

ISSN 2713-2501 (Print)

VOL. 2, NO. 2
2021

JOURNAL OF RUSSIAN STUDIES

РОССИЙСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

ТОМ 2, №2
2021

JOURNAL OF RUSSIAN STUDIES

2021, vol. 2, No. 2

ISSN 2713-2501 (Print)

"Journal of Russian Studies" is an international peer-reviewed scientific journal presenting original results of scientific research by Russian and Foreign authors. The journal is devoted to the study of the social, political, cultural life of Russian society; Russian literature and language, Russian history and sociology – all aspects of Russian studies.

The papers published in this journal have passed expert selection and peer review procedures. Scholarly content of publications corresponds to the following groups of academic specialties:

07.00.00 History and Archaeology

10.00.00 Philological Sciences

23.00.00 Political Sciences

24.00.00 Cultural Sciences

PUBLICATION INFORMATION

Registered by the Federal Service for Supervision of Communications and Information Technology and Mass Communications. Registration certificate PI No. FS 77 - 77639 dated 01.29.2020 (print media, magazine).

Registered with the National ISSN Agency of the Russian Federation, ISSN number: 2713-2501 (Print).

Published since 2020.

With a frequency of 4 issues per year.

FOUNDERS

Ramil R. Khairutdinov

Lilia E. Ilikova

PUBLISHER

Autonomous non-profit organization "Institute of Cultural Heritage"

Address: 10/15, Kremlin str., Kazan, Republic of Tatarstan, 420111, Russian Federation

Tel.: +7 (843) 221-33-21

EDITORIAL

Address: 3, M. Mezhlauk str., off. 117, Kazan, Republic of Tatarstan, 420111, Russian Federation

Email: rs-journal@mail.ru

EDITOR-IN-CHIEF

Liya E. Bushkanets – Ph. D habil. (Philol.), Professor, Institute of International Relations KFU, Kazan, Russian Federation

EDITORIAL DIRECTOR

Ramil R. Khairutdinov – Ph. D (Hist.), Ass. Professor, Institute of International Relations KFU, Kazan, Russian Federation

SCIENTIFIC EDITOR

Lilia E. Ilikova - Ph. D (Sociol.), Ass. Professor, Institute of International Relations, Kazan Federal University, Kazan, Russian Federation

EDITORIAL TEAM

Andre da Silva, Ph. D habil. (Polit.), Professor, University of Rio Grande do Sul, Brazil

Yulia S. Valeeva, Ph. D (Econ.), Ass. Professor, Kazan State Power Engineering University, Kazan, Russian Federation

Alessandro Vitale, Ph. D habil. (Polit.), Professor, University of Milan, Italy

Maria Gidini, Ph. D habil. (Polit.), Professor, University of Parma, Italy

Andrea Gulotta, Ph. D habil. (Philol.), Professor, University of Glasgow, Scotland

Tatyana K. Ivanova, Ph. D habil. (Philol.), Ass. Professor, Institute of International Relations KFU, Kazan, Russian Federation

Maria L. Kalenchuk, Ph. D habil. (Philol.), Professor, Institute of the Russian Language RAS, Moscow, Russian Federation

Vladimir I. Karasik, Ph. D habil. (Philol.), Professor, Volgograd State University, Volgograd, Russian Federation

Evgeny F. Kirov, Ph. D habil. (Philol.), Professor, State Institute of the Russian Language named after A. Pushkin, Moscow, Russian Federation

Roman N. Lunkin, Ph. D habil. (Polit.), Ph. D (Philos.), Institute of Europe RAS, Moscow, Russian Federation

Umberto Mazzone, Ph. D habil. (Hist.), Professor, University of Bologna, Italy

Munjal Girish, Ph. D habil. (Philol.), Professor, Delhi University, Delhi, India

Jean-Robert Ravio, Ph. D habil. (Polit.), Professor, University Paris-Nanterre, France

Roberta De Giorgi, Professor (Philol.), State University of Udine, Italy

Giovanni Savino, Ph. D habil. (Hist.), RANEP, Moscow, Russian Federation

Olga Smith, Ph. D habil. (Philol.), Professor, The University of Central Lancashire (UCLan), Preston, Lancashire, England

Paul Fryer, Ph. D habil. (Sociol.), Professor, University of Eastern Finland, Jonsuu, Republic of Finland

Guzel Guzelbaeva, Ph. D. (Sociol.), Ass. Professor, Institute of International Relations KFU, Kazan, Russian Federation

Guzel Ibneeva, Ph. D habil. (History), Professor, Institute of International Relations KFU, Kazan, Russian Federation

EDITORIAL AND PUBLISHING GROUP

Luiza K. Karimova (Executive Secretary) – Ph. D (Hist.), Associate Professor, Institute of International Relations, Kazan Federal University, Kazan, Russian Federation

Evgeniy V. Vitol (Responsible for the issue) – Institute of International Relations KFU, Kazan, Russian Federation

РОССИЙСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

2021, т. 2, № 2

ISSN 2713-2501 (Print)

«**Российские исследования**» – международный рецензируемый научный журнал, представляющий оригинальные результаты научных исследований российских и зарубежных авторов. Журнал посвящён изучению социальной, политической, культурной жизни российского общества; исследованиям в области русской литературы и русского языка, российской истории и культуры – то есть всем аспектам россиеведения.

Публикуемые в журнале материалы проходят процедуру рецензирования и экспертного отбора. Научное содержание публикаций соответствует следующим группам научных специальностей:

07.00.00 Исторические науки и археология

10.00.00 Филологические науки

23.00.00 Политология

24.00.00 Культурология

ИНФОРМАЦИЯ ОБ ИЗДАНИИ

Регистрационный номер и дата принятия решения о регистрации в Федеральной службе по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор): ПИ № ФС 77 - 77639 от 29.01.2020 (печатное СМИ, журнал).

Зарегистрирован в Национальном агентстве ISSN Российской Федерации, номер ISSN: 2713-2501 (Print)

Издаётся с 2020 года

Периодичность 4 выпуска в год

УЧРЕДИТЕЛИ

Хайрутдинов Рамиль Рашидович

Иликова Лилия Эрнстовна

ИЗДАТЕЛЬ

Автономная некоммерческая организация «Институт культурного наследия».

Адрес: ул. Кремлевская, д. 10/15, г. Казань, Республика Татарстан, Российская Федерация, 420111

Тел.: +7 (843) 221-33-21

РЕДАКЦИЯ

Адрес: ул. М. Межлаука, д. 3, каб. 117, г. Казань, Республика Татарстан, Российская Федерация, 420111

E-mail: rs-journal@mail.ru

Подписка и распространение: на оформлении

16+

ГЛАВНЫЙ РЕДАКТОР

Бушканец Лия Ефимовна – доктор филологических наук, профессор, Институт международных отношений КФУ, г. Казань, Российская Федерация

ШЕФ-РЕДАКТОР

Хайрутдинов Рамиль Равилович – кандидат исторических наук, доцент, Институт международных отношений КФУ, г. Казань, Российская Федерация

НАУЧНЫЙ РЕДАКТОР

Иликова Лилия Эрнстовна – кандидат социологических наук, доцент, Институт международных отношений КФУ, г. Казань, Российская Федерация

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ

Валеева Юлия Сергеевна, кандидат экономических наук, доцент, Казанский государственный энергетический университет, г. Казань, Российская Федерация

Витале Алессандро, профессор, Университет Милана, Италия

Гидини Мария Кандида, профессор, Университет Пармы, Италия

Гириш Мунджал, кандидат филологических наук, профессор, Делийский университет, г. Дели, Индия

Гуллотта Андреа, профессор, Университет Глазго, Шотландия

Да Силва Андре, профессор, Университет Рио Гранде до Сул, Бразилия

Де Джорджи Роберта, профессор, Государственный университет Удине, Италия

Иванова Татьяна Константиновна, доктор филологических наук, доцент, Казанский (Приволжский) федеральный университет, г. Казань, Российская Федерация

Каленчук Мария Леонидовна, доктор филологических наук, профессор, Институт русского языка РАН, г. Москва, Российская Федерация

Карасик Владимир Ильич, доктор филологических наук, профессор, Волгоградский государственный университет, г. Волгоград, Российская Федерация

Киров Евгений Фролович, доктор филологических наук, профессор, Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина, г. Москва, Российская Федерация

Лункин Роман Николаевич, доктор политических наук, кандидат философских наук, Институт Европы РАН, г. Москва, Российская Федерация

Маццоне Умберто, профессор, Университет Болоньи, Италия

Радио Жан-Робер, профессор, Университет Париж-Нантерр, Франция

Савино Джованни, профессор, Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, г. Москва, Российская Федерация

Смит Ольга, профессор, Университет Центрального Ланкшира, г. Престон, Ланкшир, Великобритания

Фрайер Пол, профессор, Университет Восточной Финляндии, г. Йонсу, Финляндская Республика

Гузельбаева Гузель Яхиевна, кандидат социологических наук, доцент, Казанский (Приволжский) федеральный университет, г. Казань, Российская Федерация

Ибнеева Гузель Вазыховна, доктор исторических наук, профессор, Казанский (Приволжский) федеральный университет, г. Казань, Российская Федерация

РЕДАКЦИОННО-ИЗДАТЕЛЬСКАЯ ГРУППА

Каримова Луиза Каюмовна (ответственный секретарь) – кандидат исторических наук, доцент, Институт международных отношений КФУ, г. Казань, Российская Федерация

Витоль Евгений Владимирович (ответственный за выпуск) – Институт международных отношений КФУ, г. Казань, Российская Федерация

CONTENTS

Bushkanets L. E. INTRODUCTION	7
POLITICAL SCIENCE	
Silkova M. A. LEGITIMATING STRATEGIES IN THE POLITICAL DISCOURSE OF THE GOVERNOR OF THE KEMEROVO REGION S. TSIVILEV	8
Asmus N. G. THE AXIOLOGICAL POTENTIAL OF INTERNET COMMENTS AS A REFLECTION OF SOCIAL VALUES	22
PHILOLOGICAL SCIENCES	
Belyanin V. P. THE EXPERIENCE OF CATEGORICAL ANALYSIS OF SOVIETISMS	33
Bushkanets L. E. MEDIA TEXT AND THE WORLD VIEW: MASS MEDIA AND SOVIET MYTHOLOGY	56
Soroka S. S. “FORCES OF NATURE“ CONCEPTUAL METAPHORS IN THE MIGRATION DISCOURSE IN THE SPEECH OF RIGHT-WING POLITICIANS (BASED ON THE SPEECHES OF T. OKAMURA AND V. ZHIRINOVSKY)	78
Uzhegova E. N. FEATURES OF THE EFFECTIVENESS OF MEDIA COMMUNICATION IN THE ASPECT OF THE FUNCTIONING OF METAPHOR AND METONYMY. THE EFFECTIVENESS OF MODERN MEDIA COMMUNICATION IN THE AXIOLOGICAL ASPECT	88
Timko N. V. MECHANISMS OF OVERCOMING CULTURAL BARRIERS IN TRANSLATING HEADINGS OF MEDIA ARTICLES ON THE TOPIC OF COVID-19 (ON THE MATERIAL OF ENGLISH- RUSSIAN TRANSLATION OF MEDIA ARTICLES OF THE UK AND THE U.S.)	97
Ivanova T. K. MEANS OF EXPRESSION IN POLITICAL MEDIA-DISCOURSE AND DANGER OF THEIR USING	106
Ivanova L. Yu. SPEECH MARKERS OF HUMOROUS RESPONDING IN INTERNATIONAL INFORMING VIA NEW MEDIA FORMS	114
Svistak V. V. LINGUISTIC IMPLEMENTATION OF COMMUNICATIVE STRATEGIES AND TACTICS IN TELEVISION TEXTS OF A POLITICAL ORIENTATION	121
HISTORICAL SCIENCES	
Chernyshov S. A. THE PROBLEM OF SUBJECTIVITY IN THE POLITICAL COMMUNICATIONS OF THE RUSSIAN STATE IN THE 16-TH-17-TH CENTURIES	131

СОДЕРЖАНИЕ

Бушканец Л. Е. ВСТУПИТЕЛЬНОЕ СЛОВО	7
--	---

ПОЛИТИЧЕСКИЕ НАУКИ

Силкова М. А. ЛЕГИТИМИРУЮЩИЕ СТРАТЕГИИ В ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ ГУБЕРНАТОРА КЕМЕРОВСКОЙ ОБЛАСТИ С. ЦИВИЛЕВА	8
Асмус Н. Г. АКСИОЛОГИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ ИНТЕРНЕТ-КОММЕНТАРИЯ КАК ОТРАЖЕНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ ЦЕННОСТЕЙ	22

ФИЛОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ

Белянин В. П. ОПЫТ КАТЕГОРИАЛЬНОГО АНАЛИЗА СОВЕТИЗМОВ	33
Бушканец Л. Е. МЕДИАТЕКСТ И КАРТИНА МИРА: СМИ И СОВЕТСКАЯ МИФОЛОГИЯ	56
Сорока С. С. «СТИХИЙНЫЕ» КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ МЕТАФОРЫ В ДИСКУРСЕ О МИГРАНТАХ В РЕЧИ ПРАВЫХ ПОЛИТИКОВ	78
Ужегова Е. Н. ОСОБЕННОСТИ ЭФФЕКТИВНОСТИ МЕДИАКОММУНИКАЦИИ В АСПЕКТЕ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ МЕТАФОРЫ И МЕТОНИМИИ. ЭФФЕКТИВНОСТЬ СОВРЕМЕННОЙ МЕДИАКОММУНИКАЦИИ В АКСИОЛОГИЧЕСКОМ АСПЕКТЕ	88
Тимко Н. В. МЕХАНИЗМЫ ПРЕОДОЛЕНИЯ КУЛЬТУРНЫХ БАРЬЕРОВ ПРИ ПЕРЕВОДЕ ЗАГОЛОВКОВ ПУБЛИКАЦИЙ МЕДИА-РЕСУРСОВ НА ТЕМУ COVID-19 (НА МАТЕРИАЛЕ ПЕРЕВОДОВ НА РУССКИЙ ЯЗЫК ЗАГОЛОВКОВ СТАТЕЙ МЕДИАРЕСУРСОВ ВЕЛИКОБРИТАНИИ И США)	97
Иванова Т. К. СРЕДСТВА ЭКСПРЕССИИ В ПОЛИТИЧЕСКОМ МЕДИАДИСКУРСЕ И ОПАСНОСТЬ ИХ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ	106
Иванова Л. Ю. РЕЧЕВЫЕ МАРКЕРЫ КОМИЧЕСКОЙ ОТВЕТНОСТИ В МЕЖДУНАРОДНОМ ИНФОРМИРОВАНИИ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ НОВЫХ МЕДИЙНЫХ ФОРМ	114
Свистак В. В. ЯЗЫКОВАЯ РЕАЛИЗАЦИЯ КОММУНИКАТИВНЫХ СТРАТЕГИЙ И ТАКТИК В ТЕЛЕВИЗИОННЫХ ТЕКСТАХ ПОЛИТИЧЕСКОЙ НАПРАВЛЕННОСТИ	121
ИСТОРИЧЕСКИЕ НАУКИ	
Чернышов С. А. ПРОБЛЕМА СУБЪЕКТНОСТИ В ПОЛИТИЧЕСКИХ КОММУНИКАЦИЯХ РУССКОГО ГОСУДАРСТВА XVI–XVII ВВ.	131

ВСТУПИТЕЛЬНОЕ СЛОВО РЕДАКТОРА

Институт международных отношений (Высшая школа иностранных языков и перевода, Высшая школа международных отношений и востоковедения) и кафедра иностранных языков в сфере международных отношений Казанского федерального университета 27–28 марта 2021 года провели конференцию с международным участием «Аксиологический анализ политического текста: почему мы не понимаем друг друга?»

В Институте международных отношений на протяжении нескольких последних лет формируется новое научное направление – анализ общественно-политических текстов. Это тексты медиа, которые являются важным фактором формирования общественно-политических взглядов и, соответственно, они активно влияют на политику; а также тексты, созданные государственными деятелями, политиками. Потому в рамках конференции работали секции: «Медиа и политика», «Речь политика», «Медиа и политика. Социальные сети. Анализ Интернет-комментария», «Проблемы взаимо(не)понимания в политическом тексте», «Лингвистика политического текста».

Основное внимание было уделено, в соответствии с заявленной в названии конференции проблемой, ситуацией непонимания реципиентом политического текста вследствие специфики национального медиаязыка, коллективного бессознательного, риторической традиции и т.п.

Все статьи наглядно демонстрируют, как методы лингвистики могут использоваться для анализа разнообразного материала: социо-политической, политической жизни общества, для анализа исторических источников.

Потому материалы конференции имеют как теоретический, так и практикоориентированный характер и будут полезны всем тем, кто связан с анализом общественно-политического текста: аналитикам, переводчикам, преподавателям.

Л. Е. Бушканец
заведующий кафедрой иностранных языков
в сфере международных отношений
Института международных отношений
Казанского федерального университета

ПОЛИТИЧЕСКИЕ НАУКИ

УДК 328-057.177(571.17)

ЛЕГИТИМИРУЮЩИЕ СТРАТЕГИИ В ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ ГУБЕРНАТОРА КЕМЕРОВСКОЙ ОБЛАСТИ С. Е. ЦИВИЛЕВА

М. А. Силкова
maria.silkova@mail.ru

Кемеровский государственный университет
г. Кемерово, Россия

Аннотация. *Одной из функций политического дискурса является легитимация политических решений. Важность данной функции заключается в том, что отсутствие легитимации политических решений может привести к кризису власти. Статья посвящена анализу эффективности легитимирующих персуазивных стратегий и тактик и способам их реализации в политическом дискурсе регионального политика России на материале видеопубликации губернатора Кемеровской области С. Е. Цивилева в сети Instagram, посвященной введению режима самоизоляции в начале разгара пандемии, и интернет-комментариев к ней. Методы исследования представлены методом лингвистического описания и методом сплошной выборки. В статье рассмотрены стратегии и тактики, используемые в легитимирующем дискурсе политика, и выявлены наиболее частотные из них, а также проанализиро-*

ваны речевые способы их реализации. В ходе анализа выявлено, что среди персуазивных стратегий в политическом дискурсе политика преобладающими являются информационно-интерпретационная стратегия для признания существования проблемы, стратегия самопрезентации, стратегия на повышение, стратегия уговаривания и стратегия театральности. Персуазивные стратегии в политическом дискурсе призваны внушить адресату определённый алгоритм действий и вызвать реакцию, легитимирующую политические решения политика. Тактики, реализующие данные стратегии, обслуживаются различными риторическими приемами. Эффективность/неэффективность выявленных стратегий и реализующих их тактик показана на примере интернет-комментариев, которые можно дифференцировать (легитимирующие, делегитимирующие, комментарии, относящиеся к теме публикации косвенно). Анализ комментариев показал преобладание делегитимирующих комментариев, а следовательно, неуспешность персуазивных стратегий в исследуемом политическом дискурсе губернатора Кемеровской области.

Ключевые слова: политический дискурс; легитимация; делегитимация; стратегия; тактика; интернет-комментарий.

Для цитирования: Силкова М. А. Легитимирующие стратегии в политическом дискурсе губернатора Кемеровской области С. Цивилева. *Российские исследования*. 2021;2(2):8-21.

Политическое решение является одним из ключевых понятий политической жизни и системы государственных отношений [5, с. 20] Кроме всего прочего предназначение политического дискурса состоит в легитимации политических решений. Важность данной функции заключается в том, что отсутствие легитимации политических решений может привести к кризису власти.

Цель настоящего исследования заключается в описании легитимирующих стратегий в политическом дискурсе губернатора Кемеровской области Сергея Евгеньевича Цивилева (<https://www.instagram.com/p/B-ZxEtsifqe/>). Цель работы обусловила постановку следующих задач: определить легитимирующие стратегии и реализующие их тактики в политическом дискурсе политика, а также оценить эффективность воздействия применяемых стратегий и тактик на адресата.

Анализируемый пример представляет собой публичное обращение С. Е. Цивилева к жителям Кузбасса, в котором губернатор объявляет о введении режима временной самоизоляции и других ограничительных мер, вызванных началом пандемии COVID-19. Главная интенция видеообращения – легитимация мер, предпринимаемых губернатором для предотвращения распространения

эпидемии. Вводимые меры носят рекомендательный характер. Жителям области советуют не покидать место проживания, за исключением обращения за медицинской помощью, поездок на работу в случае невозможности работать удаленно, выгула собак на придомовой территории и посещения продуктового магазина. В обращении также сообщается о переводе работы транспорта в режим выходного дня, приостановлении работы заведений общественного питания, закрытии непродовольственных магазинов и остановке работы туристических объектов.

Достижению необходимого перлокутивного эффекта служат стратегии и реализующие их тактики. Для выявления легитимирующих стратегий и обслуживающих их тактик взяты классификации, предложенные О. Н. Паршиной, О. Л. Михалевой, О. С. Иссерс. В анализируемом политическом дискурсе выделены следующие персуазивные стратегии: информационно-интерпретационная стратегия для признания существования проблемы, стратегия самопрезентации, стратегия на повышение, стратегия уговаривания, стратегия театральности.

В рассматриваемом дискурсе информационно-интерпретационная стратегия для признания существования проблемы, а именно эпидемии, вызванной COVID-19, реализуется одноименной тактикой¹. Для акцентирования важности и масштабности происходящего С. Е. Цивилев использует слова и словосочетания высокого стиля с патетической коннотацией (синтагму *огромная угроза* и лексему *человечество*). С целью усиления эффекта губернатор использует средства убеждения, основанные как на эмоциональной, так и ментальной составляющих человеческого восприятия информации. Метафора *растет заболеваемость*, и синтагма *динамика распространения болезни* имеют эмоциональную коннотацию, связанную с базовой человеческой эмоцией – страхом. Кроме того, данные языковые средства относятся к медицинской лексике, что позволяет задействовать рациональную сторону человеческого мышления. Губернатор, говоря о коронавирусе, отмечает рост заболеваемости во всем мире, употребляя лексику со значением множественности (*во многих развитых странах*), что подчеркивает серьезность проблемы. Прилагательное *развитые* в данном словосочетании усиливает воздействие на

¹ Паршина О. Н. Стратегии и тактики речевого поведения современной политической элиты России: Автореф. дис. ... д-ра филол. наук: 10.02.01; СГУ. Саратов, 2005. С. 16.

адресата. Развитые страны считаются благополучными, и вспышки в них разного рода заболевания являются, скорее, исключением, чем правилом.

Стратегия самопрезентации обслуживается тактикой акцентирования положительной информации и тактикой дистанцирования². Тактика акцентирования положительной информации реализуется на лексическом уровне. Рассмотрим пример: «*В Кузбассе ситуация на сегодняшний день спокойная. У нас, как Вы знаете, коронавирусом пока заболели три человека. Двое из них успешно выздоровели и уже выписаны домой. Еще один продолжает лечение в больнице*». С. Е. Цивилев отмечает, что в Кемеровской области имеются лишь единичные случаи инфицирования COVID-19. Лексема *спокойная* имеет коннотативное значение «малоизменчивый». Словосочетание *на сегодняшний день* и наречие *пока* эксплицируют мысль о том, что дальнейший сценарий развития событий неизвестен, возможно, дальше ситуация будет меняться. Прибегая к помощи метаязыкового оператора – как *Вы знаете* – политик представляет приводимые им данные как общеизвестный факт, истинность которого не подвергается сомнению. Манипулируя статистикой (*заболели три человека, двое уже выписаны, один продолжает лечение*) губернатор акцентирует внимание на положительных результатах – *двое уже выписаны* – таким образом внушая мысль о верно принятых политических решениях.

Тактика дистанцирования реализуется на грамматическом уровне через употребление личных и притяжательных местоимений. Первая часть видеообращения губернатора Кемеровской области изобилует употреблением местоимения 2-го лица множественного числа *вы* и его вариантами: *Дорогие жители Кузбасса!, как вы знаете; заботой о вас; вам за это спасибо; прошу вас; если вы не можете*. В рамках жанра послания местоимение *вы* обозначает совокупность слушателей и служит цели поддержания контакта и привлечения внимания; так говорящий вовлекает реципиента в свое сообщение³. Еще одной функцией местоимения *вы* в контексте выступления губернатора является выражение дистанцированности от адресата. Это нужно для того, чтобы выразить мысль о том, что для С. Е. Цивилева все население Кузбасса – подопечные, о которых он обязан заботиться в качестве лидера, даже

² Там же. С. 8.

³ Василенко Е. Н. Языковые средства убеждения в политическом дискурсе. Могилев: МГУ имени А. А. Кулешова, 2018. С. 70.

принимая непопулярные решения. Обращаясь к интернет-пользователям, губернатор сочетает адресное обращение *вы* и его производные с инклюзивным *мы* и его вариантами: *мы видим; у нас; наши врачи; наши земляки; мы все*. Это нужно для того, чтобы сгладить эффект противопоставления власти и народа и показать свою сопричастность к всеобщей проблеме.

Стратегия на повышение реализуется тактикой отвода критики. Данная тактика, согласно О. Л. Михалевой, служит приведению с целью доказательства невиновности аргументов и/или фактов, с помощью которых можно объяснить (оправдать) какие-либо действия и поступки⁴. В анализируемом дискурсе губернатора Кемеровской области присутствуют безагенсные конструкции: *«Наступившая неделя объявлена нерабочей; с сегодняшнего дня рекомендовано не покидать квартиру или дом; рекомендуется сообщить о своем прибытии; В Кузбассе временно остановлена работа всех ресторанов и кафе. Закрыты все магазины, кроме продуктовых и тех, где продаются товары первой необходимости»*. Прием деперсонализации используется политиком для ухода от ответственности, т. к. принимаемые меры по предотвращению распространения вируса заведомо могут вызвать негативную реакцию у адресата. С. Е. Цивилев ссылается на авторитетное мнение специалистов, однако не уточняет, каких именно, не называет их имен и апеллирует к примеру других регионов: *«Поэтому, по совету специалистов и по примеру других регионов России сегодня мы вводим в Кузбассе временный режим самоизоляции для всех граждан»*. Говоря о принимаемых мерах по предотвращению распространения COVID-19, губернатор не приводит точных сведений о том, какие ресурсы, инструменты и возможности задействованы: *«Мы используем все доступные ресурсы, инструменты и возможности»*. А также далее, ссылаясь на главу государства, Президента России В. В. Путина и Правительство Российской Федерации, губернатор Кемеровской области сообщает, что они *«пошли на самые серьезные шаги»*, однако умалчивает, на какие именно.

