

УДК 811.161.1

DOI: 10.26140/bgз3-2019-0801-0006

ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ ВОЕННОЙ ЛЕКСИКИ В ЯЗЫКЕ СМИ

© 2019

Дурду Бидеркесен, аспирант Института филологии и межкультурной коммуникации имени Льва Толстого
Агеева Юлия Викторовна, доктор филологических наук, доцент кафедры
«Русский язык как иностранный» Института филологии
и межкультурной коммуникации
Казанский (Приволжский) федеральный университет
(420008, Россия, Казань, улица Кремлевская, 18, e-mail: Juliya.Ageeva@ksu.ru)

Аннотация. В статье рассмотрена военная лексика современного русского языка и особенности её функционирования в языке современных СМИ. Отмечается наличие проблем в исследовании данной лексики и её лексикографической фиксации. Выявлено, что военная лексика используется в публикациях на военные темы и в текстах гражданского плана. В первом случае употребление военной лексики обусловлено тематически, она служит точной передаче информации о военных действиях, военных конфликтах и учениях. При этом используется лексика различных тематических групп: наименования воинских званий, названия оружия и средств защиты, наименования воинских подразделений, воинских званий, форменной одежды и обуви военных и т. д. В основном на страницах СМИ встречаются военные термины; жаргонизмы (профессионализмы) отмечаются реже, что связано с их разговорным характером, принадлежностью к пласту слов, используемых в неформальном общении. В публикациях на гражданские темы наблюдается военная метафора – использование военной лексики в переносном смысле. Метафоризация происходит, если у журналиста появляется необходимость в изображении агрессивных действий людей или групп. Посредством военной лексики журналист транслирует в текст СМИ свою уверенность и оказывает психологическое воздействие на адресата.

Ключевые слова: военная лексика, термины, военные термины, военный жаргон, профессионализмы, СМИ.

FUNCTIONING OF MILITARY LEXIS IN THE LANGUAGE OF THE MEDIA

© 2019

Durdu Biderkesen, post-graduate student of Leo Tolstoy Institute of Philology
and Intercultural Communication
Ageeva Julia Viktorovna, doctor of Philology, associate professor of the department
«Russian as a foreign language» of the Institute of Philology
and Intercultural Communication
Kazan Federal University
(420008, Russia, Kazan, Kremliovskaya street, 18, e-mail: Juliya.Ageeva@ksu.ru)

Abstract. The article deals with military vocabulary of the modern Russian language and features of its functioning in the language of modern media. There are problems in the study of this vocabulary and its lexicographical fixation. Military vocabulary is used in publications on military topics and in texts of the civil plan. In the first case, the use of military vocabulary is subject to thematically, it serves as an accurate transmission of information about military actions, military conflicts and exercises. At the same time, the lexicon of various thematic groups is used: names of military ranks, names of weapons and means of defense, names of military units, etc. Mainly on the pages of the media there are military terms; jargons (professionalism) are noted less often, which is due to their conversational nature. In publications on civilian subjects there is a military metaphor – the use of military vocabulary in a figurative sense. Metaphorization occurs if a journalist needs to depict the aggressive actions of people or groups. By means of military vocabulary, a journalist transmits his confidence in the media text and has a psychological effect on the addressee.

Keywords: military vocabulary, terms, military terms, military jargon, professionalism, media.

Постановка проблемы в общем виде и ее связь с важными научными и практическими задачами. Военная лексика играет всё более значимую роль в языке, что связано с её социальной значимостью: развивается военное дело, не прекращаются разнообразные военные конфликты. Чем больше людей вовлечено в военные действия и деятельность в военной сфере, чем чаще используются специальные слова, обслуживающие их коммуникацию, тем актуальнее становится военная лексика, тем большее внимание исследователей она привлекает. Популярность военного слова, проникновение его в различные сферы употребления современного русского языка – один из знаков времени, указывающий на милитаристический характер политики практически всех современных мировых держав.

