of state and non-state expert organizations when working with a conflict text in the framework of cases related to the protection of honor, dignity or business reputation. When considering claims for the protection of honor, dignity or business reputation, judges regularly resort to the help of persons with special knowledge in the field of linguistics. The practice of interaction between courts and experts shows that they are not always able to find a common language and correctly evaluate their functions and powers within the process. On the one hand, a particular judge often encounters the need to consider a claim for the protection of honor and dignity for the first time in his practice, and due to the lack of proper experience, he incorrectly determines the functions of an expert, prompting the latter to solve by no means expert tasks. On the other hand, the expert, having no special knowledge in the field of jurisprudence, carries out its activities on the instructions of the court and in the direction given by this court, not always imagining what its assistance should actually be. When all participants in the process have a distorted idea of the role of the expert and the functions of the expert report, situations arise that make it difficult to ultimately decide on the case due to errors made by the expert and generated by the factors described above.

Keywords: linguistic examination; protection of honor, dignity or business reputation; experts; text analyse; typical errors.

В делах о защите чести, достоинства или деловой репутации суду требуется квалифицировать распространенные сведения как порочащие. В соответствии с Постановлением Пленума Верховного суда Российской Федерации от 24 февраля 2005 г. N 3 г. Москва «О судебной практике по делам о защите чести и достоинства граждан, а также деловой репутации граждан и юридических лиц» к категории порочащих относятся «сведения, содержащие утверждения о нарушении гражданином или юридическим лицом действующего законодательства, совершении нечестного поступка, неправильном, неэтичном поведении в личной, общественной или политической жизни, недобросовестности при осуществлении производственно-хозяйственной и предпринимательской деятельности, нарушении деловой этики или обычаев делового оборота».

Статья 29 Конституции РФ гарантирует каждому свободу мысли и слова. «Каждый имеет право свободно искать, получать, передавать, производить и распространять информацию любым законным способом», но при этом статья 21 гарантирует охрану достоинства личности: «Ничто не может быть основанием для умаления достоинства».

Для соблюдения баланса между данными положениями суд при принятии решения о квалификации сведений как порочащих должен отделить мнение (свобода которого гарантируется) от утверждения о факте, истинность или ложность которого можно проверить. Порочащие сведения имеют два признака:

- 1) ложный характер;
- 2) содержание:
 - **нарушение** действующего законодательства,
 - **совершение** нечестного поступка,

- **неправильное**, неэтичное поведение в личной, общественной или политической жизни,
- недобросовестность при **осуществлении** производственно-хозяйственной и предпринимательской деятельности,
- **нарушение** деловой этики или обычаев делового оборота.

Для принятия решения по делу суд прибегает к помощи специалиста в области лингвистики, задачей которого является: 1) определение качества информации о лице в распространенном сообщении: **негативная, позитивная, нейтральная**; 2) определение **формы выражения негативной информации**: мнение, оценочное суждение, предположение, утверждение о факте.

В основе методики решения данных задач лежит анализ пропозитивного содержания высказываний. Пропозиция представляет собой семантическую (смысловую) структуру, образуемую двумя главными элементами: предмет речи (носитель предикативного признака) и приписываемый ему признак (предикат). При производстве экспертиз по делам, связанным с защитой чести, достоинства или деловой репутации, предметом речи выступает лицо — физическое или юридическое и действия, им совершаемые/совершенные. Определение наличия/отсутствия негативной информации о лице имеет две цели:

- 1) сформулировать содержание негативной информации с тем, чтобы в дальнейшем определить форму ее выражения;
- 2) сформулировать содержание негативной информации с тем, чтобы в дальнейшем суд мог квалифицировать данную информацию как относящуюся к категории порочащих сведений (в соответствии с определением таких, данным в Постановлении пленума Верховного суда).

Данные цели достигаются посредством анализа пропозитивного содержания. Например: *«Иванов вчера опять приперся поздно»*.

Предмет речи — Иванов.

Приписываемые ему признаки, свойства, действия:

- 1) прибыл в некое место (приперся);
- 2) опоздал (поздно);
- 3) опоздал не в первый раз (опять).

Далее требуется каждую пропозицию проанализировать на предмет отнесения сообщаемой в ней информации к категории негативной:

- 1) прибыл в некое место — данная информация является нейтральной;
- 2) опоздал — данная информация является негативной, поскольку опоздание современным обществом оценивается отрицательно;
- 3) опаздывал раньше — данная информация является негативной, поскольку регулярные опоздания отрицательно характеризуют человека, современным обществом такое поведение оценивается отрицательно.

Кроме того, в слове «припереться» («ПРИПЕРЕТЬСЯ, -прусь, -прёшься; припёрся, -лась, -лось; припёршись; св. Разг.-сниж. Прийти, приехать, явиться куда-л. П. без приглашения. Родственники припёрлись на целый месяц. Зачем сюда припёрся? Опять этот тип припёрся. <Припираться, -аюсь, -аешься; нсв.» [Новейший большой толковый словарь русского языка 2008]) содержится еще и отрицательный коннотативный компонент, который, однако же, не характеризует действия субъекта или его качества, а транслирует негативное отношение говорящего к субъекту — то есть не является негативной информацией непосредственно о субъекте.

Далее, после экспликации пропозитивного содержания, для суда становится возможным каждый информационный блок соотносить с перечнем действий, относимых к категории порочащих, как показано в таблице.

Таблица

опоздал (поздно)	является ли это действие	– нарушением гражданином или юридическим лицом действующего законодательства,
опоздал не в первый раз	является ли это действие	– нечестным поступком, – неправильным, неэтичным поведением в личной, общественной или политической жизни, – недобросовестностью при осуществлении производственно-хозяйственной и предпринимательской деятельности, – нарушением деловой этики или обычаев делового оборота.

Таким образом, задача эксперта состоит в том, чтобы сообщить суду ту информацию, истинность которой будет в итоге доказывать ответчик (утверждения о фактах), а также информацию, верификация которой невозможна (оценка), или которая отражает субъективные представления говорящего о действительности и в этой связи допустима для распространения, согласно ст. 29 Конституции РФ (мнение/предположение). Данные задачи заключены, как правило, в следующих вопросах:

- 1) имеется ли в представленном материале негативная информация о лице?
- 2) если таковая имеется, то в какой форме она выражена?

Так должно быть, согласно логике процесса и логике исследования, однако реальность имеет существенные отличия.

Типовые ошибки

Если эксперт, по той ли иной причине, не осознает, какого рода содействие от него требуется, необязательным, но частотным следствием является совершение им ряда деятельностных или процессуальных ошибок.

1. Эксперт не анализирует пропозитивное содержание высказывания, не разбивает высказывания, относящиеся непосредственно к предмету речи (истцу) для их последующей аксиологической квалификации, совершая тем самым деятельностную ошибку (ошибку в выборе методов и их применении в исследовательском процессе). В результате неясно, какая именно информация, сообщенная о лице, является негативной.

2. Эксперт дает общий вывод по всему текстовому фрагменту, что делает невозможным дальнейшее сопоставление действий, упоминаемых в анализируемом тексте, с перечнем действий, относимых к категории порочащих. Кроме того, такое экспертное решение делает невозможным проведение дальнейшего корректного анализа по вопросам, связанным с установлением формы выражения негативной информации.

Решение экспертной задачи по определению качества сообщаемой информации предполагает разделение фрагментов повествования, относящихся к объекту (истцу), на пропозиции, с целью последующего анализа каждой пропозиции на предмет ее отнесения к категории утверждения или к категории мнения. Однако нередко эксперты данный метод не используют. Цитата: «Форма утверждения представлена в следующих предложениях...», однако далее эксперт не сообщает, что именно в этих предложениях утверждается. Например, в предложении «Я получила информацию, что Иванова Д. К. получила доступ к личным данным пациента и незаконно распорядилась денежными средствами после его смерти» имеется следующая информация об Ивановой Д. К.:

- 1) она получила доступ к личным данным пациента;
- 2) она распорядилась денежными средствами после его смерти;
- 3) она совершала это незаконно.

Тем не менее при ответе на вопрос эксперт не уточняет, какая именно пропозиция анализируется, делая вывод по всему высказыванию сразу (цитата: «да, содержатся в форме утверждения с элементами оценочной и предположения»), что делает невозможным дальнейшую работу с заключением в рамках процесса, поскольку остается неясным, истинность какой именно информации требуется доказывать ответчику: а) что Иванова получила доступ, б) что Иванова распорядилась денежными средствами пациента или в) что Иванова делала это незаконно.

Каждая из этих пропозиций должна быть проанализирована отдельно и по каждой из них требуется дать вывод: является ли содержащаяся в ней информация негативной и в какой форме она выражена. Так необходимо поступить со всеми текстовыми фрагментами, в которых сообщается о действиях Ивановой.

3. Использование неполных операционных определений понятий «мнение» и «утверждение о факте» для квалификации формы выражения информации в качестве основного диагностирующего объекта:

«Мнение о фактах, событиях, лицах в отличие от высказывания о фактах в форме утверждения предполагает явное указание на носителя мнения. Выражение мнения распознается в тексте по наличию определенных слов и конструкций, указывающих на него (например, по моему мнению, я считаю, я полагаю). Если такие маркеры отсутствуют, то адресат текста (получатель информации) имеет дело с утверждением, а не с мнением. <...> Мнение в форме утверждения может быть проверено на соответствие действительности» [Памятка по вопросам назначения судебной лингвистической экспертизы...].

«Утверждение — это мысль, положение, высказывание, утверждающее что-либо. Утверждения распознаются в тексте по отсутствию в предложении маркированности специальными вводными конструкциями и наречиями, выражающими неуверенность, сомнение, или по наличию маркированности конструкциями, подчеркивающими достоверность сообщаемого (например, известно, точно, доподлинно, без сомнения, фактически и т. п.) [Там же]».

Используемые определения предполагают опору только на грамматические критерии диагностирования формы выражения информации без учета всего многообразия языковых средств для выражения информации и отношения говорящего к ней. В то время как семантика высказывания и его логико-синтаксические особенности [Баранов 2007; Кузнецов, Оленников 2014; Кукушкина 2016; Плотникова 2018] являются не менее важными. Используемое определение понятия «мнение», взятое экспертами из Памятки по вопросам назначения экспертизы, не применимо на практике в силу своей неполноты. Если следовать данному определению, то выражение *Наш губернатор совершенно не пользуется своей совестью* является утверждением о факте (нет маркеров мнения, нет указания на носителя мнения), а значит, может быть проверено на соответствие действительности. Хотелось бы увидеть на практике, как это можно проверить. Но, как показывает практика проведения повторных экспертиз, неполнота определения зачастую не принимается во внимание экспертами и специалистами. Данные определения применяются для квалификации сообщаемой информации, и на основе этого применения делаются выводы.

Нередко суд самостоятельно в силу некомпетентности или отсутствия практики ставит перед экспертом несвойственные экспертной специальности задачи, провоцируя его тем самым на выход за рамки специальных знаний.

4. Выход за пределы компетенции при ответе на вопросы о наличии в тексте авторских установок на унижение чести и о порочащем характере информации.

Формулировка вопроса «Имеется ли в указанных фрагментах текста авторская установка на унижение чести, достоинства и репутации истца Ивановой» не соответствуют экспертной специальности 26.1 «Исследова-

ние продуктов речевой деятельности». Вопрос выходит за пределы компетенции специалиста в области лингвистики. Его решение невозможно осуществить методами лингвистики, поскольку понятие «установка» относится к области психологии, а понятие «унижение чести и достоинства» является принадлежностью юридической науки (установка в психологии рассматривается «как готовность, предрасположенность субъекта к определенному восприятию будущих событий и совершению определенных действий в соответствующей ситуации. Установка обеспечивает устойчивый целенаправленный характер протекания деятельности по отношению к определенному объекту, определяет направление действий и способ восприятия и мышления индивида» [Узнадзе 1961]). Лингвистика не обладает методологическим аппаратом, позволяющим по результату психомоторной деятельности (по тексту) определять авторские установки, которые должны определяться специалистами в области психологии, в том числе при личном освидетельствовании. Методы лингвистики позволяют устанавливать смысловые, грамматические, стилистические и прагматические особенности текста, а не психологические особенности его автора и его реальные цели. Определение по тексту авторских установок методами лингвистики возможно в той же степени, что определение с помощью анализа синтаксической структуры предложения массы планеты Юпитер.

Что касается вопроса о порочащем характере информации, то его решение также невозможно осуществить методами лингвистики, поскольку одним из признаков порочащей информации является ее ложность.

Решая подобные вопросы, лингвист выходит за пределы своей компетенции и тем самым нарушает положения ст. 8 ФЗ т 31 мая 2001 г. N 73-ФЗ «О государственной судебно-экспертной деятельности в Российской Федерации».

Таким образом, при исследовании материала экспертами чаще всего допускаются процессуальные ошибки: выход за пределы компетенции при решении; деятельностные ошибки: эксперты не используют метод анализа пропозитивного содержания; эксперты используют неполное операционное определение в качестве диагностирующего объекта.

В случае корректного использования методологического инструментария выводы должны принять следующую форму:

Вывод по вопросу № 1.

В исследуемых текстах имеется негативная информация о лице.

А именно:

а) Лицо делает/сделало N;

б) Лицо совершило N

и т. п.

Вывод по вопросу № 2.

В форме утверждения о факте выражена следующая информация о Лице:

А) информация о том, что лицо делает/сделало N

Б) _____

...

Н) _____

В форме мнения выражена следующая информация о лице:

А) _____

Н) _____

В такой форме выводы становятся предельно информативными: участникам процесса становится понятно, что именно из сообщенного требует доказательств, являясь утверждением, а что не требует, являясь оценкой или мнением.

ЛИТЕРАТУРА

1. Баранов А. Н. Лингвистическая экспертиза текста : учеб. пособие. — М. : Флинта : Наука, 2007. 592 с.
2. Бельчиков Ю. А., Горбаневский М. В., Жарков И. В. Методические рекомендации по вопросам лингвистической экспертизы спорных текстов СМИ : сборник материалов. — М. : ИПК «Информкнига», 2010.
3. Кузнецов С. А., Оленников С. М. Экспертные исследования по делам о признании информационных материалов экстремистскими: теоретические основания и методическое руководство. — М. : Изд. дом В. Ема, 2014. 132 с.
4. Кукушкина О. В. Негативная информация: утверждение о факте или выражение мнения? 2016. № 3 (43). С. 132—145.
5. Новейший большой толковый словарь русского языка / под ред. С. А. Кузнецова. — СПб. : Норинт ; М. : РИПОЛ классик, 2008.
6. Памятка по вопросам назначения судебной лингвистической экспертизы : для судей, следователей, дознавателей, прокуроров, экспертов, адвокатов и юрисконсультов / под ред. проф. М. В. Горбаневского. — М. : Медея, 2004. 104 с.
7. Плотникова А. М. Конфликтная коммуникация в аспекте судебной лингвистики : моногр. — Екатеринбург : ТХТ, 2018. 197 с.
8. Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 24 февраля 2005 г. N 3 «О судебной практике по делам о защите чести и достоинства граждан, а также деловой репутации граждан и юридических лиц».
9. Узнадзе Д. Н. Экспериментальные основы психологии установки. — Тбилиси : Изд-во АН Гр. ССР, 1961.

А. Г.-Б. Салахова
Челябинск, Россия

ИНФОРМИРУЮЩАЯ КОММУНИКАТИВНАЯ СТРАТЕГИЯ В НЕМЕЦКОЯЗЫЧНОМ РЕЛИГИОЗНО-ПРОПОВЕДНИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ (НА МАТЕРИАЛЕ ПРОПОВЕДЕЙ КАТОЛИЧЕСКИХ ЕПИСКОПОВ ГЕРМАНИИ)

Аннотация. Рассматривается коммуникация в традиционном институте религии — церкви. Целью исследования является анализ и описание актуализации информирующей коммуникативной стратегии, используемой немецкоязычными католическими проповедниками в своих проповеднических выступлениях. Данная стратегия направлена на сообщение реципиенту дополнительной информации. Ее цель заключается в разъяснении слушающим сути религиозного вероучения, смысла слов Учителя, принципов религиозной морали. Реализуется посредством набора коммуникативных тактик, к которым относятся тактики передачи фактуальной информации и передачи концептуальной информации. Коммуникативная тактика передачи концептуальной информации нацелена на раскрытие вероучения. Она носит оценочный характер и призвана повлиять на слушателей и сформировать у них определенную картину мира, определенное мнение. Коммуникативная тактика передачи концептуальной информации реализуется через коммуникативные ходы интерпретации и аналогии.

Ключевые слова: религиозно-проповеднический дискурс; коммуникативные тактики; коммуникативные стратегии; концептуальные метафоры; языковые маркеры; убеждающая коммуникация.

A. G.-B. Salakhova
Chelyabinsk, Russia

INFORMING COMMUNICATIVE STRATEGY IN THE GERMAN-RELIGIOUS-PRE-PREDITIONAL DISCOURSE (ON THE MATERIAL OF THE HOLY WORKS OF THE CATHOLIC BISHOPS OF GERMANY)

Abstract. Communication is considered in the traditional institution of religion - the church. The purpose of the study is to analyze and describe the actualization of the communicative communication strategy used by German-speaking Catholic preachers in their preaching speeches. This strategy aims to provide the recipient with additional information. Its purpose is to explain to the listeners the essence of religious dogma, the meaning of the words of the Teacher, the principles of religious morality. It is realized through a set of communicative tactics, which include tactics of transmitting factual information and transmitting conceptual information. The communicative tactics of transmitting conceptual information is aimed at revealing a creed. It is evaluative in nature and is designed to influence listeners and form a certain picture of the world, a certain opinion. The communicative tactics of transmitting conceptual information is realized through the communicative moves of interpretation and analogy.

Keywords: religious preaching discourse; communication tactics; communication strategies; conceptual metaphors; language markers; persuasive communication.

Интерес к религиозной коммуникации в отечественной гуманитарной науке возрос с конца прошлого века и не уменьшается до сих пор. Это объясняется ценностью религии в жизни каждого человека. Религиозные ценности служат основой культурных норм любого общества и определяют поведение членов социума в ситуациях как институциональной, так и межличностной коммуникации. Особая сфера коммуникативной деятельности в общественном институте религии позволяет не только изучить когнитивные и коммуникативные особенности языковой личности профессионального религиозного деятеля, но и влияние религиозной коммуникации на светское общество. В рамках данной статьи мы рассмотрим коммуникацию в традиционном институте религии — церкви. Целью нашего исследования является анализ и описание актуализации информирующей коммуникативной стратегии, используемой немецкоязычными католическими проповедниками в своих проповеднических выступлениях.

В. И. Карасик определяет информирующую коммуникативную стратегию как «последовательность интенций, сориентированных на информирование человека, сообщение ему знаний и мнений о мире» [Карасик 2004: 256]. При этом под знаниями понимаются результаты материальной и духовной деятельности социума, выражающие в знаковой форме объективное отражение мироустройства, закономерности природного и социального характера. Мнения же — это субъективные представления о каком-либо фрагменте действительности, содержащие предположение либо оценку. Под информацией в работе понимается передача новых сведений о предметах, явлениях, отношениях, событиях действительности, восполнение недостающих знаний, дополнение существующих знаний определенными смыслами с целью формирования нового мнения или корректировки уже существующего. В процессе религиозной коммуникации это достигается путем использования дефиниций, толкований, интерпретаций, иллюстраций и т. д.

Информирующая коммуникативная стратегия в немецкоязычном религиозно-проповедническом дискурсе реализуется посредством коммуникативных тактик передачи фактуальной информации и передачи концептуальной информации, которые, в свою очередь, вербализуются следующими коммуникативными ходами: сообщение, описание, определение, интерпретация и аналогия.

Коммуникативная тактика передачи фактуальной информации в религиозно-проповедническом дискурсе нацелена на восполнение пробелов в знаниях реципиентов и расширение их кругозора. Функция данной тактики заключается в подготовке реципиента к сообщению мнения проповедника, его оценки событий и явлений, к убеждающей аргументации. Данную тактику можно рассматривать как основу для убеждающей коммуникации. Коммуникативный ход сообщения служит для передачи актуальных на данный момент времени сведений о событиях, происшедших, происходящих либо тех, которые будут происходить. С помощью сообщения проповедник создает/воссоздает релевантную для проповедования коммуникативную ситуацию: локально-темпоральную характеристику события, фактологическую информацию. Языковыми маркерами данного коммуникативного хода выступают глаголы действия, лексические единицы с временным и пространственным значением и указывающие на динамический характер повествования. Например: *...am 6. Februar dieses Jahres wurde in meinem Auftrag eine Pressekonferenz abgehalten, um die Öffentlichkeit über den Finanzskandal in der Finanzabteilung unseres Ordinariats zu informieren / ...6 февраля этого года по моему поручению была проведена пресс-конференция, информирующая общественность по поводу финансового скандала в финансовом отделе нашего епископства* [Hanke, 31.12.2018]. Епископ Айхштетта Грегор Мария Ханке информирует прихожан о проведенных в католической общине мероприятиях. Языковыми средствами выражения коммуникативной тактики передачи информации выступают фактические данные: дата (*6. Februar dieses Jahres*), событие (*Pressekonferenz, Finanzskandal*), место действия (*Finanzabteilung unseres Ordinariats*), само действие (*abgehalten, informieren*). Сообщение данной информации необходимо проповеднику для дальнейшего повествования, раскрытия взаимосвязей, причинно-следственных отношений, высказывания собственного мнения, заключения.

Коммуникативный ход описания направлен на развернутое представление событий, явлений, состояний путем перечисления и раскрытия основных признаков описываемого лица, предмета или события, что позволяет передать чувства, мысли говорящего, группы людей, общества в целом. Языковые маркеры описания — это наличие большого количества номинативных единиц. Глаголы, используемые в описании, отражают состояние либо пассивное действие. В качестве примера может служить следующий отрывок из проповеди епископа Трира Штефана Акерманна: *Bei ihnen ist allerdings von österlichem Schwung zunächst nichts zu bemerken. Im Gegenteil: Sie sind traurig, niedergeschlagen, enttäuscht, fühlen sich betrogen / У них сначала совсем не было пасхального подъема. Наоборот: они грустны, подавлены, разочарованы, чувствуют себя обманутыми* [Ackermann, 3.05.2019]. Данный отрывок представляет собой описание состояния учеников Иисуса Христа после его смерти. Автор использует прилагательные, причастия, глаголы, описывающие психологическое состояние. Цель данного коммуникативного хода заключается в создании яркого образа подавленного состояния учеников Христа в тот момент.

Еще одним коммуникативным ходом, используемым в рамках коммуникативной тактики передачи фактуальной информации, является определение, или объяснение, дефиниция, служащая для передачи особых знаний реципиенту. В проповеднических выступлениях определения выполняют функцию раскрытия смысла религиозного вероучения. Они относятся к словам или фразам иностранного происхождения, в основном латинского, и маркируются глаголами «kommen von, aus Dat.», «stammen aus Dat.», «heißen», «bedeuten» и т. п. Например: *Sine dominico non possumus! Ohne den Sonntag, das heißt: ohne uns am Sonntag zur Feier der Eucharistie zu versammeln, können wir nicht leben / Sine dominico non possumus! „Без воскресения“, это обозначает: без того, чтобы в воскресенье собраться на праздник евхаристии, мы не можем жить* [Ackermann, 20.06.2019]. Приводя слова одного из христиан на латыни, епископ Штефан Акерман переводит их на немецкий язык и дает объяснение произнесенным словам. Языковым маркером определения служит словосочетание «das heißt», имеющее метаязыковое значение толкования вышесказанного.

В проповедях дефиниции приводятся для доказательства правоты говорящего в наиболее сложных, спорных, неоднозначных местах религиозного вероучения. В качестве источников дефиниций выступают Библия на латинском, древнегреческом или древнееврейском языке, словари, исторические документы, законы, проверенные факты.

Коммуникативная тактика передачи концептуальной информации реализуется коммуникативными ходами интерпретации и аналогии и направлена на сообщение слушателям мнения говорящего посредством расширения, дополнения объема знаний, имеющихся у реципиентов. Данная коммуникативная тактика является одной из наиболее важных тактик, реализующихся в религиозно-проповедническом дискурсе, поскольку нацелена на раскрытие вероучения через сообщение реципиенту системы взглядов на те или иные явления, способов рассмотрения и осознания данных явлений, передачи религиозного мировоззрения.

Коммуникативный ход интерпретации является самым частотным коммуникативным ходом, реализующимся в рамках коммуникативной тактики передачи когнитивной информации информирующей коммуникативной стратегии. С помощью данной тактики проповедник высказывает свои мысли, свое мнение, приводит свои доводы. Интерпретация — это толкование, направленное на раскрытие смысла. В рамках религиозно-проповеднического дискурса текстом, подлежащим распрямлению, является Священное Писание, а реципиентом, применяющим рефлексию к интерпретируемому тексту, выступает не адресат, не читатель или слушатель, как в случае с восприятием художественного текста, а проповедник, восстанавливающий смыслы ситуаций, изменившихся в ходе последующего бытования текста в обществе. Характерными для коммуникативного хода интерпретации маркерами являются причинно-следственные высказывания, модальные лексические единицы, многочисленные риторические вопросы, структурирующие повествование и облегчающие для слушате-

лей понимание сказанного проповедником. Выбранный для проповеди отрывок из Библии исследуется проповедником с применением историко-культурного, теологического, контекстуального, лексико-синтаксического и литературного анализа. Рассуждения проповедника основываются на вводимой историко-культурной информации, позволяющей сделать заключение по поводу понимания тех или иных феноменов, описываемых в Библии. Так, рассуждая о притче Иисуса о сеятеле, епископ Айхштетта Грегор Мария Ханке сообщает: *Getreide ist und war immer schon ein kostbares und lebenswichtiges Nahrungsmittel für die Menschen gewesen. Ausgesät wurde es damals mit der bloßen Hand, was äußerst mühevoll war. Umso enttäuschender war es, dass nach all der Plagerei zwischen dem Weizen unvermeidlich auch noch Unkraut heranwuchs und den Ertrag der Weizenernte bedrohte. Beim Unkraut im Weizenfeld hatte Jesus wohl eine Pflanze vor Augen, die auf den Äckern Palästinas vorkam und die besonders viel Ärger machte. Ein ungeübtes Auge konnte sie am Anfang ihres Wachstums kaum vom heranwachsenden Getreide unterscheiden. Außerdem verband sich dieses Unkraut gern mit den Wurzeln der Nutzpflanzen / Зерно всегда было и остается для людей драгоценным и жизненно важным продуктом питания. Сеяли его тогда рукой, что было крайне трудоемким. Тем более удручающим было то, что после всех усилий среди пшеницы неизбежно вырастали сорняки, угрожавшие урожаю пшеницы. Говоря о сорняке, Иисус, вероятно, имел в виду растение, встречавшееся на полях Палестины и доставлявшее особо много хлопот. Неопытный взгляд вряд ли мог его в самом начале роста отличить от растущего зерна. Кроме того, этот сорняк соединялся с корнями полезных растений* [Hanke, 23.07.2017]. Коммуникативный прием интерпретации вербализуется с помощью модальных слов «wohl», «kaum», указывающих на степень предположения автора. Оценочное словосочетание «äußerst mühevoll» также маркирует интерпретацию проповедника. Используя коммуникативный ход интерпретации, говорящий изображает ситуацию в прошлом, во времена Иисуса, в Палестине. Эта информация необходима для понимания образа жизни Иисуса и его современников, что позволит в дальнейшем раскрыть суть проповеди.

Интерпретации подвергается не только текст Священного Писания, но и поведение, действия, мысли и суждения современников. В данном случае интерпретация служит основой для оценочной коммуникативной стратегии. Например, в своей проповеди епископ Гёрлица Вольфганг Иполт так интерпретирует вопрос прохожих к священнослужителям в церковных облачениях: „*Sind Sie echt?*“ *Das kann man auch so deuten: Stimmt das, was ich äußerlich sehe, mit ihrem Leben überein? Sind Sie wirklich jemand, der es mit Gott, mit der Kirche zu tun hat? / „Вы настоящий?“ Это можно и так толковать: То, что я вижу, совпадает с Вашей жизнью? Вы действительно тот, кто связан с Богом, с церковью?* [Ipol, 2.02.2019]. В данном отрывке коммуникативный ход интерпретации маркируется с помощью глагола «deuten». Проповедник высказывает различные способы толкования фразы «Sind Sie echt?», указывая на более глубокий смысл, который могут вкладывать в вопрос простые люди, встречающие на улицах монахов, пасторов, священников в одеждах, указывающих на их принадлежность к религиозному обществу.

Коммуникативный ход аналогии направлен на «установление сходства явлений, предметов, процессов по какому-либо признаку путем ассоциации, сравнения, размышления» [Азначеева 2017: 109]. В риторике и теории аргументации под аналогией понимается высказывание «о принадлежности определенного признака предмету на основе того, что сходный с ним иной предмет обладает этим признаком» [Ивин 2000: 193]. Этимологически аналогия следует интерпретировать как отношение соответствия, пропорциональности, соразмерности. В процессе выявления аналогии говорящий сопоставляет свойства либо качества одного предмета или явления со свойствами/качествами другого предмета или явления, находит общие либо схожие свойства/качества двух сравниваемых феноменов и делает вывод об их схожести или тождественности. Аналогия строится на объяснении незнакомой взаимосвязи через хорошо знакомую, что позволяет взглянуть на проблему с другой, неожиданной стороны и принять оригинальное решение. В структуре аналогии выделяют образец аналогии — предмет, свойства которого известны с точки зрения поставленных целей, субъект аналогии — предмет, на который переносится признак (признаки), основание аналогии — признак (признаки), который есть у обоих сравниваемых предметов, вывод из сравнения — новое знание, которого не было до самого акта сравнения (см: [Азначеева 2017: 114]). Так, к примеру, в своей проповеди «Die Kirche gleicht einem Bienenkorb» епископ Вюрцбурга д-р Франц Юнг сравнивает истинного христианина с пчелой, а церковь с ульем. Описывая жизнь пчел, их труд по сбору нектара, пользу цветам в процессе опыления, а также самопожертвование в борьбе за безопасность, проповедник проводит аналогию с верующим человеком, также трудящимся на благо церкви и ради христианской веры: *Die Kirche, so sagen die Väter, gleicht einem Bienenkorb. Denn der Bienenkorb sieht zunächst abweisend aus wie eine Burg, die nur einen kleinen Zugang hat in dem Schlitz. In ihr gibt es eine klare Ordnung mit der Königin. Und diese kleine Festung birgt in ihrem Inneren einen kostbaren Schatz: den köstlichen Honig. So ist es auch mit der Kirche. Sie wirkt nach außen oftmals abweisend. In ihr gibt es eine klare Ordnung: Erster ist Christus als der Erstgeborene von den Toten, wie Paulus sagt (1 Kor 15,23). Und in ihrem Inneren birgt die Kirche einen kostbaren Schatz: Es ist die Gabe der Eucharistie / Церковь, как утверждают Отцы Церкви, похожа на улей. Так как улей поначалу выглядит отталкивающей, как крепость, у которой есть только маленький вход в леток. В нем царит четкий порядок с маткой. И это маленькое укрепление внутри хранит ценный клад: ценный мед. Так же и с церковью. Она сначала часто действует отталкивающей. В ней царит четкий порядок: первенец Христос среди мертвых, как говорит Павел (1 Кор 15, 23). И внутри церковь хранит ценный клад: это дар еucharistии* [Jung, 20.04.2019]. Как видно из приведенного примера, автор проводит аналогию между церковью и ульем. В данном случае улей, его устройство выступают как знакомое, наглядное, а церковь — как незнакомое, абстрактное, подлежащее распрямлению, разъяснению. При этом признаки сравнения вербализованы проповедником

для понимания слушателями. В качестве образца аналогии выступает пчела / улей, субъектом аналогии служит христианин / церковь, признак аналогии, объединяющий оба эти объекта, — трудолюбие, самопожертвование / «ценный клад», а выводом из сравнения является истинное служение церкви / евхаристия (таинство причастия).

Языковыми маркерами коммуникативного хода аналогии выступают метафора и сравнение. Метафора как средство создания образности находит широкое применение в проповеди потому, что с ее помощью реципиент на когнитивном и эмоциональном уровне сопоставляет абстрактные, трудные для понимания вопросы посредством конкретных близких для него образов, тем самым задумываясь над философскими проблемами бытия и познания религиозного вероучения. Сравнения же соотносят два объекта по формальной структуре «so — wie». Они представляют собой высказывания «о принадлежности определенного признака предмету на основе того, что сходный с ним иной предмет обладает этим признаком» [Ивин 2000: 193] и имеют целью уточнить какое-либо абстрактное или конкретное понятие, требующее пояснения.