Стратегия уговаривания в описываемом политическом дискурсе представлена тактикой уговора⁵. Целью уговоров является под-

⁴ Михалева О. Л. Политический дискурс: Специфика манипулятивного воздействия. Москва: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2009. С. 55.

⁵ Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. Изд. 5-е. Москва: Издательство ЛКИ, 2008. С. 141.

чинение, побуждение партнера совершить определенные действия⁶. По мнению О. С. Иссерс, «коммуникативная тактика уговаривания (за редким исключением) не может сводиться к использованию только одного коммуникативного хода или ходов одного типа. При необходимости она может включать ходы иных речевых тактик (угрозы, упрека, комплимента), которые расширяют диапазон воздействия на партнера и способствуют успешной реализации коммуникативной задачи»⁷. В качестве коммуникативного хода для реализации тактики уговора С. Е. Цивилев активно апеллирует к общечеловеческим ценностям: здоровье и забота о ближнем: *«От действий каждого из вас зависит здоровье всех жителей Кузбасса, в том числе самых близких Вам людей: ваших родителей, бабушек и дедушек»*. Помимо этого тактика уговора реализуется через упрек: *«Знаю, что на выходных многие гуляли, общались с друзьями, ездили на природу и даже в другие регионы. Это безответственное, неразумное поведение»*. О. С. Иссерс полагает, что «в основе когнитивных предпосылок упрека лежат неоправдавшиеся ожидания. Однако если в своей основной функции упрек используется с целью вызвать стыд, раскаяние у слушающего, то в контексте уговоров этот ход преследует цель побудить его к определенным действиям в интересах говорящего, то есть выполняет инструментальную функцию. Это позволяет отнести “отрицательные” модели к косвенным реализациям речевой тактики уговаривания»⁸.

Отметим привлекающее внимание несоответствие в речи политика. С одной стороны, в высказывании *«Если мы все будем слушаться врачей, то сможем избежать тяжелых последствий эпидемии»* содержится некая инфантильность. Так рассуждают дети, когда понимают, что им грозит наказание/неодобрение со стороны родителей за какой-либо проступок. С другой стороны, обращение губернатора построено в явно назидательном тоне, который используют взрослые при разговоре с провинившимся ребенком: *«Это не отпуск и не каникулы. Это вынужденное решение. И продиктовано оно только заботой о Вас. <...> Это значит, что с сегодняшнего дня рекомендовано не покидать квартиру или дом. Исключение только для обращения за медицинской помощью и поездок на работу, если Вы не можете работать удаленно. Можно ходить за покупками в ближайший к вашему дому магазин или апте-*

⁶ Там же. С. 146.

⁷ Там же. С. 159.

⁸ Там же. С. 152.

ку, выносить мусор, выгуливать домашних животных, но на расстоянии не больше 100 метров от места вашего жительства. Если мы все будем слушаться врачей, то сможем избежать тяжелых последствий эпидемии. Не выходите из дома без крайней необходимости». Лексема *рекомендовано* имеет семантику решения, являющегося одним из лучших, но не обязательного для исполнения. Лексема *можно* реализует значение разрешения, позволенности. В качестве довода губернатор апеллирует к разуму адресата (ведь всем известно, что больной человек должен оставаться дома, а также здоровому человеку предпочтительнее не покидать дом для предотвращения заражения): *«Чтобы остановить распространение вируса, каждому из нас нужно соблюдать режим изоляции, оставаться дома».* Далее политик апеллирует к авторитету врачей: *«Если мы все будем слушаться врачей, то сможем избежать тяжелых последствий эпидемии».*

Стратегия театральности в анализируемом видеообращении реализуется тактикой побуждения. Использование таких языковых средств, как перформативы и императивы, является свидетельством значимости фактора аудитории, которую говорящий учитывает постоянно, и которая предопределяет существование стратегии театральности в политическом дискурсе⁹. Императивы, употребленные во втором лице множественного числа, свидетельствуют о навязывании воли адресанта реципиенту: *не выходите; пообщайтесь; выспитесь; посмотрите; почитайте; берегите.* Перформативная конструкция *прошу + инфинитив (прошу Вас переслать)* и модальный глагол + инфинитив (*хочу заверить*) применяются в речи для того, чтобы адресат не сомневался в достоверности слов адресанта¹⁰, кроме того, данные конструкции подчеркивают лидерскую позицию говорящего¹¹. Губернатор заканчивает видеообращение этикетными словами благодарности и призывом беречь себя: *«Огромное спасибо. Берегите друг друга».*

Поскольку показателем легитимности принятых политических решений является реакция населения, проанализируем комментарии к выступлению. Для определения эффективности/неэффективности выявленных стратегий и реализующих их тактик нами проанализированы интернет-отклики пользователей социальной сети Instagram на видеообращение губернатора. Ана-

⁹ Михалева О. Л. Указ. соч. С. 61.

¹⁰ Михалева О. Л. Указ. соч. С. 58; Иссерс О. С. Указ. соч. С. 146.

¹¹ Василенко Е. Н. Указ. соч. С. 93.

лизируемые интернет-комментарии можно дифференцировать, выделив среди них легитимирующие и делегитимирующие комментарии, а также комментарии, относящиеся к теме публикации косвенно. Соотнесенность комментариев с той или иной группой основана на выделенных нами в анализируемом дискурсе стратегиях легитимации, делегитимации и реализующих их тактиках. К легитимирующим тактикам нами отнесены тактики выражения благодарности, похвалы, поддержки, защиты, призыва. Среди тактик, обслуживающих делегитимирующую стратегию, выделены: тактика упрека, тактика оскорбления и тактика призыва.

Из всего количества проанализированных комментариев (201) можно выделить только несколько полностью легитимирующих политические решения губернатора. Легитимация осуществляется посредством употребления этикетных слов благодарности, похвалы и сравнения с другими регионами страны, в том числе при помощи графического языка, а именно эмодзи. 1) *Огромное спасибо за вашу работу. Мне приятно слышать от родных какие мероприятия проводят с целью защиты народа. У меня есть сравнение с другими регионами. Кузбасс рулит. Вы молодцы;* 2) *Хорошие слова!!* (здесь и далее орфография и пунктуация авторов сохраняется).

К легитимирующим в той или иной степени комментариям отнесены отклики, содержащие слова поддержки и защиты губернатора. Комментаторы призывают пользователей не критиковать решения политика, а следовать им: 1) *На моей памяти ни разу правительство не принимало таких беспрецедентных мер безопасности. Сейчас очень много зависит от людей. Это нытье, что нет того, нет другого раздражает. Ну нет. Во всем мире нет. Кто придет и сошьет вам маску, и на нос наденет? Какую-то гражданскую сознательность проявляйте сами;* 2) *Во всех странах начиналось одинаково, нам дали время на самоизоляцию, возгласы в адрес губернатора об отсутствии масок, обработки подъездов, мне напоминают обстановку на дорогах, сами нарушаем, сами возмущаемся, антисептики есть, маску шейте сами;* 3) *к сожалению, не все соблюдают требования властей.*

В отношении описываемой видеопубликации подавляющее количество комментариев отражают негативную реакцию с разной степенью эмоциональной окрашенности. Возможно, это связано с тем, что публикация касается заведомо непопулярных по-

литических решений¹². Делегитимация выражена тактикой упрека, тактикой призыва и тактикой оскорбления.

В интернет-комментариях тактика упрека является преобладающей, авторы указывают на несоответствие происходящих событий вводимым мерам. Тактика упрека реализована риторическими средствами выразительности и пунктуацией. На синтаксическом уровне главной особенностью анализируемых интернет-откликов является вопросительная форма комментариев, в которых вопросительные предложения модифицируются в упрек. Приведем пример: *«Здравствуйте! В Тисуле бездействуют власти, сегодня например проходит ярмарка в центре! У меня вопрос- почему ребятишек недалеко от дома полиция приезжает гоняет, а ярмарка проходит? Причём на неё приехали и с Ачинска другого региона, и с области! А детям запрещено гулять!? Хотя сидя дома в духоте, они с ума сходят!»* В данном комментарии содержится указание на диссонанс между принимаемыми мерами и актуальным положением дел. Автор возмущен, что режим самоизоляции, введенный для всех жителей Кузбасса, соблюдается не всеми, и полиция, олицетворяющая власть, проявляет попустительство. В данном контексте лексема *гоняет* имеет метафорическое значение: *полиция гоняет ребятишек*. Автор комментария обличает власти в небрежном выполнении собственных решений, замечая, что на ярмарку приехали жители не только области, но и соседнего региона.

Рассмотрим следующий блок примеров, реализующих тактику упрека: 1) *что именно "все возможное" делает правительство, если ни в одной аптеке города элементарно нет ни масок ни дезинфицирующих средств?*; 2) *Для кого этот цирк, все как работало так и работает, подародники, шаурмечные, суши!*; 3) *На что жить? Кто сиделки оплачивать будет? Вы позакрывали все. А смысл сидеть половине семье дома на изоляции если друга половина работает? транспорт по режиму выходного дня, серьезно это действенная мера по вашему?;* 4) *Сергей Евгениевич, на каком основании нарушается мое конституционное право свободно передвигаться? Что это за интересные формулировки «режим повышенной готовности», «режим самоизоляции»? Где режим ЧС? Государство все проблемы будет решать только за мой счёт? Тогда за что я ему плачу?;* 5) *Скажите что делать если с работы вчера уво-*

¹² Трохинова О. И. Легитимация непопулярных политических решений: коммуникационный аспект: дис. ... канд. полит. наук: 10.01.10; Санкт-Петербург, 2019. С. 7.

лили. Как жить. Дети кушать хотят. Кредиты теперь работы нет. Денег нет. Как детей кормить.; б) Люди вы вообще о чём?! Какой карантин!!!! Все как ходили на работу так и ходят общепит закрыли!!!! Нам лично никто ЗП не оставил мы неофициально устроены!!!! А если дальше так пойдет как жить будем!!!! Пол города работает неофициально и что теперь делать этой половине!!! Вы нас по домам посадили!!! А магазин выходишь и смотришь как цены подскакивают на глазах!!!! Мы жить по вашему на что будем? Детей кормить?! Вот этот вопрос меня больше всего мучает!!!!!!; 7) А как быть людям, которых на работе заставляют писать заявления, якобы просим разрешить работать в карантин. Или сидеть без оплаты. Такой безпридел на угольных предприятиях; 8) А мы на шахте перед сменой дышим в один алкотестер, а это 100-200 человек. Сочетание вопросительных и восклицательных знаков, употребление ассертивов, синтагм, содержащих отрицание нет, парцелляций свидетельствует об эмоциональном состоянии автора в момент написания отклика. На лексическом уровне данная тактика также облуживается различными коммуникативными ходами, как, например, уточняющей лексемой именно, лексемой смысл, подменяющей в данном высказывании лексему цель, метафорами цирк и посиделки, союзом так и, наречиями серьезно, тогда, вопросительными словосочетаниями что это за, на каком основании, как быть, что делать если, и что теперь делать, вопросительными словами где, как, какой.

Большое количество комментариев, выражающих упрек, содержат иронию и сарказм: 1) Меры такие-ей богу смешно... правильно здесь пишут. А смысл сидеть половине семье дома на изоляции если друга половина работает? ...мне одной это кажется абсурдным?))) нет возможности работать удаленно? Ну уважаемые, это не карантин вовсе, это показуха)) А Ваши меры, простите конечно, но полный бред!; 2) Спасибо вам огромное. Только простой люд остался без работы, без денег, с кредитами и ипотекой и с головной болью как жить дальше и чем кормить своих детей; 3) Как диагностируют корона вирус в Кузбассе, если пару дней назад ГОСПОЖА Голикова сказала, что средств для диагностирования в России нет? В данных примерах ирония направлена в адрес губернатора Кемеровской области и реализуется при помощи лексем спасибо, показуха, абсурд, словосочетаний полный бред, синтагмы меры такие-ей богу смешно. Также в данном отклике содержится

сарказм, выраженный лексемой *госпожа* и усиленный прописными буквами на орфографическом уровне. Саркастический комментарий касается заместителя председателя Правительства Российской Федерации по вопросам социальной политики Т. А. Голиковой.

Тактика призыва в анализируемых примерах вербализуется императивом, лозунговыми высказываниями и визуально подкрепляется прописными буквами на орфографическом уровне. Призывы не предлагают адресату искать собственное решение задачи, а дают уже готовый ответ: *1) Пока вы будете прорабатывать вопросы въезда, к нам уже заразу завезут из других регионов! МЕРЫ ДОЛЖНЫ БЫТЬ ПРИНЯТЫ НЕЗАМЕДЛИТЕЛЬНЫЕ! Вы нас как потом и где лечить то будете? И главное чем????? Прекратите тратить деньги на строительство ненужных нам объектов для спорта, развлечений и т.д НАПРАВЛЯЙТЕ СРЕДСТВА НА БЕЗОПАСНОСТЬ ГРАЖДАН, НА ЗАКУПКУ МЕДОБОРУДОВАНИЯ, ЛЕКАРСТВ И ДЕЗИНФЕКЦИЮ! ПОТОМ БУДЕТЕ СТРОИТЬ ЕСЛИ КОНЕЧНО БУДЕТ ДОЯ КОГО! ОЧНИТЕСЬ АДМИНИСТРАЦИЯ КУЗБАССА!; 2) Если и идёт речь о карантине, так закройте все, люди ходят на работу и контактируют с людьми, в чем смысл? Посадите всех дома, с сохранением 100% заработной платой, тогда все будут соблюдать ваши «рекомендации» а пока это только показуха; 3) Уважаемый Сергей Евгеньевич. Закройте, пожалуйста закройте въезд в область, хоть на 2 недели, как это сделали другие регионы. Меньше людей из вне, меньше заразы (пропускать только с местными прописками); 4) Отмените повышение взносов за капремонт, не позорьтесь! И так, живём хуже всех. Не время повышать плату за капремонт на зарплаты бездельникам из этого фонда.*

В следующем комментарии тактика оскорбления выражена инвективной метафорой и местоимением 2 лица единственного числа и подкреплена тактикой упрека (комментатор сетует, что по состоянию здоровья должен находиться под наблюдением специалиста, поэтому вынужден посещать больницу): *«Не могу понять всяких Курносенков. Что вам сделали пенсионеры. Забыла кто тебя растил учил, но не доучил. Я в неделю по 2, а то 3 раза посещаю онкологическое отделение. А там в основном одни пенсионеры. Надо про сто иногда думать головой, что говорить и очём. Не дай Бог вам оказаться на нашем месте».* Употребление местоимения 2 лица единственного числа свидетельствует о негативном отношении

к губернатору, а вопросительная форма предложений отражает эмоциональное состояние комментатора. Кроме того, автор отклика обвиняет политика в недальновидном поведении, прибегая к фразеологическому обороту *думать головой*.

Комментарии, относящиеся к видеопубликации косвенно, выражены уточняющими вопросами, касающимися организации жизни и поведения в условиях пандемии: *Возможно ли как-то покинуть Кемеровскую область? И если нужен какой-то пропуск, то где его взять?; Доминго будет работать??*

В заключение отметим, что в проанализированном политическом дискурсе губернатора Кемеровской области использован широкий спектр персуазивных стратегий и реализующих их тактик. Однако степень достижения перлокутивного эффекта оказалась недостаточной для легитимации озвученных политических решений. Несоответствия политических решений общественным ожиданиям и, как следствие, скептическая оценка предпринимаемых действий, явились предпосылками проявления делегитимации власти в лице губернатора со стороны интернет-комментаторов. Анализ комментариев к видеопубликации губернатора Кемеровской области показал преобладание делегитимирующих откликов, а следовательно, неуспешность персуазивных приемов в исследуемом политическом дискурсе. Значительное количество комментариев с неодобрительным содержанием направлено не столько на личность политика, сколько на принятые им заведомо непопулярные политические решения.

Литература

1. *Василенко Е. Н.* Языковые средства убеждения в политическом дискурсе. Могилев: МГУ им. А. А. Кулешова, 2018. 164 с.
2. *Иссерс О. С.* Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. Изд. 5-е. Москва: Издательство ЛКИ, 2008. 288 с.
3. *Михалева О. Л.* Политический дискурс: Специфика манипулятивного воздействия. Москва: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2009. 256 с.
4. *Паршина О. Н.* Стратегии и тактики речевого поведения современной политической элиты России: Автореф. дис. ... д-ра филол. наук: 10.02.01/Паршина Ольга Николаевна; СГУ. Саратов, 2005. 48 с.
5. *Трохинова О. И.* Легитимация непопулярных политических решений: коммуникационный аспект: дис. ... канд. полит. наук: 10.01.10 / Трохинова Ольга Игоревна; СПбГУ. Санкт-Петербург, 2019. 336 с.

LEGITIMATING STRATEGIES IN THE POLITICAL DISCOURSE OF THE GOVERNOR OF THE KEMEROVO REGION S. E. TSIVILEV

M. A. Silkova

Kemerovo State University
Kemerovo, Russia

Abstract. *One of the functions of political discourse is to legitimize political decisions. The importance of this function is that the lack of legitimation of political decisions leads to a crisis of the Power. This article is devoted to the analysis of the effectiveness of legitimizing persuasive strategies and tactics as well as the ways of their implementation in the political discourse of Russia's regional policy based on the Instagram video publication of the Governor of the Kemerovo Region Sergei Evgenievich Tsivilev on. The publication is dedicated to the introduction of a self-isolation regime at the beginning in the midst of the pandemic and online comments to it. The research methods are presented by the method of linguistic description and the method of continuous sampling. The article examines the strategies and tactics used in the politician's legitimizing discourse, identifies the most frequent of them, and analyzes the speech methods of their implementation. It was revealed that among the persuasive strategies in the political discourse of a politician the following strategies are predominated: the information and interpretation strategy for recognizing the existence of the problem, the strategy of self-presentation, the strategy for promotion, the persuasion strategy and the strategy of theatricality. Persuasive strategies in political discourse are to inspire the addressee with a certain algorithm of actions and cause a reaction that legitimizes the political decisions. The tactics implementing these strategies are served by various rhetorical techniques. The effectiveness/ineffectiveness of the identified strategies and their tactics is realized in the Internet comments, which can be differentiated into legitimizing and delegitimizing ones as well as the comments related indirectly to the topic of publication. The comment analysis has shown the predominance of delegitimizing comments and the failure of persuasive strategies in the studied political discourse of the governor of the Kemerovo region.*

Key words: *political discourse; legitimation; delegitimation; strategy; tactics; internet commentary.*

For citation: Silkova M. A. Legitimizing Strategies in the Political Discourse of the Governor of the Kemerovo Region S. Tsivilev. *Journal of Russian Studies*. 2021;2(2);8–21. (In Russian).

References

1. Vasilenko, E. N. (2018). *Yazykovyye sredstva ubezhdeniya v politicheskom diskurse* [Linguistic means of persuasion in political discourse]: Mogilev. 164 p. (In Russian).
2. Issers, O. S. (2008). *Kommunikativnyye strategii i taktiki russkoy rechi* [Communicative strategies and tactics of Russian speech]: Moskva. 288 p. (In Russian).

3. Michaleva, O. L. (2009). *Politicheskiy diskurs: Spetsifika manipulyativnogo vozdeystviya* [Political discourse: Specificity of manipulative influence]: Moskva. 256 p. (In Russian).

4. Parshina, O. N. (2005). *Strategii i taktiki rechevogo povedeniya sovremennoy politicheskoy elity Rossii* [Strategies and tactics of speech behavior of the modern political elite of Russia]: avtoref. dis. doct. filol. nauk. Saratov. 48 p. (In Russian).

5. Trochinova, O. I. (2019). *Legitimatsiya nepopulyarnykh politicheskikh resheniy: kommunikatsionnyy aspekt* [Legitimation of unpopular political decisions: the communication aspect]: avtoref. kand. polit. nauk. Saint Petersburg. 336 p. (In Russian).

Автор публикации

Author of the Publication

Силкова Мария Александровна – старший преподаватель кафедры иностранных языков Института филологии, иностранных языков и медиакоммуникаций Кемеровского государственного университета, г. Кемерово, Россия.
E-mail: maria.silkova@mail.ru

Maria A. Silkova – Senior Lecturer, Department of Foreign Languages, Institute of Philology, Foreign Languages and Media Communications, Kemerovo State University, Kemerovo, Russia.
E-mail: maria.silkova@mail.ru

Поступила в редакцию / Received 15.04.2021
Принята к публикации / Accepted 22.04.2021

АКСИОЛОГИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ ИНТЕРНЕТ-КОММЕНТАРИЯ КАК ОТРАЖЕНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ ЦЕННОСТЕЙ

Н. Г. Асмус

nasmus@74.ru

Челябинский государственный университет
г. Челябинск, Россия

Аннотация. Данная статья посвящена изучению аксиологической составляющей интернет-комментария как результата формирования ценностных ориентиров современного горожанина. Материалом для исследования послужили информационные и аналитические медиатексты политической, экономической, социальной тематики, отражающие актуальные проблемы городской среды Челябинской области. Возникновение нового коммуникативного пространства определяет и особенности построения текста. Медиатекст характеризуется следующими параметрами: актуальность новости, неожиданность происшествий, включенность автора в событие, апелляция к популярным концептам и составляющим актуальных на данный момент тем, экспрессия, публичная адресованность, обратная связь. Объектом нашего исследования выступает интернет-комментарий, предметом – лингвопрагматические особенности интернет-комментария. Целью нашей статьи является выявление оценочного потенциала и анализ лингвопрагматических особенностей интернет-комментария на примере русскоязычных новостных сайтов и информационных медиапорталов.

В результате проведенного исследования мы пришли к выводу, что интернет-комментарий представляет собой вторичный жанр виртуальной коммуникации, который совмещает в себе черты институционального и личностно-ориентированного типов дискурса и направлен на получение правдивой информации и оценивание чужого мнения. Структура медиатекста изменяется за счет того, что адресат становится соавтором произведения, комментируя и добавляя оценочные высказывания в авторский текст. Мы выделяем 5 основных типов оценочных комментариев, которые демонстрируют активную гражданскую позицию современного человека и желание участвовать в выборе политических и социальных программ по улучшению качества жизни города.

Ключевые слова: виртуальная коммуникация, медиатекст, интернет-комментарий, аксиологическая составляющая, оценочность, оценка, российские СМИ, проблемы городской среды.

Для цитирования: Асмус Н. Г. Аксиологический потенциал интернет-комментария как отражение социальных ценностей. *Российские исследования.* 2021;2(2):22–32.

В процессе кардинальных изменений способов обработки и хранения информации, технологических и культурных преобразований возникают и новые формы представления знаний. Текст как результат рефлексии и трансформации известных смыслов усложняется и приобретает новые качества за счет внесения в него мнений, оценок и рассуждений коллективного автора.

Современный человек очень избирательно относится к выбору источника, форме представления и типу публикуемой информации. С одной стороны, традиционные СМИ уходят от формальных, шаблонных способов организации контента, с другой стороны, социальные сети и независимые медиапорталы предлагают альтернативные способы, где каждое рядовое происшествие или новость презентуется как событие с привлечением дополнительных фактов, интерактивным участием свидетелей и очевидцев и возможностью всех заинтересованных читателей участвовать в коллективном творчестве.

Современные коммуникативные процессы, протекающие в медиaprостранстве, характеризуются наличием обратной связи и вовлеченностью человека в решение актуальных проблем города, страны, предприятия, вуза. В связи с этим меняются и требования к построению медиатекста. Новое направление в лингвистике, медиалингвистика, занимается изучением функционирования текста в средствах массовой информации. Т. Г. Добросклонская отмечает, что «уровень массовой коммуникации придаёт понятию текст новые смысловые оттенки, обусловленные медийными свойствами того или иного средства массовой информации»¹. Я. Н. Засурский называет медиатекст «новым коммуникативным продуктом», который реализуется в разнообразных медийных сферах: газета, радио, телевидение, Интернет². Мы выделяем следующие признаки медийности: актуальность новости, неожиданность происшествий, включенность автора в событие, апелляция к популярным концептам и составляющим актуальных на данный момент тем, экспрессия, публичная адресованность, обратная связь³.

¹ Добросклонская Т. Г. Моделирование информационных процессов в современном медиaprостранстве // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. Москва: Изд-во Моск. ун-та, 2015. № 4. С. 9.

² Засурский Я. Н. Медиатекст в контексте конвергенции // Вестник Московского ун-та. Серия 10. Журналистика. № 2. Москва: Изд-во Моск. ун-та, 2005. С. 6.

³ Асмус Н. Г. Структурные особенности и прагматический потенциал заголовков блогов // МЕ-ДИАОбразование: векторы интеграции в цифровое пространство: материалы IV межд. науч. конф. Челябинск, 2019. С. 402.

Интернет-комментарий как новая форма организации контента и сравнительно недавно сформировавшийся исконно-сетевой жанр позволяет всем заинтересованным участникам общения открыто выражать собственное мнение, своевременно реагировать на предпринимаемые кем-то действия и активно участвовать в решении насущных проблем. Оперативность информации и обратной связи является ключевым параметром во всестороннем освещении событий и проводимой политике с целью смоделировать коллективное общественное сознание и выявить новые приоритеты. Рассмотрение интернет-комментария как эмоционально-экспрессивной единицы текста, обладающей богатым аксиологическим потенциалом, представляется актуальной проблемой исследования.

В качестве объекта нашего исследования выбран интернет-комментарий, а предметом – лингвопрагматические особенности интернет-комментария, оставленного русскоязычными пользователями. Целью статьи является анализ особенностей интернет-комментария на примере новостных сайтов и информационных медиапорталов. Мы использовали следующие методы исследования: описательный метод, стилистический анализ, метод контекстуального анализа, методы сопоставления и обобщения.