Анализ последних исследований и публикаций, в которых рассматривались аспекты этой проблемы и на которых обосновывается автор; выделение неразрешенных ранее частей общей проблемы. В современном языкознании военная лексика изучается в различных аспектах, с различных точек зрения, связанных с основными тенденциями развития лингвистики. Т.В. Демидович анализирует её в семантико-стилистическом и лингвокультурологическом ключе [1], О.А. Якубов – в социокультурном аспекте [2],

М.Н. Крылова проводит семиотический анализ [3]. В исследовании военной лексики применяется полевой метод, согласно которому анализируются её тематические и лексико-семантические группировки [4]. Военная лексика рассматривается с точки зрения её формирования, в диахроническом аспекте [5]. В когнитивном ключе анализируется концепт «Война» и лексические способы его репрезентации в языке [6]. Выделяется даже особый военный подязык в системе литературного языка [7]. Исследования военной лексики всё чаще приобретают междисциплинарный характер (лингвокультурологический, социолингвистический, семиотический и т. п.), что связано с современной тенденцией к объединению наук, к поиску новых способов понять и оценить языковые явления.

В военной лексике можно увидеть два больших пласта: военную терминологию (специальную лексику) и профессионализмы (профессиональный жаргон военных). Военная терминология существует на «уровне общественного официального сознания», используется в первую очередь в официальной среде, а военный жаргон – «на уровне общественного обыденного сознания», используется в непосредственном устном общении военных [8, с. 44]. Чаще всего в поле зрения языковедов попадает терминологическая лексика, её ис-

следуют М.Н. Лату [9], О.А. Якубов [2] и другие лингвисты. Военный жаргон рассматривают К.В. Ахраменко [10], С.В. Лазаревич [11] и др. Словари специальной военной терминологии издаются, начиная со второй половины XX века, например, наиболее известный из них – «Словарь военных терминов» А.М. Плехова [12]. Словари военного жаргона существуют в основном в электронном виде и размещены в сети интернет, например, «Словарь армейского жаргона» [13].

Формирование целей статьи (постановка задания). Цель статьи – анализ особенностей функционирования военной лексики в языке современных российских СМИ. Исследование проводится на материале новостного интернет-источника «РИА Новости» [14] – одного из самых популярных на данный момент новостных порталов. В сети интернет представлена актуальная реализация современного русского языка, здесь ярко отражаются наиболее явные тенденции его развития.

Изложение основного материала исследования с полным обоснованием полученных результатов. Определения военной лексики в терминологических словарях отсутствуют. Проанализировав ряд источников диссертационного характера [1; 4; 11 и др.], мы сформулировали обобщённое определение: военная лексика – это слова и выражения, предназначенные для точного наименования лиц, предметов и явлений военной сферы, а также для общения людей в военной среде. К военной лексике относятся наименования воинских подразделений, названия военных званий и должностей, наименования военнослужащих, предметов их одежды, оружия, защитных средств и т. д. Военная лексика включает как терминологическую составляющую, так и военный жаргон (профессионализмы).

Проблема функционирования военной лексики в тексте становится всё более актуальной с усилением функционального и антропоцентрического подходов к исследованию языковых фактов. Военная лексика рассматривается в языке произведений художественной литературы [15; 16; 17], в языке публицистики [18], в рекламном тексте [19], в политическом дискурсе [9]. Высокая востребованность военной лексики в языке современных СМИ требует её внимательного изучения и в данной сфере функционирования современного русского языка. Исследования подобного плана уже появились в лингвистике. Л.В. Мосиенко и Д.В. Миначева отмечают, что «военные термины в газетно-публицистических статьях активно и продуктивно используются в составе средств выразительности, увеличивают информативную ценность и образность сообщения» [20, с. 197]. Е.А. Яковлева и Э.Н. Ирнзаров обращают внимание на наименования новых образцов военной техники и оружия, которые упоминаются в текстах СМИ [21]. Работ данного типа явно недостаточно. Необходимо выяснить основные цели журналиста, использующего военную лексику в тексте публикации, охарактеризовать различные варианты применения военной лексики.