Итак, информирующая коммуникативная стратегия в религиозно-проповедническом дискурсе направлена на сообщение реципиенту дополнительной информации. Ее цель заключается в разъяснении слушающим сути религиозного вероучения, смысла слов Учителя, принципов религиозной морали с последующим воздействием на него. Информационная коммуникативная стратегия реализуется посредством набора коммуникативных тактик, к которым относятся тактики передачи фактуальной информации и передачи концептуальной информации. Коммуникативная тактика передачи фактуальной информации нацелена на восполнение знаний реципиента. В религиозно-проповедническом дискурсе она выполняет вспомогательную функцию и реализуется коммуникативными ходами сообщения, описания и определения. Коммуникативная тактика передачи концептуальной информации нацелена на раскрытие вероучения. Она носит оценочный характер и призвана повлиять на слушателей и сформировать у них определенную картину мира, определенное мнение. Коммуникативная тактика передачи концептуальной информации реализуется через коммуникативные ходы интерпретации и аналогии. Именно в применении данной тактики религиозно-проповеднический дискурс реализуется как личностно ориентированный бытийный тип дискурса.

ИСТОЧНИКИ

1. Ackermann Wolfgang. Österliche Kirche sein. Predigt im Pontifikalamt am 3. Mai 2019 im Trierer Dom zur Eröffnung der Heilig-Rock-Tage. URL: <https://www.bistum-trier.de/bistum-bischof/bischof/im-wortlaut/in-der-predigt/eroeffnungsgottesdienst-heilig-rock-tage/?L=24> (1.10.2019).
2. Ackermann Wolfgang. Die Kirche — ein Netz von Eucharistiegemeinschaften. Predigt zum Fronleichnamfest. URL: <https://www.bistum-trier.de/bistum-bischof/bischof/im-wortlaut/in-der-predigt/fronleichnam-2019/?L=24> (01.10.2019).
3. Hanke Gregor Maria. Unkraut vergeht nicht! Predigt anlässlich der BR-Gottesdienstübertragung am 23. Juli 2017 in Rebdorf. URL: <https://www.bistum-eichstaett.de/fileadmin/bischof/2017/br-rebdorf/br-fernsehgottesdienst-rebdorf.pdf> (1.10.2019).
4. Hanke Gregor Maria. Predigt anlässlich der Jahresabschlussandacht am 31. Dezember 2018 im Eichstätter Dom. URL: <https://www.bistum-eichstaett.de/fileadmin/bischof/2018/silvester/predigt-silvester-2018.pdf> (1.10.2019).
5. Ipolit Wolfgang. Fest der Darstellung des Herrn. Predigt am 2. Februar 2019 in der Kathedrale St. Jakobus in Görlitz. URL: <https://www.bistum-goerlitz.de/wp-content/uploads/2019/02/Darstellung-des-Herrn-2019-Predigt-WIB.pdf> (1.10.2019).
6. Jung Franz. Die Kirche gleicht einem Bienenkorb. Predigt in der Osternacht am Samstag, 20. April 2019, im Würzburger Kiliansdom. URL: <https://bischof.bistum-wuerzburg.de/detailansicht/ansicht/die-kirche-gleicht-einem-bienenkorb/> (1.10.2019).

ЛИТЕРАТУРА

7. Азначеева Е. Н. Аналогия как средство речевого воздействия в публицистическом дискурсе // Аналоговые процессы в лингвокреативной деятельности языковой личности : коллектив. моногр. / отв. ред. Е. Н. Азначеева. — Челябинск : Изд-во Челяб. гос. ун-та, 2017. С. 109—140.
8. Ивин А. А. Теория аргументации : учеб. пособие. — М. : Гардарики, 2000. 416 с.
9. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. — М. : Гнозис, 2004. 390 с.

Е. В. Саушева
Москва, Россия

МЕТАФОРА КАК РЕЧЕЯЗЫКОВОЕ ЯВЛЕНИЕ

Аннотация. Статья посвящена описанию метафоры как речевого и языкового явления. Автор статьи подчеркивает важную роль метафоры в речевом общении. На основе анализа практических примеров из художественных текстов автор статьи приходит к заключению, что метафора представляет собой важный инструмент понимания реальной действительности.

Ключевые слова: метафоры; общение; речевая деятельность; художественные тексты.

E. V. Sausheva
Moscow, Russia

METAPHOR AS A SPEECH-LANGUAGE PHENOMENON

Abstract. The paper is devoted to the evaluation of a metaphor as a very important speech and language phenomenon. The author of the article points out a meaningful role of a metaphor in human communication. On the base of the artwork extracts containing metaphors the author of the article comes to the conclusion that a metaphor is an important tool for understanding

Keywords: metaphor; communication; speech activity; fiction texts.

Невозможно переоценить роль метафоры в речевом общении. Изобразительные и выразительные средства языка, и в том числе метафоры, находят свое применение в текстах самых различных функциональных стилей, в том числе и в таких специальных текстах, как военный, дипломатический, юридический, экономический, технический и подобные.

Особенности функционирования метафоры в речевом общении зависят от целого ряда факторов, среди которых прежде всего следует назвать «разнообразие способов речевого общения в вербальном отражении подаваемой информации» [Князева 2017: 114].

Важно также принимать во внимание «роль учета специфики цели передачи информации и способа адресованности, а также дискретность порождения, восприятия и репрезентации информации» [Князева 2014: 609].

Объективная потребность в метафоре объясняется в том числе и тем обстоятельством, что необходимость в использовании метафоры возникает там, где для говорящего нет иной возможности передать информацию об окружающем нас мире (авторитет *лопнул*, терпение *лопнуло*, в боку *колет*, *рождение* галактики...).

С точки зрения когнитивного подхода, метафора является важным инструментом понимания свойств накладываемых друг на друга концептуальных областей. В словаре лингвистических терминов метафора определяется как «троп, состоящий в употреблении слов и выражений в переносном смысле на основании сходства, аналогии и т. п.» [Ахманова 2004: 231].

Метафора часто трактуется как «стянутое сравнение», как своеобразное скрытое сравнение.

Говоря по-другому, в метафорическом процессе один предмет, признак, действие сопоставляются с другим предметом, признаком, действием.

В качестве примера приведем такой выделенный нами пример, как развернутая метафора *The ship ploughed the waves — The ship sailed the waves as a plough ploughs the ground*.

При анализе лексических значений, в том числе метафорических, мы согласны с такими системными положениями:

- 1) значения должны отражать реальную семантику употребления слова,
- 2) предполагать некую системность подачи значений слов одной лексико-тематической группы,
- 3) учитывать научные достижения в разработке теории лексических значений,
- 4) быть ориентированы на практику преподавания как родного, так и иностранного языков» [Еремин 2016: 20].

Исследователь, анализируя толкование лексических значений в лексикографической практике, подробно и детально описывает семантическую структуру слова *глаза* и ее репрезентацию в толковых словарях.

Приведем метафорические значения лексической единицы *глаза* согласно словарям: «Перен. метаф. О внешней видимой части органа зрения. — Бычьи, рачьи, татарские *глаза*. Страшно было оттого, что рачьи *глаза* участкового мысли его прочли, точно были написаны они крупными буквами на линованной бумаге (В. Липатов. Деревенский детектив / Луна над Обью).

Перен. метаф. О частях неживых объектов, по форме или функциям напоминающих *глаза* (глаз или глазок). *Глаз* прожектора, *глаз* светофора, *глазок* двери, *глазки* картофеля. // В составных терминологических названиях. *Глаз* бури, тайфуна.

Перен. метаф. В художественном дискурсе при обозначении функций других органов чувств, психики, ума. — *Глаза* сердца, *глаза* души, *глаза* ума».

С точки зрения исследователя, «в отечественных толковых словарях при подаче лексемы *глаза* (в качестве исходной используется форма *глаз* — что небесспорно), даётся от 4 до 5 лексических значений и множество фразеологизованных сочетаний со словом *глаз* (*глаза*)».

Однако выбор исходной формы (*глаза* или *глаз*) имеет значение, и подача значений данной лексемы, в том числе метафорических, без учета этого, не всегда бесспорна и может быть скорректирована.

В частности, и потому, что исходный образ, формирующийся формами *глаза* или *глаз*, не тождественен, что и отражается в метафорических расширениях этого слова.

В своих трудах Т. Г. Попова [Попова 2003: 93—97; Попова, Бокова 2012; Попова 2014: 178—187] подчеркивает, что метафора применяется «наряду с другими когнитивными механизмами для репрезентации знаний в вербальной форме».

Концепты, передаваемые посредством метафоры, обычно сложны и при их понимании происходит наложение концептуальных областей, сформировавшихся как результат концептуализации жизненного опыта индивида, накопленного через непосредственный контакт с внешней средой, а также общение с другими людьми».

Метафорические единицы используются в нашей речи для яркого выражения более абстрактных понятий через «осязаемые», т. е. более конкретные понятия. Приведем пример: *“Always we edged away from the brink of the future. We talked about a future, about living in a cottage, where I should write, about buying a jeep and crossing Australia. “When we're in Alice Springs...” became a sort of joke — in never-never land. One day drifted and melted into another. I knew the affaire was like no other I had been through”*. — Мы старались не заглядывать в провал будущего. Обменивались общими фразами: вот поселимся в хижине, и я буду писать стихи, или купим джип или пересечем Австралию. Мы часто шутили: «Когда приедем в Алис-Спрингс...» — и это значило «никогда».

Как следует из примеров, метафора имеет признаки, отличающие ее от сравнения.

В первую очередь мы имеем в виду такую специфическую характеристику, как вневременность отнесенности оценки. Говоря иными словами, метафора выражает тот или иной конкретный признак описываемого предмета или явления как специфический признак, который статично и неизменно в нем наличествует и, следовательно, занимает постоянный слот в их концептуальном фрейме.

В этой связи приведем вывод Т. Г. Поповой [Попова 2003: 129], к которому она приходит, выявляя и детально анализируя метафору в концептуальной системе: «...конспирирующая функция метафоры может рассматриваться в рамках кодирующей функции, а эмоционально-оценочную функцию можно присоединить к номинативной функции».

Можно также выделить и ритуальную функцию метафоры. Сюда относятся поздравления, приветствия, различные пожелания.

Например, пожелание идущему на какое-либо испытание, к примеру, на экзамен: *ни воды, ни песка*, что значит «ни сесть в лужу и не утонуть»».

Т. Г. Попова [Попова 2014: 178—187] подчеркивает, что «помимо названных функций необходимо добавить следующие функции: познавательная (когнитивная); оценочная; смысло-образующая, риторическая и концептуальная».

Во время коммуникативного процесса важна, безусловно, креативно-познавательная функция образной метафоры, которая, соответственно, требует от участников коммуникации активного совместного творчества.

“One day drifted and melted into another. I knew the affaire was like no other I had been through. Apart from anything else it was so much happier physically. Out of bed I felt I was teaching her, anglicizing her accent, polishing off her roughnesses, her provincialisms; in bed she did the teaching.

We knew this reciprocity without being able, perhaps because we were both single children, to analyze it. We both had something to give and to gain... and at the same time a physical common ground, the same appetites, the same tastes, the same freedom from inhibition. She was teaching me other things, besides the art of love; but that is how I thought of it at the time” — «Дни тянулись, перетекали один в другой. Подобного я не испытывал ни разу. Даже в физическом плане, не говоря об остальном. Днем я воспитывал ее: ставил произношение, учил хорошим манерам, обтесывал. Ночью воспитывала она. Мы привыкли к этой диалектике, хоть и не мыслили — наверное, потому, что оба были единственными детьми в семье — понять ее механизм. У каждого было то, чего не хватало другому, плюс совместимость в постели, одинаковые пристрастия, отсутствие комплексов. Она научила меня не только искусству любви, но в тот момент я этого не понимал» (John Fowles. *The Magus*).

Выявляя и анализируя особенности метафоры как языкового явления и ее основных ее функций, мы опираемся на труды Т. Г. Поповой [Попова 2003: 56; Попова 2014: 178—187], которая считает, что весьма важным является выявление ментальной модели действительности, отраженной в языке, овладеть которым — значит овладеть специфическим образом мышления: мы можем мыслить о мире только в выражениях данного языка, пользуясь его концептуальной сетью.

Таким образом, рассмотрев метафоризацию как речезыковое явление, мы приходим к заключению, что метафоризация помогает человеку выйти за рамки его стереотипного мышления, поскольку человеческое сознание не является компьютерной программой и, соответственно, не способно довольствоваться лишь стандартными заключениями, выводами и решениями.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ахманова О. С. Словарь лингвистических терминов. — М.: Едиториал УРСС, 2004. 567 с.
2. Еремин А. Н. От толкования лексических значений к лексикографической практике // Вестн. Моск. гос. обл. ун-та. — Сер.: Русская филология. 2016. № 2. С. 15—23.
3. Князева Е. Г. Лингвокогнитивные механизмы речевого акта // Вестн. Костром. гос. ун-та. 2017. Т. 23. № 2. С. 114—116.

4. Князева Е. Г. Речевая единица и коммуникативная антиципация // Язык как системная реальность в социокультурном и коммуникативном измерениях : материалы 8-й Междунар. науч. конф. по актуальным проблемам теории языка и коммуникации (Москва, Военный университет Министерства обороны Российской Федерации — факультет иностранных языков, 27 июня 2014 г.). — М. : Международные отношения, 2014. С. 609—613.
5. Попова Т. Г. Национально-культурная семантика языка и когнитивно-социокоммуникативные аспекты (на материале английского, немецкого и русского языков) : моногр. / Попова Татьяна Георгиевна ; Моск. гос. обл. ун-т. — М., 2003. 147 с.
6. Попова Т. Г., Бокова Ю. С. Категория «ценность» как сущностная характеристика языка // Вестн. Юж.-Урал. гос. ун-та. Сер.: Лингвистика, 2012. № 2 (261). С. 72—82.
7. Попова Т. Г. Метафора в концептуальной системе // Языки и культуры в современном мире: XI Междунар. конф. Национального о-ва прикладной лингвистики (НОПриЛ) / Постоянное представительство России при ЮНЕСКО ; Посольство Российской Федерации во Франции (г. Париж) ; Российский центр науки и культуры в Париже. — Париж, 2014. С. 178—187.

С. А. Степанов, М. В. Полубоярова
Москва, Россия

ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКИЕ ЕДИНИЦЫ И НАИБОЛЕЕ ПРОДУКТИВНЫЕ СПОСОБЫ ИХ ОБРАЗОВАНИЯ

Аннотация. Статья посвящена исследованию терминологических единиц и наиболее продуктивным способам их образования. Авторы подробно рассматривают формирование содержательного ядра многозначного термина, анализируя целый ряд вопросов и проблем, которые находят непосредственное отражение в изучении алломорфных и изоморфных характеристик. При исследовании содержательного терминологического значения авторы статьи опирались на метод когнитивного моделирования значения лексических единиц, метод инференции, а также статистический метод.

Ключевые слова: терминология; термины; терминоведение; значение терминов; когнитивно-информационная структура; специальный язык; когниция; терминологические единицы.

S. A. Stepanov, M. V. Poluboyarova
Moscow, Russia

TERMS AND THEIR MOST PRODUCTIVE FORMATION

Abstract. The article is devoted to the description of a term as a lexical unit of a specific language. Authors in detail consider formation of a substantial kernel of the multiple-valued term, analyzing a number of questions and problems which find direct reflection in studying of allomorphous and isomorphic characteristics. At a research of substantial terminological value authors of article leaned a method of cognitive modeling of value of lexical units, an inferention method and also a statistical method.

Keywords: terminology; terms, science of terminology; meaning of terms; language; cognitive and informative structure; special language; cognition; terminological units.

В нашей статье мы опираемся на точку зрения Т. Г. Поповой о том, что «язык является формой отражения окружающей человека действительности и формой хранения знаний о действительности, а также средством получения нового знания о действительности» [Попова 2003: 6].

Исследование разных уровней и аспектов языка на современном этапе развития лингвистической парадигмы послужило причиной того обстоятельства, что перед исследователями выдвигается целый ряд самых разнообразных вопросов и проблем, которые решаются в изучении алломорфных и изоморфных характеристик, типологии разноструктурных языков.

Отметим также, что для нас методологически важной отправной точкой являются выводы Т. Г. Поповой о том, что «языковые единицы приспособлены для номинации элементов действительности и хранения знаний, а также для обеспечения потребностей мыслительного процесса» [Попова 2003: 7].

Л. Л. Нелюбин [Нелюбин 2009: 117], исследуя особенности терминологической единицы, приходит к заключению, что термин представляет собой словосочетание или же, наоборот, слово, которое используется с целью емкого выражения того или иного специального обозначения или же специального понятия, а также и для точной передачи того или иного специального предмета в самых различных парадигмах знаний. Ученый-терминолог В. М. Лейчик [Лейчик 2007: 21] при объяснении своего понимания понятия «термин» подчеркивает важность того, что необходимо обращать пристальное внимание на тенденции развития терминоведения.

Действительно, «именно в слове понятие находит свою формулировку и реализацию. Для научного знания формирование понятий является важным условием. Развитие науки и техники, различные социальные трансформации являются причиной радикальной перестройки понятийного аппарата многих научных дисциплин и возникновения новых отраслей знания» [Попова, Степанов, Полубоярова 2017: 166—169].

В ходе исследования терминологических единиц с точки зрения их словообразовательного аспекта мы придерживаемся понимания языка, отраженного в исследованиях Т. Г. Поповой [Попова 2009: 205], которая трактует язык как «условие для осуществления мышления и как средство, позволяющее хранить и передавать мысли, уже сформулированные в процессе мышления».

Еще одна идея, на которой мы базируемся в исследовании терминологической единицы, восходит к точке зрения Т. Г. Поповой [Попова 2003: 38], которая в своем труде отмечает, что «весьма важным является выявление ментальной модели действительности, отраженной в языке, овладеть которым — значит овладеть специфическим образом мышления: мы можем мыслить о мире только в выражениях данного языка, пользуясь его концептуальной сетью. Поэтому разные языковые сообщества, пользуясь разными инструментами концептообразования, формируют различные „картины мира“, являющиеся, по сути, основанием национальных культур».

А. А. Леонтьев представляет процесс познания как единство трех моментов: «...объект познавательной деятельности (и человек как часть этого мира); субъект познавательной деятельности, являющийся носителем известных психофизиологических особенностей, обуславливающих специфически необходимые формы позна-

ния, и, наконец, система общезначимых форм и способов внешнего выражения идеальных явлений, в частности — система знаков языка. Такое единство и осуществляется в деятельности» [Леонтьев 1965: 20].

Таким образом, язык является «главным способом формирования и существования знаний о мире» [Попова 2009: 276].

В самом языке существует механизм экономии речевых усилий, который предохраняет от избыточности, проявлений плеоназма, тавтологии, повторов. Так, например, вместо употребления полной формы слова *boat sailor* употребляется лексическая единица *sailor*. В целях экономии языковых средств вместо употребления полной формы сложного слова *car driver* используется усеченная форма *driver*.

В контексте нашего рассуждения вместе с тем необходимо отметить и следующую деталь использования полной формы сложного слова *car-driver*: данная лексическая единица в полной форме употребляется в том случае, когда нужно провести разграничение водителя машины и водителя грузовика, к примеру, *truck-driver*.

Отметим, что терминологические единицы составляют около 60 % любого специального текста, и, соответственно, такой процент употребления терминов касается и научно-технического текста. 30 % — слова, характерные для любого научного текста, и, следовательно, 10 % приходится на общеразговорную лексику.

Характерной чертой является использование в научных терминах слов, образованных таким широко распространенным в английском языке способом словообразования, как суффиксация. В качестве примера мы приведем использование слов с суффиксом *-on*. Здесь необходимо подчеркнуть, что данный суффикс находит весьма активное применение для образования таких терминов, как, например, терминологическая единица *gluon*, которая означает «новая элементарная частица в физике, склеивающая кварки».

Приведем еще один пример терминологической единицы, образованной путем суффиксации при использовании суффикса *-on*: *luxon*, что означает «элементарная частица с нулевой массой». Мы уже отмечали, что в английском языке широко представлены терминологические единицы, образованные приемом суффиксации. Приведем следующий суффикс, который в английском языке является не менее продуктивным, нежели суффикс *-on*.

Речь идет о суффиксе *-sol*. В сельскохозяйственной терминологии весьма часто находит свое применение продуктивный суффикс *-sol* для определения различных видов почв: *aridisol* (в американском варианте) — «почва пустынь», *histosol* — «влажные почвы», *vertisol* — «глиняные почвы», *hioxisol* — «тропические почвы» [Заботкина 1989: 36]. Здесь можно назвать, например, терминологическую единицу латинского *solum*, которая на русский язык переводится как «почва».

Такие префиксы, как *acro-*, *bio-*, *xeno-*, *micro-*, *euro-*, *tele-* и так далее и тому подобные, которые берут начало из французского, латинского и греческого языков, как правило, ограничены научно-техническими сферами. Некоторые префиксы вычленились из фраз и сложных слов: *diala* (для обозначения службы, которую можно заказать по телефону) из *dialphone*, например, *dial-a-bus*, *dial-a-meal*.

Далее остановимся на терминологических единицах, образованных при помощи такого словообразовательного приема, как усечение. Прежде всего отметим, что наиболее характерной особенностью усечений является то, что их употребление ограничено в рамках разговорной речи. Таким образом, следовательно, усечение наиболее характерно для различных типов сленга (вузовского, школьного, массмедийного, спортивного, молодежного, газетного). В этой связи приведем примеры, в которых доминируют газетные усечения. Так, например, *upmanship* часто появляется на страницах английских газет и используется в рекламах, в рекомендациях, как достичь успеха.

Приведем пример: *upmanship is the art of being one up on all the others. Hospital upmanship: My Doc is better'n yours.*

Много в английском языке терминологических единиц, образованных при помощи такой словообразовательной модели, как сокращение. Справедливости ради необходимо в контексте нашего рассмотрения терминологических единиц английского языка отметить, что среди сокращений большое место занимают именно аббревиатуры и акронимы. Для демонстрации сказанного, приведем примеры: *VCR* (*vidio-cassette recorder*), *TM* (*transcendental meditation*), *PC* (*personal computer*), *MTV* (*Music Television*).

Как правило, аббревиатуры произносятся по буквам. Когда аббревиация встречается только на письме, она читается как полное слово. Новым является отсутствие точек после каждой буквы аббревиатур, что приближает их к акронимам. Акронимы произносятся как полные слова. Например: *MIPS* (*million instructions per second*) — миллион инструкций в секунду (компьютерный термин); *CAD* (*computer-aided design*) — сокращенная терминологическая единица, которая используется в медицинской отрасли [Бреус 2000: 67].

Особого внимания заслуживают акронимы, употребляемые в сфере образования: *TEFL* (*Teaching English as a Foreign Language*); всем известна международная организация преподавателей английского языка как иностранного *IATEFL* (*International Association of Teachers English as a Foreign Language*) и американская организация *TESOL* (*Teachers of English to Speakers of Other Languages*); в сфере охраны окружающей среды: *UNEP* (*United Nations Environmental Program*).

Среди существующих видов этого способа словообразования особого внимания заслуживают частично сокращенные инициальные сокращения, важное значение которых состоит в инициальном сокращении одного из элементов конструкции. Приведем следующие примеры в качестве демонстрации подобных терминологических единиц: *B-unit* (*Barclays currency unit*) — «международная денежная единица банка „Барклейз бэнк интернешнл“», *Fed Wire* — «система электронной связи федеральных резервных банков (США)».

Приведем еще такой пример: лексическая единица *tekku (techno-freak)*, образованная как суффиксальная единица, переводится на русский язык как «человек, одержимый техническими новшествами».

Таким образом, в данной статье мы рассмотрели особенности терминологической единицы и наиболее продуктивные способы образования терминов на базе словообразования, а также выделили наиболее продуктивные способы образования терминологических единиц.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бреус Е. В. Основы теории и практики перевода с русского языка на английский : учеб. пособие. — М. : Изд-во УРАО, 2000.
2. Заботкина В. И. Новая лексика современного английского языка. — М. : Высшая школа, 1989. 358 с.
3. Лейчик В. М. Терминоведение: предмет, методы, структура. Изд. 3-е. — М. : Изд-во ЛКИ, 2007. 256 с.
4. Леонтьев А. А. Слово в речевой деятельности. Некоторые проблемы общей теории речевой деятельности. — М. : Наука, 1965. 244 с.
5. Нелюбин Л. Л. Введение в технику перевода (когнитивный теоретико-прагматический аспект) : учеб. пособие. — М. : Флинта : Наука, 2009. 216 с.
6. Попова Т. Г., Степанов С. А., Полубоярова М. В. Терминологическое содержательное значение // Вестн. Костром. гос. ун-та : науч.-метод. журн. — Кострома, 2017. № 3. Т. 23. С. 166—169.
7. Попова Т. Г. Национально-культурная семантика языка и когнитивно-социокоммуникативные аспекты (на материале английского, немецкого и русского языков) : моногр. — М. : Изд-во МГОУ «Народный учитель», 2003. 179 с.
8. Попова Т. Г. Слово как способ языкового закрепления концептуальных объединений // Профессионально ориентированное обучение иностранному языку и переводу в вузе : материалы Междунар. конф. (10—11 апр. 2009 г.). — М. : РУДН, 2009. С. 276—280.

И. Э. Стрелец
Москва, Россия

ОБ ИССЛЕДОВАНИИ МАРКЕРОВ МОТИВАЦИОННОЙ ПРАГМАТИКИ В ПРЕЗИДЕНТСКОМ ДИСКУРСЕ ДЖОРДЖА БУША-СТ.

Аннотация. В современных исследованиях политического дискурса особое место занимает изучение мотивационной составляющей языковой личности политического лидера, поскольку именно она обладает эвристической ценностью для объяснения и прогнозирования того, как и почему принимаются важные политические решения. Используемый нами прагмасемантический анализ президентской риторики предусматривает выявление, подсчет и сопоставление в текстах речей глагольных фраз, которые представляют собой метакоммуникативные предикаты, соотносящиеся с тремя основными мотивами политика (власти, достижения, аффилиации). Выделяемый кластер маркеров мотивационной прагматики в риторике главы государства обладает значительным лингвокогнитивным потенциалом, в чем можно убедиться на материале речей 41-го Президента США Дж. Буша-ст. Согласно результатам исследования, в его мотивационном профиле доминировали мотивы достижения и аффилиации при средних показателях мотива власти, что позволяло ему в условиях взаимного доверия и разрядки международной напряженности в конце 1980-х — начале 1990-х гг. идти на компромиссы во имя заключения договоров об ограничении вооружений.

Ключевые слова: политический дискурс; языковая личность; лингвоперсонология; президентский дискурс; американские президенты; метакоммуникативные предикаты; маркеры мотивационной прагматики; политическая риторика.

I. E. Strelets
Moscow, Russia

RESEARCHING THE SIGNS OF MOTIVATION PRAGMATICS IN THE PRESIDENTIAL DISCOURSE OF G. BUSH SENIOR

Abstract. In modern research of political discourse, special emphasis is laid on the study into the motivational component of the communicative behaviour of a political leader as it has a heuristic value for explaining why and predicting how important political decisions are made. The pragmasemantic analysis of presidential rhetoric that we use in the paper involves identifying, counting and comparing verb phrases which are metacommunicative predicates that correlate with the three main motives of politics, power, achievement, and affiliation. Research into the speeches of the 41st US President George W. Bush shows that the cluster of markers of motivational pragmatics in the rhetoric of the head of state has a significant linguo-cognitive potential, which is to suggest that the motives of achievement and affiliation dominated in Bush's motivational profile along with average indicators of the power motive, which enabled him to accept compromises for the sake of concluding arms limitation agreements in the conditions of mutual trust and detente.

Keywords: political discourse; linguistic personality; presidential discourse; American presidents; metacommunicative predicates; markers of motivational pragmatics; political rhetoric.

За два последних десятилетия в рамках лингвистических исследований сформировалось несколько направлений изучения президентского дискурса, самыми востребованными из которых являются лингвоперсонология, дискурс-анализ, прагмасемантический анализ, риторика с приемами речевого воздействия, различные виды количественных методов, активно применяемых в цифровой гуманитарной науке (Digital Humanities) при обработке массивов текстовых данных.

Президентский дискурс как «сложное многомерное речевое образование» обладает рядом существенных особенностей, главными из которых принято называть статусно-ролевою природу речевого поведения, соблюдение стилевых требований официальной публичной коммуникации, атрибуты политического действия, функцию воздействия на общественное мнение, преобладание подготовленных выступлений, трансляция речей посредством СМИ, ограниченный тематический репертуар, зависимость структуры речей от ценностных предпочтений целевых групп.

Между тем президентский дискурс нередко трактуется как метакоммуникация в силу своей многослойности, поскольку в нем отражается совокупность контекстуальных факторов: предшествовавшая ситуация, предмет высказывания, текущая ситуация, присущие нескольким участникам коммуникации видение событий, осмысление, оценки, стратегии и интенции. Учитывая данную характеристику при анализе риторики главы государства, можно согласиться с исследователями, которые считают, что метакоммуникативные предикаты несут в себе информацию не только о прецедентной коммуникативной ситуации, но и о личности говорящего. Причем каждый метакоммуникативный предикат, как правило, нагружен прагматической целью — подчинить установки и оценки аудитории собственным мотивам.

Следовательно, прагмасемантический анализ маркеров мотивационной прагматики как метакоммуникативных предикатов представляет собой комбинированное исследование семантики и прагматики языковых единиц, которое предусматривает поэтапное рассмотрение значения слова и его смысловых реализаций в контексте публичного выступления главы государства. При этом внимание фокусируется на прагматической составляющей смысловых реализаций, а также на учете языковых, исторических, культурных, возрастных, гендерных,

психологических и других особенностей той или иной целевой аудитории, влияющих на моделирование смысла в высказываниях.

Для выявления и подсчета маркеров мотивационной прагматики в президентском дискурсе принято использовать информационно-аналитическую методику контент-анализа, в частности, *Linguistic Inquiry and Word Count*, позволяющую определять по количественным характеристикам текста на уровне глагольных фраз ту часть содержания, которая не может быть осознана посредством «обыденного» прослушивания или прочтения, а также сделать заключение об особенностях когнитивных и мотивационных структур того или иного лидера страны.

Определенные глагольные фразы в качестве маркеров мотивационной прагматики характеризуются тем, что в речи главы государства они несут особую функциональную нагрузку: направляют и облегчают интерпретацию текста аудиторией, управляют ее вниманием, передают отношение лидера к сказанному, а также к текущей повестке дня, политическому контексту, партнерам по переговорам и оппонентам. С другой стороны, маркеры мотивационной прагматики в президентском дискурсе проявляют себя как прагматические маркеры — кластер лексических выражений, которые сигнализируют, помечают значимые для говорящего сообщения.

Для подсчета маркеров мотивационной прагматики в президентской риторике выделен пласт английской глагольной лексики, которую принято называть метакоммуникативными предикатами, которые стали предметом прагмасемантического анализа единиц коммуникации, позволяющий аудитории проникнуть в имплицитное содержание выступлений, выявляя скрытые смыслы высказывания и интенции лидера.

Американскими исследователями с опорой на мотивационные теории были выделены глагольные фразы, позволяющие произвести количественное измерение величины трех мотивов, имеющих определяющее значение для характеристики стержневых аспектов личности политического деятеля: власти, достижения, аффилиации. Среди указанных маркеров мотивационной прагматики нами определялись те глагольные фразы, где прослеживалась нацеленность либо на оказание воздействия на других, на престиж или репутацию (маркеры власти), либо на превосходство, успех в соревновании или уникальные результаты (маркеры достижения), либо на теплые отношения, дружественное, благорасположенное поведение, плодотворную помощь (маркеры аффилиации).

Экспериментальной базой исследования послужили четыре стенограммы выступлений Джорджа Герберта Уокера Буша 1988—1989 гг.: речь на съезде Республиканской партии о согласии участвовать в президентских выборах (18.08.1988), выступление на дебатах с Майклом Дукакисом (25.09.1988), инаугурационная речь (20.01.1989), послание Конгрессу США (09.02.1989).

Как свидетельствуют результаты проведенного анализа, у Буша-ст. выявлялись высокие показатели для мотивов достижения и аффилиации, но для мотива власти — лишь немногим выше среднего (в сравнении с другими американскими лидерами). Такая конфигурация объясняет прежде всего причины того, почему 41-й Президент США негативно реагировал на личную критику, но при этом стремился вести переговоры о сокращении вооружений, несмотря на подозрительность по отношению к советскому лидеру.

Наряду с этим, превалирование в речах Дж. Буша-ст. маркеров достижения и аффилиации демонстрировали готовность к рациональному взаимодействию с М. С. Горбачевым, заинтересованность во встречном движении к совместным результатам на переговорах больше, чем в навязывании своей воли, продавливание невыгодных для партнера решений, циничном политическом торге (меньшая частотность маркеров власти). Однако характерная чувствительность к охлаждению отношений, отсутствию подтверждений дружественности (значительное количество маркеров аффилиации) могли бы привести к несговорчивости, защитной реакции, если бы лидер СССР, в свою очередь, воспринимался непредсказуемой, угрожающей, эксплуатирующей доверие фигурой.

Вместе с тем снижение количественных показателей по метакоммуникативным предикатам власти обернулись ригидностью во внутренней политике, недостатком контроля над ее осуществлением. Но так или иначе, схожие показатели по маркерам мотивационной прагматики в риторике американского и советского лидеров (превалирование метакоммуникативных предикатов достижения и аффилиации при сниженном количестве предикатов власти) делают понятным их стремление к улучшению и обновлению взаимоотношений двух стран, сотрудничеству и практической взаимозависимости во внешней политике без скрытого давления в ситуации политического торга и эксплуатации партнера, что во многом определило известный прогресс на переговорах двух стран.