Для нашего анализа мы отобрали комментарии к информационным и аналитическим медиатекстам в социальной сети Инстаграм, посвященным актуальным проблемам городской среды Челябинска в период с января по март 2021 года общим объемом 400 единиц. Сайты *74live*, *chelyabiskii_urbanist*, *chelyab_news*, *chelbreathe*, *nash_chelybinsk* доступны, пользуются популярностью у читателей и работают в режиме обратной связи.

Мы определяем интернет-комментарий как вторичный исконно-сетевой жанр, возникший в результате воздействия медиатехнологий. Он совмещает в себе черты институционального и личностно-ориентированного типов дискурса и близок к публицистическому дискурсу по функциональности, так как призван информировать, воздействовать и убеждать. В конечном итоге пользователь, оставляющий комментарий, пытается путем убеждений добиться изменений в мировосприятии партнера по коммуникации.

Этот жанр речевого общения направлен на получение информации, выражение собственной точки зрения, интерпретацию и оценивание чужого мнения. Комментарий неразрывно связан с исходной статьей, которая ориентирована на получение ответной

реакции и служит стимулом для продолжения диалога. В зависимости от типа исходной статьи, темы и серьезности общения, а также целей коммуникантов интернет-комментарий может быть двух типов: информативный и познавательно-развлекательный. Ему свойственны субъективность, эмоциональная окрашенность, оценочность, компрессия языковых средств, имитация разговорной речи, пренебрежение нормами орфографии и пунктуации.

Характеризуя направленность комментария, мы выделяем следующие его особенности: идеологизированность коммуникации в рамках жанра в целом, определенная адресность мнения и оценки, преобладание негативной или положительной тональности текста, конструктивный или неконструктивный настрой коммуникантов. Для выражения своей точки зрения автор интернет-комментария принимает или не принимает высказанное мнение и занимает определенную позицию. Поэтому мы считаем, что оценочность является основной системообразующей категорией данного жанра.

Оценка и оценочность являются ключевыми понятиями сравнительно молодого направления в лингвистике, лингвоаксиологии. Работы Н. Д. Арутюновой, Е. М. Вольф, Т. В. Маркеловой заложили основы аксиологической проблематики в языке. Оценку мы определяем как когнитивное действие, заключающееся в приписывании отрицательных или положительных свойств предмету и направленное на определение ценности для субъекта. Оценочность – это свойство языковой единицы или лингвистическая категория, при помощи которой человек демонстрирует результат когнитивных процессов по восприятию и моделированию окружающей действительности и выражает свое отношение к миру. Оценочность в интернет-комментарии реализуется на всех уровнях языка: лексическом, грамматическом, морфологическом и синтаксическом.

Мы выделили 5 типов мнений, которые демонстрируют интересы, потребности и ценности современного человека, интересующегося проблемами городской среды и занимающего активную гражданскую позицию. Это недовольство, провокация, директивное указание, убедительная аргументация своей точки зрения и эмоциональная реакция. Комментарии в социальной сети Инстаграм отличаются имитацией разговорной речи, мгновенностью реакции, краткостью, оценочностью и повышенной эмоциональностью.

Выбранные для анализа медиапорталы публикуют новости как национального, так и регионального назначения. Мы отбира-

ли посты, посвященные вопросам благоустройства городской среды и отражающие приоритеты жителей Челябинской области. Наибольший резонанс вызвали темы ухудшения экологической ситуации в Челябинске (36%), действия властей и различных служб по наведению порядка в хозяйственной деятельности региона (29%), планирования бюджета области на ближайшую перспективу (19%), организации мероприятий, акций, флэшмобов различными службами и объединениями (9%), контроля качества оказания всевозможных услуг населению (7%).

Самым частотным типом мнения за данный период является недовольство (38% от общего числа комментариев). В данных примерах преобладает несогласие с мнением оппонента и негативная оценка описываемого действия или события. Сообщения пользователей, как правило, содержат множество вопросов, большинство из которых риторические. Адресуя свои вопросы как автору исходной статьи, так и другим пользователям, коммуникант импульсивно выражает наболевшее, четко разделяя аудиторию на «своих» и «чужих». «Мы» – это простые граждане с проблемами, «они» – власть, живущая на них. *Yulichka_konstantin_shubert: «Зла нет.....каждый год одно и тоже!!!! Летом интересно чем они занимаются при опресовке (для галочки видимо отключают, и делают вид работы своей). Когда всё будет по человечески, когда начнут наказывать за такую халатность виновных ??? Мыс детьми до сих пор мёрзнем, спасают обогреватели ...Как не малые суммы за квартиру выставлять так мастера своего дела, а как услуги предоставлять – ушли видимо в туман».* Неопределенно-личные предложения, содержащие обвинения в адрес отопительных служб, оставивших жителей мерзнуть зимой в собственной квартире, безличное предложение с инфинитивом, направленное на описание халатности в осуществлении государственных услуг дополнены графическим способом выражения неодобрительного отношения к происходящему. Многоточие делит предложение на смысловые куски, важные для автора, дублирование восклицательного знака повышает эмоциональный накал недовольства, дублирование вопросительного знака актуализирует риторический вопрос, на который невозможно дать ответ. Безответственность чиновников передана жаргонным выражением «уйти в туман». Пользователь *yakoff74* адресуется своим риторическим вопросом всем читателям не для того, чтобы найти на него ответ, а показать, что данная экологическая ситуация не находит

решения, хотя и бюджетные средства регулярно выделяются, и конкретные действия проводятся. *uakoff74*: «Мне вот интересно, а дым и химикаты заполнили город – а это ответит ктонибудь?».

Вторым по частотности типом мнения выступает директивное указание (26% от общего числа). После выражения собственного мнения или прогнозирования возможного результата описываемого явления пользователь призывает к каким-то определенным действиям, давая рекомендации и настраивая на решительные действия в поддержку или против выбранных мер. Побуждение к действию выражается при помощи глагола в форме повелительного наклонения, модальных безлично-предикативных слов *надо*, *можно*, *нельзя*, *стыдно*, *жаль*, *нужно*, формообразующей частицы *пусть*, модальных глаголов. Так, например, коммуникант *miskamvotuan* предлагает комплекс мер по нормализации работы городского транспорта: «*Так и будет, пока гортранс не начнет работать. Маршрутки надо убирать с дорог, запускать хорошие автобусы (которые были, кстати, закуплены, после чего АТП продали, а автобусы стояли долго на стоянке в районе свердловского проспекта с открытыми дверьми и полными снега, дальше их судьба не известна), а профессия водитель автобуса должна быть высокооплачиваемая. Тогда местные жители пойдут работать на автобусы и будет порядок на дорогах*». Несмотря на то, что преобладает негативная тональность, автор соглашается с мнением собеседника, проявляет дружелюбие и конструктивный настрой на открытое обсуждение возникших проблем. Комментарий *valeriii56* отличается категоричностью и ультимативностью за счет использования глагола *перестать* в повелительном наклонении и параллельной конструкции с инверсией для указания на того, кто это организует. *Valeriii56*: «*Перестаньте покупать живые ёлки и не будет ёлочных базаров сами спрос делаете на ёлки сами и губите лес ради недели*». Автор намеренно не использует знаки препинания, следуя традиции имитации разговорной речи на письме и экономии усилий говорящего. Сравним следующие два сообщения, оставленные к посту об окончательном решении суда в отношении вырубки городского бора для строительства детского онкологического центра. Челябинцы очень болезненно относятся к проектам, затрагивающим уничтожение лесного массива, который находится почти в самом центре города и является одним из факторов, усугубляющих плачевное состояние экологической ситуации в регионе. Пользователь *pablo_good37* настроен недружелюбно по отношению к властям и правоохранительным органам и выражает свое неодобрение при

помощи отрицательной частицы *не* и глагола в повелительном наклонении и краткого прилагательного, а также отрицательного местоимения. Преимущественно простые нераспространенные предложения, оформленные восклицательным знаком, делят высказывание на смысловые части и акцентируют внимание на конкретных проблемах. Авторский неологизм, образованный путем присоединения приставки *недо* к нарицательному существительному, придает значение недостаточности и неполноты качества предмета, подразумевая несостоятельность и некомпетентность указанных служб. *«Не трогайте Бор! Дышать нечем! Нам такой суд не нужен! Как же горит от такого недоправительства»*. Комментарий *ivan_happy_man* констатирует сущность проблемы и содержит конкретное предложение по улучшению экологии в городе. Аналогичные синтаксические и морфологические средства выражения оценочности помогают выстроить комментарий в конструктивной форме, направленной на диалог и предполагающей дружелюбие к оппоненту и настрой на поиск возможных решений. *Ivan_happy_man*: *«Город задыхается от вони. Не трогайте бор, и не надо прикрываться детками, им здесь жить и дышать ужасным воздухом? Лучше больше озеленения в городе, парков, да просто мест для прогулок»*.

Третий по частотности тип мнения – провокация (19% от общего числа). Для выражения подтекста и скрытых смыслов авторы используют сарказм и иронию. Пользователь *margarita_usoltseva45* в ответ на пост о том, что синоптики связывают причину появления густого тумана, окутавшего весь город, с усилением морозов, в ироничной форме высказывает другую причину данного природного, а скорее, антропогенного катаклизма. *Margarita_usoltseva45*: *«Ну что возмущаемся? Синоптики просто не пишут, что с усилением морозов густеет не только туман, но и смог»*. В посте о результатах рабочей поездки полномочного представителя Президента в Уральском федеральном округе в Челябинскую область дается положительная оценка работе правительства региона по реализации экологических мероприятий. Коммуникант *vovatarik* имплицитно в саркастической манере демонстрирует несогласие с официальным представлением ситуации и деструктивный настрой на возможность дальнейшего разрешения данной проблемы. Сообщение выстроено в нейтральной тональности и направлено на выражение твердой авторской позиции в отношении слухов, подтасовки фактов и фейков, которые не меняют реальное положение дел. Косвенная речь, параллельные

конструкции и прием капитализации усиливают подтекст: показать несостоятельность проводимых мер, на которые тратятся бюджетные средства. *Vovatarik*: «Сказали, что все хорошо, значит ХОРОШО! Не смог – а туман, не выбросы – а фейк».

Четвертый тип – аргументация своего мнения – встречается в 12% проанализированных примеров. Пользователи одновременно дают оценку описанному и высказывают свое мнение, аргументируя его примерами из жизни или доводами в пользу собственной точки зрения. Также автор может предложить собеседникам комплекс мер или определенную стратегию по улучшению сложившейся ситуации или выходу из кризиса. В ответ на пост, что 19 февраля в Челябинске на глазах у пассажиров произошла драка водителей двух маршруток, пользователь *ulia_rrr* написала: «В интернете столько недовольства высказывают люди, а когда едут в маршрутке все молчат. Однажды я сделала замечание водителю, что он едет и разговаривает по телефону держа телефон в руке, водитель высадил меня. Никто даже слова не сказал, все сидели и молчали. Я не грубила и это было даже не замечание, а просьба. Причём водитель рулил так, что нас мотало на поворотах. И это было не утро, чтобы были пробки и кто-то куда-то опаздывал. Так было неприятно. После этого, если меня не устраивает поездка, я молча выхожу и пересаживаюсь по возможности конечно. Но когда утром время подпирает, еду и трясусь». Сообщение автора имеет позитивную тональность, демонстрирует несогласие с предыдущим мнением, но дружелюбие и настрой на поиск возможных решений. Здесь мы наблюдаем разделение на «свой» - «чужой» по линии «я» и «толпа людей», которые могут много говорить, но когда вопрос касается дела, не вступаются за оскорбленного, а равнодушно молчат.

Пользователь *alyona_lyaricheva* четко разграничивает «своих» и «чужих». За «своих» она принимает всех людей, умеющих вести себя в обществе, следующих закону и правилам мирного сосуществования. Она употребляет слова с положительной коннотацией *адекватный, хороший, все в порядке* для описания «своих». Противопоставление осуществляется при помощи слов с отрицательной коннотацией (*под чем-то, запрещённые, выпендриваться, тянуть время, не до конца понятными*). Пост был посвящен описанию инцидента с участием челябинского инспектора ГИБДД, который выбил стекло в машине у водителя после того, как водитель остановленного Hyundai Solaris отказался предъявить ему свои доку-

менты и выйти из машины. Вот как прокомментировал свою позицию коммуникант *alyona_lyaricheva*: *«Ни один адекватный человек, у которого все в порядке с документами, и не под чем-то (будь то алкоголь или прочие запрещённые вещи), не станет тянуть время и выпендриваться, оперируя какими-то услышанными, но не до конца понятными правами. Гораздо проще и быстрее подать документы, услышать в ответ "все в порядке, хорошей дороги" и продолжить свой путь. Вот и все, вот и все».*

Наименее частотным типом мнения в наших примерах выступает чисто эмоциональная реакция (5% от общего числа). Преобладающими формами данного типа являются осуждение, дискредитация или похвала. Краткая оценка пользователя выражается при помощи оценочного прилагательного или наречия, разговорных слов различных частей речи, односоставного предложения, междометия, аббревиатуры, вопроса или эмотикона. Например, *Молодец, Красавчик, Россия Матушка!!!, Кошмар, Показушники, Ага, так и поверили, фотешоп, Зачем всё это?, Лучшая новость за сегодня, ♥, Всех обожаю.* Знаки препинания, эмотиконы и пиктограммы усиливают эффект воздействия на читателя в ситуации отсутствия непосредственного контакта.

Итак, основной целью жанра интернет-комментария к информационным медиапорталам и новостным сайтам является стремление получить правдивую информацию и выразить своё мнение. Жители Челябинска обеспокоены проблемами благоустройства города, уборки снега и вывоза мусора, состоянием загазованности и загрязнения воздуха в регионе, решениями по вырубке или сохранению городского бора и других массивов на территории края, работой муниципальных служб и государственных органов, распределения городского бюджета. К выбору новости в социальной сети предъявляются такие критерии: правдивость, объективность, всестороннее освещение и адекватность предложенного способа решения. Людям не интересны фейки и надуманные репортажи с места события, они оценивают и интерпретируют только то, что видят своими глазами. Большинство комментариев выстроено в негативной тональности с преобладанием несогласия с официальным представлением реального положения дел. Пользователи демонстрируют конструктивный настрой на диалог с властями, внимание к комментариям остальных участников общения и признание другого мнения. Автор комментария занимает позицию равного участника диалога, оперирует личным опытом,

представляет дополнительную информацию и аргументирует собственное мнение. Принадлежность к группе «свой-чужой» осуществляется сменой позиции автора на роль эксперта через использование оппозиции «мы-они».

Литература

1. Арутюнова Н. Д. Типы языковых значений: Оценка. Событие. Факт. Москва: Наука, 1988. 341 с.
2. Асмус Н. Г. Структурные особенности и прагматический потенциал заголовков блогов // MEDIAОбразование: векторы интеграции в цифровое пространство: материалы IV межд. науч. конф. Челябинск, 2019. С. 401–405.
3. Вольф Е. М. Функциональная семантика оценки. Москва: URSS, 2005. 280 с.
4. Добросклонская Т. Г. Моделирование информационных процессов в современном медиaprостранстве // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. Москва: Изд-во Моск. ун-та, 2015. № 4. С. 3–16.
5. Засурский Я. Н. Медиатекст в контексте конвергенции // Вестник Московского ун-та. Серия 10. Журналистика. № 2. Москва: Изд-во Моск. ун-та, 2005. С. 3–6.
6. Маркелова Т. В. Прагматика и семантика средств выражения оценки в русском языке. Москва, 2013. 297 с.

THE AXIOLOGICAL POTENTIAL OF INTERNET COMMENTS AS A REFLECTION OF SOCIAL VALUES

N. G. Asmus

Chelyabinsk State University
Chelyabinsk, Russia

Abstract. *The article is devoted to the study of the axiological component of the Internet comments as a result of the formation of values of the modern city dweller. The material for the research was taken from analytical media texts concerning political, economic, social issues, reflecting the urgent problems of the urban environment of the Chelyabinsk region. The appearance of a new communicative environment determines the new dimensions of the text. Media text is characterized by the following features: relevance of news, unexpectedness of the incident, author's involvement in the event, appeal to popular concepts and current topics, emotional component, public addressing, feedback. The object of our research is the Internet comment, and the subject is the linguopragmatic features of the Internet commentary. The purpose of our article is to assess the evaluative potential and analyze the linguopragmatic features of Internet comments on the example of Russian news sites and information media portals. As a result of our research we came to the conclusion that Internet comment is a secondary genre of virtual communication, which combines the features of institutional and personality-oriented types of discourse and is aimed at obtaining truthful information and evaluating someone else's opinion. The structure of the media text changes due to the fact that*

the addressee becomes a coauthor of the work, commenting and adding evaluative statements to the author's text. We distinguish 5 main types of evaluative comments that demonstrate an active civic position of a modern person and a desire to participate in political and social programs to improve the quality of life in the city.

Key words: *virtual communication, media text, Internet comment, axiological component, evaluation, Russian media, problems of the urban environment.*

For citation: Asmus N. G. The axiological potential of internet comments as a reflection of social values. *Journal of Russian Studies*. 2021;2(2):22–32. (In Russian)

References

1. Arutjunova, N. D. (1988). *Tipy iazykovykh znachenii: Otsenka. Sobytie. Fakt* [Types of linguistic values: Assessment. Event. Fact]. Moscow, Nauka. 341 p. (In Russian).
2. Asmus, N. G. (2019). *Strukturnye osobennosti i pragmaticheskii potentsial zagolovkov blogov* [Structural features and pragmatic potential of blog titles] // MEDIAObrazovanie: vektory integracii v cifrovoe prostranstvo: materialy IV mezhdunarodnoj nauchnoj konferencii. Chelyabinsk. Pp. 401–405. (In Russian).
3. Vol'f, E. M (2005). *Funktional'naia semantika otsenki* [Functional semantics of evaluation]. Moscow, URSS. 280 p. (In Russian).
4. Dobrosklonskaja, T. G. (2015). *Modelirovanie informatsionnykh protsessov v sovremenom mediaprostranstve* [Modeling information processes in modern media space] // Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistika. № 4. Moscow, Izdatel'stvo Moskovskogo universiteta. Pp. 3–16. (In Russian).
5. Zasurskij, Ja. N (2005). *Mediatekst v kontekste konvergentsii* [Media text in the context of convergence] // Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistika. № 2. Moscow, Izdatel'stvo Moskovskogo universiteta. Pp. 3–6. (In Russian).
6. Markelova, T. V (2013). *Pragmatika i semantika sredstv vyrazheniia otsenki v russkom iazyke* [Pragmatics and semantics of means of expressing evaluation in Russian]. Moscow. 341 p. (In Russian).

Автор публикации

Асмус Нина Геннадьевна – кандидат филологических наук, доцент кафедры теории и практики английского языка Челябинского государственного университета, г. Челябинск, Россия.
E-mail: nasmus@74.ru

Author of the publication

Asmus Nina Gennadievna – associate Professor, faculty of linguistics and translation, Department of theory and practice of the English language, Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, Russia.
E-mail: nasmus@74.ru

Поступила в редакцию / Received 14.03.2021
Принята к публикации / Accepted 22.04.2021

ФИЛОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ

УДК 811

ОПЫТ КАТЕГОРИАЛЬНОГО АНАЛИЗА СОВЕТИЗМОВ

В. П. Белянин

psyling@gmail.com

Психотерапевт
г. Торонто, Канада

Аннотация. В статье представлен результат категориального анализа советизмов, имеющих в некоторых толковых словарях. Советизмы рассматриваются как в собственно языковом измерении, так и с точки зрения того, как они моделировали действительность. Советизмы описываются с позиции того, отражают ли они господствовавшую идеологию как систему координат, либо имеют критическую направленность со стороны тех, кто находится в оппозиции к официальной идеологии. При этом выделяются толкования, присущие актуальному времени их существования и более поздние обозначения. При анализе советизмов и их словарных толкований используется метод анализа тональности, когда в словах и текстах определяется отношение к действительности (положительное, нейтральное, отрицательное). В статье аксиология политического текста трактуется как пересечение интенции автора и реципиента (пусть и коллективного). Завершается статья наблюдениями над тем, как идеология манифестирует себя в современном политическом дискурсе.

Ключевые слова: политический дискурс, тональность, идеология, советизмы, аксиология.

Для цитирования: Белянин В.П. Опыт категориального анализа советизмов. *Российские исследования.* 2021. *Российские исследования.* 2021;2(2):33–55.

Определение понятий

Определим основные термины и понятия, которые мы будем использовать в нашей работе.

Словарь – это сборник слов в алфавитном порядке, с пояснениями, толкованиями или с переводом на другой язык. Среди сло-

варей выделяются словари устаревших слов, которые можно считать своего рода двуязычными словарями, где современникам объясняется суть понятия, которое обозначает ушедшее явление или получает новое наполнение в новое время.

Советизмы. Под советизмами понимаются слова и выражения, которые характеризовали советскую идеологию и эпоху (1917–1991). После распада СССР в истории страны был период, который позволил переосмыслить слова, получившие позднее название советизмов. Советизмы не представляют собой однородной группы слов, они различаются в лингвистическом, в стилистическом плане, в плане референции и прагматики. Являясь концептами советской картины мира, советизмы позволяют реконструировать систему координат, которая существовала в советской идеологии.

Категория. Категория – это родовое понятие, обозначающее разряд предметов или наиболее общий их признак. Категориальный анализ состоит в том, что выделенные единицы объединяются в группы, анализируется структура этих групп и каждая единица рассматривается как часть определённой категории. Аналогом категориального анализа является семный анализ¹.

Тональность. Под тональностью мы понимаем эмоциональный аспект текста, мнение «выраженное в тексте, относительно конкретных аспектов исследуемой сущности»².

Идеология. Мы понимаем идеологию как систему концептуально оформленных идей, которая выражает интересы, мировоззрение и идеалы того или иного (и прежде всего, господствующего) субъекта политики. Задачей нашего анализа советизмов является описание семантического пространства той эпохи с целью её «герменевтического» понимания и концептуальной реконструкции (и деконструкции) советской идеологии.

Идеология и язык

Говоря об идеологии, отметим, что идеология – это не просто «представление о мире», а скорее, «представление вымышленного отношения индивидуумов к своим реальным условиям существования»³ (перевод наш – В. Б.). В таком понимании «идеология от-

¹ Попова З. Д., Стернин И. А. Когнитивная лингвистика. Москва: Восток-Запад, 2010. С. 71–72, 119, 136–138.

² Блинов П. Д. Метод, алгоритмы и программная система аспектно-эмоционального анализа текстов [Текст]: Автореф. дис. ... канд. техн. наук: 05.13.17; Моск. гос. ун-т печати, Москва, 2016. С. 3.

³ Althusser, L. Lenin and Philosophy and Other Essays. B. Brewster. (trans.) New Left Books, 1971. P. 147, цит. по: Larrain J. The Concept of Ideology. Hutchinson of London, 1979. P. 159.

ражает не реальный мир, а отношения между людьми и их реальностью»⁴ (перевод наш – В. Б.). Однако при этом некоторые исследователи считают, что идеология, будучи логически последовательной, властвует над познавательной способностью, способна руководить оценочными суждениями и служит инструкцией к действиям. Иными словами, политические идеологии могут быть моделирующими и даже манипулятивными⁵.

Идеология существует в контексте событий, но при изменении обстоятельств лишь часть слов уходит совсем, вместе со своими носителями, другие слова, которые несли идеологическую нагрузку, остаются после ухода режима, третьи же лишь немного меняют значение. Но проблема ещё и в том, что слова, которые немного изменили свою семантику, по-прежнему сохраняют связь с эпохой, их породившей. И носители языка это не всегда умеют осознать и используют старые слова, которые несут на себе отпечаток прошлых эпох⁶, что как бы продлевает жизнь ушедшей идеологии в сознании носителей языка и культуры.

Для носителей языка распознавания всех компонентов значения слова – это тонкая нюансировка. И если связь слов-идеологем с ситуацией, в которой они существовали, не раскрыта до конца, то нам думается, что прошлое может продолжать влиять и на настоящее, и на будущее.

Словари советизмов

Идеологический язык был материалом для анализа многих ученых. Так, К. Н. Державин писал о языке Французской Революции⁷, а С. И. Карцевский о языке, возникшем после 1917 года в работе «Язык, война и революция»⁸. И всё же основополагающей работой по идеологическому языку нам представляется работа Клемперера «Язык третьего рейха»⁹. Очень негативно относясь к рассматриваемому явлению, Виктор Клемперер, в частности, пишет: «Но язык не только творит и мыслит за меня, он управляет также моими чувствами, он руководит всей моей душевной субстанцией, и тем сильнее, чем покорнее и бессознательнее я ему

⁴ Larrain J. The Concept of Ideology. Hutchinson of London, 1979. P. 159.

⁵ Дейк Т. А., ван. Язык, познание, коммуникация. Москва, 1989.

⁶ Klemperer V. LTI: Notizbuch eines Philologen. Berlin: Aufbau. 1947. P. 1–8.

⁷ Державин К. Н. Язык Французской Революции. 1789–1799. Ленинград: РНБ. Ф.1028.Д.319.

⁸ Карцевский С. И. Язык, война и революция. Берлин: Русское Универсальное издательство, 1923. 72 с.

⁹ Klemperer. Указ. соч.

отдаюсь. А если язык образован из ядовитых элементов или служит переносчиком ядовитых веществ? Слова могут уподобляться мизерным дозам мышьяка: их незаметно для себя проглатывают, они вроде бы не оказывают никакого действия, но через некоторое время отравление налицо»¹⁰.

Работа Жака Росси «Справочник по ГУЛагу»¹¹ включает в себя элементы, которые можно назвать советизмами, но, однако, она в большей степени посвящена арготизмам. Она носит подзаголовок «Исторический словарь советских пенитенциарных институций и терминов, связанных с принудительным трудом».