В первую очередь военная лексика встречается в публикациях военной тематики, где её использование тематически оправдано, связано с передачей объективной и полной информации. В статье, посвящённой действиям военных или реакции общественности на эти действия, военная лексика обязательно выносятся в заголовки – сильный элемент текста, привлекающий к нему внимание читателя и дающий предварительную информацию о самой публикации. Например: «*Минобороны представило доказательства атаки ВСУ на малайзийский Boeing*». В данном примере используются аббревиатуры, как широко известные (*Минобороны* – Министерство обороны), так и непонятные широкому кругу читателей (*ВСУ* – Вооружённые силы Украины), причём обе без пояснения. Подразумевается, что читатель осведомлён в основных военных лексических единицах аббревиатурного характера. Журналисты стремятся насытить заголовочные блоки военной терминологией, чётко обозна-

чая таким способом тематику публикаций и привлекая в них именно заинтересованного читателя: «*Участники учений “Восток-2018” возвращаются в пункты постоянной дислокации*».

Лексика в самой статье соответствует тематике публикации, например, в статье об учениях это слова и выражения: *манёвры, формирование, подразделение, бронемашина, самолёт, вертолёт, органы военного управления, перегруппировка войск, сухопутные группировки, флот, военные действия, нанести удар, массированный удар, условный противник, боевой расчёт, воздушная цель, военнослужащий* и т. п. Насыщенность текста военной лексикой позволяет журналистам точно передавать атмосферу военных действий. При этом журналисты стремятся использовать наименования новой техники, неологизмы военной сферы: *ракета-невидимка, беспилотник* и др. Большое значение здесь имеют ряды однородных членов, компоненты которых – наименования современного вооружения: «*Всего к проведению полевого выхода подразделений ПВО ЗВО привлечено более 5 тысяч военнослужащих, около 400 единиц военной техники, включая зенитные ракетные системы С-300, ЗРК “Тор”, “Тунгуска”, “Шилка”, “Оса”*».

В оценочном плане для российских СМИ характерен акцент на оборонительном характере действий российских вооружённых сил и их направленности не на агрессию, а на оборону и укрепление мира. Это отражается в использовании специальной лексики: «*“Восток-2018”: операция против вторжения, работа ПВО и манёвры Севфлота*». Актуальным лексическим элементом в публикациях, акцентирующих внимание на миролюбивых действиях России, является слово *принуждение*. Например: «*Захарова назвала несостоятельным силовое принуждение талибов к переговорам*». Сочетание *принуждение к миру* в данном контексте уже становится устойчивым: «*Именно после принуждения к миру и после признания республики Южной Осетии народ Южной Осетии начал жить по-другому*». Также часто встречаются слова и сочетания *предотвратить войну*: «*Министр иностранных дел Ирана Мохаммад Джавад Зариф заявил, что благодаря проводимым в последние недели встречам и переговорам, в числе которых встреча РФ и Турции в Сочи, удалось предотвратить войну в сирийском Идлибе*»; демилитаризованный: «*... Создать к 15 октября демилитаризованную зону вдоль линии соприкосновения вооружённой оппозиции и правительственных войск*» и др.

В СМИ используются лексемы и сочетания, относящиеся к различным группам военной лексики:

- наименования воинских подразделений: «Создание буферной зоны позволит избежать прямого контакта террористов и сирийской армии»;
- названия военных званий и должностей: «Командующий Сухопутными войсками ВСУ генерал-полковник Сергей Попко заявил об увеличении армейской группировки»;
- наименования военнослужащих: «Сегодня в американских ВМС числятся 130 матросов и офицеров прекрасного пола»;
- названия предметов одежды и обуви военнослужащих: «В первый бой я шёл без каски, в одной пилотке»;
- название оружия, элементов вооружения, техники: «Длинноствольные монстры. Гаубицы и самоходки, не прошедшие в “серию”»;
- наименования защитных средств: «Вес служебной, “боевой”, одежды служащего, вместе с противогазом, составляет около 30 килограммов».