Таким образом, результаты прагмасемантического анализа риторики 41-й Президент США Дж. Буша-ст., позволившего выявить маркеры мотивационной прагматики — метакоммуникативные предикаты, свидетельствующие о преобладании в текстах речей мотивационных маркеров достижения и аффилиации при сниженных показателях маркеров власти, дают возможность понять скрытые причины неудач во внутренней политике и успеха на переговорах по сокращению вооружений с советским лидером, демонстрировавшим сопоставимые мотивационные маркеры в своих речах.

Т. Ю. Тамерьян
Владикавказ, Россия

А. У. Качмазова
Цхинвал, Республика Южная Осетия

ЯЗЫКОВОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ ПРЕДВЫБОРНОГО ПАРЛАМЕНТСКОГО ДИСКУРСА: ПРАГМАТИКО-КОГНИТИВНЫЙ АСПЕКТ

Аннотация. Статья посвящена исследованию прагматико-когнитивного арсенала коммуникативных стратегий и тактик, реализуемых в дискурсе политических партий Республики Южная Осетия во время избирательной кампании 2019 года. Целью статьи является выявление победных и провальных политтехнологий, реализуемых в предвыборной кампании 2019 года, на основе сопоставления с результатами выборов в парламент республики в 2014 году. В качестве материала авторами используются речевые фрагменты выступлений, теледебатов и заявлений лидеров и руководящего ядра партий, принимавших участие в предвыборной гонке. Основные политические стратегии в ходе кампании базировались на идеологемах и лозунгах партий, варьирувавшихся вокруг центральных концептов югоосетинской политической коммуникации — «народ», «единство» и «борьба за власть», ориентированных на внутриэкономические интересы и социальные ценности и консолидацию народа.

Ключевые слова: предвыборный дискурс; политическая коммуникация; коммуникативные стратегии; коммуникативные тактики; речевое воздействие; концепты; предвыборная кампания.

T. Yu. Tameryan
Vladikavkaz, Russia

A. U. Kachmazova
Tskhinval, South Ossetia

LANGUAGE MODELING OF PRE-ELECTION PARLIAMENTARY DISCOURSE: THE PRAGMATIC-COGNITIVE ASPECT

Abstract. The article is devoted to the study of the pragmatic-cognitive arsenal of communicative strategies and tactics implemented in the discourse of political parties of the Republic of South Ossetia during the 2019 election campaign. The purpose of the article is to identify victorious and failed political technologies implemented in the 2019 election campaign based on a comparison with the results of the parliamentary elections in 2014. The authors use speech fragments of speeches, television debates and statements of leaders and the leading core of parties that took part in the election race as material. The main political strategies during the campaign were based on ideologies and party slogans, which varied around the central concepts of South Ossetian political communication — “people”, “unity” and “power struggle”, focused on domestic economic and interests and social values and consolidation of the people.

Keywords: pre-election discourse; political communication; communication strategies; communication tactics; speech effect; concepts; election campaign.

Политическая лингвистика как самостоятельная научная дисциплина, развиваясь в рамках лингвосомиотического, когнитивного, когнитивно-дискурсивного, риторического, структурно-семантического, психолингвистического и социолингвистического направлений политической коммуникации, сформировала собственную теорию и специфический методологический инструментарий, актуальный для анализа политического дискурса [Чудинов 2007].

В статье анализируется югоосетинская предвыборная коммуникация по данным текущего года. В качестве материала для исследования нами отобраны тексты выступлений, теледебатов и встреч с лидерами югоосетинских политических партий, предшествовавших выборам в парламент страны VII созыва, поскольку «любой поступок, любое высказывание политического деятеля воспринимается избирателями как его предвыборная политика» [Желтухина 2003: 110].

Тексты политических выступлений и обращений от имени партии рассматриваются нами как мощнейший инструмент достижения власти посредством реализации важнейших прагматических функций коммуникации — убеждающей и воздействующей. Своим возникновением Южная Осетия — Государство Алания меняет политическую картину мира, моделируя новую реальность, вписывая в нее особый идеологический аспект дискурса власти в Закавказье.

Выборы в Южной Осетии призваны служить механизмом формирования государственной власти. Эффективные выборы, поддержанные большинством граждан, маркируют продвижение к главной цели миноритарного государства — созданию суверенной процветающей страны.

Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ и Министерства образования и науки Республики Южная Осетия в рамках научного проекта № 19-512-07002 (10-МК/19).

The reported study was funded by RFBR and MES RSO according to the research project № 19-512-07002 (10-МК/19).

Предвыборный дискурс выступает в качестве разновидности политического дискурса: данная сфера коммуникации, привязанная ко времени и месту проведения предвыборной кампании, обслуживает определенную социальную сферу — политические выборы [Левшина 2005 URL].

Предвыборный дискурс как особый вид деятельности порождает «речевые произведения в единстве с экстралингвистическими факторами, актуализирующими социокультурный контекст коммуникации» [Голубева 2009; Халатян 2011].

Характеризуя политический дискурс в целом, Е. И. Шейгал отмечает, что он нацелен на оказание влияния, побуждение, стимулирование к определенным действиям, воодушевление адресата, в силу чего соотношение, с одной стороны, информативности (небанальность, релевантность, адекватность в подаче информации), а с другой — фатичности (банальность содержания, отсутствие новизны), экспрессивности варьируется в зависимости от жанра политического дискурса и функции, превалирующей в том или ином дискурсном событии [Шейгал 2004: 44—49].

В рамках прагматическо-когнитивного подхода, предпринимаемого при анализе отобранных фрагментов югоосетинского предвыборного дискурса, речевые произведения рассматриваются нами как средство осуществления воздействия на избирателей и оппонентов [Морозова, Бородавкина 2018].

Изучение арсенала средств речевого воздействия в процессе избирательной кампании позволяет как на индикатор эффективности указать и на мероприятия партии, представляемой кандидатом в парламент, и на авторитетность каждого конкретного политика [Халатян 2011: 183].

По результатам голосования в парламент Южной Осетии VI созыва в 2014 г. в законодательный орган власти прошли четыре партии, получившие следующее число голов избирателей и, соответственно, мест: республиканская политическая партия «Единая Осетия» — 43,19 % (20 мандатов), политическая партия «Народная партия» Республики Южная Осетия — 9,09 % (4 мандата), социалистическая партия «Единство народа» — 13,24 % (6 мандатов) и политическая партия «Ныхас» — 7,47 % (4 мандата) [Выборы в парламент: первые итоги URL].

На выборах 2019 года голоса избирателей распределились между политическими партиями следующим образом: «Единая Осетия» получила 34,96 % от числа избирателей, принявших участие в голосовании (7 мандатов); «Народная партия» — 21,80 % (4 мандата); «Ныхас» — 14,37 % от (3 мандата); «Единство народа» — 12,96 % (2 мандата). «Коммунистическая партия Республики Южная Осетия» с результатом 7, 295% (1 мандат) голосов избирателей вошла в парламент после провала 2014 года [Выборы в Южной Осетии URL].

Впервые за 15 лет выборы проводились по мажоритарно-пропорциональной системе, согласно которой 17 из 34 парламентариев избиралась по партийным спискам, и другая половина, в которую не попали представители зарегистрированных избиркомом партий, — по одномандатным округам. Приведенные факты позволяют нам осуществить сопоставительный анализ эффективности предвыборных стратегий, применяемых партиями во время избирательных кампаний 2014 и 2019 гг., без учета одномандатников.

Тексты выступлений партийных руководителей различаются модальностью политического дискурса отражает идеологический аспект предвыборной агитации. Арсенал средств, используемых лидерами партий, разнообразен: риторические и лингвистические приемы являются рычагом адресной агитации.

Справедливые демократические выборы и открытая конструктивная политика, проводимая народными избранниками, являются важными основами правового государства. Поскольку выборы в парламент республики являются кульминацией политического процесса, чрезвычайно важно определить ведущие политические технологии, как победные, так и провальные, повлиявшие на волеизъявление народа в процессе голосования. Выборы 2019 г. показали, что в период «распределения ролей» во вновь создаваемом политическом театре страны стратегема «установка на победу» из категории суггестивно-манулятивных приемов явилась одной из доминантных.

Заявление лидера самой многочисленной партии-победителя «Единая Осетия» Алан Тадтаева передает состояние полной уверенности в своем лидерстве:

Мы уверены в своей победе <...>.

В выступлении президента республики Анатолий Бибилова, члена «Единой Осетии», делается ставка на авторитет и прошлые заслуги, учитывается персонализированный подход:

За время своего существования партия одержала две убедительные победы — на президентских и парламентских выборах. Это результат формирования четкой и ясной политической платформы, честного отношения к избирателю, ни на день не прекращающейся работы по решению социальных проблем, внимания к каждому жителю республики [Лидер «Единой Осетии»: мы уверены в своей победе URL].

Политическая партия «Ныхас» (осет., ист. «место, где мужчины решали общественные дела, проводили досуг; слово, речь, беседа») пошла на альянс с общественной организацией «Аланский Союз» и партией «Новая Осетия».

Новый лидер Давид Санакоев выразил уверенность, что у них все получится: *мы проанализировали все допущенные ранее ошибки и намерены действовать с четкой программой*. Персуазивный потенциал его выступлений был достаточно убедителен, поскольку стратегия признания прежних ошибок и аккумуляции опыта новых соратников послужили оптимизирующим фактором ориентации избирателей — партия получила в два раза больше голов, чем в 2014 г. [Партия «Ныхас» идет на выборы с новым лидером URL].

Партия «Единство народа», получившая 12,98 % голосов, шла на выборы под лозунгом «Парламент — для народа», демонстрируя стратегию единения со всеми жителями республики. Ее руководитель, Владимир Келехсаев, заверил, что они не декларируют тезисы и *не дают народу обещания, а просто реально делают* все для

народа Южной Осетии, потому что *обещают те, кто ничего не делает*. Будничная тональность программных заявлений вызывает психологический эффект принятия факта надежности «единопартийцев» как политической силы. Вместе с тем политтехнологического прорыва не произошло, и рейтинг партии удержался примерно на уровне 2014 г. [Келехсаев: «Единство народа» не обещает, а делает URL].

Центральные концепты югоосетинской политической коммуникации — «народ», «единство» [Джигоева, Тамерьян 2017: 53—59] и «борьба за власть» — репрезентируют одновременно название и лозунг «Народной партии» (21,80 % голосов): «Парламент — для народа». Ее представители, позиционируя себя как часть народа, отстаивающая его интересы, фиксируют безупречное прошлое членов партии («*никто из нас ничем не запачкан, мы все были здесь в самые тяжелые времена*»). Они участвуют «*в политической жизни, чтобы облегчить и улучшить жизнь народа*». Партия имеет четкую программу, «*против которой сложно будет что-либо возразить*». Так мощными мазками создается образ партии-локомотива, уверенно осуществляющей народные реформы.

Доценты, силовики, безработные — это авангард Коммунистической партии, старейшей в Южной Осетии политическая партии, не получившей мандаты в 2014 г. По результатам 2019-го — 7, 29 %. В платформе политической партии закреплена пространная цель ее деятельности — «*защитить мир от капитализма*». Стратегическая задача, позволившая получить один мандат в новом парламенте, — воссоединение Осетии в составе России. Этот спекулятивный лозунг, время от времени муссируемый политиками, относится к категории фантомных целей, будоражащих ностальгические чувства югоосетин [Старейшая в республике политическая партия провела предвыборный съезд URL].

Сложность парламентских выборов 2019 г., по мнению политологов, обусловлена тем, что политическая культура Южной Осетии переживает «переходный возраст» [Не знают куда идут URL].

Языковое воплощение предвыборного дискурса, осуществляемое в персональной (выступления лидера и членов партийного ядра) и коллективной (программа, устав и заявления) формах, выступает как инструмент социальной власти, служа индикатором эффективности деятельности определенной партии. Слабые персуазивные технологии не актуализируют главную функцию политической коммуникации — воздействия на электорат.

В этой связи выступления претендентов на парламентские мандаты в теледебатах продемонстрировали отсутствие опыта и неготовность ряда кандидатов к политической деятельности. Провальными оказались в первую очередь все диалоговые и агональные стратегии проигравших партий: контактоустанавливающая коммуникативная стратегия, направленная на оптимизацию взаимодействия с электоратом и политическими противниками, имиджевая стратегия самопрезентации, реализуемая на визуальном уровне и в идеологическом плане, стратегия выстраивания перспективы, заложенной в программе партии, и ее аргументативного продвижения.

Лидер партии «Единство» Геннадий Кокоев обратился к избирателям со следующими словами:

Я почти уверен, что наша партия будет представлена в парламенте.

Он проинформировал о том, какие законы партия намерена продвигать в «*случае успеха на выборах*» [Лидер «Единства»; обязательно быть первым в предвыборном списке URL].

Прагматика неполной уверенности, прозвучавшая от имени лидера партии как субъекта речи, оказала негативное воздействие на адресата(ов), что повлекло за собой поражение на выборах.

Партия «Фыдыбаста» (русс. «Площадь свободы», от осет. *фыд* «отец» и *баста* «край, местность»), получившая 3,20 % голосов, по сути, сделала для себя антирекламу: стратегия самопрезентации, реализованная ими при помощи тактики открытости, была применена некорректно, поскольку заявление о том, что задачи предыдущих предвыборных программ так и не были осуществлены, в конечном итоге привело к самодискредитации потенциальности данной партии, что проявилось в невысоком показателе итогов голосования. Лидер этой партии Вячеслав Гобозов признался:

Мы не первый раз принимаем участие в выборах, и каждый раз выступали с конкретными предложениями.

К сожалению, большинство из них все еще не реализованы [Вячеслав Гобозов: каждый человек, избранный в парламент, должен работать URL].

Примеры провальных коммуникативных стратегий наглядно продемонстрировали несформированность ряда идущих во власть кадровых ресурсов на уровне субъектов югоосетинского партийного движения.

Таким образом, стратегии, реализованные в предвыборных жанрах югоосетинской политической коммуникации, соотносятся с программами политических партий, отражая готовность их членов к эффективному решению задач развития новой страны и вписывания ее государственной системы в политическую модель мира, в первую очередь, в сознании адресатов предвыборной кампании 2019 года.

ИСТОЧНИКИ

1. Выборы в парламент: первые итоги. Южная Осетия. URL: <https://sputnik-ossetia.ru/infographics/20190611/8786845/Vybory-v-parlament-pervye-itogi.html> (дата обращения: 11.06.2019).
2. Вячеслав Гобозов: «Каждый человек, избранный в парламент, должен работать». Южная Осетия. URL: https://sputnik-ossetia.ru/South_Ossetia/20190416/8445562/Vyacheslav-Gobozov-kazhdyu-chelovek-izbrannyu-v-parlament-dolzhen-rabotat.html (дата обращения: 16.04.2019).
3. Келехсаев: «Единство народа» не обещает, а делает. URL: www.nykhas.ru > [kelekhshaev-edinstvo-naroda-ne-obeshhaet](http://www.nykhas.ru/kelekhshaev-edinstvo-naroda-ne-obeshhaet) (дата обращения: 04.04.2019).
4. Лидер «Единства»; обязательно быть первым в предвыборном списке. URL: https://sputnik-ossetia.ru/South_Ossetia/20190415/8435171/Lider-Edinstva-ne-obyazatelno-byt-pervym-v-predvybornom-spiske.html (дата обращения: 15.04.2019).
5. Лидер «Единой Осетии»: мы уверены в своей победе. Южная Осетия. URL: https://sputnik-ossetia.ru/South_Ossetia/20190331/8354821/

Lider-Edinoy-Osetii-my-uvereny-v-svoey-pobede.html (дата обращения: 31.03.2019).

6. Лидер Народной партии: «На первом месте социальные проблемы». URL: https://sputnik-ossetia.ru/South_Ossetia/20190412/8419773/Lider-Narodnoy-partii-na-pervom-meste--sotsialnye-problemy.html (дата обращения: 12.04.2019).
7. Не знают куда идут: эксперты оценили кандидатов в парламент Южной Осетии. URL: https://sputnik-ossetia.ru/South_Ossetia/20190613/8797921/Vse-politicheskie-shagi-Kokooty-privodili-k-krizisu-v-Yuzhnoy-Osetii---Dzhussoev.html (дата обращения: 06.06.2019).
8. Партия «Ныхас» идет на выборы с новым лидером / ГИА «Рес». URL: <http://cominf.org/node/1166522195> (дата обращения: 21.04.2019).
9. Парламентские выборы в Южной Осетии. URL: [https://ru.wikipedia.org/wiki/Парламентские_выборы_в_Южной_Осетии_\(2014\)](https://ru.wikipedia.org/wiki/Парламентские_выборы_в_Южной_Осетии_(2014)).
10. Старейшая в республике политическая партия провела предвыборный съезд. Южная Осетия. URL: https://sputnik-ossetia.ru/South_Ossetia/20190406/8386700/Kompartiya-Yuzhnoy-Osetii-vydvynula-kandidatov-v-deputy.html (дата обращения: 06.04.2019).
11. Bekoeva I. D., Dzhioeva V. P., Tameryan T. Y. Ethnocultural peculiarities of communication // Language and Culture. 2018. № 12. P. 4—13. DOI: 10.17223/24109266/12/1.
12. Tameryan T. Yu., Zheltukhina M. R., Slyshkin G. G., Shevchenko A. V., Katermina V. V., Sausheva Y. V. New country's political discourse: formation of speech technologies // Modern Journal of Language Teaching Methods. 2018. Т. 8. № 8. P. 11—18.

ЛИТЕРАТУРА

13. Голубева Т. М. Языковая манипуляция в предвыборном дискурсе: на материале американского варианта английского языка : автореф. дис. ... канд. филол. наук. — Н. Новгород, 2009. 24 с.
14. Джиева В. П., Тамерьян Т. Ю. Реализация концептов *единство/цудзинад* в югоосетинском политическом дискурсе в ситуации русско-осетинского двуязычия // Политическая лингвистика. 2017. № 4 (64). С. 53—59.
15. Желтухина М. Р. Специфика влияния вербалики и невербалики масс-медиа на избирательный процесс // Массовая культура на рубеже веков: человек и его дискурс. — М. : Азбуковник, 2003. С. 109—132.
16. Левшина Н. Г. Косвенные речевые тактики в предвыборном дискурсе: на материале выборов главы Администрации Псковской области : автореф. дис. ... канд. филол. наук. — СПб., 2005. 23 с.
17. Халатян А. Б. Предвыборный дискурс // Политическая лингвистика. 2011. № 2 (36). С. 181—188.
18. Чудинов А. П. Политическая лингвистика : учеб. пособие. — М., 2007. 254 с.
19. Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса. — М. ; Волгоград, 2004. 389 с.
20. Морозова О. Н., Бородавкина Е. А. Актуализация категории модальности в американской риторике начала XXI века // Политическая лингвистика. 2018. № 68. С. 129—134.

Б. Г. Фаткулин
Воронеж, Россия

СТРУКТУРНЫЙ АНАЛИЗ СЛОГОВЫХ АББРЕВИАТУР В НАИМЕНОВАНИЯХ СИЛОВЫХ СТРУКТУР ИСЛАМСКОЙ РЕСПУБЛИКИ ИРАН

Аннотация. В настоящей статье раскрываются значения слоговых аббревиатур, используемых для обозначения силовых структур Исламской Республики Иран, с точки зрения звучания их в персидском языке и написания их с использованием персидского алфавита. Дается сокращенная классификация силовых структур Ирана с точки зрения выполняемых ими функций и иерархии подчиненности. Слоговые сокращения в персидском языке подчиняются правилу изафетной цепи и содержат указание на род или вид войск либо на принадлежность к соответствующей ветви силовых структур.

Ключевые слова: военное востоковедение; силовые структуры; слоговые аббревиатуры; изафетная цепь; рода войск; правоохранительные органы; российско-иранское сотрудничество.

B. G. Fatkulin
Voronezh, Russia

THE STRUCTURE ANALYSIS OF THE SYLLABIC ABBREVIATIONS WHICH ARE USED FOR THE NOMINATION OF THE ISLAMIC REPUBLIC OF IRAN POWER STRUCTURES

Abstract. This article reveals the meanings of syllabic abbreviations used to refer to the power structures of the Islamic Republic of Iran in terms of sounding them in the Persian language and spelling them using the Persian alphabet. A short classification of the power structures of the modern Iran is given in terms of the functions they perform and the hierarchy of subordination. Syllabic abbreviations in the Persian language correspond with the isafet chain combination rules and indicate the affiliation of a certain power body with the corresponding branch of power structure.

Keywords: military oriental studies; security agencies; syllabic abbreviations; izafet group; combat arm; law enforcement agencies; Russian-Iranian cooperation.

Подготовка кадров по специальности «лингвистическое обеспечение военной деятельности» включает в себя также подготовку специалистов в рамках комплекса дисциплин, обозначаемого как «военное востоковедение» [Шевченко, Гураль 2017: 330—341]. Зародившись как прикладная дисциплина, параллельно с расширением владений России в Азии, военное востоковедение к началу XX в. стало самостоятельной отраслью ориенталистики, занимающейся изучением военных аспектов географии, политики, экономики, культуры стран Востока [Гефнер 2018: 191—196].

Актуализация сведений о силовых структурах сопредельных с Россией государств Ближнего, Среднего и Дальнего Востока, Центральной Азии и Закавказья является неотъемлемой частью информационной работы военных востоковедов. В военной науке силовые структуры (*force structures*) определяются как специально организуемые и финансируемые государством министерства, комитеты, службы с их центральными аппаратами и разветвленной системой объединений, учреждений, соединений, частей и подразделений вплоть до отдельно взятых лиц высокого ранга и положения, создаваемые в интересах защиты (охраны) (конституционного) строя. К ним относятся армия, пограничная служба, органы внутренних дел и т. п.

Во втором десятилетии XXI в. в связи с одновременным присутствием российского и иранского ограниченных военных контингентов на территории Сирийской Арабской Республики, постоянным участием иранских официальных лиц в Астанинском процессе мирного урегулирования объемы служебных контактов иранских и российских военнослужащих имеют тенденцию к постепенному возрастанию [Мохаммад 2015: 63—74]. Российские офицеры, проходящие службу в составе ограниченного контингента, обязаны четко представлять себе организационно-штатную структуру и наименования силовых структур Исламской Республики Иран (далее ИРИ).

Настоящая статья актуализирует информацию о методах наименования силовых структур Исламской Республики Иран и раскрывает метод слоговых сокращений, который используется в языке фарси для наименования различных силовых структур этого государства. Незнание слоговых сокращений иранских силовых структур затрудняет взаимное позиционирование российских и иранских военнослужащих и других официальных представителей Ирана и России на территории САР и может привести к недопониманию в переговорах.

Кроме того, правильно набранные в строке поиска на языке фарси официальные наименования иранских силовых структур и их слоговых аббревиатур гарантируют эффективный поиск релевантной информации в иранском сегменте Интернета. Все силовые структуры ИРИ имеют собственные официальные страницы в Интернете, содержащие информацию о последних тенденциях их развития. Мониторинг этих сайтов на языке оригинала необходим для своевременной актуализации информации.

Как известно, наименования государственных структур в большинстве мировых языков передаются с помощью тех или иных сокращений. В каждом восточном языке для этого существуют особые правила. Проблема слоговых сокращений в современном персидском языке стала объектом изучения ряда ведущих российских иранистов. В частности, А. Н. Сухоруков отделяет слоговые сокращения от инициальных аббревиатур. По мне-

нию А. Н. Сухорукова, «традиционно в персидском языке проблема излишне длинных устойчивых словосочетаний решается путем сокращения до одного-двух начальных слов с параллельным употреблением их полного аналога. Аббревиация как особый способ словообразования является относительно новой для иранской лингвистической традиции и проникла в персидский язык только во второй половине 20 в. после активизации отношений с западными странами. Первоначально это были прямые заимствования, представленные инициальными аббревиатурами, появившимися в иранской печати с сохранением их латинского написания. Но уже вскоре по западным моделям для новых государственных организаций были образованы первые полноценные инициальные аббревиатуры. Так, самой известной коренной персидской аббревиатурой начального периода является наименование шахской охранки, созданной в 1957 г. (Сазман-е Эттелаат Ва Амният-е Кешвар), т. е. в виде звуковой аббревиатуры ساواک (САВАК)» [Сухоруков 2013: 77]. В итоге Н. А. Сухоруков приходит к выводу о том, что в силу структуры языка фарси и особенностей персидского алфавита слоговые сокращения являются более приемлемыми для персидского языка, нежели инициальные аббревиатуры.

Практика подтверждает выводы Н. А. Сухорукова и показывает, что в иранском варианте языка фарси действительно, как правило, используется такой вид сокращений, как сложносокращенные слова (в научном персидском языке обозначается лингвистическим термином *эсм-ха-йе-мохаффаф*, принадлежащим иранской лингвистической школе). Сложносокращенное слово — это слово, составленное из сокращенных начальных элементов (морфем) словосочетания. Альтернативным термином для сложносокращенных слов является термин «слоговая аббревиатура».

Слоговые аббревиатуры образуются путем объединения в единый произносительный комплекс начальных слогов слов, входящих в словосочетание. В качестве примера слоговых аббревиатур в русском языке можно привести следующие наименования организаций: Роспотребнадзор, Минздрав, Газпром, Нацгвардия, Минобр и т. п.

В персидском языке слоговые аббревиатуры являются сокращенной формой изафетных словосочетаний. Изафетные словосочетания — самый распространенный тип подчинительных словосочетаний в персидском языке. В словосочетаниях этого типа подчиняющее слово, находящееся на первом месте, связывается с последующим подчиненным словом при помощи изафета — безударного грамматического показателя *-e* (после гласного *-ye*): *kešvar-e qarib* ‘чужая страна’, *xāne-ye qadimisaz* ‘дом старой постройки’, *ers-e pedar* ‘наследство отца’, *sandali-ye dabir* ‘стул секретаря’, *havā-ye daryā* ‘морской воздух’.

Мы проанализировали ряд слоговых сокращений в наименованиях силовых структур в современном персидском языке в тех случаях, где таковые присутствуют. К русскому варианту добавлен вариант на английском языке. Список не является окончательным и исчерпывающим. Некоторые наименования пока не имеют соответствующих аббревиатур либо они еще находятся в стадии освоения и частотность их употребления пока мала. Начальные слоги, вошедшие в состав слоговой аббревиатуры, обозначены в русской транскрипции жирным шрифтом:

1. *Генеральный штаб Вооруженных Сил Исламской республики Иран*. General Staff of the Armed Forces of the Islamic Republic of Iran (Persian: ستاد کل نیروهای مسلح جمهوری اسلامی ایران) Сетад-е-колл-е-нируха-йе-мосаллах (не имеет слогового сокращения)

2. *Армия (Вооруженные силы) Исламской республики Иран*. Общее название «Армия». (آجا) Артеш-е-ДЖомхури-йе-Эслами (АДЖА):

- 1) *Военно-воздушные силы Армии Исламской Республики Иран*. The Islamic Republic of Iran Air Force (IRIAF), Военно-воздушные силы Исламской Республики Иран (перс. نیروی هوایی ارتش جمهوری اسلامی ایران — *niru-ye havâyi-ye ârtesh-e jomhuri-ye eslâmi-ye irân, Nahâjâ*; англ. Islamic Republic of Iran Air Force, IRIAF). Ниру-йе-хава-и-йе-артеш-е-джомхури-йе-эслами (Ни-Ха-ДЖ-А)
- 2) *Сухопутные силы Армии Исламской Республики*. The Islamic Republic of Iran Army Ground Forces (NEZAJA (Persian: نزاجا) Ниру-йе-замини-йе-артеш-е-джомхури-йе-эслами (Ни-За-ДЖ-А)
- 3) *Военно-морские силы Исламской Республики* (перс. نیروی دریایی ارتش جمهوری اسلامی ایران; англ. Islamic Republic of Iran Navy) (перс. ندادجا), Ниру-йе-дарья-и-йе-артеш-е-джомхури-йе-эслами (Ни-Да-ДЖ-А)
- 4) *Силы противовоздушной обороны Ирана* (перс. نیروی پدافند هوایی ارتش جمهوری اسلامی) Ниру-йе-Палафанд-е-хава-и-йе-артеш-е-джомхури-йе-эслами (Пада-ДЖ-А)
- 5) *Штаб Сил противовоздушной обороны Исламской Республики* (персидский: قرارگاه پدافند هوایی ارتش (جمهوری اسلامی ایران) Караргах-е-падафанд-е-артеш-е-джомхури-йе-эслами. Не имеет сокращенного названия
- 6) *Бригада воздушно-десантных войск Ирана* (перс. نیروی ویژه هوایرد ارتش Iran army Airborne special forces brigade (NOHED) Ниру-е-Виже-йе-ХаваборД-е-артеш Н-О-ХеД
- 7) *Объединенный штаб Армии Исламской Республики*. Joint Staff of the Islamic Republic of Iran Army (Persian: ستاد مشترک ارتش جمهوری اسلامی ایران), acronymed SEMAJA (Persian: سماجا), Сетад-е моштак-е-артеш-е-джомхури-йе-эслами, (Се-Ма-ДЖ-А)
- 8) *Министерство обороны и логистики Вооруженных сил*. The Ministry of Defence and Armed Forces Logistics (MODAFL; Persian: وزارت دفاع و پشتیبانی نیروهای مسلح) Везарат-е-дефа-о-поштибани-йе-нируха-йе-мосаллах. Не имеет сокращенного названия

3. Большое значение в структуре силовых ведомств ИРИ имеет также *Корпус стражей Исламской революции* (перс. سپاه پاسداران انقلاب اسلامی — Сэпах-е пасдаран-е энгелаб-е эслами, в русском языке сокр. КСИР, встречается обозначение **Пасдаран** [Сажин 2017: 106].

4. Наряду с армией и КСИР, силовые структуры Ирана включают в себя Силы правопорядка Исламской Республики Иран, русское сокращение СПИРИ, в персидском варианте Наджа (ناجا) (перс. نیروی انتظامی جمهوری ایران / Nīrūye entezāmīye Jomhūrīye Eslāmīye Īrān). Наджа — это правоохранительный орган Исламской Республики Иран, который находится под контролем Министерства внутренних дел Исламской Республики Иран и Генерального штаба Вооружённых сил ИРИ. Произносится как **Ниру-йе-Энтезами-йе-ДЖомхури-йе-Эслами (Н-А-ДЖ-А)**. В состав НАДЖА входят следующие структуры, имеющие нижеследующие слоговые аббревиатуры:

- 1) *Дорожная полиция Сил правопорядка Исламской Республики Иран*. В Иране широко распространена местная аббревиатура дорожной полиции — **РАХВАР** (RAHVAR — راهور)
- 2) *Полиция НАДЖА* (перс. پلیس آگاهی ناجا, Police Āgāhi) является правоохранительным органом в Иране, ответственным за уголовное расследование. Полис-е-агахи-йе-наджа. Не имеет сокращенного названия.
- 3) *Антинаркотическая полиция НАДЖА* (перс. : پلیسمبارزه با مواد مخدر ناجا) является правоохранительным органом, которому поручено бороться с контрабандой наркотиков и незаконной торговлей наркотиками в Иране. Полис-е-мобарезе-ба-мавадд-е-мохаддер-е-наджа. Не имеет сокращенного названия.
- 4) *Полиция разведки и общественной безопасности НАДЖА* (перс. : لیس اطلاعات و امنیت عمومی ناجا) или просто полиция безопасности (перс. پلیس امنیت), Полис-е-эттелаат-ва-амнийят сокращенно **ПАВА** (PAVA (پاوا)).
- 5) *Полиция в сфере производства и обмена информацией*, также известная как **ФАТА** (перс. فتا), Полис-е-**ФА**за-йе-тоулид-о-Табадол-е-Эттелаат
- 6) *Паспортно-миграционное управление НАДЖА* (перс. پلیس مهاجرت و گذرنامه) является подразделением правоохранительных органов Исламской Республики Иран, уполномоченным выдавать иранские паспорта и заниматься иммигрантами в Иран. Полис-е-мохаджерат-о-гозарнаме. Не имеет слоговой аббревиатуры.
- 7) *Дипломатическая полиция* (персидский: پلیس دیپلماتیک) является подразделением правоохранительных сил Исламской Республики Иран, отвечающим за защиту дипломатических представительств в Иране и их высокопоставленных лиц в соответствии с дипломатическим законодательством. Полис-е-дипломатик. Не имеет слоговой аббревиатуры.
- 8) *Международная полиция НАДЖА* (перс. پلیس بین الملل ناجا) является частью правоохранительных органов Исламской Республики Иран, отвечающей за экстрадицию преступников, ей поручено сотрудничать с Интерполом. Полис-е-бейнолмеллалли-йе-наджа. Слоговая аббревиатура отсутствует.
- 9) *Пограничная служба Исламской Республики Иран* (перс. فرماندهی مرزبانی جمهوری اسلامی ایران:), обычно известная как пограничная охрана **НААА** (перс. مرزبانی ناجا), является подразделением правоохранительных сил Исламской Республики Иран и Ирана (Иран). Единственное силовое ведомство Ирана, которое осуществляет пограничную охрану и контроль на сухопутных границах и береговую охрану на морских границах. Слоговая аббревиатура отсутствует.
- 10) *Командование специальных подразделений НАДЖА* (перс. فرماندهی یگان های ویژه ناجا), сокращенно **ҮЕГУР** (پيگوپ), является подразделением правоохранительных сил Исламской Республики Иран, отвечающим за его специальные силы. **Йеган-е-виже-йе-пасдаран ЕГУП**
- 11) *Специальные силы по борьбе с терроризмом* (перс. نیروی ویژه یاد وحشت), **НОПО** (перс. نوپو), Ниру-йе-виже-йе-пад-е-вахшат, является иранским спецназом
- 12) *Полицейская авиационная группа НААА* (персидский: یگان هوایی ناجا), **Йеган-е-хава-и-йе-наджа** или **НАВА НААА** (персидский: هواناچا) **ХАВАНАДЖА** — это полицейская авиация Ирана, предоставляющая воздушную поддержку другим подразделениям правоохранительных органов Исламской Республики Иран, таким как Дорожная полиция и Пограничная охрана
- 13) *Кинологическое подразделение по контролю за скоплениями людей САПКА* (перс. سپکا, аббревиатура, официально обозначаемая «Полицейские собаки контроля толпы», перс. سگ های پلیس کنترل اجتماعات). **Саг-ха-йе-полис-е-контрол-е-эджтемаат**
- 14) *Кинологическое подразделение полицейских собак-детективов*, **Иган-е-кара-агахан-е-Иран**, является подразделением по поисково-спасательным и полицейским служебным собакам
- 15) *Конная полиция правоохранительных сил Исламской Республики Иран* **АСВАРАН** (перс. اسواران; официально смешанное слово «Asb Savaran», перс.: اسب سواران, —). Подразделение специализируется на контроле толпы и борьбе с беспорядками.