Если к советизмам относить слова и словосочетания «революционно-советского происхождения»¹², а также идеологически нагруженную лексику, бытовавшую в эпоху с 1917 по 1991 год, то мы можем увидеть, что количество таких слов велико, и критерии отнесения слова к советизмам очень широкие. Одним из типов словарей являются словари ограниченной в употреблении и неактуальной лексики и фразеологии¹³. Думается, что многие словари советизмов можно отнести именно к этому типу. Кроме того, словари советизмов можно считать словарями антропоцентрического типа, которые, по наблюдениям Г. Н. Складневской, описывают «не абстрактную систему, а живой язык, данный в реальном употреблении и ориентированный на языковое сознание современников»¹⁴. По нашим наблюдениям, во многих словарях советизмов слова в них описаны не так строго научно, как в отраслевых словарях, они скорее отражают обыденное, чем научное мышление.

В аннотации к работе М. Геллера «Машина и винтики»¹⁵ сказано, что его работы «отличает высокая научная объективность, ясность освещения сложных исторических процессов, глубокое проникновение в их психологическую подоплёку и искренняя

¹⁰ Там же. С. 11.

¹¹ Росси Ж. Справочник по ГУЛагу: Исторический словарь советских пенитенциарных институций и терминов, связанных с принудительным трудом. London, Overseas Publications Interchange, 1991. Тт. 1, 2.

¹² Овсянникова В. З. Литературная речь: толковый словарь современной общелитературной фразеологии: употребительнейшие иностранные и русские отвлечённые термины, образные слова и иносказания с указанием их происхождения и примерами фразеологического употребления. Москва: ОГИЗ, 1933. 359 с.

¹³ Шерстяных И. В. Практическая лексикография. Иркутск: ИГЛУ, 2012. С. 291.

¹⁴ Складневская Г. Н. Антропоцентрическая лексикография: идеи и практика // Лексикография. Язык. Речь: сб. ст. памяти Анны Липовской. София, 2013. С. 130.

¹⁵ Геллер М. Машина и винтики. История формирования советского человека. Москва: Изд-во «МИК», 1984. 336 с.

боль за судьбу России». Иными словами, отмечается, что автор, при всей объективности, имеет чёткую нравственную позицию.

В предисловии к работе Бенедикта Сарнова¹⁶ также отмечается, что автор, описывая «официальный политический язык советской эпохи» считает, что «это был яд, идеологический яд, которым отравлялось общественное сознание, а тем самым и сознание каждого члена общества». Автор также не скрывает своей позиции критического отношения к описываемому явлению.

В словаре В. М. Мокиенко и Т. Г. Никитиной «Толковый словарь языка Совдепии»¹⁷ советизмы делятся на семантические (*пионер, вожак, болтун*), лексико-словообразовательные (*аулсовет, верблюдосовхоз*) и стилистические (*гениальный вождь и учитель, Отец народов, Кремлёвский горец*). Авторы также выделяют антропонимы (*Марлен, Даздраперма*) и ономастиконы (*завод «Красный Октябрь»*) и описывают пометы: назидательное (*Пионер – всем ребятам пример*), порицательное (*поджигатель войны, расхититель*), осудительное (*вещепоклонство, пережитки прошлого*) и эвфемизмы (*ограниченный контингент*).

В работе Н. А. Купиной¹⁸ автор размещает советизмы по следующим осям: пространство (*капиталистическая страна, окруженный*), время (*пятилетка, расцвет*), события и факты (*ликвидировать, твердыня*), точка зрения (*стратегия, светлый, уклон*), субъектная организация (*стремиться, несознательный, перерожденец*).

Как сказано в аннотации к книге «Антипословицы русского народа», в ней представлены современные варианты и переделки известных русских пословиц, а также остроумные выражения и крылатые фразы, вошедшие в обиход в последнее время, то есть – антипословицы, именуемые в народе «приколами». По сути, в работе собраны образцы «вульгаризации живой речи»¹⁹ и примеры из «бездны афористического стёба»²⁰, подобные тем, что имеются также и в нашей работе «Живая речь»²¹.

¹⁶ Сарнов Б. М. Наш советский новояз. Маленькая энциклопедия реального социализма. Москва: Материк, 2002. 600 с.

¹⁷ Мокиенко В. М., Никитина Т. Г. Толковый словарь языка Совдепии. Санкт-Петербург: Фолио-Пресс, 1998. 704 с.

¹⁸ Купина Н. А. Тоталитарный язык: Словарь и речевые реакции. Изд. 2-е, испр. и доп. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2015. 186 с.

¹⁹ Вальтер Х. Г. Мокиенко В. М. Антипословицы русского народа. Санкт-Петербург: Издательский Дом «Нева», 2005. С. 16.

²⁰ Там же. С. 17.

²¹ Белянин В. П., Бутенко И. А. Живая речь Словарь разговорных выражений. Москва: Изд-во ПАИМС, 1994. 183 с.

В аннотации к работе М. А. Хевеши²² сказано, что «словарь представляет собой ценное справочное издание, характеризующее политический и идеологический язык советского периода, его официальные и официозные (! – В. Б.) клише и языковую реакцию населения на эти идеологические штампы». Важным нам представляется также следующее высказывание из той же аннотации: «Другой пласт языка, анализируемого (возможно, лучше сказать: анализируемый – В. Б.) в словаре, отражает восприятие советскими людьми ... общественных или бытовых явлений, событий, государственных учреждений». Иными словами, автор не скрывает того, что в словаре отражено обыденное мышление и, прежде всего, в той его ипостаси, что противостояло официальной идеологии.

Исследование С. Д. Серебряного²³ представляет собой философский очерк, однако, автор выделяет некоторые категории, которые могут быть использованы лексикографами. В частности, он описывает дихотомию 'гордыня' / 'смирение', где к первому полюсу он относит *подлинно-научный метод, всепобеждающее учение, 'однолинейность' / 'плюрализм'*, где к первому полюсу он относит *стадии развития и формации*, а также 'сегрегация' / 'свободное содружество наук', где к первому полюсу он относит-измы: *классицизм, реализм, модернизм; материализм, идеализм.*

П. Червинский предлагает, пожалуй, самый сложный категориальный анализ советизмов. В частности, в работе²⁴ он выделяет в семантике советского позитива 'наделённость' (*богатырь, боец, хозяин, верный, преданный*), 'отмеченность' (*ворошиловец, заслуженный*), «принадлежность» (*партиец, активист, каждый*), 'нужность' (*дозорный, милиционер, новатор*), 'причастность' (*стахановец, чапаевец*), 'действие' (*страж, создатель*), 'организуемость' (*юные друзья милиции*).

Индивидуальные и групповые отношения слова выявляются в той совокупной информации, которую представляет словарная статья, в наборе лексикографируемых параметров. «Под параметром понимается некоторый квант информации о языковой структуре, который в экстремальном случае может представлять для пользователя самостоятельный интерес, но, как пра-

²² Хевеши М. А. Толковый словарь идеологических и политических терминов советского периода. Изд. 2-ое. Москва: Международные отношения. 2004. 92 с.

²³ Серебряный С. Д. О «советской парадигме» (заметки индолога). Москва: Российск. гос. гуманитар. Ун-т, 2005. 80 с.

²⁴ Червинский П. Язык советской действительности: Семантика позитива в обозначении лиц. – Тернополь: Крок, 2012. 328 с.

вило, выступает в сочетании с другими квантами (параметрами) и находит специфическое выражение в словарях; иными словами – это особое словарное представление структурных черт языка»²⁵.

Именно такой подход позволил П. Червинскому провести очень детальный анализ лексики. Так, между словами *стахановец* и *активист* он видит очень тонкую грань, который он находит в отнесении *стахановца* к ‘причастности’, а *активиста* к ‘принадлежности’.

Отдельное место занимает работа Е. А. Репиной, где применена наша типология текстов по эмоционально-смысловой доминанте²⁶. Эта работа нам представляется очень перспективной, и она требует отдельного рассмотрения.

Ангажированность словаря

Словарь призван отражать языковую реальность максимально объективно²⁷. Однако, В. В. Дубичинский пишет, что «словарь не может быть бесстрастным нейтральным инвентарем слов и значений в мире страстей, революций, общественных катаклизмов»²⁸. И он же пишет, что «бывает, когда воззрения лексикографа вступают в противоречие с идеологической точной зрения властей или „всего“ социума. В таком случае словарь становится инструментом, с помощью которого автор может бороться против господствующей в обществе идеологии»²⁹. В любом случае словарь, как и всякое литературное произведение, не может быть полностью „идеологически чист“, поскольку лексикографический труд рождается в обществе, служит обществу, в обществе же и живёт»³⁰.

Немаловажен также субъективный фактор в процессе подачи значений в словарной статье многозначных лексем; лишь лексикограф может решить – «принять ли исторический метод, когда расположение значений основано на этимологическом описании развития значений, а современные и наиболее употребительные значения оказываются последними в семантической структуре, или эмпирический метод, базирующийся на современном понимании актуальности того или иного значения слова (что, естествен-

²⁵ Караулов Ю. Н. Лингвистическое конструирование и тезаурус литературного языка. Москва: Наука, 1981. С. 52.

²⁶ Репина Е. А. Политический текст: психолингвистический анализ воздействия на электорат. Москва: ИНФРА-М, 2012.

²⁷ Фесенко О. П. Современная лексикография: проблемы и перспективы развития // Инновационное образование и экономика. 2013. №13 (24). С. 68–71.

²⁸ Дубичинский В. В. Теоретическая и практическая лексикография. Вена-Харьков: 1998. С. 10.

²⁹ Там же. С. 19.

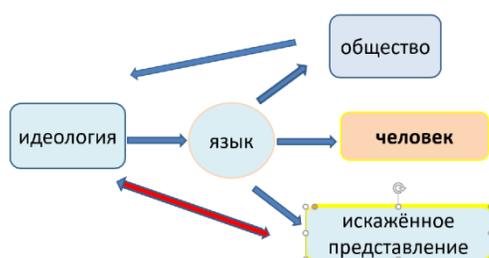
³⁰ Там же. С. 19.

но, каждый лингвист и даже обычный носитель языка видит со своей точки зрения)»³¹.

Компонентный анализ советизмов

Отношение с действительностью

П. Червинский полагает, что активно воздействующее и целенаправленное вмешательство в общественно-исторические процессы неизбежно приводит к тому, что внешняя и объективная общественная действительность начинает «восприниматься в модальности ирреальности. Действительным для сознания становится не то объективное, что действительно есть, пусть и смещенное в отражении, а то, что ей субъективно приписано, как желательно требуемое и необходимое, как формируемый внешним и внутренним императивом её оптадив – действительный и действенный образ сознания»³². Вот как исследователь иллюстрирует это в такой схеме:



Обобщённость

И. Г. Милославский, характеризуя семантику слова *государство*, пишет: «Когда в современных текстах на русском языке говорится о *задачах государства, обязанностях государства, ответственности государства*, обычно совершенно неясно, к какому именно органу, группе лиц или конкретному лицу это относится. А словосочетания типа *интересы государства, благополучие государства* и т.п. делают это слово настолько гиперонимически мощным, то им можно обозначить что угодно»³³.

³¹ Там же. С. 29–30.

³² Червинский П. Язык советской действительности: Семантика позитива в обозначении лиц. – Тернополь: Крок, 2012. С. 7.

³³ Милославский И. Г. Гиперонимы без гипонимов и гипонимы без гиперонимов в русском языке // Структура текста и семантика языковых единиц: сб. науч. тр. Вып. 3. Калининград: 2005. С.57.

О размытости идеологических концептов писал и С. И. Карцевский: «Самые ходовые прилагательные в официальном языке, конечно, *красный, трудовой, социалистический, социальный, советский, революционный, рабоче-крестьянский, пролетарский* и т. д. Все они затасканы донельзя и потеряли всякий смысл³⁴. По-видимому, это то, что Слама-Казачу называет «дубовым языком», "langue de bois"³⁵.

Семантические категории советизмов

Выше нами были описаны очень успешные попытки категоризации советизмов. Мы попробовали провести очень приблизительный ручной анализ советизмов, представленных в трёх словарях³⁶. При этом мы исходили из того, что одной из самых важных особенностей политической идеологии является то, что она создаёт своего рода «свою реальность», которая складывается из взаимодействия трёх компонентов:

1. 'я свой' – положительная самопрезентация;
2. 'свои ценности' – когнитивные предпочтения;
3. 'враги' – разрушители «наших» ценностей.

Иными словами, важной особенностью любой идеологии является деление людей по признаку 'свой' / 'чужой', что соответствует 'хороший' / 'плохой'.

Наш категориальный анализ советизмов заключался в разбиении их на группы по двум основаниям. Первое основание было пространственное – 'внутреннее' или 'внешнее'. 'Внутренним' мы посчитали отношение к самой идеологии внутри неё (присущее самой идеологии), а 'внешним' – исходящим извне. Вторым основанием было выделение диахронического плана: 'собственно советизмы' и 'более поздние интерпретации' явлений, которые они обозначают. При этом во всех этих (четырёх) группах мы попытались выявить тональность элементов – 'хороший', 'нейтральный', 'плохой'.

Соответственно, в категории 'внутреннее' и 'внешнее' мы выделили следующие группы: 'внутренний хороший', 'внутренний

³⁴ Карцевский С. И. Язык, война и революция. Берлин: Русское Универсальное издательство, 1923. С. 34.

³⁵ Slama-Cazacu, T. Limba de lemn ('The langue de bois'). Romania literara. 24, no. 42, 17, Oct. 1991.

³⁶ Мокиенко В. М., Никитина Т. Г. Толковый словарь языка Совдепии. Санкт-Петербург: Фолио-Пресс, 1998. 704 с.; Сарнов Б. М. Наш советский новояз. Маленькая энциклопедия реального социализма. Москва: Материк, 2002. 600 с.; Хевеши М. А. Толковый словарь идеологических и политических терминов советского периода. Изд. 2-ое. Москва: Международные отношения. 2004. 192 с.

нейтральный', 'внутренний плохой' и 'внешний хороший', 'внешний нейтральный' и 'внешний плохой'.

-	хороший	нейтральный	плохой
внутренний	+	0	-
внешний	+	0	-

К группе внутренний 'хороший' мы отнесли единицы *советский, вождь всех времён и народов*. К группе 'внутренний плохой' мы отнесли такие единицы, как *классово-чуждый элемент, перерожденец, подписант, безыдейность*. Вот как трактуется в словаре Хевеши последнее понятие:

Безыдейность – этот термин касался любого произведения литературы или искусства, любого автора, не пропагандировавшего идеи коммунистического воспитания. Поскольку идеология пронизывала все стороны жизни общества, то всё, что не исходило из официальной идеологии, из задач коммунистического воспитания, в лучшем случае, оценивалось как безыдейность³⁷.

К элементам категории 'внутренний нейтральный' мы отнесли единицы типа *жилплощадь, Верховный Совет СССР, военный коммунизм*.

Что касается группы 'внешний хороший', то туда попали такие единицы, как *Варшавский договор, Совет экономической взаимопомощи, Профинтерн*.

'Внешний нейтральный' – это *идейная борьба*. С одной стороны, явление, описываемое этим словосочетанием, обозначает нечто негативное, с другой стороны, оно неизбежно с точки зрения советской идеологии, поэтому мы посчитали, что оно как бы нейтрально.

'Внешний плохой' – это капиталистическое окружение, карибский кризис, кибернетика, лживая пропаганда, агенты империализма.

Вот, как определяется последнее понятие в словаре Хевеши:

Агенты империализма – люди или организации, представляющие интересы империализма, реализующие эти интересы³⁸.

Поскольку империализм антагонистичен социализму, все, кто представляют его интересы, являются врагами (плохими).

И. А. Стернин определяет групповую идентификацию или самоидентификацию как «решение человека, к какой группе отне-

³⁷ Хевеши М. А. Указ. соч. С. 23.

³⁸ Там же. С.15.

сти себя, в какую клеточку себя поместить в своём собственном сознании»³⁹. Понятно, что язык играет в этом огромную функцию⁴⁰. Те же, кто взяли на себя функцию представителей идеологии, берут на себя и функцию отнесения людей к той или иной категории на основании своих критериев, которые, как нам кажется, они могут применять на своё усмотрение.

Внутренний сдвиг

Пытаясь понять советизмы в диахроническом плане, мы увидели, что помимо поздних интерпретаций есть то, что мы назвали 'внутренним сдвигом'. Проиллюстрируем это на примере слова *товарищ*. Вот как описывает социопрагматическую динамику функционирования этого элемента Д. Лихачев: «Однажды было даже запрещено обращаться со словом «товарищ» к пассажирам в трамвае, к посетителям в учреждениях, к покупателям в магазинах, к прохожим (для милиционеров). Ко всем надо было обращаться «гражданин»: все оказывались под подозрением – а вдруг назовешь «товарищем» «врага народа»?⁴¹

Мы полагаем, что большая часть 'внутренних сдвигов' является более поздней интерпретацией.

Поздние интерпретации

Часть элементов словаря Хевеши не являются собственно советизмами, поскольку представляют собой более поздними интерпретациями прошлых реалий (*дефицитная экономика*) или словом, которое не было распространено в официальном языке (*стукач*).

Как нам представляется, с одной стороны, слово *дефицит* иногда появлялось в официальных сообщениях, с другой стороны, само словосочетание дефицитная экономика было не то чтобы редким, но, скорее принадлежало критикам советского строя. Однако это лишь наша реконструкция и это суждение следует проверить, обратившись к документам той эпохи, как внутренним, так и внешним (в частности, к работам диссидентов, «западных» исследователей или «ревизионистов», которые, если кто забыл, публиковались в СССР под грифом ДСП – «Для служебного пользования»).

Обращение к источникам важно ещё и потому, что память человека подвижна. «Даже такие детали мемуарного текста, которые исследователь и читатель априори считает отражением объектив-

³⁹ Стернин И. А. Введение в речевое воздействие. Воронеж, 2001. С. 37.

⁴⁰ Там же. С. 35–38.

⁴¹ Лихачев Д. С. Мысли о жизни: воспоминания. Санкт-Петербург: Азбука. 2014. С. 328.

ной реальности, являются обусловленными эпохой, культурой времени создания мемуаров, личными особенностями мемуариста – эти факторы не только подчиняют себе воспроизведение прошлого в мемуарах, но, как ни парадоксально, пересоздают его»⁴².

Кроме того сами концепты, которые негативно характеризуют идеологию, диффузны. С одной стороны, это собственная критика внутреннего (*дефицит*), с другой стороны это квалификация, которая присваивается идеологии как бы извне, с позиции внутреннего противника и внешнего врага. Тем самым, между 'внутренним врагом' и 'внешним' врагом различие может стираться.

Изменение тональности советизмов

Изменение значения слова во времени обусловлено не только «устареванием» значения или уходом из жизни того или иного явления, но и его переосмыслением. В случае с советизмами речь идет о своего рода дискредитации понятия, но дискредитации в хорошем смысле слова – разоблачении его идеологической сущности. В связи с этим, ещё одна категория советизмов может быть названа «изменение тональности». В. В. Виноградов считал, что для изучения «всей полноты современной речевой жизни» необходим анализ личных или общественно-групповых оценок разнообразных речевых явлений⁴³. К категории 'изменение тональности' мы отнесём такие элементы, как *агитка*. Так слово *агитка* определяется в словаре Хевеши следующим образом:

*Агитка – в первые годы советской власти это краткие агитационные произведения, порой часть лозунга. Затем в просторечии А. стала обозначать пренебрежительное отношение к примитивным приемам агитации*⁴⁴.

Тем самым, 'старое хорошее' стало клеймом прошлого и стало обозначать 'плохое'. Аналогичным образом, *развитой социализм*⁴⁵ «превратился» в *административно-командную систему*⁴⁶ в более поздней (и негативной) интерпретации идеологии со стороны её противников.

⁴² Бушканец Л. Е. Проблема достоверности литературных мемуаров и современные концепции нейрофизиологии памяти // Ученые записки Казанского университета. Гуманитарные науки. Том 157, кн. 2, 2015. С. 25.

⁴³ Виноградов В. В. Проблемы культуры речи и некоторые задачи русского языкознания // Вопросы языкознания, 1964. № 3. С. 9.

⁴⁴ Хевеши М. А. Указ. соч. С. 16.

⁴⁵ Там же. С. 132.

⁴⁶ Там же. С. 17.

Нередко старым словам дано новое наименование, которого не было в то время, но которое отражает иное понимание того же самого явления. Так, слова и выражения типа *хрущёбы, стукач, репрессии, искусствоведа в штатском, колбасные поезда, ждановщина* характеризуют советскую реальность с позиции реальности, а не идеологической ирреальности, которая замалчивала эти явления или давала им другие наименования (*новостройка*, а не *хрущёба*, *временные трудности со снабжением*, а не *колбасные поезда* и т.п.). Но это известная проблема конверсивов *шпион – разведчик*.

Другая трансформация такова: ‘старое’ → ‘новое хорошее’. Сюда мы отнесём такие элементы, как *оттепель, самиздат, шестидесятники*. Эти явления считались как бы несуществующими, но впоследствии приобрели номинацию с положительной коннотацией.

Сопоставительный анализ словарей

Вот как выглядит результат нашего анализа трёх словарей (Мокиенко, Никитина 1998; Сарнов 2002; Хевеши 2014) в количественном представлении:

–	–	Internal			External			Old unit			New unit		
		pos	neu	neg	pos	neu	neg	pos-neg	neu	neg	pos	neu	neg
Хевеши	418	200	42	85	16	1	30	–	–	20	5	–	19
Червинский	384	1	2	287	–	–	62	–	–	–	–	–	32
Сарнов	115	86	7	12	2	–	2	–	–	5	–	–	1

А вот эта же таблица, где данные представлены в процентном соотношении:

–	–	Internal			External			Old Unit			New Unit		
		pos	neu	neg	pos	neu	neg	posneg	neu	Neg	pos	neu	neg
Хевеши	100%	47.8	10.0	20.3	3.8	0.2	7.2	–	–	4.8	1.2	–	4.5
Червинский	100%	0.3	0.5	74.7	–	–	16.1	–	–	–	–	–	8.3
Сарнов	100%	74.8	6.1	10.4	1.7	–	1.7	–	–	4.3	–	–	0.9

Опишем приведённые в таблице данные.

В словарях отсутствуют ‘нейтральные’, ‘старые’ и ‘новые’ элементы и почти нет ‘нейтральных внешних’. Это можно объяснить природой советской идеологии, которая была построена на

оппозиции 'свой' / 'чужой'. В ней не предполагались полутона, мышление было чёрно-белым – «Кто не с нами – тот против нас».

Из этих таблиц также видно, что наибольшее количество негативных советизмов собрано в работе П. Червинского (2015), что и не удивительно, поскольку сама работа посвящена именно им. В отличие от этого словаря, в словаре Сарнова значительно больше позитивных советизмов. И, наконец, в словаре Хевеши представлено, как нам представляется, сбалансированное видение советизмов, где положительных единиц почти половина, а негативных 20% и при этом есть нейтральные (10%).

Аксиология словаря

Словарь М. А. Хевеши написан не в строгих лексикографических традициях (даже по сравнению с другими толковыми словарями). Сами термины очень разнородны, определения не последовательны. Существенной особенностью этого словаря является и то, что автор вставляет в дефиниции описания своих собственных оценочных суждений.

Приведем примеры ангажированности автора словаря:

Активная жизненная позиция – это был своего рода лозунг, призывавший, активно проводить в жизнь линию КПСС. Подобная позиция считалась неременным атрибутом советского человека⁴⁷.

Введение квантора *считалось* в словарное определение без отсылки к источнику, указывает на то, что автор слышала сама это мнение и считает его достаточно распространённым и ... верным. В любом случае это отражает общее представление автора о той действительности, в которой ей привелось прожить почти всю жизнь.

В словаре М. Хевеши советизм *антисоветизм* определяется так:

Антисоветизм – любые проявления критики советской власти, её политики и практики. А. имел место в действительности, особенно в западной печати, и в то же время он превратился в советской идеологии в жупел, в распространённый штамп, применявшийся для оправдания всего того, что имело место при советской власти и так или иначе подвергалось критике⁴⁸.

Слова типа *жупел, штамп, оправдания всего того* показывают явно негативное отношение автора к описываемому понятию.

В словаре М. Хевеши есть единица *Ум, честь, совесть нашей эпохи*, которая является лозунгом. В работе даётся такое определение:

⁴⁷ Там же. С. 19.

⁴⁸ Там же. С. 21.

Ум, честь, совесть нашей эпохи» – так называла себя КПСС. Это был расхожий штамп официальной пропаганды, призванный заведомо одобрить все действия КПСС. Коль она воплощает все эти черты эпохи, то действия её непререкаемы...⁴⁹

В этом определении есть также явное неприятие того, что стояло за этим лозунгом.

Перепевы старого

В своё время мы пытались анализировать идеологический язык с позиций патопсихолингвистики⁵⁰, полагая, что эта эпоха канула в Лето, и люди сделают выводы (правильные выводы) из прошлого. Однако идеологический язык всё время воспроизводится в той или иной степени и в наше время. Примерами могут служить язык Северной Кореи, где *народные массы являются хозяевами истории*, язык Кубы (*cuatro gatos, Patria o muerte*), ситуация в Гонконге (*так называемые демократы, истинные патриоты*).

Что касается России, то в 2005 году С. Д. Серебряный писал, что не произошло отторжения прошлого⁵¹ и советская парадигма продолжает жить⁵².

В качестве иллюстрации приведём пассаж из работы, которую авторы называют План Путина – Словарь политических терминов:

Псевдолибералы готовы пожертвовать независимостью страны ради «личной свободы человека», под которой они подразумевают анархию, вседозволенность и возможность безнаказанно говорить все, что им угодно. Эти люди могут только разглагольствовать. Когда же им предлагают сделать что-то реальное, они бегут от ответственности как черт от ладана⁵³.

Во-первых, очевидно, что данная работа словарём не является, хотя она носит именно этот подзаголовок. Это набор тезисов, характеризующих позицию составителей. Во-вторых, в ней в изобилии представлены оценочные элементы (*они подразумевают, разглагольствовать*), есть разговорные фразеологизмы (*бежать как чёрт от ладана*) и даже имеется описание очень неспецифичной ситуации (*Когда же им предлагают сделать что-то реальное*). Ну и, конечно

⁴⁹ Там же. С. 157.