Как видим, востребованными в языке СМИ оказываются практически все лексико-тематические группы военной лексики русского языка. В публикациях на военную тематику основной пласт военной лексики – терминологические, специальные слова и сочетания. Однако встречаются и профессионализмы, относящиеся к сфере жаргона: «Военные отработали совместную опе-

рацию против вторжения “противника”). Естественно, письменный характер публикаций СМИ максимально ограничивает использование здесь жаргонных слов и выражений.

Так как терминология военной сферы имеет стилистическую окраску, обуславливающую её использование в официально-деловом стиле (документах), то в текстах СМИ, насыщенном военной терминологией, происходит стилистическое смешение газетно-публицистического и официально-делового стилей. Например: «В основной фазе манёвров в Забайкальском крае участвовали китайские и монгольские подразделения».

Военная лексика используется также в публикациях, рассказывающих не о военных действиях, а о происшествиях в условиях мирного существования, которые связаны с применением оружия. Это могут быть репортажи о захвате заложников, о терроризме, о бандитских разборках, о взятии банка, о стрельбе на улице, кражах оружия и т. п. Военная лексика в таких публикациях также нередко вынесена в заголовки: «В Мэриленде три человека стали жертвами стрельбы», «В Татарстане завели дело на бизнесмена, убившего грабителей своего дома». Заголовочный комплекс даёт читателю информационную и психологическую установку, причём психологическая в данном случае даётся, в числе прочих средств, с помощью военной лексики. Опыт адресата включает представление об отношении ко всему, связанному с войной, как к ужасному, противоречащему жизни. У читателя создаётся впечатление, что мир опасен, жить в нём страшно.

Одновременно формируется противоположное отношение к публикациям о военных действиях в мирной обстановке – любопытство. Репортажи подобного типа многочисленны: «Неизвестные после учебных стрельб украли пять пистолетов и пять автоматов из военной части в Житомирской области», «Три человека пострадали после стрельбы в микрорайоне Багармоссен на юге Стокгольма в среду поздно вечером», «Четыре человека, включая полицейского, получили в среду ранения при стрельбе в суде в городе Мейсонтаун, нападавший убит», «Вооруженное ограбление ювелирного магазина в Камышине» и т. п. Благодаря соседству и контрасту военной и мирной лексики (пистолет, автомат – Житомирская область; стрельба – Стокгольм; ранение, убит – город; вооружённый – ювелирный магазин), читателю становится интересно, сколько именно жертв убили преступники, как произошло ограбление, кто и почему стрелял на улицах мирного города.

Благодаря военной лексике в публикациях такой тематики у говорящего создаётся впечатление, что он живёт в условиях войны, в очень опасном мире, где у любого прохожего может быть оружие и каждый день может стать последним. Формируется нервное отношение к жизни, ожидание плохого и одновременно – болезненный интерес к этому плохому, побуждающий вновь и вновь обращаться к публикациям СМИ, а ведь привлечение читателей, активная самореклама и являются важнейшей из целей журналистов.

Напряжённость, сложившаяся в различных регионах мира, где военные действия в настоящий момент напрямую не ведутся, обусловила использование военной лексики в публикациях о политической жизни данных регионов. Например: «В Крыму предложили обсудить в ООН водную блокаду полуострова Украиной». В данной публикации речь идёт о том, что Украина блокировала поставку днепровской (водопроводной) воды в Крым. Исползован военный термин блокада, обозначающий ‘способ военных действий, заключающийся в изоляции (нарушении внешних связей) вражеского государства, крупной группировки войск, города, порта и других объектов’ [12, с. 26-27]. Хотя лексема блокада является многозначной (есть ещё, к примеру, медицинская блокада), для читателей несомненно, что в данном случае она применена в военном смысле, что ассоцииру-

ется с недавним военным конфликтом между Россией и Украиной.