Согласно изученным материалам, представляется возможным сделать следующие выводы, касающиеся понимания слоговых сокращений в названиях иранских силовых структур:

- слоговые сокращения основаны на персидском алфавите, латинский алфавит используется только в переводе на европейские языки, кириллический алфавит используется в переводе на русский язык;
- расшифровка иранских слоговых аббревиатур невозможна без умения озвучить их названия на фарси и выделить первые слоги сложных словосочетаний;
- иранские сокращения в названиях силовых структур не являются сокращениями по первой букве, а являются сокращениями по первому слогу;
- по закону изафетной цепи главное слово в словосочетании всегда стоит на последнем месте, и поэтому можно вывести следующую закономерность: если последний элемент в ряду слогов звучит как АДЖА, то эта структура относится к Вооруженным силам ИРИ, если последний элемент в ряду слогов звучит как НАДЖА, то структура относится к Силам правопорядка ИРИ, если последним элементом в названии идет Пасдаран, то силовая структура относится к Корпусу стражей Исламской революции.

ЛИТЕРАТУРА

1. Гефнер О. В. Омск как центр военного востоковедения (вторая половина XIX — начало XX в.) // Вестн. Омск. ун-та. Сер. «Исторические науки». 2018. № 3. С. 191—196.
2. Мохаммад И. Н. Основные факторы военно-политического сотрудничества России и Сирии в начале XXI в // Вестн. Моск. гос. обл. ун-та. Сер.: История и политические науки. 2015. № 1. С. 63—74.
3. Сажин В. И. Корпус стражей исламской революции Ирана — государство в государстве // Контуры глобальных трансформаций: политика, экономика, право. 2017. Т. 10. № 3. С. 83—109.
4. Сухоруков А. Н. Западные инициальные аббревиатуры в персидском языке в контексте борьбы за очищение языка // Актуальные вопросы теории и практики лингвострановедческой лексикографии. 2013. С. 77.
5. Шевченко М. А., Гураль С. К. Цели, задачи, принципы и содержание обучения военных переводчиков иноязычному военному дискурсу // Язык и культура. 2017. № 40. С. 330—341.

Е. А. Халуторных
Екатеринбург, Россия

УРАЛ НА КАРТЕ РОССИИ: РЕГИОНАЛЬНАЯ И НАЦИОНАЛЬНО-ГРАЖДАНСКАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ УРАЛЬЦЕВ

Аннотация. В центре внимания работы — практики взаимодействия региональной и национально-гражданской идентичностей уральцев в медиатекстах региональных средств массовой информации. Идентичность анализируется в русле дискурсивного подхода. В статье выявлены смыслы самобытности и уникальности уральцев. Также автор выяснил, как подчеркивается роль Урала и уральцев в жизни страны, как выстраиваются отношения с другими регионами России и с Москвой. Исследование показало, что региональная и национально-гражданская идентичности не вступают в оппозицию, а, напротив, способствуют установлению гармоничных отношений.

Ключевые слова: русский язык; дискурс-анализ; медиадискурс; медиалингвистика; медиатексты; СМИ; средства массовой информации; уральцы; национальная идентичность; региональная идентичность; этнолингвистика.

E. A. Khalutornykh
Ekaterinburg, Russia

URALS ON THE MAP OF RUSSIA: REGIONAL AND NATIONAL-CIVIL IDENTITY OF URALISTS

Abstract. The article is devoted to the interaction practices of regional and national identity in the regional press. The author abides by discursive approach to the definition of the identity. The meanings of uniqueness of the Urals inhabitants are revealed. Also the researcher explored how Urals role in the life of the country was shown and which positions with other regions of Russia and with Moscow were built. The study showed that regional and national-civic identities do not enter the opposition, but, on the contrary, contribute to the establishment of harmonious relations.

Keywords: Russian language; discourse analysis; media discourse; media linguistics; media texts; mass media; Ural people; national identity; regional identity; ethnolinguistics.

В центре внимания нашего исследования — региональная идентичность уральцев, для анализа которой мы используем дискурсивный подход, основанный на принципах социального конструкционизма. При таком подходе идентичность понимается как дискурсивный конструкт, характеризующийся изменчивостью, фрагментарностью и ситуативностью [Ильина, Каблуков 2019: 121], а регион (и любая другая территория) рассматривается как вернакулярный район — особое символическое пространство, которое конструируется в дискурсе и границы которого могут не совпадать с географическими и/или административными [Ильина, Халуторных 2018: 187]. Именно таким регионом мы считаем Урал, в состав которого, как показали наши предыдущие исследования, входят три субъекта Российской Федерации: Свердловская область, Челябинская область и Пермский край [Ильина, Халуторных 2018: 186—188; Ильина, Каблуков 2019: 119—131].

Для анализа идентичности мы используем дискурсивную методику, разработанную и описанную Е. В. Каблуковым в рамках коллективного проекта «Региональная идентичность россиян в дискурсе СМИ: единство и разнообразие» [Каблуков 2018: 23—29]. Исследователь признает, что идентичность конструируется в дискурсе, однако подчеркивает, что ее невозможно в полной мере изъять и воссоздать в научном исследовании, поэтому корректно говорить лишь о моделировании идентичности. Базовыми для моделирования региональной идентичности являются пространственная и темпоральная идентификации, в основе которых лежат конструируемые в дискурсе представления о пространстве и времени. На идентификации, связанные с хронотопом, наслаиваются и другие актуальные в данный момент для конкретного региона идентификации — политическая, экономическая, культурная, конфессиональная, этническая и т. д. [Ильина, Каблуков 2019: 119—131].

В данной работе мы рассматриваем практики региональной и национально-гражданской идентификации уральцев. Эмпирическим материалом исследования послужили тексты информационных агентств *e1.ru* (Свердловская область), *74.ru* (Челябинская область) и *59.ru* (Пермский край), опубликованные в период с 1 июля 2018 по 1 сентября 2019 года. Все перечисленные агентства — лидеры региональных рейтингов СМИ за 2019 г., по данным агентства «Медиадиагностика» [Медиадиагностика].

Как мы писали выше, в состав Урала как вернакулярного района входят три субъекта РФ: Свердловская область, Челябинская область и Пермский край. Для обозначения этих территорий используется номинация *Урал*, а для наименования Свердловской и Челябинской областей — номинации *Средний Урал* и *Южный Урал* соответственно: *Трещины в стенах, разбитые люстры и страх неизвестности: как Урал пережил землетрясение* (*e1.ru*. 05. 09.2018); *На Среднем Урале составили список дорог, которые отремонтируют до 2020 года* (*e1.ru*. 18.12.2018); *Этот роддом — самый молодой и в то же время старейший на Южном Урале* (*74.ru*. 13.12.2018).

Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 18-312-00143 «Региональная идентичность россиян в дискурсе СМИ: единство и разнообразие».

Такая практика, во-первых, позволяет уйти от бесконечного повторения первичных номинаций, а во-вторых, подчеркивает уникальное географическое положение всего вернакулярного района и территорий, его составляющих.

Центром своего региона уральцы считают Екатеринбург. В текстах СМИ, причем не только свердловских, журналисты и герои материалов называют город *столицей Урала*: *В Екатеринбург приехали первые участники чемпионата мира по боксу среди мужчин, который будет проходить в столице Урала с 8 по 21 сентября* (e1.ru. 25.08.2019). *Глава администрации Екатеринбурга Александр Якоб по традиции посетил стенд РМК в первый день работы выставки „Иннопром“. Он обсудил с Игорем Алтушкиным планы развития и социальные инициативы компании в столице Урала* (74.ru. 10.07.2018).

Можно сказать, что выделенная номинация связана с официальным статусом города, который является центром соответствующего федерального округа, однако в текстах СМИ «столичность Екатеринбурга — это еще и ведущая роль мегаполиса в различных сферах, особенно в сфере культуры и спорта» [Ильина, Каблуков 2019: 119—131]. Для уральцев оказывается важным, что в городе проходят крупные международные мероприятия, поэтому Екатеринбург называют то столицей единоборств, то столицей стрит-арта, то столицей русского рока: *То, что сейчас происходит, ведет к тому, что Екатеринбург станет столицей единоборств России.* — *отметил Ипатов.* — *Я вижу, как спортсмены восхищаются какими-то моментами и видят, что их здесь уважают* (e1.ru. 27.01.2019). *Реставрация этих работ — начало большой программы по восстановлению уникальных граффити, которые формируют облик столицы российского стрит-арта,* — *рассказали организаторы фестиваля* (e1.ru. 05.06.2019).

Важно отметить, что Екатеринбург в подобных контекстах не выступает в качестве конкурента официальной столицы страны. Использование таких номинаций скорее направлено на «укрупнение» города и всего региона на карте страны, фиксацию уникальности Екатеринбурга и закрепление за ним статуса третьей столицы, который по-прежнему sporadически фигурирует в СМИ. При этом встречаются и материалы, в которых столичный статус Екатеринбурга подвергается критическому осмыслению, инструментом которого часто выступает ирония. Так, уличный художник Рома Инк заявил, что Екатеринбург является не столицей стрит-арта, а столицей майонеза, намекая на популярный в регионе рекламный ролик местного майонеза и отсутствие независимых уличных художников в городе: — *Екатеринбург — столица стрит-арта в России? — Не знаю, нет. Не могу сказать. Раньше, наверное, да, сейчас этот термин выглядит странно. Екатеринбург — столица майонеза, а не стрит-арта* (e1.ru. 27.08.2019).

Уникальность Урала также связывается с жителями региона. Уральцы считают себя особенными, причем так же их характеризуют и гости региона (по крайней мере, именно такие мнения появляются в уральских СМИ). Часто отмечают такие качества, как свободолюбие, независимость, активность: *Здесь каждый что-то пытается сделать необычное, и это не для того, чтобы выпендриться друг перед другом, а чтобы в принципе доказать свое право на существование. Это что-то граничащее с гражданской позицией, которая здесь, в Екатеринбурге, присутствует. У вас, мне кажется, очень сильные люди. Люди пробивные. Я это чувствую, даже не гуляя по городу, просто пообщавшись с местными* (e1.ru. 30.04.2019). *Мне кажется, что Екатеринбург в тысячу раз более свободный и открытый. Здесь не боятся перемен, ошибок, нового опыта, поддерживают инициативных и способных. Если не довольны — говорят прямо, выходят на митинги, объединяются. Если хотят — делают, если просят — помогут* (59.ru. 24.09.2018). Показательно, что все характеристики, приписываемые уральцам, содержат положительную оценку и при этом противопоставляются качествам жителей других регионов. Аналогичное мнение транслируют уральцы, имеющие опыт проживания за пределами родной территории: *Люди тут отличаются сильно от уральцев, уральцы отзывчивее. Общаемся исключительно с переселенцами, а с местными по необходимости. Поначалу мы постоянно слышали „понаехали тут“. Одна Россия, а абсолютно разные регионы. Кубанцы — очень большие патриоты своего края* (e1.ru. 18.09.2018).

Как показало наше исследование, между региональной и национально-гражданской идентичностями россиян устанавливаются отношения «часть — целое». При этом постоянно подчеркивается особая значимость Урала и уральцев: *Южноуральские специалисты являются признанными экспертами как на российском, так и на международном уровне* (74.ru. 26.11.2018). В текстах информационных агентств, посвященных событиям международного масштаба, уральцы называют себя россиянами, однако для рассматриваемых медиа оказывается важным выделить в первую очередь региональную принадлежность уральцев: *Первые в Европе: южноуральцы в составе российской сборной выиграли командный зачет EuroSkills-2018 <...> Южноуральские молодые профессионалы на престижном европейском первенстве профессионального мастерства в Будапеште взяли четыре награды — три золотых и одну серебряную медали* (74.ru. 30.09.2018). Таким образом, журналисты стремятся показать, что герои их материала — земляки, а не просто представители России.

Интеграция в общероссийское пространство способствуют также практики конструирования общности Урала с другими регионами страны. Например, турист из Новосибирска находит Екатеринбург похожим на Москву и Санкт-Петербург по архитектуре, но отмечает, что город активно застраивают многоэтажками, так же как и Новосибирск: *Местами город напоминает Питер, местами — Москву. Хотя, конечно, как и у нас, жадные девелоперы понастроили, где только можно своих высоток»* (e1.ru. 16.10.2018). При этом использованные в тексте притяжательные местоимения четко разделяют героя материала и жителей Урала (*у нас в Новосибирске и у вас на Урале*), а в заголовочном комплексе присутствуют топонимы, которые подчеркивают, что Екатеринбург и Новосибирск входят в разные вернакулярные районы: *„Шаурма на Урале как-то получше“:*

сибиряк оценил кафе Екатеринбурга и сравнил их с новосибирскими. Колонка журналиста, который за несколько дней обошел **известные уральские заведения** (e1.ru. 16.10.2018).

Отметим, что зачастую жителей российских регионов объединяют общие проблемы. Так, уральцы и жители других регионов стали гораздо чаще выбирать товары со скидкой: *Не до жиру: на сколько похудел средний чек уральцев во время похода в магазин <...> Показатель снизился во всех регионах России, за исключением Дальнего Востока, где он, наоборот, прибавил 3,5 %. Средний чек похудел на один процент в центре и на юге страны, на 2,3 % в Приволжском округе и чуть более чем на три процента на Северо-Западе, Урале и в Сибири* (74.ru. 12.08.2019).

Но особенно часто Урал и Екатеринбург как центр региона сравниваются с Москвой. Журналисты собирают мнения людей, которые переехали из городов Урала в Москву или наоборот, анализируют данные различных исследований по качеству дорог, уровню цен, динамике переселения. При этом положение дел на Урале обычно оценивается как более печальное: *Я и раньше догадывалась, что столицу Урала не просто так переименовали в Грязьбург. Сезонов всегда было четыре — мокрая грязь, сухая грязь, снежная грязь, замерзшая грязь. С осенним переездом в Москву это почувствовалось особенно остро* (e1.ru. 26.11.2018). Во многом Москва оказывается лучше, она воспринимается как некий образец, к которому Урал должен стремиться.

Таким образом, идентичность уральцев, конструируемая в региональных информационных агентствах, складывается как условный результат совокупности разнородных идентификаций, фиксирующих уникальность региона, составляющих его территорий и регионального центра, а также закрепляющих Урал в составе России. С одной стороны, для уральцев важно отметить свою самобытность, или, если использовать терминологию Поля Рикера, «самость» [Рикер 2008: 17], а с другой, подчеркнуть включенность в общероссийский контекст и, безусловно, особую роль Урала и уральцев в жизни страны. Важно, что конструирование уникальности региона не превращается в конкуренцию с Москвой и в разрыв с национально-гражданской идентичностью, а, напротив, демонстрирует гармоничную включенность уральской идентичности в общероссийскую.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ильина О. В., Каблуков Е. В. Практики конструирования уральской идентичности в медиадискурсе Свердловской области // Политическая лингвистика. 2019. № 2(74). С. 119—131.
2. Ильина О. В., Халугорных Е. А. Урал как вернакулярный район // Приоритеты массмедиа и ценности профессии журналиста : материалы Междунар. науч.-практ. конф. — Екатеринбург, 2018. С. 186—188.
3. Каблуков Е. В. Региональная идентичность россиян в дискурсе СМИ: теоретические аспекты научного моделирования // Изв. Урал. федер. ун-та. Сер. 1, Проблемы образования, науки и культуры. — Екатеринбург, 2018. С. 23—29.
4. Медиалогия. URL: <https://www.mlg.ru/ratings/media/regional/> (дата обращения: 10.09.2019).
5. Рикёр П. Я-сам как другой : пер. с франц. — М. : Изд-во гуманитарной литературы. — М., 2008. 416 с.

Е. М. Ходасевич
Кемерово, Россия.

МОРБИАЛЬНАЯ МЕТАФОРИКА КАК СРЕДСТВО РЕПРЕЗЕНТАЦИИ КОНЦЕПТА «МАЙДАН» В РОССИЙСКИХ И УКРАИНСКИХ МАССМЕДИА

Аннотация. В данной статье анализируются особенности развертывания и функционирования морбиальной метафоры как средства репрезентации концепта «Майдан» в средствах массовой информации. Медицинская метафорика в медиадискурсе является средством фиксации и отражения любых отклонений от нормального положения вещей. Фреймы, структурирующие данную метафорическую модель, характеризуются концептуальными векторами тревожности и опасности, беспокойства за состояние государства, переживающего события Майдана. Морбиальная метафора, обладая оценочным характером, воздействует на воспринимающее сознание и становится мощным средством формирования мировоззрения читателей.

Ключевые слова: политическая лингвистика; политический дискурс; медиадискурс; медиалингвистика; медиатексты; средства массовой информации; российские СМИ; украинские СМИ; медиаконцепты; Майдан; метафорическое моделирование; морбиальные метафоры; политическая метафорология.

E. M. Khodasevich
Kemerovo, Russia.

MORBIAL METAPHORICS AS A MEANS OF REPRESENTATION OF THE CONCEPT «MAIDAN» IN THE RUSSIAN AND UKRAINIAN MASS MEDIA

Abstract. This article analyzes the features of the deployment and functioning of the morbial metaphor as a means of figurative representation of the concept of "maidan" in the media. Medical metaphors in media discourse is a means of fixing and reflecting any deviations from the normal state of things. The frames that structure this metaphorical model are characterized by conceptual vectors of anxiety and danger, concern for the state of the state experiencing the events of the Maidan. Morbial metaphor, having an evaluative character, affects the perceiving consciousness and becomes a powerful tool for shaping the readers' worldview.

Keywords: political linguistics; political discourse; media discourse; media linguistics; media texts; mass media; Russian media; Ukrainian media; media concepts; Maidan; metaphorical modeling; morbial metaphors; political metaphorology.

Политика как одна из сфер человеческой деятельности традиционно является предметом освещения в масс-медиа. Концепты, принадлежащие политическому дискурсу, постепенно переносятся в сферу массовых коммуникаций, обрастают новыми смыслами и становятся медиаконцептами, а их специфика уясняется через изучение пространства медийного общения. Так, концепт «Майдан», на наш взгляд, сегодня является скорее феноменом медийного дискурса. Отметим, что анализу концепта «Майдан» в настоящее время посвящено значительное количество научных работ, в которых предпринята попытка посредством различных методов исследования уяснить сущность этого явления [Ашраф 2014; Кондратьева 2017, 2018; Нефедов 2015; Полякова 2014; Соболева 2014; Химик 2015 и др.].

Целью настоящего исследования является выявление и описание метафорических моделей, репрезентирующих концепт «Майдан» в российском и украинском медийном дискурсе. В рамках данной статьи мы ограничимся выявлением и анализом метафор с исходной понятийной сферой «Медицина», вступающих средством репрезентации концепта «Майдан».

В данной статье используется методика анализа метафорических моделей, предложенная А. П. Чудиновым и опирающаяся на характеристику сферы-источника и сферы-мишени и описание компонентов, связывающих значения охватываемых данной моделью единиц [Чудинов 2001: 45].

Для описания политического феномена «Майдан» российские и украинские массмедиа регулярно прибегают к использованию морбиальных метафор. Характеризуя события «оранжевой революции», или «революции достоинства», авторы статей осуществляют метафорическую проекцию из сферы «болезнь живого организма» в сферу «политический конфликт».

Исследователи отмечают преимущественно эмотивный характер морбиальной метафорики, так как используются подобные образные средства преимущественно для того, чтобы осуществить перенос имеющегося у человека эмоционально-оценочного отношения к сфере-источнику на понятие, относящееся к сфере-мишени. Столь частое обращение к медицинской метафорике в массмедиа, по мнению Э. В. Будаева, позволяет сделать вывод об актуальности и злободневности проблемы, поскольку в метафорах подобного типа отражается специфика национального сознания [Будаев 2009: 160].

1. Фрейм «Виды болезни». Концепт «Майдан» на рассмотренном нами материале структурируется посредством метафор различных видов заболеваний, среди которых наиболее частотными являются смертельные или плохо поддающиеся лечению болезни. При анализе образной репрезентации в средствах массовой информации Украина, как, впрочем, и любое другое государство, предстает в качестве больного, страдающего от тяжелого заболевания. Примечательно, что метафорическое осмысление концепта «Майдан» в медиадискурсе имеет две

стороны. Во-первых, концепт «Майдан» может быть метафорически представлен как определенная болезнь государства или общества. Во-вторых, это болезнь, которой заражены участники Майдана.

Достаточно часто источником метафорической экспансии при описании или оценке событий Майдана выступают наименования различных видов инфекционных заболеваний, которые характеризуются, с одной стороны, как приобретенные, то есть подразумевается некий источник заражения, а с другой стороны, подобные заболевания характеризуются сложной и тяжелой формой протекания, а иногда предполагают смертельный исход: *Майдан государства — это смертельная болезнь сродни одновременно лейкемии и бешенству* («ФАН», 2017); *Мол, знала об эпидемии, но привезла на Майдан людей из Западной Украины, развезли эту „маленькую победоносную инфекцию“ по всей стране* (Время.info, 2009).

Отметим, что наиболее часто описание событий Майдана осуществляется посредством лексем — наименований болезней: *чума, лихорадка, бешенство, грипп, проказа* и пр. *Кажется, эпоха столичных майданов сменяется „майданной лихорадкой“ на всей территории страны* (Журналистская правда, 2017); *Майдан — грипп головного мозга* (Время.info, 2009); *Их лидеры заражены проказой майдана и поддержки бандерофашизма* (ТАСС-аналитика, 2017); *Это бунт, Майдан и оранжевая чума* (Пресса Украины, 2015).

Наряду с наименованиями инфекционных заболеваний источником метафорического переноса для описания Майдана являются также названия психических заболеваний, такие как *слабоумие, дебилность, шизофрения, безумие, майдан головного мозга*. Отметим, что не только Майдан образно осмысливается как психическое расстройство, но в большинстве примеров больными являются участники событий: *Несомненное безумие майдана — запрет на поездки в Россию* (Новостной фронт, 2017); *Безумие Майдана зарождалось на страницах шизофренических учебников истории* (И. Охлобыстин, 2014); *Украина: 4 года „майданной“ шизофрении* (Новостной фронт, 2017); *После этого в Украине закончилась политическая шизофрения, и начался настоящий Майдан* (Биржевой лидер, 2017); *Это касается не только разгона Майдана, который был неким актом „политического слабоумия“* (ФедералПресс, 2013).

Отдельно следует сказать об особом заболевании участников политического конфликта, которое диагностируется российскими массмедиа — *майдан головного мозга*. Данное словосочетание является ярким примером оценочной характеристики акций протеста. Примечательно, что данное заболевание сопровождается в медийном дискурсе набором симптомов, которые последовательно выявляются российскими журналистами: *Майдан головного мозга как комплексное расстройство психики и интеллекта* (ИА REGNUM, 2017).

2. Фрейм «Причины и возбудители болезни». Если метафорически концепт «Майдан» осмысливается как болезнь общества, государства или его жителей, то вполне закономерно, что подобное состояние вызвано целым комплексом причин или возбудителей. Реализация подобных метафор осуществляется через сравнение общественно-политических неудач или проблем действующей системы власти с названием причины или возбудителя инфекции: *Подвела их проклятая галичанская инфекция, заразившая Украину Майданами, и приведшая ее к развалу, экономическому краху и войне* (vesti.lv, 2015); *С другой стороны, зараженное бациллой военной пропаганды „общественное мнение“ „майдана“ требует победоносного окончания войны* (Актуальные комментарии, 2014).

Однако в ряде контекстов нет отсылки к той или иной социальной проблеме, причине, по которой возникло «заболевание майданом». Такие лексемы, как *вирус, бацилла, инфекция, микроб, клещ*, являются образной оценкой самой акции протеста, а также ее участников. Обычно российские массмедиа посредством подобного образного словоупотребления стремятся создать атмосферу тревожности, обеспокоенности «здоровьем» другой страны, в частности России: *А вот на Майдане стоят отбросы, которые заражены бациллой Майдана и мешают нам творить и строить* (Остров, 2019); *„Ватникам здесь не место“, это самая наглядная иллюстрация того, что бациллы майдана в России существуют* (Накануне, 2015); *Он призвал к единению сил, чтобы микроб киевского Майдана не заразил Россию* (КПРФ, 2015).

3. Фрейм «Симптомы болезни». Среди рассмотренных нами примеров особое внимание следует уделить различным признакам «майдана головного мозга». Симптомы данного заболевания описаны посредством лексем, заимствованных из сферы медицины, но смысловой полюс высказываний находится в характеристике морального облика человека, зараженного «майданом головного мозга»: *Первая особенность майдана головного мозга (МГМ) состоит в том, что это приобретенное заболевание; Большинство же эпизодов МГМ ясно свидетельствует о его вторичном (то есть не врожденном) характере; Течение МГМ осложняется воспалением подлости, потерей совести, мутацией чувства собственного достоинства в чувство собственного этнического превосходства; Носитель МГМ страдает от непрерывного когнитивного диссонанса; Люди с майданом головного мозга — это люди с психологией рабов; Люди с майданом головного мозга — трусы; Будущи отдельной формой русофобии, нацизма и экстремизма, МГМ создает трудности при дифференциальной диагностике* (ИА REGNUM, 2017).

4. Фрейм «Процесс лечения и лекарства». Восстановление нормального функционирования «больного» политического организма требует определенного воздействия. Для описания этого процесса в метафорическом значении обычно используются лексемы *лечение, исцеление* и пр. Кроме того, на изученном нами материале можно выделить отдельную группу метафор со значением «средства лечения». Так, регулярно источником метафорического переноса становится лексема *прививка*, то есть само событие Майдана осмысливается как некое лекарство: *Майдан — это прививка навеки* (УКинформ, 2019); *Майдан, который мы пережили в 2004 году — это как мощнейшая прививка...* (LB.ua, 2014). Во всех приведенных контекстах событие Майдана метафориче-

ски оценивается как лекарство, прививка от диктатуры, произвола, коррупции, которая положительно воздействовала на «государственный организм».

В противовес украинской стороне, российские массмедиа создают иную картину мира, где Майдан по-прежнему является средством лечения, однако уже для русского народа, тем самым подчеркивается недопустимость подобных событий на территории России: *Нам преподали страшный урок, хотя и не нашей территории, — мы увидели Майдан. Эта прививка Майдана много дала нашему обществу, но никак не отразилась на необходимости изменений в законодательной базе* (Колокол России, 2018); *Это прививка предыдущего Майдана* (Информат, 2017).

Отметим, что концепт «лекарство» также выступает источником метафорической экспансии как для украинских массмедиа, так и для российских. С позиции сторонников «Революции достоинства», майдан стал не только лекарством, но средством очищения и исцеления государства: *Российский президент Владимир Путин уверен в том, что Майдан — это вирус, тогда как на самом деле, Майдан — это очистка, это лекарство, которое было создано украинцами. Чем более сознательными будет гражданское общество в стране, тем быстрее получится сломать сложившуюся систему власти* (Биржевой лидер, 2014).

Отметим, что «лекарство», предлагаемое Украине российской стороной, оценивается как крайне неэффективное, а иногда даже опасное: *Выдавая яд за патентованное лекарство и подрывая тем самым доверие к демократическому устройству, российская власть в привычном уже кремлевском стиле оказывает Украине медвежью услугу* (Биржевой лидер, 2015).

Российские массмедиа также активно используют метафору «средства лечения», однако подчеркивается скорее негативное влияние подобных лекарств на «государственный организм»: *В Польше начинается свой майдан, это универсальное лекарство дедушки Сороса для непослушных стран и народов, которое, к счастью, действует все слабее* (Новостной фронт, 2016); *„Чернуха про москалей“ — это такое общественное наркотическое обезболивающее, практикуемое в Киеве. Не будь этого сильного и, признаем, эффективного анальгетика, знойник давно бы вскрылся на очередном майдане* (Inforos, 2018).

Таким образом, метафорическая модель с исходной понятийной сферой «Медицина» в российских и украинских СМИ представлена фреймами «Виды болезни», «Симптомы болезни», «Причины и возбудители болезни», «Процесс лечения и лекарства». Перечисленные фреймы характеризуются значительным количеством метафорических словоупотреблений, что говорит о регулярном обращении массмедиа к медицинским образам и метафорам для описания и оценки событий на Украине.

Отметим, что на рассмотренном нами материале оказался невостребованным фрейм «Пациенты и медицинский персонал». Традиционно политики метафорически представляются в образе врачей, целителей, которые должны заниматься спасением, излечением больного «государственного организма», а отсутствие подобной образной характеристики говорит о том, что «большое государство» фактически некому спасать.

Следует отметить, что хотя российские и украинские массмедиа одинаково активно используют морбиальную метафору для характеристики Майдана, существует значительная разница в использовании исследуемой модели. Российские массмедиа преимущественно оценивают Майдан как тяжелое заболевание украинского общества и как прививку, предупреждающую появление подобной политической инфекции в России, украинские же массмедиа оценивают Майдан как прививку, способную оздоровить общество, как лекарство, исцеляющее государственный организм.

В целом морбиальная метафора является мощным средством эмоционального воздействия на сознание читателей, поскольку вызывает тревогу и опасение за состояние больного. Массмедиа стремятся создать как можно более яркую, образную картину мира, тем самым формируя эмоциональное отношение к событиям на Украине и к феномену Майдана в том числе.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ашраф М. Атия. Лексико-семантическое поле «майдан» в русском языке // Наука и мир. 2014. Т. 2. № 4 (8).
2. Будаев Э. В. Метафорический образ России в современном мире / Урал. гос. пед. ун-т. — Екатеринбург, 2009. 305 с.
3. Кондратьева О. Н. Майдан в метафорическом зеркале российских массмедиа // Политическая лингвистика. 2017. № 5 (65). С. 80—84.
4. Кондратьева О. Н. Функционирование политического концепта «майдан» в российском медиадискурсе // Динамика языковых и культурных процессов в современной России. Вып. 6. Материалы VI Конгресса РОПРЯЛ (г. Уфа, 11—14 окт. 2018 г.). — СПб. : РОПРЯЛ, 2018. С. 315—320.
5. Полякова Т. М. Функционирование украинизма майдан в русском политическом медиадискурсе // Политическая лингвистика. 2014. № 4. С. 173—179.
6. Соболева И. А. Концепт «майдан» в современном украинском медиаполитическом дискурсе // Жанры и типы текста в научном медийном дискурсе : межвуз. сб. науч. тр. — Орел : Орлов. гос. ун-т культуры и искусств, 2014. С. 168—174.
7. Химик В. В. Майдан как феномен русской и восточнославянской языковой действительности // Политическая лингвистика. 2015. № 3. С. 57—64.
8. Чудинов А. П. Россия в метафорическом зеркале. Когнитивное исследование политической метафоры (1991—2000) / Урал. гос. пед. ун-т. — Екатеринбург, 2001. 238 с.

А. Ю. Хоменко
Нижний Новгород, Россия

ВОЗМОЖНОСТЬ ИДЕНТИФИКАЦИИ ЛИЦА ПО РАЗНОРОДНОМУ МАТЕРИАЛУ — УСТНОЙ И ПИСЬМЕННОЙ РЕЧИ — В УСЛОВИЯХ ОДНОЙ ЭКСПЕРТНОЙ ЗАДАЧИ

Аннотация. В настоящей статье рассматривается возможность идентификации лица в условиях разнородности сравниваемого материала: устная и письменная речь — в условиях одной экспертной задачи. Постулируется наличие такой возможности. Данный постулат доказывается с помощью теоретизирования и обобщения методов судебного автороведения и судебной фоноскопии, в основе которых лежит теория идиолекта. В подтверждение указанного утверждения приводится пример исследования из судебной практики.