⁵⁰ *Белянин В. П.* Идеологический язык: социальное и психологическое // Евразия на перекрестке языков и культур. Типология языков и культур. Москва: 1999. С. 25–26; *Белянин В. П.* Патопсихолингвистический анализ идеологических текстов // Новые избирательные технологии. Москва: 1999. С. 5–6.

⁵¹ *Серебряный С. Д.* Указ.соч. С. 4.

⁵² Там же. С. 6.

⁵³ *Чадаев А., Логинов К.* План Путина. Словарь политических терминов. 2007. С. 90.

же, само название книги «План Путина» предполагает приверженность соответствующей идеологии. Иными словами, это своего рода реинкарнация советского языка в XXI веке. Наверное, можно рассматривать работу «План Путина» как пародию советского языка. Но, скорее всего, она является действительно отражением той общественно-политической ситуации, которая похожа на советскую. Однако это соображение требует отдельного рассмотрения.

Выводы

Что даёт анализ культурно и исторически удаленных текстов? Как пишет Б. Ю. Городецкий, «определяющей чертой лексикографии является её прикладная направленность»⁵⁴. Что можно извлечь из сделанного анализа для практики?

Конечно же, ясно, что язык – средство манипуляции сознанием и поведением. Язык может быть использован для искажения информации в целях контроля над сознанием и поведением людей. Манипулирование языком становится важнейшим средством воздействия на общественное сознание⁵⁵. Составные элементы концептосферы советского языка это показывают очень явно.

Для анализа лексики часто привлекают когнитивную лингвистику. Основная идея когнитивной лингвистики – проникнуть в сферу концептов через анализ языковой семантики⁵⁶. Как писал Роже, «полная и объективная классификация слов по смыслу невозможна, пока не изучены и не классифицированы именуемые ими явления действительности»⁵⁷. Следовательно, концептуальный анализ лексических элементов должен учитывать контекст эпохи, в которой они возникли и функционировали.

Лексикографу надо учитывать временные рамки жизни слов, а также изменение синхронные и диахронные (более позднее переосмысление и переоценка). Иными словами, различные языковые единицы могут быть представлены в динамическом аспекте (принцип историзма). При этом лексикограф должен знать содержание понятия, понимать контексты, как официальные, так и не официальные, как внутренние, так и внешние.

Если говорить об аксиологии политического текста (к которым мы отнесем рассмотренные словари), то она относительна:

⁵⁴ Городецкий Б. Ю. Проблемы и методы современной лексикографии // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. XIV. Москва: 1983. С. 8–9.

⁵⁵ Сычев О. А. Обучение риторике в эпоху компьютеров. Москва, 1991. С. 51.

⁵⁶ Попова З. Д., Стернин И. А. Когнитивная лингвистика. Москва: Восток-Запад, 2010. С. 27.

⁵⁷ Roget P. M. [1852] Roget's Thesaurus. Essex: Longman Group Limited.

она зависит от позиции реципиента, и она же находится на пересечении смыслов продуциента и реципиента. При этом лексикографу желательно осознавать свою позицию, точнее, позиции – исследовательскую, эмоциональную и гражданскую. Скорее всего, лексикографу, принимая принцип историчности, лучше занимать более нейтральную позицию, менее ангажированную (как со стороны идеологии, так и со стороны её разоблачения). Однако нам представляется, что лексикограф имеет право ставить перед собой позицию разоблачения манипуляции и создания предпосылок для выработки у носителя языка более рационального и осознанного языкового употребления.

Заключение

Зачем нужно понимать, что стоит за политическим текстом? Не является ли сам текст, своей конечной сущностью? Я так не думаю. Дело в том, что за текстом, который выражает ту или иную политическую идеологию стоит интерес человека⁵⁸ и тем самым политический текст является предиктором поведения⁵⁹. Конечно же, эта связь не прямая, а опосредованная. Но, тем не менее, понимая политический текст и ту идеологию, которая за ним стоит, мы можем прогнозировать поведение людей в обществе, ожидая от них либо поведения, которое обусловлено ситуацией и свободным осознанным выбором, либо поведения, которое определяется некоторый «высшей целесообразностью», а на само деле служит интересам тех, кто оказался «у власти». Нам представляется, что разоблачение манипуляции, сделанное, в частности, в данной статье, позволит сделать жизнь людей более осознанной и более свободной.

Свободные люди разумны, а разумные люди должны быть свободны.

Литература

1. *Althusser, L. Lenin and Philosophy and Other Essays*. B. Brewster. (trans.) New Left Books, 1971.

⁵⁸ Shi F., Shi Y., Dokshin F. A., Evans J. A., Macy M. W. Millions of Online Book Co-Purchases Reveal Partisan Differences in the Consumption of Science. *Nature Human Behaviour*, 2017. 1(4):0079. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://doi.org/10.1038/s41562-017-0079> (Дата обращения 12.04.2011).

⁵⁹ *Crockett, D., Wallendorf, M. The Role of Normative Political Ideology in Consumer Behavior: Journal of Consumer Research*. 2004. 31(3): 511–528. [Электронный ресурс. Режим доступа: <https://doi.org/10.1086/425086> (Дата обращения 12.04.2011).

2. *Crockett, D., Wallendorf, M.* The Role of Normative Political Ideology in Consumer Behavior: *Journal of Consumer Research*. 2004. 31(3). Pp. 511–528. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://doi.org/10.1086/425086> (Дата обращения 12.04.2011).

3. *Jones R. H.* *Viral Discourse Elements in Applied Linguistics*: Cambridge University Press. 2021. P. 95. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://doi.org/10.1017/9781108986465> (Дата обращения 12.04.2011).

4. *Klemperer V.* *LTI: Notizbuch eines Philologen*. Berlin: Aufbau. 1947. 433 p.

5. *Larrain J.* *The Concept of Ideology*. Hutchinson of London, 1979. 256 p.

6. *Lenk K.* *Theorien der Revolution*: München, 1981. – 224 p.

7. *Mullins, W. A.* *The Concept of Ideology: An Analysis and Evaluation*. University of Washington: Ideology, 1969 – 348 p.

8. *Roget P. M.* [1852] *Roget's Thesaurus*. Essex: Longman Group Limited.

9. *Shi F., Shi Y., Dokshin F. A., Evans J. A, Masy M. W.* Millions of Online Book Purchases Reveal Partisan Differences in the Consumption of Science. *Nature Human Behaviour*, 2017. 1(4):0079. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://doi.org/10.1038/s41562-017-0079> (Дата обращения 12.04.2011).

10. *Slama-Cazacu, T.* *Limba de lemn ('The langue de bois')*. *Romania literara*. 24, N. 42, 17, Oct. 1991.

11. Антропоцентрическая лексикография: идеи и практика // Лексикография. Язык. Речь: сб. ст. памяти Анны Липовской. София, 2013. С. 95–104.

12. *Белянин В. П.* Идеологический язык: социальное и психологическое // Евразия на перекрестке языков и культур. Типология языков и культур. Москва, 1999. С. 25–26.

13. *Белянин В. П.* Патопсихолингвистический анализ идеологических текстов. // Новые избирательные технологии. Москва, 1999. С. 5–6.

14. *Белянин В. П., Бутенко И. А.* *Живая речь* Слов. разговор. выражений. Москва: Изд-во ПАИМС, 1994. 183 с.

15. *Блинов П. Д.* Метод, алгоритмы и программная система аспектно-эмоционального анализа текстов [Текст]: автореф. дис. ... канд. техн. наук: 05.13.17; Моск. гос. ун-т печати. Москва, 2016. 20 с.

16. *Брайт У.* Параметры социолингвистики [Введение] // Новое в лингвистике. Вып. 7. Социолингвистика. Москва: Прогресс. 1975. С. 34–42.

17. *Бушканец Л. Е.* Проблема достоверности литературных мемуаров и современные концепции нейрофизиологии памяти // Ученые записки казанского университета. Гуманитарные науки. Т. 157, кн. 2, 2015. С. 19–27.

18. *Вальтер Х. Г Мокиенко В. М.* *Антипословицы русского народа*. Санкт-Петербург: Издательский Дом «Нева», 2005. С. 576.

19. *Виноградов В. В.* Проблемы культуры речи и некоторые задачи русского языкознания // Вопросы языкознания. 1964. № 3. С. 3–18.

20. *Геллер М.* *Машина и винтики. История формирования советского человека*. Москва: Изд-во «МИК», 1984. 336 с.

21. *Городецкий Б. Ю.* Проблемы и методы современной лексикографии // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. XIV. Москва, 1983. С. 5–23.

22. *Дейк Т. А., ван.* *Язык, познание, коммуникация*. Москва, 1989.

23. *Державин К. Н.* *Язык Французской Революции. 1789–1799*. Ленинград, 1939. РНБ. Ф.1028.Д.319.

24. *Дубичинский В. В.* Теоретическая и практическая лексикография. Вена-Харьков, 1998. 60 с.
25. *Караулов Ю. Н.* Лингвистическое конструирование и тезаурус литературного языка. Москва: Наука, 1981.
26. *Караулов Ю. Н.* Русский язык и языковая личность. Москва: Едиториал УРСС, 2004. 264 с.
27. *Карцевский С. И.* Язык, война и революция. Берлин: Русское Универсальное издательство, 1923. 72 с.
28. *Клемперер В.* ЛТЛ. Язык третьего рейха: Записная книжка филолога. Москва: Прогресс-Традиция, 1998. 384 с.
29. *Кубрякова Е. С.* Части речи с когнитивной точки зрения. Москва: 1997.
30. *Купина Н. А.* Тоталитарный язык: Словарь и речевые реакции. Изд. 2-е, испр. и доп. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2015. 186 с.
31. *Лихачев Д. С.* Мысли о жизни: воспоминания. Санкт-Петербург: Азбука. 2014. 480 с.
32. *Милославский И. Г.* Гиперонимы без гипонимов и гипонимы без гиперонимов в русском языке // Структура текста и семантика языковых единиц: сб. науч. тр. вып. 3. Калининград, 2005. С. 5–29.
33. *Мокиенко В. М., Никитина Т. Г.* Толковый словарь языка Совдепии. Санкт-Петербург: Фолио-Пресс, 1998. 704 с.
34. *Овсянникова В. З.* Литературная речь: толковый словарь современной общелитературной фразеологии: употребительнейшие иностранные и русские отвлечённые термины, образные слова и иносказания с указанием их происхождения и примерами фразеологического употребления. Москва: ОГИЗ, 1933. 359 с.
35. *Попова З. Д., Стернин И. А.* Когнитивная лингвистика. Москва: Восток-Запад, 2010. 157 с.
36. *Репина Е. А.* Политический текст: психолингвистический анализ воздействия на электорат. Москва: ИНФРА-М, 2012. 91 с.
37. *Росси Ж.* Справочник по ГУЛагу: Исторический словарь советских пенитенциарных институций и терминов, связанных с принудительным трудом. London, Overseas Publications Interchange, 1991. Тт. 1, 2.
38. *Сарнов Б. М.* Наш советский новояз. Маленькая энциклопедия реального социализма. Москва: Материк, 2002. 600 с.
39. *Серебряный С. Д.* О «советской парадигме» (заметки индолога). – Москва: Российск. гос. гуманит. ун-т, 2005. 80 с.
40. *Склярёвская Г. Н.* Антропоцентрическая лексикография: идеи и практика // Лексикография. Язык. Речь: сб. ст. памяти Анны Липовской. София, 2013.
41. *Стернин И. А.* Введение в речевое воздействие. Воронеж, 2001.
42. *Сычев О. А.* Обучение риторике в эпоху компьютеров. Москва, 1991. 90 с.
43. *Фесенко О. П.* Современная лексикография: проблемы и перспективы развития // Инновационное образование и экономика. 2013. № 13 (24). С. 68–71.
44. *Хевеши М. А.* Толковый словарь идеологических и политических терминов советского периода. Изд. 2-ое. Москва: Международные отношения. 2004. 192 с.
45. *Чадаев А., Логинов К.* План Путина. Словарь политических терминов. 2007.
46. *Червинский П.* Негативно-оценочные лексемы советской действительности. Обозначение лиц, 2015.

47. Червинский П. Язык советской действительности: Семантика позитива в обозначении лиц. Тернополь: Крок, 2012. 328 с.

48. Шерстяных И. В. Практическая лексикография. Иркутск: ИГЛУ, 2012. 392 с.

EXPERIENCE OF CATEGORICAL ANALYSIS OF SOVIETISMS

V. P. Belyanin

Psychotherapist in Private Practice
Toronto, Canada

Abstract. *The article presents the result of a categorical analysis of Sovietisms available in some explanatory dictionaries. Sovietisms are considered both in their own linguistic dimension and in terms of how they modeled reality. Sovietisms are described from the position of whether they reflect the prevailing ideology as a coordinate system, or have a critical orientation on the part of those who are in opposition to the official ideology. At the same time, the interpretations inherent in the actual time of their existence and later designations are highlighted. When analyzing Sovietisms and their dictionary interpretations, the method of tonality analysis is used, when the attitude to reality (positive, neutral, negative) is determined in words and texts. In the article, the axiology of a political text is interpreted as the intersection of the intention of the author and the recipient (albeit collective). The article concludes with observations on how ideology manifests itself in modern political discourse.*

Keywords: *political discourse, tonality, ideology, Sovietism, aksiology.*

For citation: Belyanin V. P. The Experience of Categorical Analysis of Sovietisms. *Journal of Russian Studies*. 2021;2(2):33–55. (In Russian).

References

1. Althusser, L. (1971). *Lenin and Philosophy and Other Essays*. New Left Books.
2. Belyanin V. P. (1999a). *Ideologicheskij jazyk: social'noe i psihologicheskoe. Evrazija na perekrestke jazykov i kul'tur. Tipologija jazykov i kul'tur*. [Ideological language: social and psychological. Eurasia at the crossroad of languages and cultures. Typology of languages and cultures]. 5–6 p. Moscow. (In Russian).
3. Belyanin, V. P., Butenko, I. A. (1994). *Zhivaja rech'. Slovar razgovornyh vyrazhenij* [Live speech. Dictionary of colloquial expressions]. 183 p. Moscow. Publishing house PAIMS. (In Russian).
4. Belyanin, V. P. (1999). *Patopsiholingvisticheskij analiz ideologicheskikh tekstov* [Pathopsycholinguistic analysis of ideological texts.]. 5–6 p. Moscow. New electoral technologies. (In Russian).
5. Blinov P. D. *Method, algorithms and software system of aspect-emotional analysis of texts* [Text]: abstract dis. On ... candidate of Technical Sciences: 05.13.17; Moscow State University of Printing. Moscow, 2016. 20 p.

6. Brajt, U. (1975). *Parametry sociolingvistiki. Vvedenie. Novoe v lingvistike. Sociolingvistika* [Parameters of sociolinguistics (Introduction). New in linguistics. Issue 7. Sociolinguistics]. P. 34–42. Rel. 7. Moscow, Progress (In Russian).

7. Bushkanec, L. E. (2015). *Problema dostovernosti literaturnyh memuarov i sovremennye koncepcii nefiziologii pamjati. Uchenye zapiski kazanskogo universiteta. Gumanitarnye nauki* [The problem of the reliability of literary memoirs and modern concepts of the neurophysiology of memory. Scholarly Notes of the Kazan University. Humanities]. Tom 157, book 2, p. 19–27. (In Russian).

8. Chadaev, A., Loginov, K. (2007). *Plan Putina. Slovar' politicheskikh terminov* [Putin's plan. Dictionary of Political Terms]. 144 p. Moscow. Publishing house Europe. (In Russian).

9. Chervinskij, P. (2012). *Jazyk sovsckoj dejstvitel'nosti: Semantika pozitiva v oboznachenii lic* [The language of Soviet reality: The Semantics of the positive in the nomination of persons]. 328 p. Ternopol': Krok.

10. Chervinskij, P. (2015). *Negativno–ocenochnye leksemy sovsckoj dejstvitel'nosti. Oboznachenie lic* [Negative–evaluative lexemes of Soviet reality. Nomination of persons]. Izdatelskie reshenija. Moscow 642 p. (In Russian).

11. Crockett, D., Wallendorf, M. (2004) *The Role of Normative Political Ideology in Consumer Behavior*. Journal of Consumer Research. 31(3): 511–528. <https://doi.org/10.1086/425086> Accessed: 12.04.2021.

12. Crockett, D., Wallendorf, M. (2004). *The Role of Normative Political Ideology in Consumer Behavior*. 31(3): 511–528. Journal of Consumer Research. <https://doi.org/10.1086/425086> Accessed: 12.04.2021.

13. Derzhavin, K. N. (1939). *Jazyk Francuzskoj Revoljucii 1789–1799* [The language of the French Revolution 1789–1799]. Leningrad. RNB.F.1028.D.319. (In Russian).

14. Dijk, T. A. (1989). Van. *Jazyk, poznanie, komunikacija* [Van. Language, cognition, communication]. Moscow. Progress. (In Russian).

15. Dubichinskij, V. V. (1998). *Teoreticheskaja i prakticheskaja leksikografija* [Theoretical and practical lexicography]. Vena-Har'kov. 60 p. (In Russian).

16. Fesenko, O. P. (2013). *Sovremennaja leksikografija: problemy i perspektivy razvitija* [Modern lexicography: problems and prospects of development]. Omsk. Innovative education and economics. №13 (24). Pp. 68–71. (In Russian).

17. Geller, M. (1984). *Mashina i vintiki. Istorija formirovanija sovsckogo cheloveka* [The machine and the cogs. The history of the formation of the Soviet man.]. Moscow. Publishing house MIC. 336 p. (In Russian).

18. Gorodeckij, B. Ju. (1983). *Problemy i metody sovremennoj leksikografii. No-voe v zarubezhnoj lingvistike* [Problems and methods of modern lexicography. New in foreign linguistics]. Release XIV. Moscow. Pp. 5–23. (In Russian).

19. Heveshi, M. A. (2004). *Tolkovyj slovar' ideologicheskikh i politicheskikh terminov sovsckogo perioda* [Explanatory dictionary of ideological and political terms of the Soviet period]. Publication. 2. Moscow. International relations. 192 p. (In Russian).

20. Jones, R. H. (2021). *Viral Discourse Elements in Applied Linguistics*. Cambridge University Press. 95 p. <https://doi.org/10.1017/9781108986465> Accessed: 12.04.2021.

21. Jones, R. H. (2021). *Viral Discourse Elements in Applied Linguistics*. Cambridge University Press. 95 p. <https://doi.org/10.1017/9781108986465> Accessed: 12.04.2021.

22. Karaulov, Ju. N. (1981) *Lingvisticheskoe konstruirovanie i tezaurus literaturnogo jazyka*. [Linguistic construction and the thesaurus of a literary language]. Moscow. Nauka. (In Russian).

23. Karaulov, Ju. N. (2004). *Russkij jazyk i jazykovaja lichnost'* [Russian language and language personality]. Moscow. Editorial URSS. 264 p. (In Russian)

24. Karcevskij, S. I. (1923). *Jazyk, vojna i revoljucija* [Language, war, and revolution]. Berlin. Russian Universal Publishing House. 72 p. (In Russian).

25. Klemperer, V. (1947). *LTI: Notizbuch eines Philologen*. Aufbau. Berlin. Verlag. 433 p.

26. Klemperer, V. (1998). *LTI: Jazyk tret'ego rejha: Zapisnaja knizhka filologa* [The language of the Third Reich. The philologist's notebook]. Progress-Tradicija. Moscow. 384 p. (In Russian).

27. Kubrjakova, E. S. (1997). *Chasti rechi s kognitivnoj točki zrenija* [Parts of speech from a cognitive point of view]. Moscow (In Russian).

28. Kupina, N. A. (2015). *Totalitarnyj jazyk: Slovar' i rechevye reakcii*. Izd. 2-e, ispr. i dop. [Totalitarian language: Vocabulary and speech reactions. Ed. 2nd, ispr. and add]. Ekaterinburg. Ural State University Press. 186 p. (In Russian).

29. Larrain, J. (1979). *The Concept of Ideology*. Hutchinson of London. 256 p.

30. Lenk, K. (1981). *Theorien der Revolution*. München. 224 p. (In German),

31. Lihachev, D. S. (2014). *Mysli o zhizni: vospominanija*. [Thoughts about life: memories]. St. Peterburg. Azbuka. 480 p. (In Russian).

32. Miloslavskij, I. G. (2005). *Giperonimy bez giponimov i giponimy bez giperonimov v russkom jazyke. Struktura teksta i semantika jazykovyh edinic*. [Hypernyms without hyponyms and hyponyms without hypernyms in Russian. Text structure and semantics of language units]. Sb. Nauch. tr. Vyp. 3. Kaliningrad. Pp. 5–29. (In Russian).

33. Mokienko, V. M., Nikitina, T.G. (1998). *Tolkovyj slovar' jazyka Sovdep'ii* [Explanatory dictionary of the language of Sovdep'ii]. St. Peterburg. Folio-Press. 704 p. (In Russian).

34. Mullins, W. A. (1969). *The Concept of Ideology: An Analysis and Evaluation*. University of Washington. 348 p.

35. Ovsjannikova, V. Z. (1933). *Literaturnaja rech': tolkovyj slovar' sovremennoj obshheliteraturnoj frazeologii: upotrebitel'nejšie inostrannye i russkie otvlechjonnye terminy, obraznye slova i inoskazanija s ukazaniem ih proishozhdenija i primerami frazeologičeskogo upotreblenija* [Literary speech: explanatory dictionary of modern general literary phraseology: the most common foreign and Russian abstract terms, figurative words and parables, indicating their origin and examples of phraseological use]. Moscow. OGIZ. 359 p. (In Russian).

36. Popova, Z. D., Sternin, I. A. (2010). *Kognitivnaja lingvistika*. [Cognitive linguistics]. 157 p. Moscow. Vostok-Zapad. (In Russian).

37. Repina E. A. (2012) *Politicheskij tekst: psicholingvistichesky analiz vozdeistviya na electorat* [Text: psycholinguistic Analysis of its Influence on Electorate]. Moscow: INFRA-M, 2012. 91 p. (in Russian).

38. Roget, P. M. (1982). *Roget's Thesaurus*. Essex: Longman Group Limited.

39. Rossi, Zh. (1991). *Spravochnik po GULagu: Istoricheskij slovar' sovet'skikh penitencijarnykh institucij i terminov, svjazannyh s prinuditel'nym trudom* [Handbook of the Gulag: A historical Dictionary of Soviet penitentiary institutions and terms related to forced labor]. Overseas Publications Interchange. Vol. 1, 2.

40. Sarnov, B. M. (2002). *Nash sovetskij novojaz. Malen'kaja jenciklopedija real'nogo socializma* [Our Soviet Newspeak. A small encyclopedia of real Socialism]. Moscow. Materik. 600 p. (In Russian).
41. Serebrjanyj, S. D. (2005). *O «sovetskoj paradigme» (zametki indologa)* [About the "Soviet paradigm" (notes of an Indologist)]. Moscow. Russian State University for the Humanities. 80 p. (In Russian).
42. Sherstjanyh, I. V. (2012). *Prakticheskaja leksikografija* [Practical lexicography]. Irkutsk. IGLU. 392 p. (In Russian).
43. Shi, F., Shi, Y., Dokshin, F. A., Evans, J. A., Macy, M. W. (2017) *Millions of Online Book Co-Purchases Reveal Partisan Differences in the Consumption of Science. Nature Human Behaviour* 1(4):0079. <https://doi.org/10.1038/s41562-017-0079> Accessed: 12.04.2021.
44. Skljarevskaja, G. N. (2013). *Antropocentricheskaja leksikografija: idei i praktika. Leksikografija. Jazyk. Rech': sb. st. pamjati Anny Lipovskoj.* [Anthropocentric lexicography: ideas and practice. Lexicography. Language. Speech: collection of articles in memory of Anna Lipovskaya]. Pp. 95–104. Sofija. (In Russian).
45. Slama-Cazacu, T. (1991). *Limba de lemn ("The langue de bois")*. 24, N. 42, 17, Romania literara. (In Romanian).
46. Sternin, I. A. (2001). *Vvedenie v rechevoe vozdejstvie* [Introduction to speech influence]. 227 p. Voronezh. (In Russian).
47. Val'ter, H. G., Mokienko, V. M. (2005). *Antiposlovicy russkogo naroda* [Anti-theologians of the Russian people]. 576 p. St. Petersburg. Publishing House Neva. (In Russian).
48. Vinogradov, V. V. (1964). *Problemy kul'tury rechi i nekotorye zadachi russkogo jazykoznanija. Voprosy jazykoznanija* [Problems of speech culture and some problems of Russian linguistics. Questions of linguistics]. Pp. 3–18. № 3. (In Russian).

Автор публикации**Author of the publication**

Белянин Валерий Павлович – доктор филологических наук, кандидат психологических наук, психотерапевт. г. Торонто, Канада.
E-mail: psyling@gmail.com

Valery Belyanin – PhD (Linguistics. Psycholinguistics, Psychology of Personality). Registered Psychotherapist in Private Practice, Toronto, Ontario, Canada.
E-mail: psyling@gmail.com

Поступила в редакцию / Received 25.04.2021

Принята к публикации / Accepted 13.06.2021

МЕДИАТЕКСТ И КАРТИНА МИРА: СМИ И СОВЕТСКАЯ МИФОЛОГИЯ

Л. Е. Бушканец

Lika_kzn@mail.ru

Казанский федеральный университет
г. Казань, Россия

Аннотация. Данная статья строится на большом числе источников, это статьи и материалы газет «Правда», «Известия» за первые месяцы 1937 года, когда развернулась борьба с троцкизмом. Задача статьи – от анализа т. н. советизмов, т.е. отдельных элементов текста, перейти к анализу текста как целого, поскольку именно в тексте многие слова и устойчивые выражения, не являющиеся советизмами в чистом виде, обретают свой идеологический смысл. Кроме того, каждый текст СМИ должен рассматриваться как целое, как репрезентация картины мира. Анализ материалов советских СМИ показал, что советская картина мира носит мифологический характер, в ней, как языческом пантеоне, есть представители низшего, земного и высшего миров, модальность медиаматериалов строится с опорой на мифологическое архетипическое мышление, пространство делится на «свое и чужое», а сам жанр медиатекста опирается на жанровые структурные признаки самых древних фольклорных жанров, например, заговора. Эти выводы подкрепляют результаты исследований советского мифологического мышления, проведенных на материале архитектуры городского пространства, художественной литературы, тоталитарного языка. Выводы важны для анализа медиатекстов советского периода, но носят также общеметодологический характер, так как дают методологию анализа каждого конкретного медиатекста как пусть фрагментарного, но все равно отражения целостной картины мира, существующей в идеологии определенного времени.