В публикациях об отношениях России и Украины военная лексика призвана подчеркнуть неисчерпанность конфликта, продолжение скрытого военного противостояния. Например: «Украинские силовики 159 раз за неделю нарушили перемирие, заявили в ДНР». Выражение нарушили перемирие однозначно указывает здесь на скрытое продолжение военных действий.

Военная лексика в языке СМИ выходит из сферы военного дела в другие сферы. А.А. Елистратов, к примеру, отмечает её использование в языке спорта [15]. В современных СМИ подверглись метафоризации и активно используются в публикациях невоенного характера термины война, борьба, войско, оружие, взрыв, армия, фронт, лагерь, мобилизовать, атаковать, завоевать и др. Выделяется военная метафора как особая разновидность метафор, переосмыслению в которой подвергается лексика военной тематики [22]. В языке современных СМИ военные метафоры не редкость. Например: «Найден способ борьбы против одной из опаснейших форм рака», «Политолог рассказал, когда США могут прекратить войну пошлин с Китаем», «Катастрофа “хайли лайкли”». Москва сломала оружие информационной войны» и т. п. В текстах, не имеющих отношения к описанию военных событий, данная лексика указывает на агрессивный характер действий тех или иных людей или групп, на их противостояние настолько сильное, что его можно сравнить с военным. Например: «Сериал “Игра престолов” завоевал “Эмми”». Военная лексика выступает здесь как средство передачи поведенческой агрессии, которая отмечается в различных сферах жизни современного общества. Например, в экономической сфере: «США сейчас ведут экономическую войну против двух десятков стран мира с общим объёмом ВВП свыше пятнадцати триллионов долларов»; в политике: «Реджеп Тайип Эрдоган набрал необходимые проценты для победы в первом туре» и т. п. Собственно, все основные события, информация о которых ежедневно актуальна на страницах СМИ, имеют агрессивный характер, поэтому активное метафорическое использование здесь военной лексики вполне ожидаемо.

Выводы исследования и перспективы дальнейшего изысканий данного направления. В современных СМИ активно используется военная лексика. Чаще всего она отмечается в публикациях на военную тему – о войне, военных противостояниях, явных и скрытых военных конфликтах, а также в публикациях о происшествиях с использованием оружия в мирное время (стрельбе на улицах, вооруженных ограблениях и т. п.). Востребованными оказываются слова и выражения практически всех лексико-тематических групп военных слов: наименования военнослужащих, названия воинских подразделений и военных званий, названия одежды, обуви и головных уборов военнослужащих и т. д. Военная лексика придаёт публикациям такого характера точность, способствует передаче военной атмосферы, трансформирует стилистическую окраску текста, так как военная лексика терминологического плана имеет официально-деловой оттенок. В СМИ часто используются лексические единицы, указывающие на оборотительный характер российской внешней политики, а также наименования новой военной техники. В публикациях, не относящихся к военной тематике, военная лексика используется метафорически (военная метафора) и служит передаче агрессивного характера действий людей или групп.

Военное слово необходимо и автору, и адресату текста СМИ. Первому оно помогает почувствовать уверенность и транслировать эту уверенность в письменный текст, что особенно важно для журналиста, пишущего для СМИ. Свойственный военной лексике напор, её способность оказывать психологическое давление на адресата текста обслуживают потребность СМИ в рече-