Ключевые слова: судебная автороведческая экспертиза; судебная фоноскопическая экспертиза; идиолекты; идиостили; устная речь; письменная речь.

A. Yu. Khomenko
Nizhny Novgorod, Russia

THE POSSIBILITY OF FORENSIC IDENTIFYING A PERSON BY HETEROGENEOUS MATERIAL: ORAL AND WRITTEN SPEECH, IN THE CONTEXT OF ONE EXPERT CASE

Abstract. This article discusses the possibility of identifying a person in the circumstances of heterogeneity of the compared material: oral and written speech, in the context of one expert task. The possibility of such identification is postulated. This postulate is proved by theorizing and generalizing the methods of forensic text attribution and forensic oral speech identification, which are based on the theory of an idiolect. In support of this statement, an example of an expertise from judicial practice is described.

Keywords: forensic text attribution; forensic oral speech examination; idiolect; individual speech style; oral speech; writing speech.

Проблема идентификации — общая задача для автороведческой (атрибуционной) и фоноскопической (фонографической) экспертиз. «Идентификация (от позднелат. *identifico* — отождествляю) — признание тождественности, отождествление объектов, опознание. В криминалистике: процесс установления тождества конкретного объекта или личности по совокупности общих и частных признаков путём сравнительного их исследования в целях получения судебных доказательств» [БСЭ, URL: <https://bse.slovaronline.com/>]. Зачастую при идентификации какого-либо объекта или лица (будь то авторизация текста или идентификация лица по голосу и звучащей речи), то есть при решении собственно идентификационных задач, приходится также отвечать на вопросы неидентификационного характера: диагностировать признаки, затем производить их классификацию, давать описания этой классификации и пр. Так, под идентификацией автора письменного и устного текста в данной работе понимается комплекс методов, решающих на предварительных этапах задачи диагностики, классификации и лишь на заключительном — непосредственно задачу идентификации.

Важно, что при идентификации имеют место несколько видов обязательных объектов: 1) спорные тексты (те тексты, автор которых неизвестен, то есть нужно определить его или его демографические особенности: пол, возраст и пр.); 2) сравнительные образцы (те тексты, автор которых известен наверняка). При проведении атрибуционной экспертизы спорные тексты и тексты-образцы представляют собой письменные речевые произведения. При проведении идентификации лица по голосу и звучащей речи материал представляет собой устную речь, зафиксированную на носителе информации. Данные виды экспертиз производятся экспертами разных специальностей: «Исследование письменной речи с целью установления авторства» — для автороведческой экспертизы; «Исследование голоса и звучащей речи» — для фоноскопической экспертизы, — с применением различных методов и методик. Тем не менее в современной судебной практике все чаще появляется необходимость идентифицировать человека по разнородному материалу в случае, когда спорным речевым произведением, например, является письменный текст, а образцами — устное словотворчество. Такая задача может появляться в нескольких случаях: 1) в связи с отсутствием возможности отбора образцов иного рода (образцы устной речи есть, образцов письменной нет; возможна обратная ситуация); 2) в связи с необходимостью решить аутентичную следственную задачу (например, определить, одному ли человеку принадлежит конкретная устная и письменная речь, фигурирующая в материалах дела). При постановке задачи идентификации лица по разнородному материалу перед специалистом возникает вопрос: возможна ли вообще такая идентификация?

Для ответа на данный вопрос следует обратиться к основе методик автороведческих и фоноскопических экспертиз. В основе данных методик однозначно лежит теория идиостиля и идиолекта [Комиссаров 2000; Галышина 2003; Галышина 2005; Каганов 2005; Вул 2007]. «Идиостиль — совокупность языковых и стилистико-текстовых особенностей, свойственных речи писателя, ученого, публициста, а также отдельных носителей данного языка» [Стилистический энциклопедический словарь русского языка 2011: 95]. Индивидуализирующие,

Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 19-31-27001 (№19-312-90022).

авторски маркированные признаки определяют идиолект как пишущего, так и говорящего лица. В атрибуционных экспертизах эти признаки анализируются с позиций интерпретирующей лингвистики, стилистики, стилеметрии и стилостатистики, в фоноскопических — с позиций интерпретирующей лингвистики, стилистики и акустики. Акустическая составляющая, естественно, недоступна для анализа письменного текста, но стилеметрию и стилостатистику для анализа устной речи, конечно, применить можно; стилистика и интерпретирующая лингвистика и их методы и методики применяются в обоих видах экспертиз.

Так, налицо «пересечение» ряда методических рекомендаций в обоих видах экспертиз, более того, видится возможность применения методов анализа из автороведения к устной речи.

Остается вопрос об использовании такого подхода на практике. Попытка его применения описана далее.

Перед специалистом была поставлена задача сравнить тексты электронных писем неизвестного автора «А/р1», отправленных адресату «А/т», и устную речь известного лица «А/р2», продуцируемую в коммуникации с тем же адресатом «А/т». Так, заранее известные параметры коммуникации, за исключением канала связи — электронная коммуникация и устная коммуникация — идентичны: официально-деловой дискурс, адресат речи «А/т». Устная речь лица «А/р2» была переведена в письменную форму посредством фиксации ее дословного содержания с использованием методов судебной фоноскопии. Для обоих текстовых блоков (письменного и устного) была создана удобная выборка, сопоставимая по объему — около 500 слов. Из устной беседы были проанализированы фрагменты из начала и конца разговора по 255 и 250 слов соответственно с целью возможности реализации схожих со сравниваемым материалом письменной речи коммуникативных компетенций (в электронной переписке реализован фрейм разговора с его началом и концом). Условные обозначения, используемые при написании дословного содержания фонограммы, как то: (нрзб.) и пр., — были элиминированы для точности подсчетов при стилостатистическом анализе.

В результате анализа текстового материала письменной и устной коммуникации были получены две компонентные модели языковой личности (далее: ЯЛ): 1) для автора «А/р1», приславшего «А/т» электронные сообщения; 2) для лица «А/р2».

Сравнение указанных моделей представлено в таблице 1.

Таблица 1. Сравнение ЯЛ «А/р1» и «А/р2»

ЯЛ «А/р1»	ЯЛ «А/р2»
<i>Использование этикетных формул</i>	<i>Использование этикетных формул</i>
<i>Использование дискурсивных элементов</i>	<i>Использование дискурсивных элементов</i>
<i>Использование разговорных элементов</i>	<i>Использование разговорных элементов</i>
<i>Использование разговорных сокращений</i>	_____
<i>Использование слов-интенсификаторов</i>	<i>Использование слов-интенсификаторов</i>
<i>Использование официально-деловой лексики, относящейся к сфере печати</i>	<i>Использование официально-деловой лексики, относящейся к сфере печати</i>
<i>Использование общей официально-деловой лексики</i>	<i>Использование общей официально-деловой лексики</i>
<i>Использование в речи девербативов</i>	<i>Использование в речи девербативов</i>
<i>Использование кратких страдательных причастий</i>	<i>Использование кратких страдательных причастий</i>
<i>Использование в речи дополнительной предикации</i>	<i>Использование в речи дополнительной предикации</i>
<i>Использование уточняющих конструкций</i>	<i>Использование уточняющих конструкций</i>
<i>Использование субъективной модальности (уверенности/неуверенности, апелляции к собеседнику), эксплицированной вводными конструкциями</i>	<i>Использование субъективной модальности (уверенности/неуверенности, апелляции к собеседнику), эксплицированной вводными конструкциями</i>
<i>Использование в речи однородных сочинительных рядов, состоящих из двух компонентов</i>	<i>Использование в речи однородных сочинительных рядов, состоящих из двух компонентов</i>
<i>Использование временных и локативных детерминантов</i>	<i>Использование временных и локативных детерминантов</i>
<i>Использование предложений с подчинительными союзами и союзными словами</i>	<i>Использование предложений с подчинительными союзами и союзными словами</i>
<i>Использование предложений сложной структуры (в контексте) с сочинительными союзами</i>	<i>Использование предложений сложной структуры (в контексте) с сочинительными союзами</i>
<i>Использование бессоюзных предложений</i>	<i>Использование бессоюзных предложений</i>
<i>Использование неполных предложений (с пропуском подлежащего, субъектного детерминанта или сказуемого — одной из частей структурной схемы предложения)</i>	<i>Использование неполных предложений (с пропуском подлежащего, субъектного детерминанта или сказуемого — одной из частей структурной схемы предложения)</i>
<i>Использование неполных предложений с пропуском подлежащего и сказуемого</i>	<i>Использование неполных предложений с пропуском подлежащего и сказуемого</i>
<i>Использование в речи предложений нерасчлененной структуры со значением согласия/отрицания как элемента, предваряющего дальнейшую реплику</i>	<i>Использование в речи предложений нерасчлененной структуры со значением согласия/отрицания как элемента, предваряющего дальнейшую реплику</i>
<i>Наличие грамматических (речевых) ошибок</i>	<i>Наличие грамматических (речевых) ошибок</i>
<i>Использование непрямого порядка слов</i>	<i>Использование непрямого порядка слов</i>

Из таблицы видно, что характеристики ЯЛ «А/р1» и «А/р2» схожи. Тем не менее наблюдается разница в объеме реализаций некоторых параметров в текстовых совокупностях сопоставимого объема. Несмотря на наличие различий в объеме реализаций, при переводе компонентной лингвистической модели в математическую посредством преобразования абсолютных числовых значений в относительные (распределение каждого параметра на сотню подобных) становится понятно, что разница не так велика (таблица 2).

Коэффициент корреляции между сравниваемыми моделями ЯЛ достаточно высок — 79,4 %, что видно на графике (рис. 1).

Примерно такой же коэффициент корреляции, около 80 %, можно наблюдать при анализе формальных статистических параметров для текстов электронной переписки «А/р1» и устной речи «А/р2» (таблица 3, рис. 2).

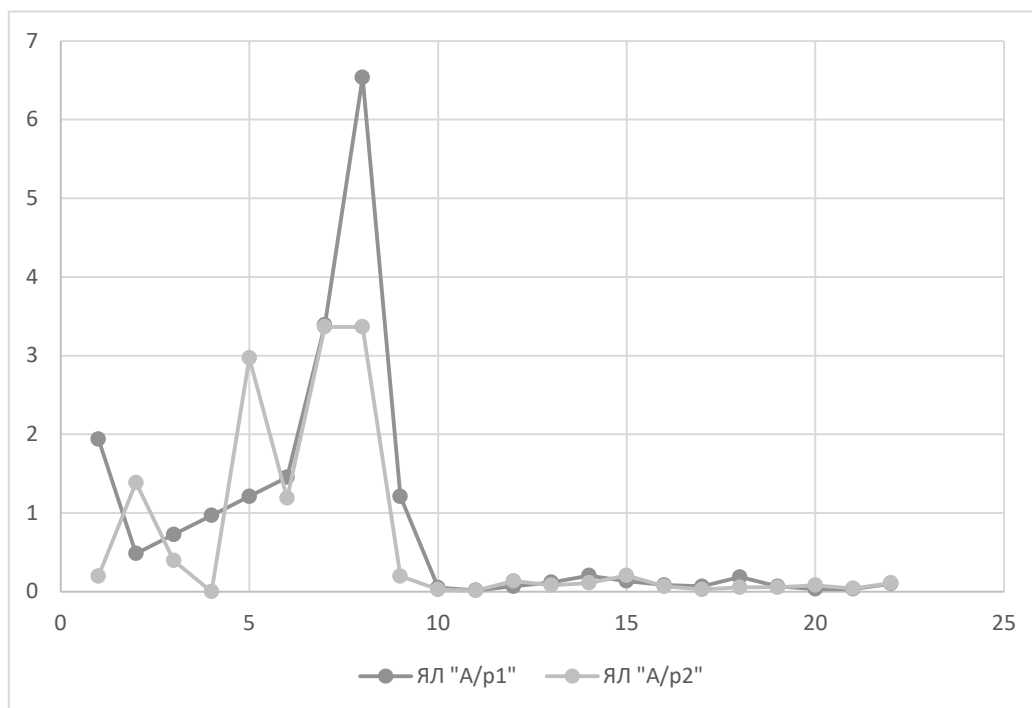


Рис. 1. Корреляция математических моделей ЯЛ «А/р1» и ЯЛ «А/р2»

Таблица 2. Математические модели ЯЛ «А/р1» и «А/р2»

	ЯЛ «А/р1»	ЯЛ «А/р2»
Использование этикетных формул	1,937046	0,19802
Использование дискурсивных элементов	0,484262	1,386139
Использование разговорных элементов	0,726392	0,39604
Использование разговорных сокращений	0,968523	0
Использование слов-интенсификаторов	1,210654	2,970297
Использование официально-деловой лексики, относящейся к сфере печати	1,452785	1,188119
Использование общей официально-деловой лексики	3,389831	3,366337
Использование в речи девербативов	6,53753	3,366337
Использование кратких страдательных причастий	1,210654	0,19802
Использование в речи дополнительной предикации	0,050847	0,027397
Использование уточняющих конструкций	0,016949	0,013699
Использование субъективной модальности (уверенности/неуверенности, апелляции к собеседнику), эксплицитированной вводными конструкциями	0,067797	0,136986
Использование в речи однородных сочинительных рядов, состоящих из двух компонентов	0,118644	0,082192
Использование временных и локативных детерминантов в инициальной позиции предложения	0,20339	0,109589
Использование предложений с подчинительными союзами и союзными словами	0,135593	0,205479
Использование предложений сложной структуры (в контексте) с сочинительными союзами	0,084746	0,068493

	ЯЛ «А/р1»	ЯЛ «А/р2»
Использование бессоюзных предложений	0,067797	0,027397
Использование неполных предложений (с пропуском подлежащего, субъектного детерминанта или сказуемого — одной из частей структурной схемы предложения)	0,186441	0,054795
Использование неполных предложений с пропуском подлежащего и сказуемого	0,067797	0,054795
Использование в речи предложений нерасчлененной структуры со значением согласия/отрицания как элемента, предваряющего дальнейшую реплику	0,033898	0,082192
Наличие грамматических (речевых) ошибок	0,033898	0,041096
Использование непрямого порядка слов	0,101695	0,109589

Таблица 3

Статистические данные для сообщений, отправленных с электронных адресов «А/р1», и устной речи «А/р2»

	«А/р2»	«А/р1»
Средняя длина слова в буквах	4,68	5,61
Средняя длина слова в слогах	1,98	2,26
Процент слов в 3 слога и более	28,38	44,935
Процент слов в 4 слога и более	12,84	17,775
Процент слов в 5 слогов и более	4,35	4,195
Процент слов в 6 слогов и более	33,41	2,005
Процент слов длиной в 5 букв и более	43,44	61,355
Процент слов длиной в 6 букв и более	33,41	49,24
Процент слов длиной в 7 букв и больше	24,44	35,55
Процент слов длиной в 8 букв и более	16,87	25,875
Процент слов длиной в 9 букв и более	11,67	18,07
Процент слов длиной в 10 букв и более	7,49	15,185
Процент слов длиной в 11 букв и более	4,59	9,815
Процент слов длиной в 12 букв и более	2,58	5,11
Процент слов длиной в 13 букв и более	1,65	3,835

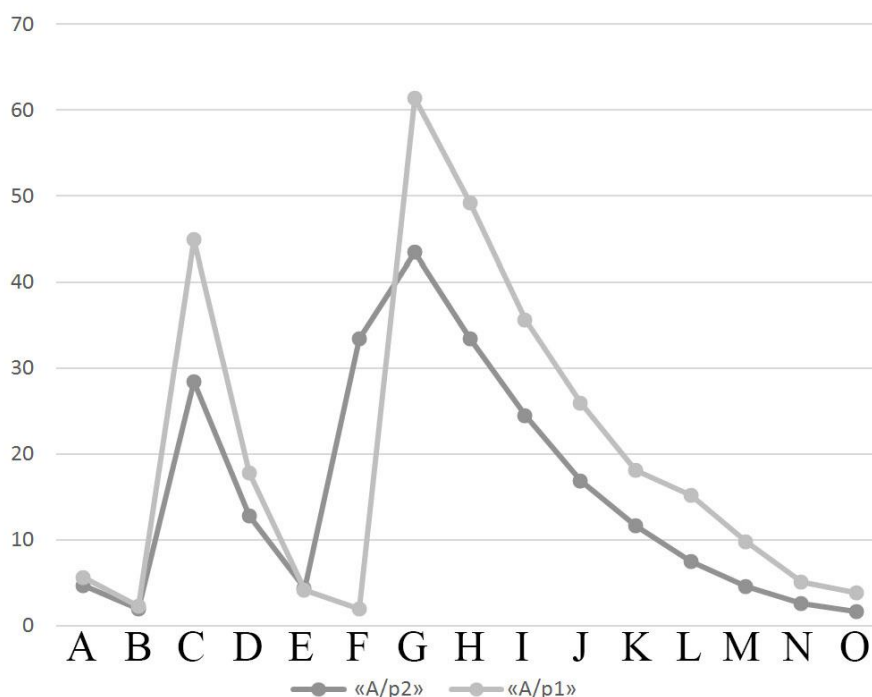


Рис. 2. Корреляция статистических параметров для сообщений «А/р1», отправленных с электронных адресов, и устной речи «А/р2»

Прим. А — средняя длина слова в буквах; В — средняя длина слова в слогах; С — процент слов в 3 слога и более; Д — процент слов в 4 слога и более; Е — процент слов в 5 слогов и более; Ф — процент слов в 6 слогов и более; Г — процент слов длиной в 5 букв и более; Н — процент слов длиной в 6 букв и более; И — процент слов длиной в 7 букв и более; Ж — процент слов длиной в 8 букв и более; З — процент слов длиной в 9 букв и более; И — процент слов длиной в 10 букв и более; М — процент слов длиной в 11 букв и более; Н — процент слов длиной в 12 букв и более; О — процент слов длиной в 13 букв и более

Итак, исследование показывает, что ЯЛ автора электронных сообщений «А/р1» и устной речи «А/р2» сходны в достаточной мере (примерно на 80 % по реализациям прототипических параметров) для формирования следующего вывода: **имеются лингвистические признаки того, что переписку по электронной почте с «А/т» и разговор в ходе личной встречи с «А/т» вело одно лицо.** Говорить о том, что данные признаки являются исчерпывающими для безоговорочного вывода о том, что электронные сообщения от лица «А/р1» и устную речь от лица «А/р2» продуцирует одно лицо, не следует, ибо вероятность этого равна не 100 % (минус статистическая погрешность), а составляет всего около 80 %. Тем не менее для столь разнородного материала уровень сходства реализованных речевых компетенций достаточно высок.

Настоящее исследование доказало возможность сопоставления устной и письменной речи лица с целью его идентификации. Базисом для этой возможности становится постулат о том, что методы и методики автороведческой и фоноскопической экспертизы основаны на теории идиолекта и идиостиля автора. Сама процедура сопоставления устной и письменной речи представляет собой цепочку, в которой устная речь переводится в письменную форму (обязательно с помощью методов судебной фоноскопии), а затем анализируется с позиции автороведческих методик, т. е. с применением как собственно лингвистического анализа, включающего анализ стилистики, речевых компетенций и пр., так и стилеметрических и статистических исследований. Важно, что в основе схемы такого анализа наряду с теорией идиолекта должны лежать постулаты модельной лингвистики, поскольку именно она позволяет аппроксимировать реальные объекты анализа таким образом, чтобы имелась возможность их обоснованного сравнения.

Для окончательной верификации рассмотренной схемы, безусловно, нужна обширная база данных и экспериментального материала. Работы в направлении апробации алгоритма ведутся в настоящий момент.

ЛИТЕРАТУРА

1. Большая советская энциклопедия. В 30 т. Т. 3 : Бари — Браслет / гл. ред. А. М. Прохоров. 3-е изд. — М. : Советская энциклопедия, 1970. 640 с. URL: <https://bse.slovaronline.com/>.
2. Вул С. М. Судебно-автороведческая идентификационная экспертиза: методические основы : метод. пособие. — Харьков : ХНИИСЭ, 2007. 64 с.
3. Каганов А. Ш. Криминалистическая экспертиза звукозаписей. — М. : Юрлитинформ, 2005. 272 с.
4. Комиссаров А. Ю. Криминалистическое исследование письменной речи : учеб. пособие. — М. : ЭКЦ МВД России, 2000. 126 с.
5. Галяшина Е. И. Основы судебного речеведения : моногр. / под ред. проф. М. В. Горбаневского. — М. : СТЭНСИ, 2003. 236 с.
6. Галяшина Е. И., Ермолова Е. И. Лингвокриминалистические возможности авторизации письменных и устных текстов : Междунар. науч. конф. — М., 2005. С. 20—22.
7. Стилистический энциклопедический словарь русского языка / под ред. М. Н. Кожинной ; члены редколлегии: Е. А. Баженова, М. П. Котурова, А. П. Сковородников. 2-е изд., испр. и доп. — М. : Флинта : Наука, 2006. 696 с.

А. В. Хренова
Новокузнецк, Россия

ОБРАЗНЫЕ ПРИЗНАКИ КОНЦЕПТОВ *PRESIDENT* И *ПРЕЗИДЕНТ*

Аннотация. Цель статьи — рассмотреть метафорические модели, составляющие образные признаки концептов *president* и *президент*. Выявляются отличия метафорического образа российского президента от американского. Отмечается, что американский президент зачастую описывается через милитарные метафоры, тогда как для российского президента преобладающими являются спортивные метафоры.

Ключевые слова: когнитивная лингвистика; политические метафоры; концепты; метафорическое моделирование; политическая метафорология; российские президенты; образные признаки.

A. V. Khrenova
Novokuznetsk, Russia

IMAGE FEATURES OF THE CONCEPTS *PRESIDENT* AND *ПРЕЗИДЕНТ*

Abstract. The purpose of the article is to consider metaphorical models that make up the image features of the concepts *president* and *президент*. The differences of the metaphorical image of the Russian president from the American are revealed. It is noted that the American president is often described through military metaphors, while sports metaphors prevail for the Russian president.

Keywords: cognitive linguistics; political metaphors; concepts; metaphorical modeling; political metaphorology; Russian presidents; figurative features.

Когнитивная лингвистика представляет собой подход к анализу языка, который был сформирован в конце 70-х — начале 80-х годов прошлого века в работах Джорджа Лакоффа, Рона Ланкера, Лена Талми и других исследователей и который рассматривает язык в качестве инструмента, организующего, обрабатывающего и передающего информацию. С учетом такого понимания когнитивной лингвистики, анализ концептуальной и эмпирической основы лингвистических категорий приобретает особую значимость: формальные структуры языка рассматриваются не как отдельные единицы, но как проявления общей концептуальной организации — механизмы переработки и представления информации [Geeraerts 2007: 3].

Большое внимание в рамках когнитивной лингвистики уделяется метафоре, которая служит подтверждением взаимосвязи языка и когнитивной деятельности человека [Grady 2007: 188]. Дж. Лакофф и М. Джонсон дают следующее определение метафоре: «Сущность метафоры — понимание и определение одного понятия через другое» [Lakoff 1980: 5], т. е. в основе образования языковой метафоры лежит система мышления и мироощущения. Однако вместе с этим встает вопрос о том, насколько концепты и концептуальные области, объединенные в метафорических моделях, являются уникальными для отдельно взятой культурной среды и отображают специфический образ мышления, и существуют ли схожие метафоры, которые могут быть обнаружены в различных языках независимо от места употребления, культурной принадлежности или исторического периода.

Целью данной работы является исследование образной составляющей таких базовых концептов политического дискурса, как *president* и *президент* в русской и английской концептуальных системах на материале крупнейших периодических изданий США и России — «New York Times» и «Независимой газеты» за период 2008—2012 гг. Выбор данного периода обусловлен логикой исследования структуры концепта в диахронии за последние 150 лет. В качестве временных отрезков для исследования выбраны периоды мировых экономических кризисов, что обусловлено спецификой деятельности главы государства в экстремальных условиях и тем, какое отражение это находит в СМИ.

В своей книге «Россия в метафорическом зеркале: когнитивное исследование политической метафоры» А. П. Чудинов предлагает классификацию политической метафоры в русском языке, исходя из их различных сфер-источников образования. Даная классификация может быть использована при исследовании политических метафор в других языках и предполагает существование нескольких категорий метафор с рядом моделей внутри каждой из них: антропоморфная метафора (физиологическая метафора, морбиальная метафора, метафора родства, сексуальная метафора), социальная метафора (криминальная метафора, милитарная метафора, театральная метафора, спортивная и игровая метафоры), метафора природы (зооморфная метафора, фитоморфная метафора), артефактная метафора (метафоры дома, метафоры механизма) [Чудинов 2001].

Материал газетных публикаций позволил выявить, что в структуре образных признаков данных концептов преобладают социальные и артефактные признаки.

Самыми частотными оказались социальные метафоры, включающие в себя спортивную и игровую, милитарную, театральную метафоры, в силу того, что концепты *президент* и *president* относятся к базовым социальным концептам, использующимся для обозначения социального статуса и определенного вида деятельности.

Так, в спортивной сфере президент выступает в роли судьи: *Таким образом, президент официально дал старт антикоррупционной кампании, непосредственно сам участвует в соревнованиях: ...создается впечатление, что премьер и президент вступили в соревнование друг с другом, на мероприятиях под чьим руковод-*

ством население получит большую дозу позитива; *Presumptive Republican presidential nominee Mitt Romney has a slight edge over President Obama in the race for the White House.*

Президент может выступать как в индивидуальных видах спорта, так и в командных: *Поскольку президент и премьер — члены одной команды и таковыми останутся в очень большом обозримом будущем, далеко за период 2012 года; Mr. Obama's aides were eager on Sunday to ease any anger over White House involvement in the governor's contest, stressing that the president and his team would never order Mr. Paterson to step aside and did not have the authority to do so.*

Далее идет еще одна значимая группа метафор — милитарные метафоры. Президент обладает всей полнотой власти начинать военные действия: *Senator John McCain walked in the literal footsteps of President Lyndon B. Johnson on Wednesday as he stood near the now-abandoned Appalachian front porch where Johnson declared a war on poverty.* Наряду с объявлением войны, президент может быть вовлечен в военные действия или участвовать в конфликте в борьбе за свои интересы и интересы нации: *Единственный шанс — если оппозиция зародится внутри партии власти <...> А это возможно только если возникнет конфронтация по линии «президент — премьер». Но подобный вариант маловероятен...; President Bush and Senator McCain have begun coordinating their attacks on Barack Obama in an effort to extend their failed policies for a third term, President Bush and the House speaker, Nancy Pelosi, intensified an increasingly personal fight over a stalled trade deal with Colombia on Monday...*

Для участия в боевых действиях президенту необходимы солдаты: *In turning to Mr. Emanuel and Mr. Podesta, Mr. Obama sought out two of the hardest-hitting veterans of President Bill Clinton's administration, known for their deep Washington experience, savvy and no-holds-barred approach to politics; The president can also deploy prominent Republicans who support the treaty, including President Ronald Reagan's former secretary of state, George P. Shultz.* Военные действия заканчиваются для президента победой: *In 2004, after President Bush won re-election with expanded Republican majorities in Congress...*

В театральных метафорах президент является актером, участвующим в спектакле: *Роль „верховного арбитра“ не взял на себя ни президент, ни премьер.* Также к театральной метафоре можно отнести и эстрадную: *Назначил новый президент премьер-министром Владимира Путина, и опять та же песня: дуэт президента и премьера принесет России невиданный прогресс.*

Артефактная метафора представлена тремя моделями: ‘президент — механизм’: *She spoke of Mrs. Clinton's credentials, the importance of ending the war in Iraq and the urgency of electing a president who «doesn't need a couple of years getting up to speed»;* ‘президент — часть механизма’: *Валентина Матвиенко — политик федерального масштаба. Она не паровоз, а ракетоноситель. Если дальше проводить аналогию с ракетой, можно сказать, что ее первой ступенью является президент, второй — Валентина Матвиенко, а третьей — партия „Единая Россия“;* ‘президент — управляющий механизмом’: *А президент уже хочет завинтить гайки, ужесточить ситуацию, чтобы не допустить хаоса и дестабилизации; But experts say the president will have even less leverage over Beijing than President George W. Bush did.*

Сравнительный анализ образных признаков концептов *president* и *президент* в русской и английской концептосфере показывает, что для них характерны социальные и артефактные метафоры. При этом очень сильно различается процентное соотношение моделей внутри данных категорий. В английском языке бесспорно преобладают милитарные метафоры (68,3 %), далее идут спортивные (21,3 %) и театральные метафоры (5,2 %). Для российского президента характерно практически равное соотношение спортивных (36 %), милитарных (28 %) и театральных (24 %) метафор (табл. 1).

Таблица 1

Метафорические модели концептов *president* и *президент*

Категории/модели метафор	Концепты (соотношение, %)	
	<i>president</i>	<i>президент</i>
1. Социальная метафора	94,8	88
1.1. Спортивная метафора	21,3	36
‘президент — спортивный судья’	—	9
‘президент — участник соревнования’	15,5	14,7
‘президент — командный игрок’	5,8	12,3
1.2. Милитарная	68,3	28
‘президент — инициатор военных действий’	13,1	—
‘президент — участник военного конфликта’	31,5	28
‘президент — глава военного подразделения’	7,9	—
‘президент — победитель’	15,8	—
1.3. Театральная	5,2	24
‘президент — участник спектакля’	5,2	19,4
‘президент — актер эстрады’	—	4,6
2. Артефактная метафора	5,2	12
2.1. Метафора механизма	5,2	12
‘президент — механизм’	2,6	—
‘президент — часть механизма’	—	4
‘президент — управляющий механизмом’	2,6	8
Всего:	100	100

Таким образом, на данном этапе представляется возможным определить более высокую степень милитаризованности концепта *president* по сравнению с концептом *президент*, что, вероятнее всего, связано с событиями в политической сфере США, теми функциями, которые выполняет президент, и тем, как проецируется концепт *president* в сознании американцев. Метафора механизма чаще встречается в русском языке, что, вероятно, связано с наследованием советской доминантной системы отношений между государством и человеком.

ЛИТЕРАТУРА

1. Чудинов А. П. Россия в метафорическом зеркале: когнитивное исследование политической метафоры (1991—2000). — Екатеринбург, 2001. 238 с. URL: <http://www.philology.ru/linguistics2/chudinov-01.htm#140>. — Текст : электронный.
2. Geeraerts D., Cuyckens H. Introducing Cognitive Linguistics // The Oxford Handbook of Cognitive Linguistics. — Oxford Univ. Pr., 2007. P. 321.
3. Grady J. Metaphor // The Oxford Handbook of Cognitive Linguistics. — Oxford Univ. Pr., 2007. P. 188—213.
4. Lakoff G., Johnson M. Metaphors We Live By. — Chicago : Univ. of Chicago Pr., 1980. 241 p.

З. З. Чанышева

Уфа, Россия

ЭТОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ВОЗДЕЙСТВИЯ НА МАССОВУЮ АУДИТОРИЮ

Аннотация. В статье рассматриваются характеристики политических текстов, отражающие этологическую составляющую их содержания. Цель исследования заключается в установлении глубинных механизмов манипулирования массовым сознанием в процессе оказания речевого воздействия на адресата. В результате анализа выявлены этологические дискурсивные средства, служащие этой цели.

Ключевые слова: этологический подход; политический дискурс; медиалингвистика; медиатексты; медиадискурс; политические тексты; культура страха; управление поведением; манипулирование сознанием.

Z. Z. Chanysheva

Ufa, Russia

ETHOLOGICAL ASPECTS OF INFLUENCING MASSMEDIA AUDIENCES

Abstract. The article discusses features of political texts that relate to the ethological component of their content. The research aims at revealing mechanisms of mass manipulation in the process of exerting a speech effect on the audience. The analysis brings to light ethological discourse narrative means that are employed for this purpose.

Keywords: ethological approach; political communication; media linguistics; media texts; media discourse; political texts; culture of fear; behavior management; mass consciousness manipulation.

Приметой современной гуманитарной науки является всё более широкое внедрение в лингвистическую теорию и практику дискурсивного анализа новых технологий, методов и приемов, разработанных за пределами этой дисциплины. Не стало исключением исследование массовой коммуникации, которая не только вовлекает в ряды своих участников огромные людские массы, но и ставит первостепенные задачи воздействовать на их мировосприятие, мировоззрение и мироощущение. В этом взаимодействии в современных исследованиях большое внимание уделяется, как правило, вопросам оформления содержания с применением технологий, успешно используемых в конвергентном информационном пространстве. Одновременно с этим фокусом в тени остаются не менее значимые вопросы, связанные с психическим, эмоциональным, физическим, интеллектуальным и духовным состоянием целевой аудитории, роль которой неоправданно принижается в процессе анализа факторов, обеспечивающих эффективную реализацию авторской установки.