Ключевые слова. Идеологема, советский, картина мира, миф, троцкизм, медиатекст

Для цитирования: Бушканец Л. Е. Медиатекст и картина мира: СМИ и советская мифология. *Российские исследования.* 2021;2(2):56–77.

Источниками данной статьи стали номера газеты «Правда» и «Известия» за январь 1937 года – время суда и обсуждения троцкистского заговора¹. В целом все материалы представляют собой единый текст, так как не имеют индивидуальных черт ни в стиле,

¹ См. ссылку на электронные архивы газет в разделе «Литература»

ни в содержании; составлены из устойчивых словесных формул. Эти повторяющиеся слова и устойчивые словосочетания не относятся к тому слою лексики, которые называются «советизмами», они обретают смысл только в контексте – смысл, который легко считывался участниками коммуникации своего времени.

В сущности, не только отдельный материал газеты, но и весь номер и совокупность номеров является единым текстом, в котором слова и словосочетания получают новые смыслы, становясь «советизмами», советскими идеологемами. Н.А. Купина отмечала: «... изучение тоталитарного языка первоначально строилось на базе анализа отдельных лексических единиц и микротекстов, извлекаемых из тенденциозных по содержанию речевых произведений политической и философской тематики, с последующим выстраиванием гипотетической модели тоталитарного языка. Накопленный к настоящему времени языковой материал, а также исследовательский опыт позволили автору данной работы поставить задачу системно-лингвистического осмысления проблемы <...> Для выявления глубинных смысловых пластов тоталитарного языка попытаемся опереться на гипотезу, в соответствии с которой списки идеологем <...> могут быть рассмотрены как сверхтекст. Сверхтекст — совокупность высказываний, текстов, ограниченная темпорально и локально, объединенная содержательно и ситуативно, характеризующаяся цельной модальной установкой, достаточно определенными позициями адресанта и адресата, особыми критериями нормального и аномального.<...> Сверхтекст идеологем советской эпохи, эпохи тоталитаризма, представляет собой целостное единство»².

Задача данной статьи – через особенности языка 1937 года выйти на анализ текста медийной статьи как частного проявления сверхтекста, при этом каждая отдельная статья в газете - репрезентация советской картины мира. Нашей задачей не является выяснение соотношения текстов советских газет и реальности. Мы рассматриваем идеологический текст как формирующийся в сложном диалоге с действительностью. Успешный идеологический текст создается (сознательно или гениально-бессознательно) как концентрация мифологических архетипов (общечеловеческих, национальных и пр.), он находит для них лучшие словесные формулы и снова транслирует эту картину мира в общество для ее распространения и

² Купина Н. А. Тоталитарный язык: Словарь и речевые реакции. Екатеринбург–Пермь: Изд-во Урал, ун-та. ЗУУНЦ, 1995. С. 4, 52–53.

доминирования. Успешный идеологический текст, в том числе текст СМИ, создается по законам текста, предлагая читателю, еще раз подчеркнем это, мифологизированную, художественно обработанную картину мира, составляющие которой: герои, образ времени и пространства, типичные нарративы и пр.

Начнем с рассмотрения образов героев «троцкистского текста» – именно образов, созданных, как создаются герои художественного произведения, путем типизации и подчеркивания определенных черт. Для этого выбираются постоянно повторяющиеся формулы-наименования, систематизируем и приведем их в именительном падеже.

Первая группа формул, на первый взгляд, связана с социальной характеристикой: лакеи/продажные агенты/пособники фашизма, гнусный фашист Троцкий, германский агент, злейший враг Советской страны, подлые реставраторы капитализма, гнуснейшие предатели/изменники родины, диверсанты, остервенелые враги социализма/трудового народа, мироеды, помещики, чудовищно-преступная деятельность троцкистских последышей, подонки троцкистско-зиновьевского антисоветского террористического подполья, презренная троцкистская шайка/банда убийц и атаман бандитской шайки Троцкий, закоренелые преступники, обладающие откровенным цинизмом, бандиты, молодчики. Обратим внимание на «преступно-бандитскую» лексику с типичными для этого слоя обвинениями в том, что предали своих и перешли к чужим. Есть и типичная для этой группы брань: последыши, подонки... Это в некоторой степени восходит к преступному прошлому (экспроприации) тогдашней власти.

Вторая группа – библейская. Собственно, она представлена одним наименованием: «Иудушка/Иуда-Троцкий». Многие революционеры вышли из духовных семинарий и сохранили соответствующую лексику, но важен и другой момент: упоминание Иуды поднимает конфликт на иной, не просто социальный уровень.

Но особенно интересна третья группа: троцкистская свора, свора взбесившихся антисоветских псов, осатаневшей от ненависти к социализму, гадюки, троцкистские мерзавцы, троцкистская сволочь/нечисть/гадина, трижды презренные проклятые изменники/растленные фашистские наймиты/троцкистские мерзавцы, звериные морды, озверелые враги советского народа, банда озверевших мерзавцев, взбесившихся фашистских псов, продавцы народной крови, подлейшие из подлых, человеческое отребье, вы-

родки и отщепенцы, мразь; блудливые, извивающиеся троцкистские гады, осиные гнезда врагов, кровожадные звери в костюмах людей, «беспримерно в истории всех времен кровавое изуверство, провокаторство, подлое двуличие, на которое оказались способными эта шайка взбесившихся собак троцкистской контрреволюции и ее атаман проклятый враг народа Троцкий», «трупным запахом уничтоженных в СССР капиталистических врагов несет от мерзких и низких троцкистских выродков». Эта группа номинаций особенно интересна, так как напрямую отправляет нас к языческой (например, постоянное упоминание «трижды») демонологии. Обитателями низшего мира являются псы, змеи, подлые (низшие) мерзавцы, всяческая нечисть. Настойчивое повторение дает ключ к пониманию анализируемой картины мира: она опирается на целый ряд мифологических, религиозных представлений (словно не подействует одно – подействует другое), но базовым является языческое членение мира на подземный, мир низшей демонологии (троцкисты), земной и высший.

Отсюда и система оценочной лексики, весьма ограниченной по количеству, которая применяется к троцкистам: программа троцкистского антисоветского центра восстановлена во всей ее омерзительной наготе, чудовищно-преступная деятельность, чудовищные преступления, чудовищная программа, омерзительные подонки, омерзительная практика, чудовищная картина подлой, предательской деятельности, деяния по подлости своей превосходят все, что до сих пор знала история, похабный заграничный бюллетень, гнусное заявление гитлеровскому агенту, отвратительная картина, политический разврат, тонко задуманная система гнусного злодейства и картина такого отвратительного человеческого падения, которое превосходит всякое воображение, грязная форма деятельности, разит как помойная яма, грязные агенты германской и японской разведок, преступления, от которых холодеет кровь в жилах. Ср.: «На процессе троцкистско-зиновьевского центра казалось, что мера человеческой гнусности превзойдена, что ничего гаже и подлее не может быть. Но в растленности своей Пятаков и Радек оставляют за собой даже сгнивших заживо преступников предыдущего процесса», «картина отвратительного человеческого падения», «дело гнусных предателей, злейших врагов нашей родины». Повторяются слова: отвратительный, гнусный, преступный, чудовищный, грязный, все в такой степени, что превосходит «человеческое». Интересно, что фи-

зическая нечистота мифологически осмыслялась советской властью и была основой ряда политических метафор³. Кстати, в фольклоре один из способов борьбы с нечистью – именно брань⁴.

Из этого (низшая демонология) понятны и другие важные черты формируемого образа троцкистов: они действуют тайно, выходя из «тьмы», выползая из подполья, это ограниченная группа. Потому они и «вредители», «диверсанты»: они создавали «хитрые легенды», «жалко лепетали» о том, что они «работали в глубоком подполье, в глубочайшей тайне плетя свою гнусную паутину предательства» и измены родине, вели тайные переговоры и отчетливо понимали, что народ ненавидит их, надеялись на захват власти только в результате военного поражения СССР, «их ничтожная кучка, но сколько в ней самого низкого предательства, самой отвратительной подлости», «нож в спину нашей родине и ее самым лучшим, самым дорогим людям», «они успели совершить ряд вредительских и диверсионных актов, которые сопровождались гибелью рабочих и красноармейцев», показательна «наглая развязность, с которой Радек подчеркивал свои таланты старого конспиратора, которые он использовал против нашей страны». Теперь «все эти гады выползли наружу. Сморщенные, противные. Так это они мечтали о том, как бы распродать нашу прекрасную родину немецким и японским фашистам, а самим рассесться, как чучелам на троне!»

Эти «гады» обладают, в трактовке газет, поистине иррациональной мифологической страстью к крови, отсюда их «вампиризм»: в их диверсионной, вредительской и террористической деятельности главное – кровь советских людей. Показательны нарративы об их деятельности: взрыв на шахте «Центральная» повлек за собой гибель 10 и тяжелые ранения 14 рабочих, они организуют диверсионно-вредительские акты и крушения на железнодорожном транспорте, которые повлекли большие человеческие жертвы, «кровожадное зверье из гнусной антисоветской троцкистской банды именно к этому и стремилось», троцкистские мерзавцы «обагрили свои руки кровью рабочих, кровью красноармейцев, убитых в результате совершенных троцкистскими мерзавцами диверсий», «в реках крови рабочих, крестьян и интеллигенции» советского государства они хотели потопить социализм. Для этого они были провокаторами войны:

³ Орлова Г. Организм под надзором: тело в советском дискурсе о социальной гигиене (1920-е) // Теория моды. 2007. № 3. С. 251–270.

⁴ Калашников В. Русская демонология. Москва: Ломоносов, 2014. 212 с.

Троцкий дал директиву Пятакову «наносить чувствительные удары в наиболее чувствительных местах, и свора троцкистских псов делала все, что могла, для выполнения подлой директивы», «подлый изувер пролил немало крови красноармейцев – защитников социалистической родины: в одном только крушении на станции Шумиха 27 октября 1935 года погибло 29 красноармейцев и 29 было ранено. Им, троцкистам, нужна была кровь народная, моря которой они хотели пролить, чтобы прорваться к власти на иноземных фашистских штыках. Они проливали кровь рабочих и красноармейцев, они создали ряд групп для террористических покушений на жизнь руководителей ВКП(б) и советского правительства – товарищей Сталина, Молотова, Кагановича, Ворошилова, Орджоникидзе и других. <...>. Перед их лютой подлостью и изощренным коварством меркнут образы провокаторов прошлого – Азефы и Малиновские, иезуиты средневековья, Ироды и Иуды». Или: «Лавочка в Осло торговала кровью советского народа, его социалистическим достоянием убивали русских рабочих, взрывали шахты и цеха химических заводов. И эти факты – кровь советского народа, разрушение заводов Троцкий пред'являл своим заказчикам как свидетельство своей верности. Он не уставал требовать большего: больше крови рабочих, больше трупов, больше развалин! Троцкий пытался построить свою фашистскую карьеру на несчастьи, на бедствиях миллионов, для этого он настаивал на ускорении войны, разжигал войну»; «убийцы, подленькие, ничтожные душонки, калечили, травили рабочих, готовились потопить в крови весь наш рабочий класс, весь трудовой народ. Изменник и подлец Пятаков рассказывал, как жгли заводы, вредительствовали в коксохимической и цветной промышленности». Особенно важно в этом контексте упоминание о крови детей, случайно ставших жертвами «террористических актов». Не случайно «кровь стынет в жилах, когда узнаешь о чудовищных преступлениях этих людей. Их преступления не имеют в истории себе подобных. Они превзошли всех известных миру предателей, убийц и жуликов. Надо уничтожить этих выродков и расследовать деятельность их пособников». Потому Г. Орлова в обширной статье, раскрывающей историю формирования мифологического образа «вредителя» в СССР, отмечала отрицательную сакральность вредителя, которая магична по своему характеру⁵.

⁵ Орлова Г. Рождение вредителя: отрицательная политическая сакрализация в стране советов (1920–е) // Zeit-Raume (Wiener Slawistischer Almanach), 2003, Bd. 49, 309–346.

В образе троцкистов важна деталь, связанная с формируемой социальной мифологией: создание образа врага из кулаков и торговцев. В массовом сознании советская власть сформировала устойчивый образ врага-спекулянта и торговца, впрочем, мифологическое библейское начало в нем тоже есть («изгнать торговцев из храма»). Потому троцкисты в том числе и торговцы: «Дом Троцкого в Осло и его берлинское отделение были лавочкой по распродаже Советского Союза. Матерые фашисты и разведчики заходили в это торговое заведение Троцкого, Пятакова и К° и вели коммерческие переговоры о частях советской земли и о крови советского народа. Троцкий, Пятаков, Радек и К° охотно уступали германскому фашизму Украину, японскому империализму – Приморье и Приамурье. Их торговые операции означали только одно: полную готовность сделать все, что от них потребует германский фашизм. Они были его покорными слугами, его холопами, его ревностными агентами. Им не жаль было распродавать по частям советскую землю, потому что эта земля была им совершенно чужда. Более того: она была им ненавистна, потому что она извергла Троцкого и троцкизм». Обратим внимание на сакрализацию «земли» в этом фрагменте – о чем будет сказано подробнее чуть позже.

Поскольку это низшие силы зла, то творимое ими зло мерзкое, но сил у них немного – не случайно они пытались найти поддержку за рубежом (иностранные агенты), и привести к масштабным потерям не сможет («они неспособны приостановить могучее поступательное движение социализма, но, как шпионская и диверсионно-вредительская агентура германских и японских фашистских сил, они могли принести немалый вред», «и самому Пятакову в конце концов приходится засвидетельствовать, что вредительская работа велась так грубо, так бесцеремонно, что он вынужден был сказать руководителю Средне-Уральского медеплавильного завода Жарикову, чтобы тот работал чище и лучше прятал концы»). Разгром неизбежен: они даже не могут скрыть раздражение и бешеную злобу.

Теперь понятно, что обвинения в адрес троцкистов не могут быть случайными, они должны покуситься на самое святое, сакральное. Читателей пугают главными опасностями:

1. Расчленение территории. Это связано с сакрализацией пространства страны, что восходит еще в культуре Древней Руси⁶

⁶ Успенский Б. А. Семиотика истории. Семиотика культуры // Успенский Б. А. Избранные труды в 2-х тт. Т. 1. Москва: Гнозис, 1994. 260 с. Чумакова Т. В. Образ человека в культуре

и лежит в основе национальной российской идентичности. Это очень точно почувствовала власть: «Троцкисты мечтали о расчленении Советской страны в угоду империалистическим хищникам. Придется уступить Японии Приморье и Приамурье, а Германии – Украину... Мы должны будем допустить ее (Германию) к участию в эксплуатации руды, марганца, золота, нефти, апатитов и обязаться на определенный срок поставлять ей продовольствие и жиры по ценам ниже мировых. Нам придется уступить Японии сахалинскую нефть и гарантировать ей поставку нефти в случае войны с Америкой. Мы также должны допустить ее к эксплуатации золота»».

2. Отказ от будущего. Для российской идентичности не менее важна идея сакрализации будущего как времени утопии, попадания в рай. Утверждение, что троцкисты хотели вернуть страну в капиталистическое прошлое и лишить ее социалистического будущего по сути отражает идею сакрального движения времени к божественной утопии, свойственную культуре Древней Руси: троцкисты «хотели похоронить социализм, радостную, свободную социалистическую жизнь трудящихся Советской страны. Они хотели вернуть на фабрики и заводы капиталистов-эксплоататоров. Они хотели отнять у советских рабочих их важнейшие завоевания, снова ввергнуть их в кабалу капиталистической эксплуатации, восстановить проклятые времена наемного капиталистического рабства с безработицей и пр. прелестями капиталистического строя, побежденного и разгромленного в нашей стране ценой таких жертв и усилий. Они хотели отнять у крестьян Советской страны их свободную колхозную жизнь, завоеванную в упорной борьбе с помещиками, капиталистами, кулаками».

3. Они покусились на высшие божественные силы и организовали террор против руководителей Советской страны, «горячо любимых миллионными массами трудящихся. От их злодейской руки погиб народный трибун С. М. Киров. Они пытались посягнуть на жизнь самого дорогого для нас человека – товарища Сталина».

4. Связь с заграницей. «Мифологическое мышление по природе дуалистично, поэтому мир делится на доброе и злое, своих и врагов. Советская страна излучала свет, правду и надежду народов, а за окном было темное и опасное царство буржуазии. <...> Народное мышление, как и советская пропаганда, воспринимало

Древней Руси: опыт философско-антропологического анализа. [Электронный ресурс].
Режим доступа: <http://antropology.ru/ry/texts/chumakova/abstract.html> (дата обращения: 20.05.2021)

заграницу как иной мир, тридевятое царство, настоящий Тот Свет. Что там в точности – не знал никто, ходили только разнообразные, смутные и противоречивые слухи. Через десятые руки передавались рассказы путешественников. По официальной версии, там было плохо. Капитализм был нашим антагонистом, у нас равенство – у них неравенство, у них безработица – у нас такой беды гарантировано нет, у них бедные голодают – у нас растет благосостояние народа, у них негров линчуют – у нас дружба народов, у нас, в отличие от них, демократия подлинная, и так далее. Предполагалось, что у нас лучше все, поэтому в сталинское время сажали людей, в войну побывавших в Европе и рассказывавших, что там лучше дороги, и что там все едят белый хлеб (для советского человека признак зажиточности!). <...> Тот Свет есть Тот Свет, контакты с ним чреватые неведомыми опасностями и требуют многих предосторожностей, надзор за соблюдением которых был одной из функций специальной жреческой касты – Коммунистической Партии. <...> задача целиком в рамках мифа: трудящиеся всего мира должны знать, что их надежды связаны с социализмом, видеть в нем идеал, уповать на его пришествие. Вне коммунистической эсхатологии это лишено смысла. <...> Истерия шпиономании являлась одной из разновидностей паники перед мыслью о том, что Враг так или иначе мог ЗАПОЛЗТИ к нам. Можно назвать целый ряд родственных явлений. Фантасмагорические обвинения в шпионаже, замыслах терактов и прочего в ходе массовых репрессий не подвергались проверке простым здравым смыслом именно из-за мистического характера Врага, так или иначе связанного с Тем Светом капитализма. Разве же можно предвидеть, что Он надумает, коварный, ползучий, неуловимый; то ли мост обрушить, то ли колодцы отравить на погибель советским людям. По тем же причинам казались потенциально опасными все граждане, так или иначе имевшие контакты с Заграницей»⁷.

Борцами с демонами являются культурные герои. Например, Вышинский: «Вчера на процессе антисоветского троцкистского центра с яркой, насыщенной речью выступил государственный обвинитель А. Я. Вышинский. Заключительные слова тов. Вышинского: "Я обвиняю не один! Я обвиняю вместе со всем нашим народом, обвиняю тягчайших преступников, достойных одной

⁷ Эдельман О. Легенды и мифы Советского Союза // Логос. 1999. № 5(15). С. 52-65 [Электронный ресурс]/ Режим доступа: http://www.ruthenia.ru/logos/number/1999_05/1999_5_15.htm (проверено 15.05.2021).

только меры наказания – расстрела, смерти!" – были покрыты долго не смолкавшими аплодисментами всего зала»; «Единодушное требование всех трудящихся СССР – уничтожить преступную банду, вырвать с корнем фашистское жало, осмелившееся наносить раны нашей великой родине. Это требование народа со всей категоричностью выражено в речи государственного обвинителя. Троцкистские изменники, предатели, шпионы, убийцы должны быть расстреляны!» Или Н. Ежов: «Особенно велика заслуга органов НКВД в разгроме коварных замыслов самых остервенелых врагов советского народа – троцкистско-бухаринских бандитов, продавшихся в услужение иностранным разведкам. Под руководством сталинского ученика Н. И. Ежова советская разведка сумела разоблачить перед всем миром подлую деятельность этих выроdkов, посягнувших на счастье советских народов» – «вот почему беспредельна любовь народа к советской разведке, которая выкорчевывает, уничтожает, выжигает каленым железом троцкистско-бухаринских шпионов и убийц, охраняя благополучие, мир и счастье советского народа, нашей родины. Советский народ любит своего сталинского наркома и помогает ему выкорчевывать осиные гнезда врагов».

Чтобы силы зла наказать, необходима сакральная ненависть (*Троцкого «везде будут ненавидеть и преследовать миллионы. Преступления этой кучки людей носят настолько чудовищный характер, что они сами поставили себя вне всякого человеческого закона, вне человечества», «...чтобы жгли и разрушали заводы и фабрики, чтобы убивали лучших наших людей, сбрасывали под откос воинские эшелоны, чтобы на пожарищах фабрик и у трупов стахановцев и красноармейцев росли и крепились троцкистские кадры»* – все это вызывает «состояние ненависти, которое охватывает, когда слышишь эти признания преступника»).

Отличительной особенностью призыв к ответному зверскому убийству, расстрелу, уничтожению: «Мы не успокоимся до тех пор, пока на советской земле останется хоть один предатель...мы снова и снова присоединяем свой голос к мощному голосу советского народа: уничтожить троцкистскую нечисть, раздавить озверелых врагов народа», «мы сделаем все для того, чтобы враг, откуда бы он ни посмел посягнуть на наши социалистические завоевания, сломал себе шею», «грозные волны народного гнева и ненависти снесут с лица земли и правых отщепенцев», необходимо воспитание «ненависти ко всем врагам социализма и безза-

ветной любви к своей родине, к большевистской партии, к учителю и вождю народов товарищу Сталину», «сотни лозунгов требовали уничтожения врагов народа, посягающих на его счастье», «Раздавить змеиное троцкистское гнездо! Раздавить подлеиших из подлых на земном шаре! Только таким могло быть наше решение, «целиком и полностью приветствуем этот приговор. Фашистским псам – собачья смерть. Пусть знают господа фашисты и их верная собака Троцкий, что такая же участь постигнет всякого, кто осмелится вредить делу социализма».

С точки зрения современной этики данные тексты рассматривались бы как экстремистские⁸, а ненависть считается чувством, социально неодобряемым. Тем не менее она антропологически присуща человеку и от социума и власти зависит, будет ли она поддерживаться или осуждаться. В данном случае власть поддерживает, культивирует и транслирует через текст ненависть. Причин тому несколько. Ненависть позволяет построить упрощенную картину мира как борьбы добра и зла, отнеся себя к силам добра, держит человека в состоянии защитно-агрессивной готовности. Ненависть опирается на инстинкты и потому позволяет управлять человеком, теряющим связь с реальностью, переносит человека в мир болезненного воображения. Даёт иллюзию компенсации несуществующей силы и самореализации человеку, которому кажется, что он защищает себя во враждебном мире и сохраняет свою идентичность⁹. Мифологическое мышление как основу этой ненависти видит А. С. Ахиезер: «Несмотря на то, что застаревшая манихейская мифология размывается как утилитаризмом, так и либерализмом, она составляет в России мощный пласт культуры. <...> В России <...> Архаичная культура указала выход – массовое ограбление богатых или тех, кого хотели принимать за таковых, захват банковских вкладов, ограбление церкви, крестьянства, а затем и всех остальных, фактически превратившихся в крепостных. Все эти попытки предпринимались одна за другой, но

⁸ Голиков Л. М. Семиотика экстремистского текста // Юрислингвистика: судебная лингвистическая экспертиза, лингвоконфликтология, юридико-лингвистическая герменевтика. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://konference.siberiaexpert.com/publ/konferencija_2012/doklad_s_obsuzhdeniem_na_sajte/golikov_l_m_semiotika_ehkstremistskogo_teksta/5-1-0-137 (Проверено 20.05.2021)

⁹ Чугунова И. О. Ли́ки ненависти: философско-антропологические размышления // Психология и Психотехника. 2015. № 4. С. 383–391. DOI: 10.7256/2070-8955.2015.4.14652. Чугунова И. О. Человек ненавидящий: психоаналитическая деконструкция феномена ненависти // Психология и Психотехника. 2015. № 10. С. 1072–1087. DOI: 10.7256/2070-8955.2015.10.16205.

не решали проблемы. Зато они отвечали массовому архаичному сознанию, которое открывало возможность представлять в качестве врагов рода человеческого любую группу населения, самих себя в собственных глазах. Именно благодаря этому появилась возможность решать проблемы <...> на базе периодического поиска групп, ограбление которых покоилось на некоторой нравственной базе манихейского типа»¹⁰.

Поскольку это не люди, а нечисть, то бороться с ними надо нечеловеческими способами: «мы выловим и уничтожим всех до единого троцкистско-бухаринских фашистских гадов. Мы будем выкуривать их из всех щелей. Мы не дадим им житья и будем травить их, как бешеных собак». Необходимо очищение от нечисти, стереть их с лица земли: «Раздавить троцкистскую гадину – таково единодушное требование всех честных советских людей, любящих свою родину и свободу». Более того, простые люди сами готовы взять на себя сакральное убийство нечисти: «СВОРА КРОВАВЫХ СОБАК. Когда встают прохвосты, которых судебный язык корректно называет подсудимыми, когда они встают и начинают, то с прибитым видом кающихся грешников, то с цинической развязностью кающихся негодяев, подробно рассказывать о своих чудовищных деяниях, хочется вскочить, закричать, ударить кулаком по столу, схватить за горло этих грязных, перепачканных кровью мерзавцев, схватить и самому расправиться с ними». Или: «И чем больше разматывались гнусные планы троцкистов, тем тяжелее было усидеть на месте, хотелось вскочить и прикончить этих мироедов, гадюк. В свое время я немало расстрелял своей рукой белогвардейцев-офицеров в Ярославле. Так и теперь рука бы не дрогнула перестрелять всю эту троцкистскую нечисть. Я слушал то, что говорили помещики и предатели родины, смотрел на их звериные морды... Не должно быть пощады для врагов народа, ренегатов, союзников фашизма и заклятых врагов Советского Союза».