вой агрессии, в интенсивном воздействии на адресата. Военное слово убедительно для адресата СМИ, так как многочисленные военные конфликты, происходившие и происходящие на территории России, дали ему определённый опыт восприятия всего, связанного с войной, как актуального и требующего особенного внимания.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Демидович Т.В. Семантико-стилистический и лингвокультурологический аспекты изучения военной лексики (на материале художественной литературы о Великой Отечественной войне): автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01. Волгоград, 2015. 21 с.
2. Якубов О.А. Военная терминология в социокультурном аспекте // Достижения науки и образования. 2018. № 4 (26). С. 22-24.
3. Крылова М.Н. Семантический анализ современных журналистских публикаций о Великой Отечественной войне // Инновационные подходы в решении проблем современного общества: монография / Под общ. ред. Г.Ю. Гуляева. Пенза: Наука и Просвещение, 2018. С. 125-136.
4. Самигуллина А.Д. Особенности становления лексико-семантического поля «военное обмундирование» в английском и русском языках: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.20. М., 2009. 22 с.
5. Уланов А.В. Формирование и функционирование военной лексики в русском языке XVII-XVIII веков (на материале столичной и региональной деловой письменности): автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01. Омск, 2008. 25 с.
6. Хоруженко В.А. Концепты «Война» и «Враг» в современной русскоязычной публицистике: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.01.10. М., 2010. 20 с.
7. Кислякова А.А. Военный подъязык в системе литературного языка // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2009. № 566. С. 128-139.
8. Бойко Б.Л. Военная лексика в речевом общении // Вопросы психолингвистики. 2015. № 25. С. 44-53.
9. Лату М.Н. Военная терминология в современном политическом дискурсе // Политическая лингвистика. 2011. № 3 (37). С. 98-104.
10. Ахраменко К.В. Военный жаргон сквозь призму корпоративной культуры военных // В мире научных открытий. 2011. № 11-6 (23). С. 1561-1571.
11. Лазаревич С.В. Лексика и фразеология русского военного жаргона (семантико-словообразовательный анализ): автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01. Нижний Новгород, 2000. 20 с.
12. Словарь военных терминов / Сост. А.М. Плехов. М.: Воениздат, 1988. 337 с.
13. Словарь армейского жаргона [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: http://afgan43.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=34&Itemid (дата обращения: 17.09.2018).
14. РИА Новости [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: <https://ria.ru> (дата обращения: 18.09.2018)
15. Елистратов А.А. Военная лексика в языке спорта // Русская речь. 2005. № 2. С. 64-69.
16. Черникова Н.В. Военная лексика в повести А.С. Пушкина «Капитанская дочка» // Сб. научн. тр., посв. 85-летию Мичуринского гос. аграрн. ун-та. Мичуринск: Мичур. гос. аграрн. ун-т, 2016. С. 289-293.
17. Ермоленко Г.О. Военная лексика в стихотворении М.Ю. Лермонтова «Бородино» // Новая наука: история становления, современное состояние, перспективы развития: Сб. ст. междунар. науч.-практ. конф. Уфа: Omega Сайнс, 2017. С. 96-98.
18. Астафьев А.Ю. Военная лексика фронтовых очерков Аркадия Гайдара // Русская речь. 2016. № 6. С. 35-38.
19. Ильина Т.В., Коратаева Н.В. «Военная» лексика как средство создания речевой агрессии в рекламном тексте // Язык и национальное сознание: Тр. теорет.-лингв. шк. в обл. общ. и русск. языкознания. М.: Истоки, 2017. С. 57-60.
20. Мосиенко Л.В., Миначева Д.В. Функционирование военной лексики в газетно-публицистических статьях // Инновационные научные исследования: теория, методология, практика: Сб. ст. IX Междунар. науч.-практ. конф. Пенза: Наука и Просвещение, 2017. С. 195-197.
21. Яковлева Е.А., Ирнзаров Э.Н. Особенности именованья образцов оружия и военной техники в актуальном информационном дискурсе // Российский гуманитарный журнал. 2018. Т. 7. № 2. С. 132-140.
22. Котиева Т.А. Военная метафора в языке современных газет // Рефлексия. 2010. № 2. С. 39-40.

Статья поступила в редакцию 17.01.2019
Статья принята к публикации 27.02.2019