В определенной степени этот пробел восполняет адресно ориентированный подход к массовой коммуникации, учитывающий в оформлении информационных потоков «разные медийные структуры вербального, визуального, звучащего, мультимедийного планов, а также разные медийные обстоятельства: и телевидение, интернет и т. д.» [Засурский 2005: 6]. Анализ манипулятивных текстовых приемов, направленные на управление поведением масс, нередко заимствует ключевые понятия и процедуры исследования из сопряженных областей, в которых не последняя роль принадлежит этологии. Возникнув в тридцатые годы прошлого столетия как наука, изучающая поведение животных, основанное на инстинктах и неосознанно и неконтролируемо проявляющееся в экстремальных ситуациях [Lorenz 1957], она активно использует свой потенциал в средствах массовой информации. Положения этологического анализа, перенесенные в сферу наук о человеке, позволяют понимать природу и мотивы его поведения. Несмотря на то что этологи заявили о собственном предмете исследования, необходимо понимать связь этой науки с теоретическими основами, послужившими методологической базой этологии: эволюционная биология, общая этология, когнитивная и социальная психология, психолингвистика, семиотика, культурная антропология [Бутовская].

Пионерской работой в данном отношении стал труд английского философа, социолога и экономиста Дж. Ст. Милля, который ввел в научный обиход и обосновал значимость понятия *human ethology* в монографии «A System of Logic», заложившей теоретические основы социологии, политэтологии, характерологии [Mill URL].

В дальнейшем уточнение термина предложил И. Айбл-Айбесфельдт, обогатив не только содержание концепта, но и исследовав его в онто- и филогенезе, установив физиологические механизмы поведения, описав функции определенных форм поведения человека (9). Чрезвычайно важным явилось наблюдение ученого о связи этологии с формированием у человека конкретных поведенческих стратегий.

О том, что в семантической структуре термина *ethology* произошли изменения, свидетельствует дефиниция в авторитетном толковом словаре английского языка: «1 — a branch of knowledge dealing with human character and with its formation and evolution 2 — the scientific and objective study of animal behavior especially under natural conditions» [Merriam-Webster Dictionary Online], в которой на первое место вынесено значение, связывающее термин с изучением характера человека, его формированием и эволюцией.

Более дробное разветвление науки на отдельные векторы исследования в рамках этологии человека происходило в разных направлениях, вбирая в себя новейшие научные парадигмы: социобиология, культурная этоло-

гия, политическая этология, эволюционная психология, общественное поведение, человеческое взаимодействие в повседневной жизни, сравнительный кросс-культурный анализ поведенческих универсалий (John Bowlby and Mary Ainsworth, Robert Ardrey, John H. Crook, R. Dubos, B. F. Skinner).

Исследование текстов массовой коммуникации, наиболее очевидно обнаруживающих культурно-языковые и дискурсивно-когнитивные элементы, с использованием процедур этологического подхода представляется достаточно продуктивным и эффективным для выяснения глубинных механизмов приведения в действие манипулятивных интенций. Манипулятивная установка может быть успешно реализована, если автор способен прогнозировать результат речевого воздействия на массового читателя, выстраивая пошагово психологическую цепочку ожидаемых реакций в сознании массового получателя информации. Очевидно, что основная задача автора манипулятивного сообщения заключается в поисках способов подавления способности адресата осознать и вдумчиво воспринимать поступающую информацию, тем самым активно противодействуя психологическому давлению и манипулированию. По наблюдениям исследователей медиатекстов, отбор вербальных и визуальных средств происходит с учетом актуальных проблем, ситуативной логики, личностных, социально-групповых и национальных приоритетов, интересов и ценностей, этнокультурного контекста, которые могут быть использованы в функции рычага, вызывающего естественные поведенческие реакции, схожие по характеру с инстинктивным поведением животных. По свидетельству психологов, инстинкт самосохранения является основным и самым сильным, так как он определяет для человека его главную задачу — выживание как вида — и присущ всякому живому организму. О важности эмоционального фактора, сопутствующего не только разумному, но и физиологическим инстинктам в поведении, пишут многие исследователи (О. П. Ермакова, О. Б. Сиротинина). П. В. Симонов считает естественным появление чувства страха, который возникает на базе доминирующей потребности самосохранения, то есть сохранения себя, своих близких, других [Симонов 1981]. Определение эмоций Е. П. Ильина представляется более приемлемым: «...общественные страхи характеризуются не только массовостью проявления, но и коллективным, согласованным и осознанным характером. Они, в отличие от паники, имеют рациональный характер: люди осознают страх, его образы и источники, формулируют его в виде смысложизненных проблем» [Ильин <http://>]. Во-первых, автор преодолевает привязку эмоций к потребностям и зависимость от их удовлетворения; во-вторых, подчеркивает рациональный характер страха в отличие от паники; в-третьих, связывают страх с жизненно важными проблемами. Вместе с тем в определении Е. П. Ильина вызывает сомнение утверждение об «организации целесообразного поведения» в этой ситуации. Когда речь идет о сильных эмоциях, в особенности эмоциях деструктивных, едва ли можно говорить о проявлении разумного поведения, контролируемого сознанием, когда «появляется примитивный страх перед насилием, уничтожением и террором» [Степанов 2004: 672]. Под влиянием страха человек не способен анализировать ситуацию, поступая импульсивно, рефлекторно, безотчетно. Именно отключение сознания позволяет управлять массовым сознанием извне.

Субъекты массмедийной коммуникации выстраивают свои сообщения, руководствуясь вышеизложенными субъективно-эмоциональными и социально обусловленными детерминантами поведенческих стереотипов, которыми, как представляется, вполне реально управлять, умело прибегая к различным технологиям использования наличных ресурсов воздействия. Следовательно, дискурсивная организация текста, несущего манипулятивный заряд, должна быть нацелена на актуализацию сильных чувств, которыми можно легко запугать массовую аудиторию, чтобы умело управлять ею. Отталкиваясь от практических наблюдений экспертов в этой области, можно утверждать, что в условиях жесткой конфронтации политических и идеологических оппонентов главным направлением воздействия является постоянно поддерживаемое у аудитории состояние страха, что в итоге подавляет сознательный контроль перед лицом опасности. В свою очередь, чувство страха вызывает не менее сильные деструктивные эмоции [Волкова, Панченко 2018]: гнев, ярость, ненависть, непримиримость к врагам, реальным и мнимым, перерастающие в готовность к агрессии и безответственным акциям.

Естественной реакцией на новые воззрения в сфере управления массовым поведением являются современные манипулятивно-тактические ресурсы в массовой коммуникации, активно обновляющиеся в последние годы, что нашло отражение в английском языке в разработке понятий и метаязыке, отражающем практики сознательного нагнетания страха, распространения паники, возбуждения ненависти по отношению к тем, кто «не с нами»:

***fearmongering or scaremongering** is the spreading of frightening and exaggerated rumors of an impending danger or the habit or tactic of purposely and needlessly arousing public fear about an issue (Meriam-Webster);*

***culture of fear (or climate of fear)** is the concept that people may incite fear in the general public to achieve political or workplace goals through emotional bias;*

***scare tactic** is a strategy that various governments and news media use in order to scare into agreeing with their policies and keep the population under control as a scared population is easier to control;*

***intimidation (also called cowing)** is intentional behavior that would cause a person of ordinary sensibilities to fear injury or harm;*

***hate speech** is speech that attacks a person or a group on the basis of protected attributes such as race, religion, ethnic origin, national origin, sex, disability, sexual orientation, or gender identity (Merriam-Webster Dictionary Online; Nockleby 2000).*

Рассмотрим, как используются тактики запугивания населения США при обсуждении самой актуальной проблемы современности — новейших видов оружия массового уничтожения (космического, химического,

сверхзвуковых ракет, биологического и др.). Аналитики американской корпорации RAND Скотт Бостон и Дара Мэссикот, изучив информацию на эту тему в российских и зарубежных источниках, подготовили документ (объемом 15 страниц) о Вооруженных силах России под красноречивым названием «The Russian Way of Warfare» («Российский путь войны») [The Russian Way of Warfare [http](http://)].

Судя по названию доклада, авторы не ставят под сомнение «деструктивную» цель оборонных инициатив России, связывая их с подготовкой к новой войне, представив развернутый анализ проблемы, призванный доказать авторский тезис. Доклад включает три основных блока ключевых тем, которые определяют острие обсуждаемых вопросов:

а) средства модернизации Вооруженных сил России и создание эффективных устрашающих видов оружия, которые разрабатываются, совершенствуются и испытываются: *military forces have increased capabilities, arsenal of tactical and strategic nuclear weapons, strike weapons with extended ranges, employ coordinated coup de main, Russia's next-generation nuclear-capable weapons would render U.S. missile shields "useless"*;

б) тревожные перспективы ухудшения международной ситуации, вытекающие из новой стратегии: *high-intensity conflict, a peer or near-peer adversary, a prolonged conflict with an adversary, a protracted war, could trigger a war, how to behave in a future war, would not be detected by U.S. air defense systems as early as ballistic missiles*;

в) поиски стороны, несущей ответственность за подготовку войны: *Russian military would conduct combat operations, to better understand how Russia would fight, Russia is seeking a large-scale conflict with a competitor, bring a more aggressive, with less risk-averse national and military leaders, Russia's strong bias in favour of offensive action, seize the initiative and go on the attack, Russia's intercontinental ballistic missile headed toward Florida's west coast* [The Russian Way of Warfare [http](http://)].

Документ пестрит манипулятивными ссылками на исторические параллели, преследующими цель вызвать в массовом сознании картины трагических событий, вина за которые возлагается на Советский Союз (*Czechoslovakia in 1968, Afghanistan in 1979*), примеры из недавнего прошлого, получившие соответствующую политическую и идеологическую оценку в американских СМИ, обвиняющих Россию (*war in Georgia in 2008, seizure of Crimea in 2014, the trial in combat of new capabilities in Ukraine and Syria*).

Эта тема муссируется при каждом удобном случае, часто сопровождаясь компонентами визуального ряда «Russian military vehicles in action». Здесь демонстрируются разные виды сверхзвукового оружия нового, четвертого поколения, которые, как подчеркивают авторы, могут быть использованы в ходе пятой мировой войны. Вот красноречивые названия некоторых военных объектов, представляющих разные виды российских вооружений под названием *New Generation Warfare* (NGW): *The BM-30 Smerch, a Russian heavy multiple rocket launcher, Russian electronic warfare equipment, Russian MiG-35 multi-role combat jet, Russian Armata T-14 tank* [Weapons and Warfare URL].

В данном и схожих с ним документах происходит подмена понятий и перенос акцента с фактов на комментарии к ним: оборонное оружие выдается за наступательное, военная тематика легко пересекается с политической (в предвзятой идеологической характеристике лидеров оппонентов), внешнеполитическая направленность текстов чередуется с внутривнутриполитическими осложнениями для населения, внимание переключается на оправдание действий собственного правительства и критику опасных для выживания человека замыслов оппонента.

Одним из мощных приемов воздействия является опора на правдивые сведения об успехах реформирования российских Вооруженных сил, но приводимые факты, сопровождаемые негативным комментарием, демонстрируют «использование правды в качестве ножа, которым можно разрезать конкурента» (цит. по: [Гринберг 2005: 222]), изобразив его как смертельного врага, несущего гибель всему живому, так что в массовом сознании откладывается вместо правды нечто противоположное. Статьи на эту тему, как правило, содержат прямое обращение к массовому адресату, стремясь максимально приблизить идею о неотвратимой опасности и прямой угрозе жизни на Земле: *Imagine if a foreign country launched a nuclear attack on the continental United States and the Pentagon had only six minutes to respond. That's the potential of a new generation of weapons on the horizon*. В приведенном примере подчеркивается, что потенциал нового поколения оружия массового уничтожения так высок, что не останется в живых никого спустя 6 минут после пуска ракеты или сбрасывания бомбы.

Таким образом, медиатекст становится ключевым инструментом индустрии и фабрики нагнетания страха, а дискурсивные практики, используемые в англоязычных периодических онлайн-изданиях, являются мощным информационным оружием, которое сегодня по силе воздействия на сознание оказывается наиболее эффективным средством манипулирования массовым адресатом и управления его поведением. Анализ англоязычных материалов показывает использование этнологических тактик, включающих выбор формы описания сложившейся ситуации как источника угрозы (насыщение текста сильными вербальными и невербальными раздражителями — постановочные видеорепортажи, видеоролики с участием оплаченных участников, актеров, детей и т. д.: **WATCH: A video from the December 27 clashes in Vali Asr Square in Tehran shows a protester who has been seriously injured in the clashes. (Warning: graphic images) WATCH: The video below reportedly shows the capture of a member of the Basij forces: WATCH: Saudi Arabia Shows Debris, Says It Proves Attack 'Sponsored By Iran'**; исторические параллели, мрачное прогнозирование развития событий, излишняя натурализация описания страданий жертв, картины кровопролития, взрывов, страшные следы бомбежек, живые примеры зверств: *government's violent crackdown on protesters, referring to the bloodshed and arrests that have taken place as an "iron fist of brutality." said to have died in clashes between security forces and pro-opposition, have unjustly detained, to the extraordinary*

events, an injured Iranian opposition supporter flashes a V-sign during clashes), возложение вины на конкретных политических деятелей (демонизация лидеров, представление «чужих» как носителей потенциальных угроз), приближение угроз к адресату сообщения (прямое обращение к личностям, социальным группам, массовому адресату, обсуждение угроз как неотвратимых, фатальных и катастрофических для выживания человечества вследствие происходящих событий (войн, столкновений, конфликтов).

Судя по нашим наблюдениям, эмоциональный фактор в массовой англоязычной коммуникации всё чаще вытесняет рациональный, одновременно с этим наблюдается перевес отрицательных эмоций над положительными [Risen [http](#); Aaronson [http](#)]. Очевидно, что наметившийся тренд в англоязычных СМИ обеспечивает перенос акцента на возбуждение и нагнетание состояния страха за счет описания объектов, ситуаций, событий, политических лидеров из блока «чужих», которые являются пугающими, потенциально опасными, вызывающими состояние крайней тревоги за свое будущее. Подобная целевая установка приводит к тотальному перераспределению функциональной нагрузки содержательно-смысловых и формальных элементов современного медиатекста и использованию новых инструментов управления сознанием и поведением массового читателя.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бутовская М. Н. Этология человека: история возникновения и современные проблемы исследования. URL: <http://ethology.ru/library/?id=268>. — Текст : электронный.
2. Волкова Я. А., Панченко Н. Н. Дискурсивная вариативность концептов деструктивных эмоций // Вестн. РУДН. Сер.: Лингвистика. 2018. Т. 22. № 1. С. 175—194.
3. Гринберг Т. Э. Политические технологии: ПР и реклама : учеб. пособие для студентов вузов. — М. : Аспект Пресс, 2005. 317 с.
4. Засурский Я. Н. Колонка редактора: медиатекст в контексте конвергенции // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2005. № 2. С. 3—7.
5. Ильин. Е. П. Психология Страхa. URL: <https://e-libra.ru/read/502736-psihologiya-straha.html>. — Текст : электронный.
6. Симонов П. В. Эмоциональный мозг : моногр. — М. : Наука, 1981. 216 с.
7. Степанов Ю. С. Константы. Словарь русской культуры. Изд. 3-е, испр. и доп. — М. : Академический проект, 2004. 991 с.
8. Aaronson Tr. The Terror Factory. URL: https://graycity.net/trevor-aaronson/page,1,230108-the_terror_factory.html. — Text : electronic.
9. Eibl-Eibesfeldt. Human Ethology. URL: <http://www.docme.ru/doc/1968954/human-ethology.-by-irenIus-eibl-eibesfeldt.-new-york--ald>. — Text : electronic.
10. Lorenz K. Instinctive Behavior: The development of a Modern Concept. — New York : International Universities Pr., 1957. URL: <https://yandex.ru/search/?text=LorenzK.1957> (1935). — Text : electronic.
11. Lorenz K. Companionship in bird life // Instinctive Behavior: The development of a Modern Concept. — NewYork : International Univ. Pr., 1957 (1935).
12. Merriam-Webster Dictionary online. URL: <https://yandex.ru/search/?text=merriam-websterdictionaryonline&lr=172&clid=2039344>.
13. Mill J. St. A System of Logic, Ratiocinative and Inductive. URL: <http://ethology.ru/library/?id=268>. — Text : electronic.
14. Nockleby John T. Encyclopedia of the American Constitution / ed. Leonard W. Levy and Kenneth L. Karst. Vol. 3. 2nd ed. — Detroit : Macmillan Reference USA, 2000. P. 1277—1279. URL: <https://yandex.ru/search/?text=EncyclopediaoftheAmericanConstitutionEd.LeonardW.LevyandKennethL.Karst.Vol.3.2nded.DetroitAMacmillanReferenceUSA2000&clid=1923020&lr=172>. — Text : electronic.
15. Risen J. Pay Any Price. URL: <https://yandex.ru/search/?text=JamesRisenPayAnyPrice.&clid=1923020&lr=172>. — Text : electronic.
16. The Russian Way of Warfare. URL: www.rand.org. — Text : electronic.
17. Weapons and Warfare. URL: <https://weaponsandwarfare.com/2018/08/28/the-russian-way-of-warfare/>. — Text : electronic.

Ж. В. Чернова, О. Н. Кондратьева

Кемерово, Россия

**СТРАТЕГИЯ САМОПРЕЗЕНТАЦИИ И ЕЕ РОЛЬ В ФОРМИРОВАНИИ ИМИДЖА ПОЛИТИКА
(НА МАТЕРИАЛЕ ВЫСТУПЛЕНИЙ ГУБЕРНАТОРА КЕМЕРОВСКОЙ ОБЛАСТИ
С. Е. ЦИВИЛЕВА)**

Аннотация. В статье рассматривается роль стратегии самопрезентации и реализующих ее тактик в формировании политического имиджа губернатора Кемеровской области С. Е. Цивилева в период, предшествующий его официальному избранию на данную должность. В частности, описываются тактики позиционирования, демонстрации профессиональных успехов, отождествления и создания «своего круга». Обосновывается значимость стратегии самопрезентации на этапе вхождения нового руководителя в регион, делается вывод об эффективности избранных тактик.

Ключевые слова: политическая лингвистика; политический дискурс; политические деятели; губернаторы; имидж политика; самопрезентация политика; речевые стратегии; речевые тактики.

J. V. Tchernova, O. N. Kondrateva

Kemerovo, Russia

**STRATEGY OF SELF-PRESENTATION AND ITS ROLE IN FORMATION OF IMAGE
OF THE POLITICIAN (ON A MATERIAL OF SPEECHES OF THE GOVERNOR
OF THE KEMEROVO AREA OF S. E. TSIVILEV)**

Abstract. In article the role of strategy of self-presentation and tactics realizing it in formation of political image of the governor of the Kemerovo area of S.E. Tsivilev during, previous its official election on the given position is considered. In particular, tactics of positioning, demonstration of professional successes, identifications and creations of «one's own circle» are described. The importance of strategy of self-presentation at a stage of occurrence of the new head in region proves, the conclusion about efficiency of selected tactics is done.

Keywords: political linguistics; political discourse; politicians; Governors; image of a politician; self-presentation of politician; speech strategies; speech tactics.

В современном научном мире наиболее перспективными оказываются дисциплины, возникшие в зоне соприкосновения различных областей знания, поскольку именно они дают возможность интегрировать усилия специалистов из разных областей науки в достижении общей цели, позволяют пересмотреть традиционные проблемы с новых позиций, предполагают разработку новых методик, соответственно, дают возможность получить результаты, значимые сразу для ряда наук и, в большинстве случаев, имеющие несомненное прикладное значение. Одним из наиболее актуальных направлений подобного типа является политическая имиджелогия, возникшая на стыке имиджелогии и политологии и разрабатывающая проблемы, связанные с имиджами политических партий и политических лидеров.

Имидж политического лидера — это представление, впечатление о политике, сформировавшееся у населения в результате длительного на него воздействия, обладающее высокой устойчивостью и сопротивляемостью к изменениям [Цуладзе 1999: 41]. Ввиду того, что массовая аудитория (электорат) не имеет с политиком личных контактов, она воспринимает не самого лидера, а его имидж. При этом имидж политического лидера во многом создается с помощью языковых и речевых средств и умений [Ехлакова 2012: 144]. Соответственно, имидж политического лидера становится объектом политической лингвистики, в частности, начинает изучаться речевой имидж политика, рассматриваются лингвистические средства конструирования политического имиджа, изучаются имиджевые роли политиков (см., например: [Атьман 2011; Ахатова 2018; Голикова 2018; Иссерс 1996; Никифорова, 2016; Осетрова 2004; Руженцева 2015; Щитова 2012] и др.).

Безусловно, значимую роль в формировании имиджа политика играет самопрезентация, т. е. управление тем впечатлением, которое политик стремится произвести на аудиторию, «самоподача» оратора для формирования определенного впечатления о нем самом, его личностных и профессиональных качествах, его целях. В процессе самопрезентации политики используют разнообразные тактики, набор которых обусловлен как типом личности политика, задачей, стоящей перед ним в конкретный момент, так и уровнем речевого мастерства.

Задача исследования — проанализировать в имиджеобразующем аспекте речевую стратегию самопрезентации и реализующие ее тактики в выступлениях и публикациях врио губернатора Кемеровской области С. Е. Цивилева. *Материалом исследования* является первое интервью, данное врио губернатора после назначения на новую должность газете «Комсомольская правда», тексты политика, представленные в спецвыпуске газеты «Кузбасс. Время быть первыми», и тексты, размещенные на официальной странице политика в социальной сети «ВКонтакте», опубликованные за первый месяц существования аккаунта. В этот период было опубли-

Работа выполнена при финансовой поддержке фонда РФФИ и Администрации Кемеровской области, проект № 18-412-420003 p_a «Кузбасс: Комплексное когнитивно-дискурсивное исследование образа региона».

© Чернова Ж. В., Кондратьева О. Н., 2019

ковано 37 сообщений от первого лица. Среднее количество просмотров составило 11,6 тысяч (минимальное — 4,7 тысяч, максимальное — 64 тысячи).

Период временного исполнения обязанностей губернатора интересен для лингвистического анализа, поскольку именно на стадии вхождения нового политика в сложившуюся политическую систему региона вопросы формирования политического имиджа и используемых для этой цели тактик самопрезентации являются наиболее актуальными, определяющими для дальнейшей политической карьеры кандидата. Новому для области руководителю, «варягу», необходимо заручиться поддержкой избирателей — жителей региона — за короткий по политическим меркам период времени до выборов (всего пять месяцев, то есть меньше полугода).

Сергей Евгеньевич Цивилев был назначен временно исполняющим обязанности губернатора Кемеровской области 1 апреля 2018 г. Указом Президента РФ В. В. Путина вследствие сложившегося в регионе кризиса управления после трагических событий в ТРЦ «Зимняя вишня». В первых же своих публичных выступлениях новый руководитель продемонстрировал стремление завоевать симпатии и доверие населения, сформировать впечатление о себе как об эффективном менеджере и успешном политике, способном возглавить столь непростой регион в трудное время.

В процессе самопрезентации С. Е. Цивилев использует тактики позиционирования, демонстрации профессионального успеха, тактику отождествления, тактику создания «своего круга» (подробнее см.: [Кондратьева 2018]).

1. Тактика позиционирования позволяет охарактеризовать политика как человека, обладающего определенным набором положительных качеств. Это работоспособность, требовательность, умение брать на себя ответственность. С. Е. Цивилев выстраивает образ руководителя, который не избегает проблемных ситуаций: *Я специально выбрал самую сложную точку... Скажу честно: меня отговаривали. Но я обещал людям, а значит, не мог не приехать* (vk.com/tsivilev42, 1 мая); *Уверенность, способность преодолевать самые трудные ситуации, ни в коем случае не опускать руки... Скорее, в этом заключается „морская закуска“* (Комсомольская правда).

О готовности нести ответственность за свои действия и об активной позиции руководителя говорит стремление лично контролировать ситуацию, не пускать дело на самотек: *Я поручил составить реальный график и показать его мне... Выполнение — под моим личным контролем* (vk.com/tsivilev42, 10 мая).

2. Тактика демонстрации профессионального успеха. Политик обращает внимание избирателей «на существенные результаты проделанной им работы, на свой политический опыт, профессиональные успехи, заслуги, достижения» [Атьман 2011: 100]. Демонстрируя предшествующий опыт, С. Е. Цивилев особо акцентирует внимание на трех этапах своей карьеры: службе в ВМФ, работе в юридической компании, занимающейся реанимацией погибающих предприятий, и создании собственного бизнеса, а именно угольной компании «Колмар»: *И тут мне на помощь приходила подготовка, которую я получил в Вооруженных Силах, на флоте. Нас готовили к серьезным стрессовым ситуациям, и вот эти навыки пригодились в эти ужасные дни. К сожалению* (Комсомольская правда); *Успехи на поприще восстановления гибнущих предприятий привели к идее развития собственного бизнеса* (Кузбасс. Время быть первыми); *Строились там, где практически ничего не осталось, все другие предприятия стали банкротами. И показывали быстрые темпы развития. В прошлом году компания „Колмар“ была признана „Звездой Дальнего Востока“ в номинации „Стратегическое инвестирование“* (Комсомольская правда).

3. Тактика отождествления заключается в демонстрации (явной или имплицитной) символической принадлежности политика к определенной социальной, статусной или политической группе.

Идентификационная модель С. Е. Цивилева опирается на политический вес президента Российской Федерации, что позволяет транслировать характеристики, с которыми у кузбассовцев ассоциируется В. В. Путин (порядок, стабильность, законность, справедливость, устойчивость), на нового кандидата в губернаторы.

Реализацию названной тактики можно увидеть в следующих фразах: *И, конечно же, надо поднимать Кузбасс. Именно такую задачу поставил мне президент России Владимир Путин, назначив меня исполняющим обязанности главы региона* (Кузбасс. Время быть первыми); *И здесь мы четко следуем в русле тех задач, которые поставил Президент Владимир Путин, когда приехал в Кемерово сразу после трагедии* (Комсомольская правда); *На выборы мы идем единой командой. Командой Президента, командой всех, кто готов работать на благо жителей Кузбасса* (vk.com/tsivilev42).

Для успешных выборов необходимо, чтобы жители видели в политике выразителя своего мнения, воспринимали его как «своего», поэтому еще одна идентификационная модель С. Е. Цивилева реализует образ простого человека, разделяющего проблемы кузбассовцев, нацеленного на совместную деятельность с жителями региона: *Вместе с рабочими мы проишли по цехам сталелитейного завода* (vk.com/tsivilev42, 8 мая); *Вместе с жителями проехался по проблемному участку лично* (vk.com/tsivilev42, 21 мая).

4. Тактика создания «своего круга». Успешная реализация стоящих перед политиком задач предполагает формирование круга единомышленников и соратников: *Я планирую команду создавать в первую очередь из жителей Кузбасса. ... И только тех специалистов, которых нам не хватит, я буду привлекать из других регионов* (Комсомольская правда).

Активное употребление местоимения *мы* и его производных *нас*, *наших* и т. п. предполагает стирание границ между политиком и кузбассовцами, демонстрирует его стремление стать частью региона: *Я сделаю все, чтобы быть максимально полезным Кузнецкой земле. А земля у нас замечательная, люди здесь — самые луч-*

шие, первые во всем (Кузбасс. Время быть первыми); **Важно, чтобы мы все трагедию 25 марта осмыслили** (Комсомольская правда); **Для меня важно, что бы жить в Кузбассе было комфортно и удобно нам всем. Достигание этой цели — совместная задача** (vk.com/tsivilev42, 23 мая); **Кузбассу нужны молодые специалисты, вместе с которыми мы будем создавать комфортный и процветающий регион** (vk.com/tsivilev42, 25 мая); **Уверен, что уже в следующем году это позволит нам стать одними из лидеров в рейтинге регионов** (vk.com/tsivilev42, 26 мая).

Проведенный анализ показал, что на стадии вхождения политическую систему региона С. Е. Цивилев активно использует такие тактики самопрезентации, как позиционирование, демонстрация профессиональных успехов, отождествление и создание «своего круга». Используемые тактики являются отражением имиджевых ролей «Простой человек», «Патриот», «Кадровый военный», «Эффективный антикризисный менеджер», «Доверенное лицо президента», что в совокупности формирует образ руководителя региона, по-военному точного и исполнительного, требовательного к себе и другим, умеющего быстро принимать решения и действовать в кризисных ситуациях, способного выявлять проблемы и находить эффективные пути их решения. Об эффективности избранной стратегии самопрезентации свидетельствуют результаты выборов губернатора Кемеровской области 9 сентября 2018 г.: 81,3 % избирателей проголосовали за С. Е. Цивилева.

ИСТОЧНИКИ

1. Кузбасс. Время быть первыми (спецвыпуск газеты «Кузбасс»). 22.05.2018.
2. Официальный аккаунт С. Цивилева в социальной сети «ВКонтакте». URL: https://vk.com/sergey_tsivilev и vk.com/tsivilev42 (дата обращения: 28.04.2018).
3. Цивилев С. Родственники погибших мечтают восстановить свои семьи. И я сделаю все, что только могу, чтобы помочь им залечить раны // Комсомольская правда. 12.04.2018. URL: https://www.kem.kp.ru/daily/26818.4/3854342/?utm_referrer=https%3A%2F%2Fzen.yandex.com (дата обращения: 20.04.2018).

ЛИТЕРАТУРА

4. Атьман О. В. Вербализация стратегии самопрезентации в президентских предвыборных теледебатах как агональном жанре политического дискурса США // Политическая лингвистика. 2011. № 1 (35). С. 96—102.
5. Ахатова Г. А. Имиджевые роли губернатора Ханты-Мансийского автономного округа Н. В. Комаровой // Политическая лингвистика. 2018. № 5 (71). С. 55—58.
6. Голикова Т. А. Речевой портрет как основная составляющая имиджа лидера в политическом дискурсе // Вестн. Рос. нов. ун-та. Сер. «Человек в современном мире». 2018. № 3. С. 9—16.
7. Ехлакова Н. Ф. Стратегия самопрезентации в формировании имиджа Б. Обамы и Дж. Маккейна // Омский науч. вестн. 2012. № 1. С. 144—146.
8. Иссерс О. С. Что говорят политики, чтобы понравиться своему народу // Вестн. Омск. ун-та. — Омск, 1996. Вып. 1. С. 71—74.
9. Кондратьева О. Н. Речевые стратегии и тактики в выступлениях регионального политика (на примере выступлений врио губернатора Кемеровской области С. Цивилева) // Политическая лингвистика. 2018. С. 35—46.
10. Никифорова М. В. Динамика речевого портрета регионального политика (на материале устной диалогической речи мэра Екатеринбурга Е. В. Ройзмана) : дис. ... канд. филол. наук. — Екатеринбург, 2016. 253 с.
11. Осетрова Е. В. Речевой имидж : учеб. пособие / Краснояр. гос. ун-т. — Красноярск, 2004. 219 с.
12. Политическая имиджелогия / под ред. А. А. Дергача, Е. Б. Перельгиной [и др.]. — М. : Аспект Пресс, 2006. 400 с.
13. Руженцева Н. Б. Имиджевое интервью-перформанс В. Жириновского: смена масок, эпатаж, технология примитива // Политическая лингвистика. 2015. № 3 (53). С. 50—56.
14. Цуладзе А. Формирование имиджа политика в России. — М. : Университет, 1999. С. 41—42.
15. Щитова Д. А. Типология имиджевых ролей в политическом дискурсе // Вестн. Кемеров. гос. ун-та. 2012. № 4. С. 245—248.
16. Чудинов А. П. Политическая лингвистика. — М. : Флинта : Наука, 2012. 256 с.

О. В. Шефер
Челябинск, Россия

ИМИДЖЕВЫЙ ДИСКУРС КАК СРЕДСТВО ФОРМИРОВАНИЯ РЕЧЕВОГО ИМИДЖА ПОЛИТИКА

Аннотация. В продвижении кандидата и его политического имиджа большое значение уделяется коммуникативному поведению. Речь в данном случае рассматривается как важный компонент идентификации политической личности. Основным средством формирования речевого имиджа выступает имиджевый дискурс.

Ключевые слова: политический имидж; имидж политика; политические деятели; политический дискурс; коммуникативное поведение; речевой имидж; имиджевый дискурс.

O. V. Shefer
Chelyabinsk, Russia

IMAGE DISCOURSE AS MEANS OF CREATING THE POLITICIAN SPEECH IMAGE

Abstract. The communications behavior is of great importance when the candidate and his political image are promoted. In this case the speech is a significant component that helps to identify the political figure. The image discourse is the main way of creating the speech image.

Keywords: political image; image of politician; political actors; political discourse; communications behavior; speech image; image discourse.

В период проведения выборных кампаний различного уровня электорат сталкивается с активной предвыборной агитацией, направленной на информирование избирателей о кандидате с целью побуждения к голосованию. В ходе предвыборной агитации у электората формируется определенный политический образ, или имидж, объекта.

Имидж политика — это «сформированный у избирателей образ, являющийся следствием его непосредственного восприятия, его политической деятельности и продвижением в результате PR- и рекламной деятельности в СМИ» [Политическая имиджелогия 2006: 23].