В деятельности политических противников большую роль играют сакральные магические предметы: бдительное око, железная рука («Бдительное око чекистов, их железная рука не раз обезоруживали злых врагов нашей Родины»), знамя и стальной меч («никогда не дрогнет стальной меч пролетарской диктатуры в руках народа, и кто посягнет на наше знамя, на наши революционные за-

¹⁰ Ахиезер А. С. Мифология насилия в советский период (возможность рецидива) // *Общественные науки и современность*. 1999. № 2. С. 92–93.

воевания, того постигнет такая же участь», «острый меч социалистического правосудия безжалостно обрушился на кучку преступников»), сакральная стена («Мы, рабочие и работницы, станем гранитной стеной вокруг наших вождей, нашего дорого, любимого товарища Сталина» и «будем беспощадно разоблачать и громить всех, кто пытается расстроить наши стальные ряды и замедлить наш шаг на путь к светлому будущему», «Советский народ окружит железным кольцом нашего вождя», «свободные народы великого Советского Союза, построившие социализм в жестоких боях против всех врагов трудящихся, создали такую неприступную крепость, о которую разобьется мутная волна фашизма»). Меч, железная рука и магические стены с успехом будут использоваться в художественной литературе XX века, например, фэнтези.

Кажется, что уступкой рациональному сознанию является стремление убедить, что суд основывался на фактах: пух и прах разбита банда диверсантов, уличенных, пойманных с поличным, что подкреплено «вещественными доказательствами», «показаниями свидетелей», «вереницей непререкаемых, точно установленных фактов», вскрытых и доказанных в ходе предварительного следствия, а также их собственными «точными показаниями», «от этой картины никому не удастся отделаться голословным отрицанием», «под тяжестью бесспорных доказательств не смогли отрицать своей вины и сами подсудимые», потому «мир не знает другого такого суда, чьи приговоры являлись бы подлинным воплощением воли народа. Приговор, отражающий мощь нашего государства, присуждающий к высшей мере наказания – расстрелу тягчайших преступников, каких не знала до сих пор история человечества, непосредственных убийц, террористов, шпионов и вредителей, будет воспринят каждым честным человеком не только в СССР, но и во всем мире, как истинное народное правосудие».

Однако точность показаний под сомнением: рассказы подсудимых неконкретны и сказочны, как в большой статье «Правды» за 28 (№ 27) января 1937 г.: «ТРОЦКИСТ – ВРЕДИТЕЛЬ – ДИВЕРСАНТ – ШПИОН. <...> Затем перед Военной Коллегией Верховного суда раскрывается грязная, уголовно-изменническая работа троцкистских «практиков» шпионажа, диверсий, убийств и провоцирования войны.<...> Начинается совместная работа троцкистов и германских разведчиков. Они ставят своей задачей срыв нового шахтного строительства, задержку реконструкции старых шахт, организацию подземных пожаров и т.п. Их общая цель –

нанести сокрушительный удар не только по шахтам и рудникам Кузбасса, но и по всей металлургии Урала и Западной Сибири. Вредители добиваются того, что, например, в Прокопьевском руднике потери угля вместо обычных 15–30 процентов достигают 50 с лишним процентов. В этом же руднике к концу 1935 года было организовано около 60 подземных пожаров. Негодяи пытаются взорвать динамитом ствол и копер шахты № 5. Создан потайной склад динамита, на который случайно наткнулись игравшие дети шахтеров. Взрывом дети были разорваны на куски. <...> известно, что Арнольдову, например, удалось задержать строительства четырех вагоноремонтных заводов вместо полутора до трех лет, увеличить стоимость строительства в несколько раз. <...> Агент японской разведки, глава троцкистской организации на Южно-уральской железной дороге Князев, показал на суде, что в 1935–1936 году им было организовано на этой дороге 13–15 крупных крушений поездов. При железнодорожных катастрофах, начиная с 1934 года и до момента ареста троцкистской банды диверсантов, т.е. до октября 1936 года, было убито 63 человека, ранено 154».

Потому суд, мимикрируя под опирающийся на факты, тоже является сакральным: «Советское правосудие раздавит этот клубок ядовитых змей, сотрет их с лица земли нашей цветущей социалистической родины». Сказочное начало проявляется и в таком утверждении: «Подлая банда троцкистских вырожденков, вредителей, диверсантов, фашистских агентов получила по заслугам. Газеты, телеграф, радио разослали решение суда во все концы нашего государства, на весь мир».

Священная ненависть должна быть реализована на митинге, как на своеобразном языческом капище в слиянии с природой, в громком крике, там, где разрешено проявиться физиологическому гневу и физиологическому телесному языческому восторгу: «Митинг на Красной площади. Свыше 200 тысяч трудящихся столицы демонстрировали вчера свою солидарность с приговором Верховного суда. Весть о приговоре разнеслась по Москве молниеносно. Ночью на предприятиях проходили митинги – речи ораторов были горячи и взволнованы. Тогда же, ночью, родилась мысль о митинге и демонстрации – надо всем пойти на Красную площадь и здесь громогласно на весь мир крикнуть: смерть троцкистам и троцкизму; громогласно на весь мир заявить: приговор суда – наш приговор, всего советского народа! Ночью рабочие ночных смен многих фабрик и заводов постановили – всем выйти на улицу! Пусть гремит

мороз, пусть свистит ледяной ветер – мы согреемся пламенем своих чувств, мы скажем так, что заледеневают сердца врагов народа: “смерть троцкистам – фашистским агентам, смерть предателям!” К мнению ночных смен присоединились рабочие, занявшие их места с рассветом. У многих были выходные дни, но никто не хотел считаться с этим, и вот к четверем часам под холодным закатным солнцем морозного январского дня заалели знамена, лозунги, плакаты. У предприятий и учреждений начали вырастать и множиться колонны демонстрантов, оркестры заиграли боевые марши, высоко над головами взвились призывные знамена. На них были начертаны пламенные приветствия, обращенные к руководителям партии и правительства, на них горели золотые слова Сталинской Конституции, утверждавшей основы счастливой жизни, на них трепетали гневные лозунги, на которых чаще других можно было прочесть: “Приговор суда – приговор народа!” Со всех концов великой Москвы стекались колонны к Красной площади. Молодые, старики, взрослые; рабочие, служащие, красноармейцы, инженеры, врачи и студенты – все возрасты и все слои трудового московского населения были представлены в рядах демонстрантов. Люди были объединены общим порывом – продемонстрировать свои силы, организованность, преданность и готовность к стахановскому труду и борьбе. В 5 часов вечера Красная площадь открыла демонстрантам свои широкие просторы. Густая, яркая человеческая река наполнила ее величественные берега. Закатное солнце окрашивало в алый цвет верхушки кремлевских башен. Красная площадь наполнилась народом до отказа. Многие колонны не поместились в ее пределах и расположились на ближайших улицах».

Для «светлых сил» важно противопоставление: тайно – открыто, шайка – массы. Не случайно на этом митинге Хрущев (секретарь МК и МГК ВКП(б)) сказал: «Эта шайка политических мерзавцев и уголовных бандитов пуще огня боялась масс; она, как позорную болезнь, прятала от масс свою программу реставрации капитализма в СССР <...> Именно потому, несмотря на все вредительства подлой шайки, наша промышленность, транспорт и сельское хозяйство неуклонно шли и идут в гору, именно поэтому никакие усилия наших врагов-троцкистов и их сообщников-правых не повернут назад колесо истории».

Каждый отдельный текст в средствах массовой информации обладает чертами метатекста. В нем все слова приобретают особые, понятные только в рамках советского метатекста коннота-

ции. На первый взгляд, слова и предложения – это случайным образом составленный из лозунгов рассыпающийся паззл, но это не так. Текст строится по особой формуле, обладает строй структурой, напоминающей фольклорный заговор, фиксирует продуманную стройную картину мира, напоминающую языческую (однако включающую и христианские мотивы и новые элементы, претендующие на то, чтобы вырасти в новую мифологию).

Рассмотрим наугад выбранный небольшой текст в газете «Правда» за 31 января 1937 года. «РАЗВЕЯТЬ В ПРАХ СВОРУ ИУДЫ-ТРОЦКОГО. Резолюция рабочих и служащих паровозного депо Нижнедпетровск-узел Сталинской железной дороги). С каждым днем судебный процесс все больше и больше вскрывает чудовищные преступления гнусных негодяев, озверелых бандитов и предателей нашей великой социалистической родины. С негодованием узнали железнодорожники и вредительской деятельности на социалистическом транспорте троцкистов Лившица, Князева, Турок и других. Железнодорожники под руководством своего наркома Л.М. Кагановича, во главе с нашими лучшими стахановцами Петром Кривоносом, Омельяновым, Огневым с каждым днем улучшали работу железнодорожного транспорта, вывели его в числе передовых отраслей народного хозяйства. А эти гнусные гады на каждом шагу пытались вставлять палки в колеса, и кое-где им это удавалось. В своей подлой деятельности они не гнушались ничем. Выполняя задания кровавого пса Троцкого, эти бандиты организовали крушения и аварии с человеческими жертвами, срывали нормальную работу паровозного хозяйства, срывали движение поездов. Они подготовляли террористические акты против руководителей большевистской партии и правительства. Мы уверены, что советский суд приговорит фашистских собак к расстрелу! К стенке изменников родины! Мы, железнодорожники, вместе со всеми трудящимися страны еще больше сплотимся вокруг непобедимой партии большевиков, советского правительства и своего лучшего друга товарища Сталина. Мы еще быстрее движем вперёд железнодорожный транспорт».

Первая часть заговора – молитвенно обращение к высшим силам, здесь – к судебному процессу, осуществляющему высшую справедливость. Далее в заговоре идет зачин и обращение к потустороннему миру. Здесь это упоминание чудовищных преступлений гнусных негодяев. Третий структурный элемент заговора – появление сакрального персонажа, помощника. И тут появляется

Лазарь Каганович, помощник простых людей. Важнейшая часть заговора – заклинание (просьба, приказ), а затем закрепка и молитвенное завершение. И оно перед нами: просьба расстрелять, обещание сплотиться перед высшими силами и делать железнодорожный транспорт лучше. Все письма, резолюции и обращения трудящихся по поводу гнусных троцкистов строились по общим правилам, имеющим, на самом деле, смысл и понятным и воспроизводимым на бессознательном уровне.

О мифологических корнях советской культуры исследователи уже писали на материале художественной литературы, советских ритуалов и пр.: «Тоталитарное общество использовало в своей культуре такие фундаментальные категории мифа, как космологические описания сотворения мира, в форме «добывания» культурными героями элементов природы, борьбы богов и героев с демоническими силами, или создание человека нового типа. Большую роль играли трансформированные мифы о силах природы, стихиях, временах года. Все это привело к формированию так называемых календарных мифов, имеющих большое значение в жизни советского общества. Так, ежегодное празднование дня Октябрьской революции имеет аналогию с праздником Нового года – креационного акта «творения» новой жизни. Повторение этого ритуала связано в мифологическом мышлении со страхом перед будущим, существованием не в последовательном линейном, историческом, а в мифологическом времени. <...> Большое значение имел свойственный религиозному сознанию культ предков и христианское поклонение святым мощам. Так, в главном символе советской системы – поклонении нетленному телу Ленина, американский историк Н. Тумаркян видит отголоски древнеегипетских заупокойных культов и влияние открытия гробницы Тутанхамона». При этом «в советской тоталитарной культуре архаические мифы причудливо смешались с элементами христианства» «одним из самых интересных вопросов в проблеме изучения мифа в советской культуре является предположение о его намеренном, осознанном использовании в вопросах политики и культуры»¹¹.

¹¹ Некрасова Е. С. Мифологические конструкции в советской культуре и искусстве // *Studia culturae*. Вып. 2. Санкт-Петербург: Санкт-Петербургское философское общество, 2002. С. 182–184. См. также: *Тулицына М. У истоков соцреализма. Государство как автор* // *Декоративное искусство СССР*. 1989, №3, С. 44–46; *Байбурин А. К. Ритуал в традиционной культуре. Структурно-семантический анализ восточнославянских обрядов*. Санкт-Петербург, 1993; *Коновалова Ж. Ф. Миф в советской истории и культуре* Санкт-Петербург: Изд-во СПбГУЭФ. 1998; Колесов М. «Советская Атлантида». Мифология рево-

Уходит ли из памяти последующих поколений мифологическая картина мира, созданная советской идеологией? Увы, сознательно или интуитивно выстроенная профессиональными идеологами, она опирается на мифологическое мировосприятие, воплощенной в двоемирии еще Древней Руси, а потому, видимо, будет сохраняться еще очень долго.

Источники

<https://www.oldgazette.ru/pravda/index1.html>
<http://www.oldgazette.ru/izvestie/30011937/text4.html>,
<http://www.oldgazette.ru/lesprom/29011937/text1.html>,
<http://www.oldgazette.ru/pravda/13091937/text1.html>,
<http://www.oldgazette.ru/pravda/13091937/text2.html>,
<http://www.oldgazette.ru/pionerka/20121937/text1.html>,
<http://www.oldgazette.ru/pravda/03031938/text6.html>,
<https://prorivists.org/pravda/>
<https://pravda37.files.wordpress.com/2018/08/pravda-1937-27.pdf>,
<https://pravda37.files.wordpress.com/2018/08/pravda-1937-30.pdf>

Литература

1. Ахиезер А. С. Мифология насилия в советский период (возможность рецидива) // *Общественные науки и современность*. 1999. № 2. С. 85–93.
2. Байбурин А. К. Ритуал в традиционной культуре. Структурно-семантический анализ восточнославянских обрядов. Санкт-Петербург, 1993.
3. Голиков Л. М. Семиотика экстремистского текста // *Юрислингвистика: судебная лингвистическая экспертиза, лингвоконфликтология, юридико-лингвистическая герменевтика (конференция 2012 года)*. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://konference.siberiaexpert.com/publ/konferencija_2012/doklad_s_obsuzhdeniem_na_sajte/golikov_l_m_semiotika_ehkstremistskogo_teksta/5-1-0-137 (Проверено 20.05.2021)
4. Исупов К. Г. Тезисы к проблеме: Бахтин и советская культура // *Бахтинский сборник*. Вып. 3. Москва, 1997. С. 4–20.
5. Калашников В. Русская демонология. Москва: Ломоносов, 2014. 212 с.
6. Колесов М. «Советская Атлантида». Мифология революции. Москва: НИЦ ИНФРА-М, 2020. 352 с.
7. Коновалова Ж. Ф. Миф в советской истории и культуре. Санкт-Петербург: Изд-во СПбГУЭФ. 1998. 140 с.

люции. Москва: НИЦ ИНФРА-М, 2020. 352 с.; *Исупов К. Г.* Тезисы к проблеме: Бахтин и советская культура // *Бахтинский сборник*. Вып. 3. Москва, 1997; *Паперный В.* Культура Два. Москва: Новое литературное обозрение, 2016. 733 с.; *Петрова Н. С.* Мифологические модели в неподцензурных текстах о Советской власти 1917–1953 гг. Дис.канд. филол. наук. Москва, 2017.

8. *Купина Н. А.* Тоталитарный язык: Словарь и речевые реакции. Екатеринбург–Пермь: Изд-во Урал, ун-та. ЗУУНЦ, 1995. 144 с.

9. *Некрасова Е. С.* Мифологические конструкции в советской культуре и искусстве // *Studia culturae*. Вып. 2. Санкт-Петербург: Санкт-Петербургское философское общество, 2002. С. 179–188.

10. *Орлова Г.* Организм под надзором: тело в советском дискурсе о социальной гигиене (1920–е) // *Теория моды*. 2007. № 3. С. 251–270.

11. *Орлова Г.* Рождение вредителя: отрицательная политическая сакрализация в стране советов (1920–е) // *Zeit-Raume (Wiener Slawistischer Almanach)*, 2003, Bd. 49, 309–346.

12. *Паперный В.* Культура Два. Москва: Новое литературное обозрение, 2016. 733 с.

13. *Петрова Н. С.* Мифологические модели в неподцензурных текстах о Советской власти 1917–1953 гг. Дис. ... канд. филол. наук. Москва, 2017.

14. *Тулицына М.* У истоков соцреализма. Государство как автор // *Декоративное искусство СССР*. 1989. № 3, С. 44–46.

15. *Успенский Б. А.* Семиотика истории. Семиотика культуры // *Успенский Б. А. Избранные труды в 2-х тт. Т. 1.* Москва: Гнозис, 1994. 260 с.

16. *Чумакова Т. В.* Образ человека в культуре Древней Руси: опыт философско-антропологического анализа. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://antropology.ru/ru/texts/chumakova/abstract.html> (дата обращения: 25.05.2021)

17. *Чугунова И. О.* Лики ненависти: философско-антропологические размышления // *Психология и Психотехника*. 2015. № 4. С. 383–391. DOI: 10.7256/2070-8955.2015.4.14652.

18. *Чугунова И. О.* Человек ненавидящий: психоаналитическая деконструкция феномена ненависти // *Психология и Психотехника*. 2015. № 10. С. 1072–1087. DOI: 10.7256/2070-8955.2015.10.16205.

19. *Эдельман О.* Легенды и мифы Советского Союза // *Логос*. № 5. 1999. С. 52–65 (15).

MEDIA TEXT AND THE WORLD VIEW: MASS MEDIA AND SOVIET MYTHOLOGY

L. E. Bushkanets

Kazan Federal University
Kazan, Russia

Abstract. *This article is based on a large number of sources; these are the articles and materials of the newspapers «Pravda» and «Izvestia» for the first months of 1937, when the struggle against Trotskyism was at the top. The task of the article is to move from the analysis of the so-called Sovietisms, as the elements of the text, to the analysis of the text as a whole, so it is in the text that many words and stable expressions that are not Sovietism in its pure form acquire their ideological meaning. In addition, each text of the media should be considered as a whole, as a representation of the world view. The analysis of the materials of the Soviet mass media showed that the Soviet picture view is*

mythological: there are representatives of the lower, earthly and higher worlds in it, as in a pagan pantheon, the modality of media materials is built on the basis of mythological archetypal thinking, the space is divided into «one's own and another's», and the genre of the media text itself is based on the genre structural features of the most ancient folklore genres, for example, a spell. These conclusions are supported by the results of studies of other scholarships of Soviet mythological thinking conducted on the material of urban architecture, fiction, and totalitarian language. The conclusions are important for the analysis of media texts of the Soviet period, but they are also of a general methodological nature, since they provide a methodology for analyzing each specific media text as a fragmentary, but still a reflection of the holistic picture of the world that exists in the ideology of a certain time.

Keywords: *Ideologeme, Soviet, worldview, myth, Trotskyism, media text*

For citation: Bushkanets L. E. Media Text and the World View: Mass Media and Soviet Mythology. *Journal of Russian Studies*. 2021;2(2):56–77. (In Russian).

Sources: electronic archives of newspapers:

<https://www.oldgazette.ru/pravda/index1.html>
<http://www.oldgazette.ru/izvestie/30011937/text4.html>,
<http://www.oldgazette.ru/lesprom/29011937/text1.html>,
<http://www.oldgazette.ru/pravda/13091937/text1.html>,
<http://www.oldgazette.ru/pravda/13091937/text2.html>,
<http://www.oldgazette.ru/pionerka/20121937/text1.html>,
<http://www.oldgazette.ru/pravda/03031938/text6.html>,
<https://prorivists.org/pravda/>
<https://pravda37.files.wordpress.com/2018/08/pravda-1937-27.pdf>,
<https://pravda37.files.wordpress.com/2018/08/pravda-1937-30.pdf>

References

1. Akhiezer A. S. Mifologiya nasiliya v sovetskij period (vozmozhnost' recidiva) [The mythology of violence in the Soviet period (the possibility of recidivism)]. In: *Social Sciences and modernity*. 1999. №. 2. Pp. 85–93. (In Russian).
2. Baiburin A. K. *Ritual v tradicionnoj kul'ture. Strukturno-semanticheskij analiz vostochnoslavjanskij obryadov* [Ritual in traditional culture. Structural and semantic analysis of East Slavic rites]. St. Petersburg, 1993. (In Russian).
3. Golikov L. M. Semiotika ekstremistskogo teksta [Semiotics of extremist text]. In: *Jurilinguistics: forensic linguistic expertise, linguoconflictology, legal and linguistic hermeneutics (conference 2012)*. [Electronic resource]. Access mode: http://konferencija.siberiaexpert.com/publ/konferencija_2012/doklad_s_obsuzhdeniem_na_sajte/golikov_l_m_semiotika_ekstremistskogo_teksta/5-1-0-137 (Checked 20.05.2021) (In Russian).
4. Isupov K. G. Tezisy k probleme: Bahtin i sovetskaya kul'tura [Theses to the problem: Bakhtin and Soviet culture]. In: *Bakhtin collection*. Issue 3. Moscow, 1997. Pp. 4–20. (In Russian).
5. Kalashnikov V. *Russkaya demonologiya* [Russian Demonology]. Moscow: Lomonosov, 2014. 212 p. (In Russian).

6. Kolesov M. «*Sovetskaya Atlantida*». *Mifologiya revolyucii*. [«Soviet Atlantis». The mythology of the revolution]. Moscow: SIC INFRA-M, 2020. 352 p. (In Russian).
7. Konovalova Zh. F. *Mif v sovetskoj istorii i kul'ture*. [Myth in Soviet history and culture]. St. Petersburg: Publishing House of SPbGUEF. 1998. 140 p. (In Russian).
8. Kupina N. A. *Totalitarnyj yazyk: Slovar' i rechevye reakcii* [Totalitarian language: Vocabulary and speech reactions]. Yekaterinburg-Perm: Ural Publishing House, un-ta. ZUUNTS, 1995. 144 p. (In Russian).
9. Nekrasova E. S. Mifologicheskie konstrukcii v sovetskoj kul'ture i iskusstve [Mythological constructions in Soviet culture and art]. In: *Studia culturae*. Issue 2. St. Petersburg: St. Petersburg Philosophical Society, 2002. Pp. 179–188. (In Russian).
10. Orlova G. Organizm pod nadzorom: telo v sovetskom diskurse o social'noj gigiene (1920–e) [The organism under supervision: the body in the Soviet discourse on the social hyena (1920–s)]. In: *Fashion theory*. 2007. № 3. Pp. 251–270. (In Russian).
11. Orlova G. Rozhdenie vreditelya: otricatel'naya politicheskaya sakralizaciya v strane sovetov (1920–e) [The Birth of a pest: negative political sacralization in the country of the Soviets (1920–s)]. In: *Zeit-Raume (Wiener Slawistischer Almanach)*. 2003, Bd. 49, 309–346. (In Russian).
12. Paperny V. *Kultura Dva* [Kultura Two]. Moscow: New Literary Review, 2016. 733 p. (In Russian).
13. Petrova N. S. *Mifologicheskie modeli v nepodcenzurnyh tekstah o Sovetskoj vlasti 1917–1953 gg.* [Mythological models in uncensored texts about the Soviet power of 1917–1953]. Dis. ... candidate of philological sciences. Moscow, 2017. (In Russian).
14. Tupitsyna M. U istokov sorealizma. Gosudarstvo kak avtor [At the origins of social realism. The state as an author]. In: *Decorative Art of the USSR*. 1989. № 3. Pp. 44–46. (In Russian).
15. Uspensky B. A. Semiotika istorii. Semiotika kul'tury [Semiotics of history. Semiotics of culture]. In: *Uspensky B. A. Selected works in 2 volumes. Vol. 1*. Moscow: Gnosis, 1994. 260 p. (In Russian).
16. Chumakova T. V. *Obraz cheloveka v kul'ture Drevnej Rusi: opyt filosofsko-antropologicheskogo analiza* [The image of a person in the culture of Ancient Russia: the experience of philosophical and anthropological analysis]. [Electronic resource]. Access mode: <http://antropology.ru/ry/texts/chumakova/abstract.html> (accessed: 25.05.2021) (In Russian).
17. Chugunova I. O. Liki nenavisti: filosofsko-antropologicheskie razmyshleniya nenavidyashchij: psihoanaliticheskaya dekonstrukciya fenomena nenavisti [Faces of hatred: philosophical and anthropological reflections]. In: *Psychology and Psychotechnics*. 2015. №. 4. Pp. 383–391. DOI: 10.7256/2070-8955.2015.4.14652. (In Russian).
18. Chugunova I. O. Chelovek nenavidyashchij: psihoanaliticheskaya dekonstrukciya fenomena nenavisti [The man who hates: psychoanalytic deconstruction of the phenomenon of hatred]. In: *Psychology and Psychotechnics*. 2015. N. 10. Pp. 1072–1087. DOI: 10.7256/2070-8955.2015.10.16205. (In Russian).
19. Edelman O. Legendy i mify Sovetskogo Soyuza [Legends and myths of the Soviet Union]. In: *Logos*. 1999. № 5. (15). Pp. 52–65 [Electronic resource] Access mode: http://www.ruthenia.ru/logos/number/1999_05/1999_5_15.htm (checked on 15.05.2021) (In Russian).

Автор публикации**Author of the publication**

Бушканец Лия Ефимовна – доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой иностранных языков в сфере международных отношений Института международных отношений, Казанский федеральный университет, Россия, Член Чеховской комиссии при Совете по мировой культуре РАН.
E-mail: lika_kzn@mail.ru

Leah Bushkanets – Professor, Head of the Department of Foreign Languages in the Sphere of International Relations, Institute of International Relations, Kazan Federal University, Russia, Member of the Chekhov Society (Russian Academy of Sciences).
E-mail: lika_kzn@mail.ru@mail.ru

Поступила в редакцию / Received 23.03.2021
Принята к публикации / Accepted 03.04.2021

УДК 811.161.1 + 811.162.3

«СТИХИЙНЫЕ» КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ МЕТАФОРЫ В ДИСКУРСЕ О МИГРАНТАХ В РЕЧИ ПРАВЫХ ПОЛИТИКОВ (НА ПРИМЕРЕ ВЫСТУПЛЕНИЙ Т. ОКАМУРЫ И В. ЖИРИНОВСКОГО)

С. С. Сорока

sergosoroka7@gmail.com

Карлов Университет

Прага, Чехия

Аннотация. *В настоящее время одной из ключевых проблем политики является поиск эффективных решений для преодоления миграционного кризиса. Можно наблюдать стремительный рост социальной и политической напряженности, что приводит к активизации деятельности правых партий и движений по всему миру. В ходе политической борьбы политики способны формировать определенные стереотипы, убеждения и ценности у аудитории при помощи особых языковых средств. Целью работы является анализ «стихийных» концептуальных метафор, которые употребляют «правые» политики в дискурсе об иммиграции и иммигрантах. Проведен анализ репрезентации образа мигрантов в дискурсе «правых» политиков в России и Чехии в сравнительном аспекте.*

Ключевые слова: *политический дискурс, миграция, миграционный дискурс, миграционный кризис, правые политики, концептуальная метафора.*

Для цитирования: Сорока С. С. «Стихийные» концептуальные метафоры в дискурсе о мигрантах в речи правых политиков (на примере выступлений Т. Окамуры и В. Жириновского). *Российские исследования.* 2021;2(2):78–87.