Политический имидж должен отличаться «стереотипностью, следовательно, он не должен содержать много характеристик или параметров, быть сложным и многогранным. Он должен быть простым, образным, доступным, соответствующим сложившимся у большинства населения позитивным представлениям о лидере» [Волкова 2005: 97].

Основным способом формирования политического имиджа является коммуникативное поведение личности.

Ю. Е. Прохоров, И. А. Стернин считают, что «коммуникативное поведение — это поведение (вербальное и сопровождающее его невербальное) личности или группы лиц в процессе общения, регулируемое нормами и традициями общения данного социума» [Прохоров, Стернин 2006: 23].

Коммуникативное поведение отражает позиционирование политика, коммуникативную стратегию продвижения, особенности передачи информации в различных коммуникативных сферах и формах, формируя целостный образ политика.

Ключевыми параметрами коммуникативного поведения выступают:

- речевая культура;
- речевая самостоятельность;
- коммуникативная компетентность [Речевой имидж 2012: 28].

Речь представляет собой важный компонент коммуникативного поведения и имиджа политика.

Е. Ю. Медведев рассматривает речевой имидж как «возникшее в обществе мнение о языковой личности через восприятие ее стратегий коммуникативного поведения, репрезентирующих мировоззренческие и личностные качества посредством текстовых и идиостилевых средств» [Медведев 2013: 78].

А. К. Михальская описывает речевой имидж «не только как чувственный нерасчлененный образ, но и как сложное структурированное, упорядоченное, многомерное и динамические развивающееся речевое и смысловое пространство» [Михальская 2019: 32].

Доведение особенностей коммуникативного поведения политика до общественности реализуется благодаря имиджевой коммуникации, «представляющей собой целенаправленное донесение информации с целью формирования необходимых представлений и регуляции общественного мнения» [Горчакова 2011: 21].

Цель имиджевой коммуникации — создать имидж объекта, опираясь на информацию, передать которую можно как напрямую, так и косвенно исходящую от политика к его аудитории. Следует отметить, что информация в процессе передачи к потенциальной или целевой аудитории может передаваться и восприниматься как сознательно, так и бессознательно.

По мнению А. Ю. Панасюка, имиджформирующая информация — это «информация, на основе которой впоследствии формируется образ любого человека или организации, а затем и мнение, то есть имидж» [Пана-

сюк 2007: 35]. Он выделяет прямую и косвенную имиджформирующую информацию. Прямая имиджформирующая информация поступает непосредственно от отправителя имиджа к получателю, косвенная опосредованно — через других людей, у которых уже раньше сформировался данный имидж.

Всю имиджформирующую информацию, инициированную политиком в рамках коммуникационной стратегии, мы рассматриваем как разножанровые формы дискурсивного средства, позволяющие наиболее полно отразить единую коммуникационную стратегию и смысловую информативность (интенциональность) личности.

В лингвистике термин «дискурс» используется для обозначения понятий разного уровня: «речь», «связная речь» (Г. Г. Почепцов), «поток речи», «сложное синтаксическое целое», «сверхфразовое единство», «текст» (В. Г. Борботько), «текст в его становлении перед мысленным взором интерпретатора» (В. З. Демьянков), «корпус текстов, объединенных в коммуникативном и функциональном отношении» (У. Маас), «текст в событийном аспекте», «речь, погруженная в жизнь» (Н. Д. Арутюнова), «язык в языке» (Ю. С. Степанов), «коммуникативный процесс, обусловленный экстралингвистическими факторами» (Т. ван Дейк, А. Е. Кибрик, В. В. Красных), «коммуникативное пространство определенной общественной группы» (Л. В. Щерба) [Шефер 2007: 52].

Под имиджевым дискурсом мы понимаем совокупность текстов, интегрированно передаваемых через личный или опосредованный каналы, вербальными, визуальными и/или аудиовизуальными средствами с целью создания положительного имиджа. Имиджевый дискурс — это прямая имиджформирующая информация, поступающая к получателю посредством коммуникативных технологий для позиционирования и продвижения в конкурентной среде [Шефер 2007: 54]. Данный дискурс позволяет доносить информацию, отражая интенции политика, формируя общественное мнение и влияя на поведение целевых аудиторий. Интегрируя использование различных коммуникативных технологий в политическом маркетинге (рекламы, PR, личных продаж и стимулирование сбыта), жанров, форм, каналов и средств, имиджевый дискурс оказывает позитивное речевое воздействие на общественность.

В имиджевом дискурсе используются практически все способы речевого воздействия на электорат:

- 1) введение новых значений, на основе которых реципиент изменит свое поведение или свое отношение к действительности;
- 2) изменение структуры значения без введения новых значений, с помощью сообщения новой информации об уже известных вещах;
- 3) изменение смыслового поля в целом для изменения отношения к окружающей действительности реципиента [Леонтьев 1977: 274—275].

Наиболее часто применяется именно третий способ, который можно назвать воздействием через убеждение или через информирование, что оказывает влияние на формирование и поддержание положительного имиджа в управлении коммуникацией.

Для повышения восприятия имиджевого дискурса, поступающего из различных каналов и имеющего различную форму, используется принцип конвергенции информации. Конвергенция позволяет коммуникативной концепции политика быть единой при использовании различных коммуникативных технологий взаимодействия с общественностью. Структура имиджевого дискурса состоит из совокупности разножанровых текстов, таких как рекламные и PR-тексты, базирующиеся на механизме информирования и убеждения. Каждый из них имеет свою цель, задачи и особенности, помогая электорату сформировать целостный образ политика.

Таким образом, основным дискурсивным средством формирования речевого имиджа политика является имиджевый дискурс, способствуя установлению положительных отношений с общественностью и формированию имиджа политика, повышая его идентификацию и запоминание у электората.

ЛИТЕРАТУРА

1. Волкова В. В. Имиджелогия : учеб. пособие. — Ставрополь : СевКавГТУ, 2005. 168 с.
2. Горчакова В. Г. Имиджелогия. Теория и практика. — М. : ЮНАТИ-ДАНА, 2011. 335 с.
3. Леонтьев А. А. Психология общения. — М. : Наука, 1977. С. 274—275.
4. Медведев Е. Ю. К вопросу о формировании речевого имиджа // Вестн. РУДН, сер. «Теория языка. Семиотика. Семантика». 2013. № 2. С. 76—82.
5. Михальская А. К. Речевой имидж в системе речевого дизайна: методология и технология // Экология языка и коммуникативная практика. 2019. № 1. С. 28—38.
6. Панасюк А. Ю. Формирование имиджа: стратегия, психотехнологии, психотехники. — М. : Омега-Л, 2007. 266 с.
7. Политическая имиджелогия / под ред. А. А. Деркача, Е. Б. Перельгиной [и др.]. — М. : Аспект Пресс, 2006. 400 с.
8. Прохоров Ю. Е., Стернин И. А. Русские: коммуникативное поведение. — М. : Флинта : Наука, 2006. 238 с.
9. Речевой имидж : учеб. пособие / сост. Е. В. Осетрова. — Красноярск : Сиб. федер. ун-т, 2012. 104 с.
10. Шефер О. В. Отражение корпоративной культуры вуза в имиджевом дискурсе : дис. ... канд. филол. наук. — Челябинск, 2007. С. 51—55.

Н. Г. Шехтман
Екатеринбург, Россия

ОБРАЗ РОССИИ В ДИСКУРСЕ БРИТАНСКИХ МАССМЕДИА: СТРАТЕГИИ ДИСКРЕДИТАЦИИ

Аннотация. Статья рассматривает механизм манипулятивного воздействия с помощью стратегии дискредитации при создании образа России в британских медийных текстах. Материал для исследования взят из новостных подкастов BBC. Проведенное исследование показывает, что стратегия дискредитации реализуется преимущественно посредством тактики информирования и тактики безличного обвинения.

Ключевые слова: манипулятивное воздействие; британские СМИ; медиалингвистика; медиадискурс; медиатексты; средства массовой информации; образ России; речевые стратегии; речевые тактики.

N. G. Shekhtman
Ekaterinburg, Russia

THE IMAGE OF RUSSIA IN THE DISCOURSE OF BRITISH MASS MEDIA: STRATEGIES OF DISCREDITATION

Abstract. The article discusses the mechanism of manipulative influence with the help of speech strategy of discredit in British media discourse when it creates the image of Russia. The material under analysis is taken from BBC news podcasts. The results of the study show that the strategy of discredit is mostly represented by the tactics of informing and the tactics of impersonal accusation.

Keywords: manipulative impact; British mass media; media linguistics; media discourse; media texts; mass media; image of Russia; speech strategy; speech tactics.

Коммуникативные стратегии в различных типах дискурса, в том числе и в медийном, постоянно привлекают к себе внимание исследователей [Антонова 2012; Виноградова С. А. 2010; Волкова 2014; Озюменко 2017; Обвинцева О. В. 2018; Паршина 2005; Руженцева 2013; Сафина, Чернова 2017].

В данной статье под коммуникативной стратегией понимается «план оптимальной реализации коммуникативных намерений, учитывающий объективные и субъективные факторы и условия, в которых протекает акт коммуникации и которые в свою очередь обуславливают не только внешнюю и внутреннюю структуру текста, но и использование определенных языковых средств» [Михалёва 2009: 45].

Каждая стратегия медийного дискурса реализуется благодаря использованию определенного набора тактик. «Тактика — это конкретный этап реализации коммуникативной стратегии, определяемый интенцией говорящего, эксплицированной совокупностью приемов, обуславливающих применение языковых средств» [там же].

Образ России во многих зарубежных СМИ наделен в настоящее время отрицательными характеристиками. По справедливому замечанию А. П. Сковородникова, «мы живем в эпоху информационно-психологических войн, ведущихся против России и русской цивилизации» [Сковородников 2018: 37]. Соответственно, вполне предсказуемым является тот факт, что при создании образа России в англоязычных СМИ высокой частотностью обладает стратегия дискредитации.

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

В английском языке соответствующий глагол *to discredit* «Lingvo Dictionary» толкует как «позорить, бесчестить, показать несостоятельность» [Lingvo Dictionary http].

Таким образом, в случае актуализации рассматриваемой коммуникативной стратегии при создании образа России в зарубежных СМИ подрывается авторитет нашей страны, в первую очередь ее лидеров.

По нашему мнению, стратегия дискредитации обладает ярко выраженным манипулятивным потенциалом, т. е. способностью оказывать скрытое воздействие на аудиторию, которое осуществляется в текстах с помощью определенного набора языковых средств различных уровней.

Рассмотрим примеры реализации стратегии дискредитации в выбранном нами типе дискурса. Ниже приведен отрывок из подкаста BBC *Global News*:

Emilio San Pedro: It's been another day of protests in the Russian capital, we heard people there shouting "Shame!" as a protestor was being held by the police. (...) A prominent opposition politician was among those taken away by the police in riot gear. Lubov Sobol was bundled into a police van. (...) Our correspondent in Moscow, Sarah Raynsford, explained the mood of the protestors.

S. R.: They are very defiant as far the protestors themselves are concerned. Don't forget, they were warned not to come out today, they were told in advance that this was going to be an illegal protest and that they faced arrest, they faced detention, and, of course, last week we saw scenes were people were very brutally beaten with batons by the riot police. (...)

E. S. P.: *And tell us more about why this exclusion of these candidates from local elections sparked such anger.*

S. R.: *Well (...) the Duma, the local parliament, hasn't historically had an awful lot of power, but these opposition activists have really changed things by trying to run, by being barred from running, and then protesting about it they've managed to bring pretty big crowds out onto the street — twenty thousand last week and in the previous days. And people, when I talked to them, they say, “Look, we want to be reckoned with, we want to be heard, we are fed up of a country where we don't have any political representation.” Now, this is because from ... from the Kremlin down, essentially, under Vladimir Putin the sort of general opposition here, liberal opposition voices have been squeezed gradually from all sorts of power, all bodies of power. (...) [Global News Podcast. 03.08.2019]*

Как и во многих других контекстах по рассматриваемой тематике, в данном примере стратегия дискредитации реализуется в сочетании со стратегией театральности. Два журналиста — ведущий программы и репортер с места событий — ведут диалог о протестах оппозиции в Москве. Спонтанность у этого диалога только кажущаяся, вопросы и ответы в таких сообщениях обычно заранее спланированы, при этом сообщение ориентировано на «зрителя», т. е. адресата-наблюдателя — массовую аудиторию слушателей подкаста. Стратегия театральности здесь реализуется через тактику информирования — «приведение данных и фактов, не сопровождаемое выражением отношения говорящего» [Михалёва 2009: 65].

Стратегия дискредитации в этом контексте представлена тактикой обвинения, которая представляет собой «приписывание кому-либо какой-либо вины, признание виновным в чем-либо, а также раскрытие, обнаружение чьих-либо неблагоприятных действий, намерений, качеств» [там же: 47]. Для тактики обвинения характерно описание ситуации, эксплицирующее отрицательное отношение говорящего к описываемым событиям или поступкам людей. Рассмотрим подробнее, каким образом определенный набор языковых средств и риторических приемов помогает достичь такого описания.

Прежде всего в отрывке обращает на себя внимание большое количество экспрессивной и эмоционально окрашенной лексики: *shame, bundled into, defiant, brutally beaten, squeezed, fed up, an awful lot of power*, в результате чего, благодаря семантической иррадиации, происходит экспрессивное окрашивание всего текста, актуализируются смысловые векторы насилия и жестокости.

Категоричность высказываний также привлекает внимание слушателей и усиливает эмоциональные векторы возмущения и отчаяния: *where we don't have any political representation*, а также *liberal opposition voices have been squeezed gradually from all sorts of power*.

Кроме языковых средств, в осуществлении тактики обвинения в данном контексте участвуют также риторические приемы, например, эпитет *brutally* во фразе *brutally beaten with batons by...* несет эксплицитно выраженную негативную оценку описываемых событий. Экспрессивность усиливается и на фонетическом уровне: аллитерируют начальные взрывные согласные, усиливая общее впечатление ожесточенного противостояния, грубых насильственных действий, о котором говорится в тексте.

Нагнетание негативных эмоций также сохраняется на уровне синтаксиса благодаря градации, частичному параллелизму и эпифоре, ср.: *have been squeezed gradually from all sorts of power, all bodies of power*. Данные риторические приемы известны своей распространенностью в ораторском стиле, к ним прибегают в первую очередь, когда требуется, чтобы сообщение запечатлелось в памяти аудитории.

Метафорические словоупотребления в рассматриваемом примере создают деперсонифицированный, определен образ сторонников российской оппозиции, ср.: *Lubov Sobol was bundled into a police van* и *opposition voices have been squeezed gradually from all sorts of power*. Метафоры имплицитно сообщают слушателю те же смыслы, которые текст содержит на уровне экспликации, а именно — простые граждане беспомощны перед представителями власти, они лишены любых субъектных характеристик и воспринимаются руководством страны как предметы, причем такие, которые легко можно при желании отодвинуть в сторону или уничтожить.

Схожая реализация стратегии дискредитации наблюдается в следующем примере, ср.:

Jannat Jalil: The Russian opposition leader, Alexey Navalny, has been discharged from hospital and sent back to prison despite concerns that he may have been poisoned. ... I asked our correspondent Olga Ivshina what was known about Mr. Navalny's medical condition.

O. I. It depends which point of view you are after, because there are two. Pro-Kremlin voices (...) say, you know, “his condition is fine, nothing serious, mild allergy, he was provided treatment, he has more or less recovered, that's the reason he is back to the prison cell.” Supporters of Alexey Navalny point out the fact that the head of that hospital is actually an active member of pro-governmental United Russia party, and they doubt everything what that doctor tells. Moreover, Navalny's personal doctor managed to get in and she harshly disagreed with many things that the official doctors said ... if he gets there back again ... he can be exposed to that thing again, and then the reaction can be way harsher and way worse for him, and, she says, he can even develop anaphylactic shock, which in the worst case scenario can result in death.

J. J.: And why is the Kremlin so intent on excluding opposition candidates from September's local elections in Moscow? Is this because they are worried about the growing unpopularity of President Putin and his party?

O. I. ... our sources close to the Kremlin told us that yes, they really didn't like the fact that, you know, those opposition figures could be registered because then they'd have significant chances to win. [Global News Podcast. 29.07.2019]

Стратегия дискредитации реализуется через тактику безличного обвинения и тактику информирования. В тексте имплицитно сообщается, что правящие круги России, метонимически именуемые как «Кремль» (“the Kremlin”),

виновны в отравлении лидера российской оппозиции. Точные данные о том, кто это сделал, отсутствуют, журналисты обсуждают две точки зрения на события, и аудитории предлагается сделать самостоятельные, на первый взгляд, выводы. Таким образом, в примере реализован когнитивный прием, для которого О. С. Иссерс использует термин «загадка» [Иссерс 2008: 162]. Читатель «разгадывает» загадку вместе с журналистами — участниками диалога: была ли это аллергическая реакция или же, действительно, отравление, причем по заказу российской правящей элиты? Контекстуально предопределенным является выбор второго варианта. Создается иллюзия совместного семантического вывода, которая, в свою очередь, является одним из продуктивных способов внедрения новых знаний в модель мира реципиента.

Манипулятивное воздействие здесь также реализовано посредством техники внушения: повтор модальных глаголов *can* и *could* придает высказыванию отсутствие категоричности и неявно подводит аудиторию к выводу об опасности для Навального пребывания в своей тюремной камере, так как он может быть смертельно отравлен.

Во фразе ...*way harsher and way worse for him, and ... he can even develop anaphylactic shock, which in the worst case scenario can result in death* субъект речевого воздействия явно апеллирует к эмоциям аудитории: на уровне языковых средств эмоциональное воздействие несет лексема *way*, а также лексема *death*, занимающая сильную позицию конца высказывания, а на уровне риторических приемов эмоциональную окраску содержат приемы эпитета, повтора и градации.

На тех же приемах (повторе и градации) построена формулировка официальной точки зрения на заболевание Навального, ср.: *his condition is fine, nothing serious, mild allergy, he was provided treatment, he has more or less recovered, that's the reason he is back to the prison cell*. Повтор синонимичных однородных членов предложения в сочетании с градацией является в риторике средством убеждения, но в контексте рассматриваемого примера он создает впечатление, что власти чересчур сильно отрицают слухи об отравлении, слишком стремятся представить эпизод с болезнью лидера оппозиции как что-то незначительное, и в результате создается обратный эффект: объект речевого воздействия склонен верить, что эти слухи имеют под собой основания.

Итак, речевая стратегия дискредитации помогает современным британским СМИ создать негативный образ России. Данная стратегия чаще всего реализуется через тактику информирования и тактику безличного обвинения. При помощи различных когнитивных приемов данная стратегия приобретает манипулятивный потенциал и выступает средством моделирования представлений о России в сознании аудитории.

ИСТОЧНИКИ

1. Brazil Jail Riot Leaves Scores Dead. Global News Podcast. 2019. July 29. URL: <https://www.bbc.co.uk/programmes/p02nq0gn/episodes/downloads> (date of access: 15.08.2019)
2. Deadly Shooting At US Shopping Mall In El Paso. Global News Podcast. 2019. August 3. URL: <https://www.bbc.co.uk/programmes/p02nq0gn/episodes/downloads> (date of access: 20.08.2019)

ЛИТЕРАТУРА

3. Антонова А. В. Система средств речевой манипуляции в британском политическом дискурсе: реципиентоцентрический подход : дис. ... д-ра филол. наук. — Самара, 2012. 386 с.
4. Виноградова С. А. Инструменты речевой манипуляции в политическом медиадискурсе // Вопросы когнитивной лингвистики. 2010. № 2. С. 95—101.
5. Волкова Я. А. Деструктивное общение в когнитивно-дискурсивном аспекте : моногр. — Волгоград : Перемена, 2014. 324 с.
6. Воротникова Ю. С. Реализация новостного дискурса в электронных англоязычных СМИ : автореф. дис. ... канд. филол. наук. — СПб., 2005.
7. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. — М. : ЛКИ, 2008. 288 с.
8. Михалева О. Л. Политический дискурс: специфика манипулятивного воздействия. — М. : Либроком, 2009. 256 с.
9. Обвинцева О. В. Дисфемизмы как средства реализации стратегии дискредитации в англоязычных средствах массовой коммуникации // Политическая лингвистика. 2018. № 3 (69). С. 63—67.
10. Ожегов С. И. Толковый словарь русского языка. — М. : ИТИ Технологии, 2008. 938 с.
11. Озюменко В. И. Медийный дискурс в ситуации информационной войны: от манипуляции — к агрессии // Вестн. Рос. ун-та дружбы народов. Сер.: Лингвистика. 2017. Т. 21. № 1. С. 203—220.
12. Паршина О. Н. Стратегии и тактики речевого поведения современной политической элиты России : дис. ... д-ра филол. наук : 10.02.01. — Саратов, 2005. 325 с.
13. Руженцева Н. Б. Массмедийный политический дискурс: давление контекста и давление контента в свете украинских событий // ИмPLICITные и эксплицитные стратегии в восточноевропейском политическом дискурсе. — Екатеринбург : УрГПУ ; Цюрихский ун-т, 2013. С. 119—132.
14. Сафина Р. А., Чернова Я. Р. Стратегии речевого воздействия в предвыборных выступлениях австрийских политиков // Политическая лингвистика. 2017. № 5 (65). С. 147—151.
15. Сковородников А. П. Ложка дегтя в бочке меда (об одной «детали» романа Евгения Водолазкина «Лавр») // Политическая лингвистика. 2018. № 2 (68). С. 37.
16. Lingvo Dictionary. URL: <https://www.lingvolive.com/en-us>. — Text : electronic.

Н. Г. Юзефович
Петергоф, Россия

М. А. Маркова
Хабаровск, Россия

МЕДИЙНОЕ ПРОСТРАНСТВО КИТАЯ: СОПОСТАВЛЕНИЕ СМИ НА АНГЛИЙСКОМ И КИТАЙСКОМ ЯЗЫКАХ

Аннотация. Доклад посвящен специфике современного китайского массмедийного дискурса, представленного как на английском языке (официальные СМИ), так и на китайском языке (альтернативные СМИ). Полиmodalность информационного пространства КНР требует междисциплинарного подхода, что позволяет более полно охарактеризовать основные закономерности исследуемого материала.

Ключевые слова: полиmodalность; информационное пространство; междисциплинарность; китайский язык; английский язык; медиалингвистика; медиадискурс; медиатексты; сопоставительное языкознание.

N. G. Iuzefovich
St Peterburg, Russia

M. A. Markova
Khabarovsk, Russia

OFFICIAL CHINESE MEDIA IN ENGLISH VS ALTERNATIVE MEDIA IN CHINESE

Abstract. The paper article aims at singling out the main features of today's Chinese media which unifies various genres, both verbal and visual means into polymodal texts. The material analyzed reflects various approached to information field: English vs Chinese, official sites vs. alternative.

Keywords: polymodality; informational space; interdisciplinarity; Chinese language; English language; media linguistics; media discourse; media texts; comparative linguistics.

Одной из значимых примет нашего времени является формирование потребности межкультурных контактов практически во всех сферах жизни; расширяются политические, экономические, торговые и прочие взаимоотношения, что не может не влиять на информационное пространство СМИ. Сегодня медиадискурс является, пожалуй, безразмерным полем, где переплетаются разные жанры и типы текстов: вербальный и звучащий ряд, зрительный ряд и пр.; все это можно назвать «зонтичным» термином «полиmodalное» пространство. Современные восточные лингвокультуры не отгораживаются от западных стран, напротив, они стремятся представить свои достижения в наиболее выгодном ракурсе, чтобы упрочить свое положение на мировой арене.

Естественно, что восприятие «чужой», «иной» культуры далеко не всегда возможно, если не учитывать определенные исторически сложившиеся традиции, характеристики. Так, жизнь в Китае во многом определяется Коммунистической партией Китая, что не мешает развитию рыночной экономики. Сложности контактов западного мира с китайским объясняются нередко особым китайским мышлением, в том числе и «логикой», которая существует в трех формах: «традиционная китайская, коммунистическая и западная» (traditional Chinese logic, Communist logic and Western logic). Именно «коммунистическая логика» — Chinese Communist Party (CCP) logic [De Mente 1995: 22; 24] определяет политические и экономические задачи, пути их решения и пр. При формально провозглашенном внимании к индивиду все происходящее в стране, в том числе и образ жизни, должны соответствовать партийным установкам. Такая кажущаяся противоречивость не мешает интенсивному развитию экономики Китая и упрочению его позиции на мировой арене.

Важной особенностью современного англоязычного массмедийного дискурса в информационном пространстве КНР является некоторая противоречивость: с одной стороны, он должен соответствовать официальной политике государства, определяемой Коммунистической партией, которая в целом отличается осторожностью при укреплении контактов с западными партнерами. С другой стороны, выход на мировую арену в качестве равноправного партнера и участника экономических проектов требует сотрудничества с западными странами. Такая противоречивость, несомненно, влияет на информационное пространство КНР, что осложняет его толкование.

Вышесказанное можно проиллюстрировать медиадискурсом «срединного государства». В информационном пространстве существуют официальные СМИ как на китайском, так и на английском языках, причем как в печатном, так и в онлайн-формате. С другой стороны, существуют и альтернативные сайты, восприятие информации которых возможно только при условии владения китайским языком. Создание и функционирование англоязычного информационного пространства в Китае обусловлено необходимостью формирования позитивного имиджа государства, его политики и политических деятелей в англоязычном мире.

Полимодалный подход, известный также как интердисциплинарный, позволяющий любой феномен рассматривать в контексте методов разных научных дисциплин, например, лингвистики, политической лингвистики, социальной психологии, политологии, социологии, культурологии и пр., способствует выявлению разных характеристик. Сегодня популярность получил термин «трансдисциплинарный», суть которого, как представляется, четко выявил Виктор Михайлович Хруль: «Если сосредоточиться на сути дела — максимально возможной многоаспектности и разносторонности рассмотрения, то терминологический вопрос о том, как именно называть такие исследования — комплексными, междисциплинарными, полидисциплинарными, трансдисциплинарными, системными или еще как-то иначе — не представляется принципиально важным. С нашей точки зрения, в динамическом научном поле, осваивающем быстро меняющуюся реальность, вполне пригодны обычные термины и определения, если только они позволяют адекватно и понятно для сообщества описать проблему и объяснить ее» [Хруль 2011: 60]. Модный термин «трансдисциплинарный», по сути, является обозначением развития междисциплинарного подхода.

Следует подчеркнуть, что информационное пространство считается средой функционирования медиатекста, который понимается как поликодовое или мультикодовое образование, в котором объединены письменный (печатный) текст, произведения устного жанра, видеопрограммы, звучащие тексты и зрительный ряд.

Информационной основой нашего исследования являются следующие сайты: официальный новостной портал КНР *China Daily* и альтернативный сайт *Guancha* (观察者网), созданный при поддержке Шанхайского института стратегических исследований «Чуньцю» (Chunqiu). На альтернативном сайте *Guancha* (观察者网) представлены критические статьи на актуальные темы, отражающие внутренние политические, социальные и экономические проблемы в Китае, равно как и аналогичные проблемы в других странах.

Интернет является каналом существования медиатекстов данных сайтов, что дает возможность использовать разные коды и жанры: аналитические статьи, новости, комментарий, публицистику (*features*), рекламу, речи известных политических деятелей. Звуковые способы передачи информации комбинируются со зрительными: видеорядом, фотографиями, звуком и пр.

China Daily является официальным изданием Компартии Китая, официальный новостной портал *China Daily* представлен на трех языках: китайском, английском и французском. Газета *China Daily* выходит и как печатное издание. Англоязычная версия сайта ориентирована главным образом на внешнего потребителя: на западных бизнесменов, туристов, экспатриантов, что влияет на форму его подачи в интернете. При входе на портал открывается именно англоязычная версия; при переключении на китайский язык открывается вторая версия сайта, ориентированная на китайского читателя. Интересно отметить, что благодаря использованию разного рода иллюстраций, фотографий даже тем, кто не владеет китайским языком, можно понять, что информация китайскоязычного сайта отличается от англоязычного

На сайте *China Daily* каждая статья, как правило, подписана именем автора, но в ряде случаев не представляется возможным определить, создан ли текст одним человеком или несколькими. Текст может быть коллегиальным, т. е. его авторы — это группа журналистов, редакторы и пр. Логично предположить, что коллективное авторство означает и коллективную ответственность. Возможности контактов, обратной связи портал *China Daily* не предоставляет, в то время как альтернативный портал *Guancha* предусматривает возможность обратной связи с автором.

Тематическая доминанта англоязычного сайта заключается в создании позитивного имиджа Китая, который позиционирует себя надежным партнером западных стран. Анализ методом критической лингвистики позволяет выявить скрытую политико-идеологическую составляющую медиатекстов этого сайта: Китай — культурно развитая страна, благоприятная для туризма. Об этом нам говорит слайд-шоу из фотографий с красивыми пейзажами, статьи о путешествиях, культуре и традициях. Поддержание дружеских отношений с другими странами является одним из ключевых направлений в политике КНР: об этом свидетельствуют публикации, сопровождаемые снимками, на которых господин Си жмет руку В. В. Путину, совместные снимки с президентом Бразилии Жаиром Болсонару, премьер-министром Индии Нарендрой Модии и президентом ЮАР Сирилом Рамафосой. Следует обратить внимание: у Китая и США на фоне «взаимных санкций» сейчас непростые взаимоотношения, на сайте представлены новости на эту тему, но фотографиями они не сопровождаются, формулировки нейтральные. Так, англоязычная версия сайта от 23 августа 2019 г. включала следующую тематику новостей: *Xi urges furthering poverty relief efforts; Opposition to US tariffs reaffirmed; Chinese plant focus of American Factory; Protests disrupt city's stability and operation*. Все перечисленные темы актуальны, отражают заинтересованность правительства КНР в решении социальных проблем (например, бедности), внешней политики (взаимоотношения с другими странами), сложности взаимоотношений с Гонконгом.

Важно и то, что помимо сложных политических проблем сайт представляют и «позитивные новости», ценностная аксиологическая составляющая которых подчеркивается средствами полимодалности: звук, картинка, фото.

Так, материал *A look at China's July economic data* (данные экономики) сопровождается красивым пейзажем моста Лишуй. Невзирая на то, что портал BBC разместил информацию о том, что в КНР наблюдается самый медленный рост экономики за последние 27 лет, в статье *A look at China's July economic data* говорится о стабильности экономики.

Интересные, лишённые политической окраски яркие фотографии Китая, например *Ten photos from across China, 6 things you may not know about End of Heat*, переключают внимание читателя на достижения КНР, красо-

ту его природы, отвлекая его от негативных, животрепещущих новостей. Для зарубежного читателя позитивные новости публикуются параллельно с фоторепортажем, но негативные новости не иллюстрируются. Часть неблагоприятной информации опускается.

На китайской версии сайта публикуются также статьи о социальных проблемах: 香港市民怒斥堵地铁门废青 : 你现在吃父母, 我们不上班你吃什么? (*Жители Гонконга недовольны поведением подростка, заблокировавшего двери метро: „Ты сидишь на шее родителей, если мы не выйдем на работу, что ты будешь есть?“*). Информация негативного плана, представленная на китайскоязычном сайте, на англоязычном, как правило, отсутствует: 俄罗斯国际象棋大师无法获得签证 美国国务院这样回复 (*Русский гроссмейстер не может получить визу в США*).

Обращает на себя внимание то, что китайская версия сайта практически не использует полимодальность, представлены только вербальные тексты. Все версии сайтов обязательно включают вкладки о председателе КНР — господине Си: *Xi's moments* и *学习时代 (эпоха учиться)*. Современная КНР отличается стремлением к интенсивному развитию во всех сферах, китайская «эпоха учиться» публикует статьи о господине Си, который учит следовать политике партии и «китайской мечте».

Альтернативный источник *Guancha* (观察者网) доступен только носителям языка, не имеет аналогичной версии на английском языке, отличается полимодальностью, иллюстрации отражают реальную картину происходящего. Так, информация о событиях в Гонконге: 紧随脸书推特, YouTube 删除 210 个涉港账号 (*Вслед за facebook и twitter, YouTube заблокировали 210 аккаунтов, публикующих информацию о протестах в Гонконге*) — сопровождается реальными кадрами протестов.

Подводя итоги, следует сказать, что информационное пространство Китая отличается неоднозначностью, соотношение реальной действительности и ее медиарепрезентации во многом определяется установкой политики партии; официальные англоязычные СМИ, равно как и китайские, подают информацию, опуская во многом негатив. Альтернативные порталы подают материал без цензуры. В статье намечены основные вопросы дальнейшего исследования медийного дискурса Китая, его поликодовости, но при этом следует учитывать, что Китай отличается закрытостью от «стороннего наблюдателя».

ЛИТЕРАТУРА

1. Хруль В. М. Сознание аудитории СМИ как предмет междисциплинарного исследования: возрождение «грушинского проекта» // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2011. С. 59—68.
2. De Mente B. L. NTC's Dictionary of China's Culturally Coded Words: the Complete Guide to Key Words that Express How the Chinese Think, Communicate, and Behave. — Illinois, Lincolnwood : NTC Publishing Co., 1995.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

Авдеева Галина Анатольевна, канд. филол. наук, доц., доц. каф. филологического образования и массовых коммуникаций, Нижнетагильский гос. социально-педагогический ин-та — филиал Рос. гос. профессионально-педагогического ун-та; 622031, Россия, г. Нижний Тагил, ул. Красногвардейская, 57/1, к. 220; e-mail: g_avdeeva_64@mail.ru.

Аверьянова Надежда Александровна, главный специалист, Министерство внутренней политики и массовых коммуникаций Калужской области; аспирант (русский язык), Калужский гос. ун-т им. К. Э. Циолковского; 248023, Россия, г. Калуга, ул. Степана Разина, 26; e-mail: ankira@mail.ru.

Агрба Лана Алексеевна, канд. филол. наук, доц. каф. английского и немецкого языков, Абхазский гос. ун-т; 384900, Республика Абхазия, г. Сухум, ул. Университетская, 1; e-mail: lagrba@mail.ru.

Адясова Оксана Александровна, главный редактор издательского отдела, Уральский гос. пед. ун-т; 620017, Россия, г. Екатеринбург, пр-т Космонавтов, 26, каб. 106; e-mail: lokotkova.oksana@gmail.com.

Антропова Вера Владимировна, канд. филол. наук, доц., доц. каф. журналистики и массовых коммуникаций, факультет журналистики, Челябинский гос. ун-т; 454001, Россия, г. Челябинск, ул. Братьев Кашириных, 129; e-mail: vvf-82@mail.ru.

Асмус Нина Геннадьевна, канд. филол. наук, доц. каф. теории и практики английского языка, Челябинский гос. ун-т; 454001, Россия, г. Челябинск, ул. Братьев Кашириных, 129, к. 336; e-mail: nasmus@74.ru.

Бабикова Марина Рашитовна, аналитик 1 категории Центра культурно-образовательных проектов, Управление научно-образовательной и проектной деятельности, Уральский гос. пед. ун-т; 620017, Россия, г. Екатеринбург, пр-т Космонавтов, 26; e-mail: marina-anvarova@yandex.ru.

Баранова Анна Александровна, канд. филол. наук, Екатеринбург, Россия; e-mail: Annie.baranova@mail.ru.

Баташева Анна Александровна, аспирант, Московский гос. ун-т им. М. В. Ломоносова; 119991, Россия, Москва, ГСП-1, Ленинские горы, д. 1, стр. 51; e-mail: Anna-pressa@mail.

Бачурская Валерия Владимировна, старший преподаватель каф. романо-германских языков и межкультурной коммуникации, Челябинский гос. ун-т; 454001, Россия, г. Челябинск, ул. Братьев Кашириных, 129; e-mail: nuagette@mail.ru.

Бекоева Ирина Давидовна, и. о. доц. каф. английского языка, Юго-Осетинский гос. ун-т им. А. А. Тибилова; 100001, Республика Южная Осетия, г. Цхинвал, Московская, 8; e-mail: irina.beckoeva@yandex.ru.

Будаев Эдуард Владимирович, д-р филол. наук, доц., Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б. Н. Ельцина; Российский государственный профессионально-педагогический университет; 620002, Россия, Екатеринбург, ул. Мира, 19; e-mail: aedw@mail.ru.

Бушев Александр Борисович, д-р филол. наук, проф. каф. журналистики, рекламы и связей с общественностью, Тверской гос. ун-т; 170100, Россия, Тверь, ул. Желябова, 33; e-mail: alex.bouchev@list.ru.

Варясова Елизавета Владимировна, канд. филол. наук, Сургутский гос. ун-т; 628400, Россия, г. Сургут, пр-т Ленина, д. 1; e-mail: justina2302@mail.ru.

Василенко Анастасия Геннадьевна, канд. филол. наук, доц. каф. теории языка и межкультурной коммуникации, Новосиб. гос. пед. ун-т; 630126, Россия, г. Новосибирск, ул. Виллойская, 28; e-mail: devyatkina.anastasiya@yandex.ru.

Ворошилова Мария Борисовна, канд. филол. наук, доц., Российская акад. народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ (РАНХиГС); 620144, Россия, г. Екатеринбург, ул. 8 Марта, 66; e-mail: shinkari@mail.ru.

Грамма Дарья Викторовна, канд. филол. наук, доц., Сургутский гос. ун-т; 628400, Россия, г. Сургут, пр-т Ленина, д. 1; e-mail: cattaro@yandex.ru.

Гришенкова Татьяна Федоровна, канд. филол. наук, Сургутский гос. ун-т; 628400, Россия, г. Сургут, пр-т Ленина, д. 1; e-mail: g.t.f.1991@yandex.ru.

Громова Н. С., Уральский гос. экономический ун-т; 620144, г. Екатеринбург, ул. 8 Марта/Народной Воли, д. 62/45.

Грошева Алла Владимировна, преподаватель каф. журналистики и массовых коммуникаций, факультет журналистики, Челябинский гос. ун-т; 454001, Россия, Челябинск, ул. Братьев Кашириных, 129.

Грошева Анастасия Валерьевна, студентка 4 курса, Нижнетагильский гос. соц.-пед. ин-т — (филиал) Рос. гос. проф.-пед. ун-та; 622031, Россия, Нижний Тагил, ул. Красногвардейская, 57; e-mail: grosheva.nastyusha@mail.ru.

Денисов Юрий Петрович, канд. полит. наук, доц. каф. административного и финансового права, Сибирский юридический университет; 644099, г. Омск, ул. Короленко, 12; e-mail: yurden1984@yandex.ru.

Джиоева Варвилина Павловна, ст. преп. каф. английского языка, Юго-Осетинский гос. ун-т; 100001, Республика Южная Осетия, г. Цхинвал, Московская, 8; e-mail: jio.varvilina@mail.ru.

Дмитрова Анна Владимировна, аспирант, Сургутский гос. пед. ун-т; преп. каф. иностранных языков, Сургутский гос. ун-т; 628412, Россия, г. Сургут, пр-т Ленина, д. 1; e-mail: anna.dmittie@gmail.com.

Дрига Светлана Сергеевна, канд. филол. наук, доц., доц. каф. лингвистического образования и межкультурной коммуникации, Сургутский гос. пед. ун-т; 628400, Россия, г. Сургут, ул. 50 лет ВЛКСМ, 10/2; e-mail: svetlana_driga@mail.ru.

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

Енина Лидия Владимировна, канд. филол. наук, доц., доц. каф. русского языка и стилистики, Уральский федеральный ун-т им. первого президента России Б. Н. Ельцина; 620002, Россия, Екатеринбург, ул. Мира, 19; e-mail: enina.lidia@gmail.com.

Заварзина Галина Анатольевна, д-р филол. наук, доц., зав. каф. русского языка, современной русской и зарубежной литературы, Воронежский гос. пед. ун-т; 394043, Россия, г. Воронеж, ул. Ленина, 86; e-mail: Zga1311@mail.ru.

Зарипов Руслан Прикович, канд. филол. наук, начальник группы Центра (лингвистического МО РФ) Военного университета; 123001, Россия, Москва, ул. Б. Садовая, 14; e-mail: lieutenant-en-chef@ya.ru.

Иванова Евгения Николаевна, канд. филол. наук, доц., доц. каф. общего языкознания и русского языка, Урал. гос. пед. ун-т; 620017, Россия, г. Екатеринбург, пр-т Космонавтов, 26; e-mail: z3411828@yandex.ru.

Игнатова Юлия Сергеевна, магистрант, Кемеровский гос. ун-т; 650000, Россия, г. Кемерово, ул. Красная, 6; e-mail: ign976@mail.ru.

Карнюшина Вера Вениаминовна, канд. филол. наук, доц., Сургутский гос. пед. ун-т; 628417, Россия, г. Сургут, ул. 50 лет ВЛКСМ, д. 10/2; e-mail: vkarnyushina@gmail.com.

Качмазова Алина Ушанговна, канд. филол. наук, Администрация Президента Республики Южная Осетия; 100001, Юго-Осетинская Республика, Цхинвал, ул. Сталина, 18; e-mail: kachmazova.alina@yandex.ru.

Киуру Константин Валерьевич, д-р филол. наук, проф., проф. каф. журналистики и массовых коммуникаций, факультет журналистики, Челябинский гос. ун-т; 454001, Россия, Челябинск, ул. Братьев Кашириных, 129; e-mail: kkiuru@mail.ru.

Козлов Алексей Евгеньевич, канд. филол. наук, ст. преп. каф. русской и зарубежной литературы, теории литературы и методики обучения литературе, эксперт межрегионального центра экспертиз, Новосибирский гос. пед. ун-т; 630126, Россия, г. Новосибирск, ул. Вилюйская, 28, корп. 3, к. 326; e-mail: alexeykozlov54@gmail.com.

Кокорина Ксения Александровна, адъюнкт Военного университета Министерства обороны Российской Федерации, г. Москва; 123001, Россия, Москва, ул. Б. Садовая, 14; e-mail: kokor23@rambler.ru.

Кондратьева Ольга Николаевна, проф. каф. русского языка и литературы Института филологии, иностранных языков и медиакоммуникаций, Кемеровский гос. ун-т; 650000, Россия, г. Кемерово, ул. Красная, 6; e-mail: Olnik25@mail.ru.

Копачева Александра Романовна, канд. филол. наук, доц., доц. каф. романо-германских языков и межкультурной коммуникации, Челябинский гос. ун-т; 454001, Россия, г. Челябинск, ул. Братьев Кашириных, 129; e-mail: koral2020@rambler.ru.

Коптяева Наталья Николаевна, ст. преп. каф. иностранных языков, младший научный сотрудник Института философии и права Уральского отделения Рос. акад. наук; 620990, Россия, г. Екатеринбург, С. Ковалевской, 16; e-mail: nkoptyaeva@inbox.ru.

Кожкарлова Наталья Николаевна, д-р филол. наук, доц., проф. каф. международных отношений, политологии и регионоведения, Южно-Уральский гос. ун-т; 454080, Россия, Челябинск, пр-т Ленина, 76; e-mail: studiunjuvenis@mail.ru.

Крижановская Елена Мечиславовна, канд. филол. наук, доц., доц. каф. журналистики и массовых коммуникаций, Пермский гос. национальный исследовательский ун-т; 614990, Россия, Пермь, ул. Букирева, 15; e-mail: krizh@psu.ru.

Литвишко Ольга Михайловна, канд. полит. наук, доц. каф. английского языка и профессиональной коммуникации, Пятигорский гос. ун-т; 357532, Россия, г. Пятигорск, пр-т Калинина, 9; e-mail: olitvishko@yandex.ru.

Максакова Екатерина Евгеньевна, редактор, АО «Научный центр ВостНИИ»; 650002, Россия, г. Кемерово, ул. Институтская, 3; e-mail: e-maksakova@yandex.ru.

Малышева Елена Григорьевна, д-р филол. наук, доц., зав. каф. журналистики и медиалингвистики, факультет филологии и медиакоммуникаций, Омский гос. ун-т им. Ф. М. Достоевского; 644077, Россия, г. Омск, пр-т Мира, д. 55-а; e-mail: malysheva_eg@mail.ru.

Маркова Мария Александровна, аспирант 3 курса, Тихоокеанский гос. ун-т; 680035, Россия, г. Хабаровск, ул. Тихоокеанская, 136; e-mail: yuzefovich_2005@mail.ru.

Марченко Ксения Андреевна, аспирант кафедры «Лингвистика и перевод», Южно-Уральский гос. ун-т; 454080, Россия, Челябинск, пр-т Ленина, 76; e-mail: naumova.ksenia94@mail.ru.

Мелихова Ирина Николаевна, ст. преп. каф. иностранных языков, Южно-Уральский гос. ун-т (национальный исследовательский университет); 454080, Россия, Челябинск, пр-т Ленина, 76; e-mail: melihova-in@mail.ru.

Михневич Ольга Игоревна, преподаватель, Уральский федеральный ун-т; 620002, Россия, Екатеринбург, ул. Мира, 19; e-mail: Mikhnevich-olga@rambler.ru.

Муравлева Валерия Романовна, адъюнкт Военного университета Министерства обороны Российской Федерации; 125047, Россия, г. Москва, ул. Б. Садовая, 14; e-mail: VR.Muravleva@mail.ru.

Мухортов Денис Сергеевич, канд. филол. наук, доц. каф. английского языкознания филологического факультета, Московский гос. ун-т им. М. В. Ломоносова; 119991, Россия, г. Москва, Ленинские горы, ГСП-1, МГУ, 1-й ГУМ, к. 1045; e-mail: dennismoukhortov@mail.ru.

Огорелков Игорь Витальевич, начальник отдела лингвистических экспертиз и исследований гос. бюджетного учреждения г. Москвы «Московский исследовательский центр»; 105120, Россия, Москва, ул. Нижняя Сыромятническая, д. 5, стр. 3; e-mail: ogorelkov.69@mail.ru.

Пашкова Александра Дмитриевна, аспирант, Уральский гос. пед. ун-т; 620017, Россия, г. Екатеринбург, пр-т Космонавтов, 26, оф. 379; e-mail: Sasha-transaero@mail.ru.

Петрова Анна Алексеевна, студент, Новосибирский гос. ун-т; 630090, Россия, г. Новосибирск, ул. Пирогова, д. 1; e-mail: ann.petrova42@gmail.com.

Пирожкова Ирина Сергеевна, канд. филол. наук, доц. каф. делового иностранного языка, Уральский гос. экономический ун-т; 620144, Россия, г. Екатеринбург, ул. 8 Марта/Народной Воли, 62/45; e-mail: irene22@live.ru.

Полубоярова Марина Владимировна, канд. филол. наук, доц., зав. каф. переводоведения и практики перевода английского языка, Московский гос. лингвист. ун-т; e-mail: marina.1958@rambler.ru.

Попова Татьяна Георгиевна, д-р филол. наук, проф., Военный ун-т Министерства обороны Российской Федерации, г. Москва; 123001, Россия, Москва, ул. Б. Садовая, 14; e-mail: tatyana_27@mail.ru.

Пугачева Елена Вячеславовна, преподаватель, филиал ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет» в г. Геленджике; 353460, Краснодарский край, г. Геленджик, ул. Луначарского, д. 126; e-mail: elerugacheva@yandex.ru.

Решетова Анастасия Сергеевна, Челябинский государственный университет, г. Челябинск, Россия, geshetova.99@mail.ru.

Рогалева Ольга Сергеевна, канд. филол. наук, доц., доц. каф. журналистики и медиалингвистики, факультет филологии и медиакоммуникаций, Омский гос. ун-т им. Ф. М. Достоевского; 644077, Россия, г. Омск, пр-т Мира, д. 55-а; e-mail: olga_rogaleva78@mail.ru.

Садуов Руслан Талгатович, канд. филол. наук, доц., каф. английского языка и межкультурной коммуникации, Башкирский гос. ун-т; 450076, Россия, г. Уфа, ул. Заки Валиди, д. 32; e-mail: Ruslan.Saduov@gmail.com.

Саженин Игорь Игоревич, канд. филол. наук, доц. каф. современного русского языка и методики его преподавания, Новосибирский гос. пед. ун-т; 630126, Россия, г. Новосибирск, ул. Вилюйская, 28; e-mail: sajana84@mail.ru.

Салахова Аделина Гюль-Балаевна, канд. филол. наук, доц., доц. каф. романо-германских языков и межкультурной коммуникации, Челябинский гос. ун-т; 454001, Россия, Челябинск, ул. Братьев Кашириных, 129; e-mail: Adelina-salakhova@yandex.ru.

Саушева Елена Владимировна, канд. филол. наук, доц., доц. каф. английского языка Военного ун-та Министерства обороны РФ; 123001, Россия, Москва, ул. Б. Садовая, 14; e-mail: asaush@mail.ru.

Степанов Сергей Анатольевич, канд. филол. наук, проф., зав. каф. английского языка, Военный университет МО РФ; 123001, Россия, Москва, ул. Б. Садовая, 14; e-mail: october51@yandex.ru.

Стрелец Илья Эрнстович, канд. полит. наук, доц. каф. английского языкознания филологического факультета МГУ им. М. В. Ломоносов; 119991, Россия, Москва, ГСП-1, Ленинские горы, д. 1, стр. 51; e-mail: sagiti@mail.ru.

Тамерьян Татьяна Юльевна, д-р филол. наук, проф., проф. каф. иностранных языков для неязыковых специальностей факультета иностранных языков, Северо-Осетинский гос. ун-т им. К. Л. Хетагурова — СОГУ; 362025, Россия, г. Владикавказ, ул. Вагугина, 44—46; e-mail: tamertu@mail.ru.

Томберг Ольга Витальевна, канд. филол. наук, доц., доц. каф. лингвистики и профессиональной коммуникации на иностранных языках, Уральский федеральный университет; 620002, Россия, Екатеринбург, ул. Мира, 19; e-mail: olgatomberg@yandex.ru.

Фаткулин Булат Гилимдарович, канд. филол. наук, доц., Военный учебно-научный центр Военно-воздушных сил «Военно-воздушная академия имени профессора Н. Е. Жуковского и Ю. А. Гагарина» Министерства обороны Российской Федерации; 394064, г. Воронеж, ул. Старых Большевиков, 54 «А»; e-mail: bfatkuin@gmail.com.

Федоров Василий Викторович, канд. филол. наук, доц., каф. журналистики и массовых коммуникаций, факультет журналистики, Челябинский гос. ун-т; 454001, Россия, г. Челябинск, ул. Братьев Кашириных, 129; e-mail: vvf-82@mail.ru.

Халугорных Елена Александровна, журналист, ОАО «Областное телевидение» (Екатеринбург); 620075, Россия, г. Екатеринбург, ул. Карла Либкнехта, д. 22; e-mail: kh.helena-al@yandex.ru.

Ходасевич Елена Михайловна, аспирант института филологии, иностранных языков и медиакоммуникаций, Кемеровский государственный университет; 650000, Россия, г. Кемерово, ул. Красная, 6; e-mail: elena.uslanowa@yandex.ru.

Хоменко Анна Юрьевна, старший преподаватель департамента прикладной лингвистики и иностранных языков гуманитарного факультета, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», г. Нижний Новгород; эксперт-авторовед, Центр экспертиз и исследований «ЕСИН», г. Н. Новгород; 603155, Россия, г. Нижний Новгород, Большая Печёрская ул., 25/12; e-mail: akhomenko@hse.ru.

Хренова Анна Викторовна, ст. преподаватель каф. социально-гуманитарных дисциплин, институт фундаментального образования, Сибирский гос. индустриальный ун-т; 654007, Россия, г. Новокузнецк, ул. Кирова, 42; e-mail: nvkz-anna@yandex.ru.

Чанышева Зулфира Закиевна, д-р филол. наук, проф., Башкирский гос. ун-т; 450076, Россия, г. Уфа, ул. Заки Валиди, д. 32; e-mail: chanyшевazz@yandex.ru.

Чернова Жанна Валерьевна, руководитель группы корпоративной политики и работы со СМИ, ОАО «СКЭК»; 650000, г. Кемерово, ул. Кузбасская, 6; e-mail: janna.tchernova@gmail.com.

Черноусова Юлиана Анатольевна, канд. филол. наук, доц. каф. профессионально-ориентированного английского языка, Пятигорский государственный университет; 357532, Россия, г. Пятигорск, пр-т Калинина, 9; e-mail: ellemoi@rambler.ru.

Шефер Оксана Владимировна, канд. филол. наук, доц., каф. романо-германских языков и межкультурной коммуникации, факультет лингвистики и перевода, Челябинский гос. ун-т; 454001, Россия, г. Челябинск, ул. Братьев Кашириных, 129; e-mail: oxana_csu@mail.ru.

Шехтман Наталия Георгиевна, канд. филол. наук, доц., доц. каф. английского языка, Уральский гос. пед. ун-т; 620017, г. Екатеринбург, пр-т Космонавтов, 26, к. 459; e-mail: natalia.sh2@gmail.com.

Юзэфович Наталья Григорьевна, д-р филол. наук, проф., доц. каф. иностранных языков, Военный институт железнодорожных войск и военных сообщений; 191011, Россия, Санкт-Петербург, набережная реки Фонтанки, 15; e-mail: yuzefovich_2005@mail.ru.

ABOUT THE AUTHORS

Avdeeva Galina Anatolyevna, Candidate of Philology, associate professor, Associate Professor of the Philological education and mass communications department, Nizhny Tagil State Social Teacher-training Institute, branch of the Russian State Professional Pedagogical University, Nizhny Tagil, Russia.

Aver'yanova Nadezhda Aleksandrovna, the main specialist, Ministry of Internal Policy and Mass Media of Kaluga district; Post-Graduate Student (Russian language), Kaluga State University named after K. E. Tsyolkovskiy, Kaluga, Russia.

Agriba Lana, Assoc. Prof., PhD, Abkhazian State University, Sukhum, Abkhazia.

Adyasova Oksana Aleksandrovna, Editor-in-Chief, Ural State Pedagogical University, Ekaterinburg, Russia.

Antropova Vera Vladimirovna, Candidate of Philology, Associate Professor, Associate Professor of Department of Journalism and Mass Media Communication, Faculty of Journalism, Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, Russia.

Asmus Nina Gennad'yevna, Candidate of Philology, Associate Professor of the Chair of Theory and Practice of English language, Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, Russia.

Babikova Marina Rashitovna, Analyst at Center of cultural and educational projects, Office of scientific educational and project activities, Ural State Pedagogical University, Ekaterinburg, Russia.

Baranova Anna Aleksandrovna, candidate of philology, Yekaterinburg, Russia.

Batasheva Anna Aleksandrovna, Post-Graduate Student, Moscow State University named after M. V. Lomonosov, Nizhniy Novgorod, Russia.

Bachurskaya Valeria Vladimirovna, senior lecturer of the Department of Roman and Germanic Languages and Intercultural Communication, Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, Russia.

Bekoeva Irina Davidovna, associate professor, South Ossetia State University, Tskhinval, Republic South Ossetia.

Budaev Eduard Vladimirovich, Doctor of Philology, Associate Professor, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin; Russian State Vocational Pedagogical University; Yekaterinburg, Russia.

Bouchev Alexandre Borisovich, Doctor of Philology, Professor of the Chair of Journalism, Advertising and Public Relations, Tver State University, Tver, Russia.

Variyasova Elizaveta Vladimirovna, Candidate of Philology, Surgut State University, Surgut, Russia.

Vasilenko Anastasia Gennad'evna, Candidate of Philology, Associate Professor of the Chair of Theory of Language and Intercultural Communication, Novosibirsk State Pedagogical University, Novosibirsk, Russia.

Voroshilova Maria Borisovna, Candidate of Philology, Associate Professor, the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Ekaterinburg, Russia.

Gramma Daria Victorovna, Candidate of Philology, Surgut State University, Surgut, Russia.

Grishenkova Tatyana Fedorovna, Candidate of Philology, Surgut State University, Surgut, Russia.

Gromova N. S., Ural State University of Economics, Ekaterinburg, Russia.

Grosheva Alla Vladimirovna, teacher of Department of Journalism and Mass Communications, Department of Journalism, Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, Russia.

Grosheva Anastasiya Valer'evna, 4st year Student, Nizhny Tagil State Social and Pedagogical Institute (branch) of Russian State Vocational Pedagogical University, Nizhny Tagil, Russia.

Denisov Yury Petrovich, candidate of political sciences, associate professor of the Department of Administrative and financial law, Siberian Law University, Omsk, Russia.

Dzhioeva Varvilina Pavlovna, Senior lecturer of the English Chair, South Ossetia State University, Tskhinval, Republic South Ossetia.

Dmitrova Anna, Post-graduate student, Surgut State Pedagogical University; Lecturer, Surgut State University, Surgut, Russia.

Driga Svetlana Sergeevna, Candidate of Philology, Associate Professor, Associate Professor of the Chair of Linguistic Education and Intercultural Communication, Surgut State Pedagogical University, Surgut, Russia.

Dulesov Evgeniy Pavlovich, Assistant Lecturer, Department of Russian Language, Theoretical and Applied Linguistics, Udmurt State University, Izhevsk, Russia.

Enina Lidia Vladimirovna, Candidate of Philological Sciences, Associate Professor, Associate Professor, Department of Russian Language and Stylistics, Ural Federal University named after First President of Russia B.N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia.

Zavarzina Galina Anatol'yevna, Doctor of Philology, Associate Professor, Head of the Chair of Russian Language, Modern Russian and Foreign Literature, Voronezh State Pedagogical University, Voronezh, Russia.

Zaripov Ruslan Irikovich, Candidate of Philology, Military University of the Ministry of Defense of the Russian Federation, Moscow, Russia.

Ivanova Evgenia Nikolaevna, Candidate of Philology, Associate Professor, Associate Professor, of the Chair of General Linguistics and Russian Language, Ural State Pedagogical University, Ekaterinburg, Russia.

Ignatova Julia Sergeevna, Master's Degree Student, Kemerovo State University, Kemerovo, Russia.

Karnyushina Vera Veniaminovna, PhD in linguistics, associate professor, Department of Linguistics, Education and Cross-Cultural Communication, Surgut State Pedagogical University, Surgut, Russia.

Kachmazova Alina Ushangovna, Candidate of Philological Sciences, Administration of the President of the Republic of South Ossetia, Tskhinval, South Ossetian Republic.

Kiuru Konstantin Valerevich, Doctor of Philology, Professor, Professor of Department of Journalism and Mass Communications, Department of Journalism, Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, Russia.

Kozlov Alexey Eugen'evich, candidate degree of philology, senior lecturer of Russian and Foreign literature, theory of literature and methodic of literature-studying Department, Institute of Philology, Mass-Information and Psychology, Novosibirsk State Pedagogical University, Novosibirsk, Russia.

Kokorina Ksenia Aleksandrovna, Post-Graduate, Military University of the Ministry of Defense of the Russian Federation, Moscow, Russia.

Kondrat'yeva Olga Nikolaevna, Professor of the Department of Russian Language and Literature, Institution of Philology, Foreign Languages and Mediacommunication, Kemerovo State University, Kemerovo, Russia.

Kopacheva Aleksandra Romanovna, Associate Professor, Associate Professor of the Chair of Romanic and Germanic Languages and Intercultural Communication, Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, Russia.

Koptyaeva Natal'ya Nikolaevna, Senior Lecturer, Department of Foreign Languages, Junior Research Worker, Institution of Philosophy and Law of the Ural Branch of Russian Academy of Sciences, Ekaterinburg, Russia.

Koshkarova Natalya Nikolayevna, Doctor of Philology, South-Ural State University, Chelyabinsk, Russia.

Krizhanovskaya Elena Mechislavovna, Associate Professor of Journalism And Mass Communications Department, Perm State National Research University.

Litvishko Olga Mikhailovna, Candidate of Political Science, Associate Professor of the Department of English Language and Professional Communication, Pyatigorsk State University, Pyatigorsk, Russia.

Maksakova Ekaterina Evgenevna, Editor, Kemerovo, Russia.

Malysheva Elena Grigorievna, doctor of philology, associate professor, head of the chair of department of journalism and medialogic, faculty of philology and mediacommunication, Omsk State University Dostoyevsky's name, Omsk, Russia.

Markova Maria Aleksandrovna, 3rd year Post-Graduate Student, Pacific State University, Khabarovsk, Russia.

Marchenko Ksenia Andreevna, Post-Graduate Student, Department "Linguistics and Translation", South Ural State University, Chelyabinsk, Russia.

Melikhova Irina Nikolaevna, Senior lecturer of the Department of Foreign Languages, South Ural State University (national research university), Chelyabinsk, Russia.

Mikhnevich Olga Igorevna, Lecturer, Ural Federal University, Ekaterinburg, Russia.

Muravleva Valeria Romanovna, Post-Graduate Student, Military University of the Ministry of Defense of the Russian Federation, Moscow, Russia.

Mukhortov Denis Sergeevich, Candidate of Philology, Associate Professor, the Chair of English Linguistics, Philology Department, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia.

Ogorelkov Igor Vital'yevich, Chief of Department of Linguistic Examination and Researches, Moscow Research Centre, Moscow, Russia.

Pashkova Alexandra Dmitrievna, Postgraduate, Ural State Pedagogical University, Yekaterinburg, Russia.

Petrova Anna Alekseevna, Student, Novosibirsk State University, Novosibirsk, Russia.

Pirozhkova Irina Sergeevna, Candidate of Philology, Associate Professor, Department of Business Foreign Language, Ural State University of Economics, Ekaterinburg, Russia.

Poluboyarova Marina Vladimirovna, Candidate of Philology, Associate Professor, the Head of the Department Translation Studies and Practice in Translation of English Language, Moscow State Linguist University, Moscow, Russia.

Popova Tat'yana Georgievna, Doctor of Philology, Professor, Military University of the Ministry of Defense of the Russian Federation, Moscow, Russia.

Pugacheva Elena Vyacheslavovna, Teacher, The Branch of the Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education "Kuban State University" in Gelendzhik, Russia.

Reshetova Anastasia Sergeevna, Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, Russia.

Rogaleva Olga Sergeevna, candidate of philological sciences, associate professor; assistant professor of journalism and medialogistics, faculty of philology and mediacommunication, Omsk State University Dostoyevsky's name, Omsk, Russia.

Saduov Ruslan Talgatovich, Candidate of Philology, Associate Professor, Department of English Language and Intercultural Communication, Bashkir State University, Ufa, Russia.

Sazhenin Igor Igorevich, Candidate of Philological Science, Associate Professor of the Department of Modern Russian language and its teaching methodology of the Novosibirsk State Pedagogical University, Novosibirsk, Russia.

Salakhova Adelina Gyul-Balayevna, Candidate of Philology, Associate Professor, Department of Romance and Germanic Languages and Intercultural Communication, Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, Russia.

Sausheva Elena Vladimirovna, Candidate of Philology, associate professor, Associate Professor of the Department of English Language, Military University of the Ministry of Defense of the Russian Federation, Moscow, Russia.

Stepanov Sergey Anatol'yevich, Candidate of Philology, Professor, the Head of the Department of English Language, Military University of the Ministry of Defense of the Russian Federation, Moscow, Russia.

Strelets Ilya Ernestovich, PhD, Associate Professor, Department of English Linguistics, Faculty of Philology, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia.

Tameryan Tatiana Yulievna, Doctor of Philology, Professor of Department of Foreign Languages for Non-Linguistic Specialties, Faculty of Foreign Languages, North-Ossetia State University, Vladikavkaz, Russia.

Tomberg Olga Vitalyevna, PhD in Philology, Ural Federal University, Ekaterinburg, Russia.

Fatkulin Bulat Gilimdarovich, Candidate of Philology, Associated Professor, Federal State Military Educational Institution of Higher Professional Education Military Training and Scientific Center of the Air Force «Air Force Academy named after Professor N.E. Zhukovsky and Yu.A. Gagarin» of the Ministry of Defense of the Russian Federation, Voronezh, Russia.

Fedorov Vasily Viktorovich, Candidate of Philology, Associate Professor, of Department of Journalism and Mass Media Communication, Faculty of Journalism, Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, Russia.

Khalutornykh Elena Aleksandrovna, Reporter, "Oblastnoe TV", Ekaterinburg, Russia.

Khodasevich Elena Mikhailovna, Post Graduate Student, Institute of Philology, Foreign Languages and Media Communications, Kemerovo State University; Kemerovo, Russia.

Khomenko Anna Yuryevna, Senior Lecturer, Department of Applied Linguistics and Foreign Languages, Faculty of Humanities, National Research University Higher School of Economics, Nizhny Novgorod; forensic expert in text attribution, Center for Expertise and Research "ESIN", Nizhny Novgorod, Russia.

Khrenova Anna Viktorovna, Senior Lecturer, Department of Social and Humanitarian Disciplines, Siberian State Industrial University, Novokuznetsk, Russia.

Chanysheve Zulfira Zakievna, Doctor of Philology, Professor, Bashkir State University, Ufa, Russia.

Chernova Zhanna Valer'yevna, Team manager of group for corporative policy and работы public relations, "SKEK", Kemerovo, Russia.

Chernousova Juliana Anatol'yevna, Candidate of Philology, Associate Professor of the Department of Professionally Directed English Language, Pyatigorsk State University, Pyatigorsk, Russia.

Shefer Oxana Vladimirovna, Candidate of Philological Sciences, Associate Professor, Department of Romano-Germanic Languages and Intercultural Communication, Faculty of Linguistics and Translation, Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, Russia.

Shekhtman Natalia Georgievna, Candidate of Philology, Associate Professor of the Chair of the English Language, Ural State Pedagogical University, Ekaterinburg, Russia.

Yuzefovich Natalia Grigorievna, Doctor of Philology, Professor, Associate Professor of the Department of foreign languages, Military Institution of Railway Army and Military Means of Communication, Saint Petersburg, Russia.

Научное издание

Лингвополитическая персонология: дискурсивный поворот

Материалы Международной научной конференции
по политической коммуникации

29—30 ноября 2019 г.

Подготовлено к публикации 25.11.2019. Формат 60x84 1/8.
Гарнитура «Times New Roman». Уч.-изд. л. 27,7. Усл. печ. л. 30,6.

Уральский государственный педагогический университет.
620017 Екатеринбург, пр-т Космонавтов, 26.
E-mail: uspu@uspu.me