На протяжении последнего десятилетия одной из актуальных тем политического дискурса является миграционный кризис и поиск путей его разрешения. В Чешской Республике и Российской Федерации правые политические движения активно обращаются к миграционной тематике, что провоцирует конфликты и рост общественной напряженности. В ходе политической борьбы используется агрессивная риторика, происходит обращение к стереотипам о мигрантах. Политики используют различные языковые средства, с помощью которых увеличивают прагматическое

воздействие на аудиторию; к таким средствам можно отнести и концептуальные метафоры, рассмотренные в данной работе.

Прежде чем мы перейдём к рассмотрению конкретных примеров, необходимо дать определение основным терминам, используемым в данном исследовании. К таким понятиям относятся *дискурс* и *концептуальная метафора*.

При определении дискурса нужно учитывать, что в конце 60–х в Западной Европе и США сформировались отдельные направления и научные школы, дающие данному термину разные трактовки. Так, представители критического дискурс-анализа (N. Fairclough, R. Wodak, T. A. van Dijk) фокусируют своё внимание проблемах связи языка и власти. Один из основоположников данного направления Т. ван Дейк считает, что «в дискурсе отражается менталитет и культура как национальная, всеобщая, так и индивидуальная, частная»¹. Таким образом, критический дискурс-анализ при исследовании дискурса рассматривает не только текст, но также экстралингвистические факторы, такие как национальный менталитет, обычаи, коммуникативные особенности и цели говорящего.

Согласно коммуникативному подходу (J. Habermas), дискурс представляет собой вербальный контакт, неразрывно связанный и находящийся под влиянием окружающей действительности. Одним из ведущих представителей коммуникативного подхода в России является Н. Д. Арутюнова. В своих работах исследователь выводит, что «дискурс – это речь, погруженная в жизнь»². Иными словами, дискурс следует рассматривать неразрывно с различными факторами: внешними (место, время действия), политическими, психологическими и пр., влияющими на отдельного индивидуума.

В чешской научной среде термин дискурс трактуется в русле французской лингвистической традиции, а именно трудов М. Фуко, в которых лингвист утверждает, что «дискурс – это тонкая контактирующая поверхность, сближающая язык и реальность, смешивающая лексику и опыт»³. Чешские лингвисты развили его идеи и описывают дискурс как «сеть всех текстов (например, о какой-то теме) и совокупность реакций на эти тексты»⁴. С данной дефиницией неразрывно связано предложенное

¹ Дейк Т. А. ван [van Dijk, T. A.] Язык. Познание. Коммуникация / пер. с англ. под ред. В. И. Герасимова. Москва: Прогресс, 1989. С. 8.

² Арутюнова Н. Д. Предложение и его смысл: Логико-семантические проблемы. Москва: Едиториал УРСС, 2003. С. 121.

³ Фуко М. Археология знания / пер. с фр. С. Митина, Д. Стасова. Киев: Ника-центр, 1996. С. 49.

⁴ Homoláč J. Diskurz o migraci Romů na příkladu internetových diskusí // Sociologický časopis. 2006. Vol. 42, No. 2. P. 332.

Й. Неквапилем и И. Лойдаром понятие *диалоговая сеть* (*dialogická síť*), под которым подразумевается «способ коммуникации, когда записи (реплики) различных субъектов, например, политиков или журналистов, с помощью средств масс медиа распространяются на разное пространство и время»⁵.

В соответствии с вышеописанными подходами, в данной работе мы будем понимать дискурс как совокупность текстов, объединённых общей тематикой и контекстом. Также стоит отметить, что под политическим дискурсом (частью которого является и миграционный дискурс) в данном исследовании понимается дискурс, который используется политиками в ходе борьбы за власть.

В политическом дискурсе активно используются концептуальные метафоры, которые помогают говорящему ярко и полно представить предмет или явление, дать ему экспрессивную характеристику с помощью понятного и знакомого для реципиента образа. На когнитивную природу метафоры указывал Дж. Лакофф, понимая под ней «когнитивный инструмент для понимания абстрактных понятий и абстрактного мышления»⁶. «Метафора – это когнитивный процесс, при котором один концептуальный домен понимается в терминах другого домена, актуализуемый главным образом для достижения определенных риторических целей в дискурсе, а именно воздействия на мнение собеседника об определенной реалии объективной действительности, его суждения относительно данной реалии»⁷. Таким образом, концептуальная метафора «приближает» восприятие обозначаемого предмета или явления к известному образу, обладающему знакомыми и понятными для реципиента характеристиками. Следовательно, концептуальные метафоры могут выступать средством намеренного воздействия на сознание индивида, моделирующим отношение к конкретному объекту.

Материалом для нашего исследования послужили выступления правых политиков В. Жириновского и Т. Окамуры, которые касались темы миграции и миграционного кризиса (в период наибольшей актуализации миграционного дискурса с 2014 по 2020 годы). Оба политика являются лидерами парламентских пар-

⁵ *Nekvapil J. Úvodem k monotematickému číslu „Analýza promluv a textů, analýza diskurzu“ // Sociologický časopis. 2006. Vol. 42, N. 2. P. 483.*

⁶ «Metaphor is a cognitive tool we use to comprehend abstract concepts and perform abstract reasoning». *Lakoff, G. The Contemporary Theory of Metaphor // Metaphor and Thought, edited by Andrew Ortony. Cambridge: Cambridge University Press, 1993. Pp. 244.*

⁷ *Болоцкая Ю. В. Концептуальная метафора и внеязыковая повседневность: сферы взаимодействия // Сборник «Язык и право: актуальные проблемы взаимодействия». Ростов-на-Дону, 2015. С. 131.*

тий в Российской Федерации и Чешской Республике соответственно. Эти партии и их лидеры многими исследователями рассматриваются как популистские и (крайне) «правые»⁸, «националистические»⁹ и «антисемитские»¹⁰. Данные политики часто цитируются в СМИ, формируя, таким образом, общественное мнение и влияя на политический климат в стране.

В результате проведенного исследования было установлено, что в миграционном дискурсе В. Жириновского и Т. Окамуры используются 3 типа концептуальных метафор: **мигранты – это стихия** (под «стихией» в данной работе мы понимаем стихийное бедствие – С. С.), **мигранты – это война** и **мигранты – это болезнь**.

Концептуальные метафоры «миграция – это стихия» являются наиболее распространенными у В. Жириновского и Т. Окамуры. Использование концептуальных метафор сферы «стихия» в речи политиков призвано формировать негативное представление о миграции как явлении, неподдающемся контролю и несущем значительные разрушения и гибель. Внутри этой группы можно выделить три подгруппы:

1. Стихия «воды» (*волна, наплыв, поток*);
2. Стихия «воздуха» (*буря, ураган*);
3. Стихия «огня» (*огонь, пожар*).

Среди концептуальных метафор «мигранты – это стихия» большую часть составляют гидрометафоры (метафоры, связанные с водой): например, «*наплыв*», «*приток*» и «*поток*» – у В. Жириновского, «*vlna*», «*přítval*» – у Т. Окамуры.

В. Жириновский использует концептуальную метафору «мигранты – это наплыв» для указания на чрезмерное количество мигрантов, приезжающих в Европу, а также демонстрации негативного влияния, которое связано с миграцией: «*Одна из причин, почему происходит **наплыв мигрантов**, - не дать восстановиться Германии в формате 4-го рейха. Чтобы она задохнулась с мигрантами и не думала о внешней политике*»¹¹; «*Сейчас в странах Европы из-за **большого наплыва беженцев** решили заняться воспи-*

⁸ См. Populismus v politické komunikaci politického hnutí Úsvit přímé demokracie Tomia Okamury a jeho lídra Tomia Okamury B. Janáková (2014), Czech Republic. The Rise of Populism From the Fringes to the Mainstream O. Císař, V. Štětka (2017), Podoba a proměna populistického diskursu I. Vránková (2015), Populistická konstrukce národa ohroženého migrací: CAQDAS volebního diskursu českých parlamentních voleb v roce 2017 P. Krčál, V. Naxera (2018).

⁹ Жириновский хочет въехать в Кремль на волне национализма [электронный ресурс]: https://www.bbc.com/russian/russia/2011/04/110425_zhirinovskiy_russian_slogan

¹⁰ Там же.

¹¹ Официальный сайт ЛДПР ТВ [электронный ресурс]: http://ldpr.tv/news/politika//lider_ldpr_obyasnil_evropejskim_politikam_kak_im_reshit_problemu_naplyva_migrantov (дата обращения 27.07.2020)

тательной работой – организуют школы, чтобы учить мигрантов, как нужно относиться к женщине в Европе. Немцы, австрийцы не понимают основного: мигранты прекрасно знают, как надо относиться. Но они наглеют. У мигрантов есть интернет, как туристы они приезжали в Европу. Просто у них на родине хамское отношение к женщине невозможно — она не появляется на улице»¹². Политик использует прилагательное «большой» (большой наплыв беженцев), интенсифицируя экспрессивность высказывания и, тем самым, подчеркивая угрозу от мигрантов. Стоит также отметить, что В. Жириновский объединяет беженцев с помощью местоимения «у них», создавая дихотомию «свой – чужой» («у нас» (уважительное отношение к женщинам) – «у них» (женщина даже не появляется на улице)).

С помощью другой гидрорметафоры – «поток беженцев» В. Жириновский описывает способ ограничить миграцию: «Титульная нация против приезжих. Венгрия готова выходить из ЕС – способ ограничить **поток мигрантов**. Россия на фоне – оплот стабильности и спокойствия»¹³. По мнению политика, именно Европейский союз является причиной миграции, а для её прекращения достаточно выйти из данного объединения (поток – более управляемое явление, его можно «перекрыть»). Интересно, что с помощью эллипсиса и парцелляции политик создаёт высказыванию вид лозунга, целью которого является «превращение адресата в сторонника»¹⁴.

В следующем примере В. Жириновский использует императивные конструкции «взять», «надо прекратить» и «отправлять», с помощью которых предлагает реципиентам способ решения миграционного кризиса: «Взять под контроль все организации, которые так или иначе связаны с мигрантами. Надо прекратить **потоки мигрантов**, отправлять их на родину. Вот такие скоординированные жёсткие меры могут дать какой-то эффект»¹⁵. Отдельно стоит отметить, что в речи политики гидрорметафора использована во множественном числе – «**потоки мигрантов**». Таким образом,

¹² Официальный сайт ЛДПР [электронный ресурс]: https://web.archive.org/web/20190604064325/https://ldpr.ru/events/vladimir_zhirinovskiy_met_with_students_of_the_moscow_state_university_department_of_sociology/ (дата обращения 27.07.2020)

¹³ Запись на странице Владимира Жириновского в Facebook [электронный ресурс]: <https://www.facebook.com/Zhirinovskiy/photos/a.161737007183495/2301856053171569/?type=3> (дата обращения 27.07.2020).

¹⁴ Селиверстова Л. Н. Политический слоган как речевой жанр с точки зрения прагматической лингвистики // Вестник Таганрогского института управления и экономики, 2014. С. 49.

¹⁵ Официальный сайт радиостанции «Вести FM» [электронный ресурс]: <https://radiovesti.ru/brand/61177/episode/1428579/> (дата обращения 27.07.2020)

В. Жириновский интенсифицирует миграционные процессы, указывая на их повторяемость и непрерывное движение.

В выступлениях политика также присутствует «стихийные» метафоры, связанные с бурей: *«Вполне по одному африканцу каждый европеец может приютить и содержать. Европейцы сами посеяли бурю, а теперь они пожинают ее плоды. Они сами эксплуатировали колонии, сами возмутили Африку, создали рай для мигрантов»*¹⁶. Используя видоизмененное крылатое выражение *«Кто сеет ветер, тот пожнет бурю»*, которое обычно употребляется в качестве «предостережения в адрес тех, кто занимается интригами, вносит раздор в отношения между людьми»¹⁷, В. Жириновский обвиняет европейских политиков в создании миграционного кризиса, используя фразеологическую единицу *«пожинать плоды»*, имеющую значение «пользоваться результатами сделанного» (Фразеологический словарь русского литературного языка). Следует отметить, что слово «буря» имеет негативную коннотацию, например, в словаре Ожегова данное слово определяется как «1. Ненястье, сопровождаемое ветром, достигающим разрушительной силы, часто с дождем или снегом. 2. перен. Очень сильное душевное волнение (книжн.). 3. перен. Стихийное массовое проявление чувств, проявление своего отношения к чему-н. (книжн.)»¹⁸. Таким образом, данная концептуальная метафора создаёт у реципиентов ощущение связи миграционных процессов и стихийного ненастья. Интересно также, что определив миграции как негативное явление, В. Жириновский далее использует словосочетание «рай для мигрантов», создавая, таким образом, ситуативный оксюморон.

Таким образом, «стихийные» метафоры в речи В. Жириновского являются одним из механизмов манипулятивного воздействия на аудиторию. Использование данных метафор может свидетельствовать о понятности, доступности и актуальности образов стихии для жителей России.

Далее мы рассмотрим употребление «стихийных» метафор у чешского политика Т. Окамуры. Политик активно использует концептуальную метафору «мигранты – это волна»: *«Если бы страны*

¹⁶ Владимир Жириновский: Старый Свет обречен на заселение мигрантами из Африки и арабского мира и разорение [электронный ресурс]: <https://inform-24.com/6071-vladimir-zhirinovskiy-staryy-svet-obrechen-na-zaselenie-migrantami-iz-afriki-i-arabskogo-mira-i-razorenie.html> (дата обращения 27.07.2020).

¹⁷ Серов В. В. Энциклопедический словарь крылатых слов и выражений. Москва: Локид-Пресс, 2005. С. 294.

¹⁸ Толковый словарь русского языка под редакцией Д. Н. Ушакова (1935–1940) [электронный ресурс]: <https://kartaslov.ru/значение-слова/буря> (дата обращения 27.07.2020).

Запада вместе с США не ликвидировали функционирующие государства в северной Африке, Ливии, Сирии и Ираке, то сегодня мы бы не решали (проблемы) с миграционными волнами» (здесь и далее перевод автора – С. С.)¹⁹. Политик связывает возникший миграционный кризис с действиями «западных стран и США», номинируя, таким образом, миграцию, как проблему, которую Чехия «решает». В данном высказывании интенсивность и многократность гидрометафоры подчеркивается формой множественного числа («миграционные волны»), это усиливает прагматический эффект, а именно — чувства страха перед беженцами – «стихией».

Т. Окамура часто обращается к примерам других государств, столкнувшихся с миграцией. Например, политик следующим образом комментирует попытки Европейского союза «остановить волну беженцев» в Греции: *«Премьер-министр Греции сказал это (необходимость санкций против стран Европейского Союза, отказавшихся принять мигрантов – примечание автора) после того, как официальные лица ЕС посетили Афины, чтобы остановить волну беженцев, прибывающих из Турции в переполненные лагеря на греческих островах Эгейского моря»*²⁰. Т. Окамура отмечает, что лагеря для размещения мигрантов уже «переполнены». Прогнозируя грядущий «потоп», политик создаёт нарастающее негативное воздействие на реципиентов и усиливает опасения о грядущих «волнах беженцев».

Кроме концептуальной метафоры «мигранты – это волна» Т. Окамура использует и другие гидрометафоры: *«Это будет конец Европы и наших наций. Мы должны немедленно остановить поток чужаков. Однако чешское правительство не просто равнодушно, оно даже напрямую поддерживает иммиграцию»*²¹. В данном выступлении политик употребляет такую же концептуальную метафору («мигранты – это поток»), как и В. Жириновский. Кроме того, Т. Окамура использует приём негативного прогнозирования, заявляя о грядущем «конце Европы». Таким образом, он создаёт у реципиентов ощущение смертельной опасности, исходящей от мигрантов.

Однако, как и В. Жириновский, Т. Окамуры не ограничивается только гидрометафорами, в его речи присутствуют и другие виды стихийных метафор, например «мигранты – это огонь»: *«Мы*

¹⁹ Блог Томио Окамуры на сайте idnes.cz [электронный ресурс]: <https://okamura.blog.idnes.cz/blog.aspx?c=476581> (дата обращения 27.07.2020).

²⁰ Запись на странице Томио Окамуры в Facebook [электронный ресурс]: <https://www.facebook.com/tomio.cz/posts/2851144048229725> (дата обращения 27.07.2020).

²¹ Блог Томио Окамуры на сайте idnes.cz [электронный ресурс]: <https://okamura.blog.idnes.cz/blog.aspx?c=472408> (дата обращения 27.07.2020).

только принесём к нам проблемы их стран. Пожар в лесу не потушим тем, что забираем домой горящие поленья. Я говорю одно и то же уже несколько лет – миграцию можно остановить, только устранив источник – причины, по которым люди бегут из своих стран»²². В данном высказывании политик сравнивает миграцию с «пожаром», который обладает разрушительной силой, а государства – с лесами. Используя данную метафору, Т. Окамура актуализирует естественный человеческий страх перед огнём, метафорически описывая Чехию как лес, который нужно защитить от губительного влияния современной миграционной политики.

Итак, использование концептуальных метафор в дискурсе правых политиков связано с желанием говорящего оказать манипулятивное воздействие на аудиторию благодаря яркой образности и эмоциональности речи и обращению к стереотипным представлениям о разрушительности стихийных бедствий. С помощью «стихийных» метафор политики обезличивают мигрантов, а саму миграцию связывают с исключительно негативными явлениями.

Концептуальные метафоры сферы «мигранты – это стихия» употребляются для модификации отношения реципиентов к описываемому явлению и помогают политикам вызывать негативное отношение к обозначаемому явлению и поддерживать страх перед неуправляемым природным явлением и, следовательно, неминуемыми катастрофическими разрушениями. Употребление концептуальных метафор мотивировано понятностью, доступностью и актуальностью образов, к которым апеллирует говорящий.

Литература

1. Арутюнова Н. Д. Предложение и его смысл: Логико-семантические проблемы. Москва: Едиториал УРСС, 2003.
2. Болоцкая Ю. В. Концептуальная метафора и внеязыковая повседневность: сферы взаимодействия // Сборник «Язык и право: актуальные проблемы взаимодействия». Ростов-на-Дону, 2015. С. 131–137.
3. Дейк Т. А. ван [van Dijk, T. A.] Язык. Познание. Коммуникация / пер. с англ. под ред. В. И. Герасимова. Москва: Прогресс, 1989.
4. Селиверстова Л. Н. Политический слоган как речевой жанр с точки зрения прагмалингвистики // Вестник Таганрогского института управления и экономики, 2014, С. 48–51.

²² Блог Томио Окамуры на сайте idnes.cz [электронный ресурс]. Dostupné z: <https://okamura.blog.idnes.cz/blog.aspx?c=476581> (дата обращения 27.07.2020).

5. Серов В. В. Энциклопедический словарь крылатых слов и выражений. Москва: Локид-Пресс, 2005.

6. Фёдоров А. И. Фразеологический словарь русского литературного языка. [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: <https://gufo.me/dict/fedorov> (дата обращения: 20.07.20), 2008.

7. Фуко М. Археология знания / пер. с фр. С. Митина, Д. Стасова. Киев: Ника-центр, 1996.

8. Чудинов А. П. Россия в метафорическом зеркале: когнитивное исследование политической метафоры (1991–2000). Екатеринбург, Урал. гос. пед. ун-т, 2001.

9. Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса. Москва: Гнозис, 2004.

10. Homoláč J. Diskurz o migraci Romů na příkladu internetových diskusí // Sociologický Časopis. 2006. Vol. 42, No. 2.

11. Lakoff G., Johnson M. Metaphors we live by. Chicago; London, 2003.

12. Lakoff, G. The Contemporary Theory of Metaphor // Metaphor and Thought, edited by Andrew Ortony. Cambridge: Cambridge University Press, 1993. Pp. 202–251.

13. Nekvapil J. Úvodem k monotematickému číslu „Analýza promluv a textů, analýza diskurzu“ // Sociologický Časopis. 2006. Vol. 42, No. 2.

14. Nekvapil J., Leudar I. Sekvenční struktury v mediálních dialogických sítích // Sociologický Časopis. 2002. Vol. 38, No. 4.

«FORCES OF NATURE» CONCEPTUAL METAPHORS IN THE MIGRATION DISCOURSE IN THE SPEECH OF RIGHT-WING POLITICIANS (BASED ON THE SPEECHES OF T. OKAMURA AND V. ZHIRINOVSKY)

S. S. Soroka

Charles University
Prague, Czechia

Abstract. *Currently one of the key political issues is the search for effective solutions to overcome the migration crisis. Rapid growth of social and political tension, which leads to the intensification of activity of right-wing parties and movements around the world, can be observed. During the political struggle, politicians are able to form certain stereotypes, beliefs and values of the audience with the help of special linguistic means. The aim of the study is to analyze the “forces of nature” conceptual metaphors that the “right-wing” politicians use in the discourse about immigration and immigrants. The analysis of the representation of the image of migrants in the discourse of “right-wing” politicians in Russia and the Czech Republic in a comparative aspect is carried out.*

Keywords: *political discourse, migration, migration discourse, migrant crisis, right-wing politics, conceptual metaphor.*

For citation: Soroka S. S. “Forces of nature” conceptual metaphors in the migration discourse in the speech of right-wing politicians (based on the speeches of T. Okamura and V. Zhirinovskiy). *Journal of Russian Studies*. 2021;2(2):78–87. (In Russian).

References

1. Arutiunova, N. D. (2003). *Predlozhenie i ego smysl Logiko-semanticheskie problem* [Sentence and its meaning: Logical-semantic problems]. 384 p. Moscow, Editorial URSS. (In Russian).
2. Bolotskaya Y. *Conceptual metaphor and extra-linguistic everyday life: spheres of interaction* // Collection "Language and Law: Actual Problems of Interaction". Rostov-on-Don, 2015. P. 131–137. (In Russian).
3. Chudinov, A. P. (2001). *Rossia v metaforicheskom zerkale: kognitivnoe issledovanie politicheskoi metafory (1991–2000)* [Russia in the metaphorical mirror: the cognitive study of the political metaphor (1991–2000)]. Ekaterinburg, the Urals State Pedagogical University. 238 p. (In Russian).
4. Dijk, T. A. van (1989). *Language, Cognition, Communication [translated]*. Moscow, Progress. 310 p. (In Russian).
5. Fedorov, A. I. (2008). *Frazeologicheskii slovar russkogo literaturnogo iazyka* [Phraseological dictionary of the Russian language] // URL: <https://gufo.me/dict/fedorov> (accessed: 20.7.2020). (In Russian).
6. Foucault, M. (1996). *L'Archéologie du savoir* [translated]. Kiev, Nika-tsentr. 208 p. (In Russian).
7. Homoláč, J. (2006) *Diskurz o migraci Romů na příkladu internetových diskusí*, In: Sociologický Časopis Vol. 42, No. 2. Praha.
8. Seliverstova, L. N. (2014) *Politicheskij slogan kak rechevoj zhanr s točki zrenija pragmatolingvistik*, In: Vestnik Taganrogskogo instituta upravlenija i jekonomiki, P. 48–51. (in Russian).
9. Serov, V. V. (2005). *Entsiklopedicheskii slovar krylatykh slov i vyrazhenii* [Encyclopedic Dictionary of winged words and expressions]. 852 p. Moscow, Lokid-Press/ (In Russian)
10. Sheigal, E. I. (2004). *Semiotika politicheskogo diskursa* [Semiotics of Political Discourse]. 326 p. Moscow, Gnozis. (In Russian).
11. Lakoff, G., Johnson, M. (2003). *Metaphors we live by*. Chicago; London.
12. Lakoff, G. *The Contemporary Theory of Metaphor* // Metaphor and Thought, edited by Andrew Ortony. Cambridge: Cambridge University Press, 1993. Pp. 202–251.
13. Nekvapil, J. (2006). *Úvodem k monotematickému číslu „Analýza promluv a textů, analýza diskurzu“*. In: Sociologický Časopis Vol. 42, No. 2. Praha.
14. Nekvapil, J., Leudar, I. (2002). *Sekvenční struktury v mediálních dialogických sítích*. In: Sociologický Časopis Vol. 38, No. 4. Praha.

Автор публикации

Author of the publication

Сорока Сергей Сергеевич – Магистрант Института Восточноевропейских исследований Философского факультета Карлова Университета, г. Прага, Чехия.
E-mail: sergosoroka7@gmail.com

Sergei S. Soroka – Master's student at Department of East European Studies, Charles University, Prague, Czechia.
E-mail: sergosoroka7@gmail.com

Поступила в редакцию / Received 23.03.2021
Принята к публикации / Accepted 03.04.2021

УДК 81'26

СПЕЦИФИКА РЕЧЕВОГО ВОПЛОЩЕНИЯ ВЫРАЗИТЕЛЬНОСТИ В СОВРЕМЕННОМ МЕДИАТЕКСТЕ: ДИНАМИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Е. Н. Ужегова
uen-l10@yandex.ru

Пермский государственный национальный
исследовательский университет, г. Пермь, Россия

Аннотация. В статье рассматриваются особенности функционирования оценочных и персуазивных языковых единиц в аспекте их эффективности в текстах медиакоммуникации. Целью исследования является выявление и описание динамических процессов, отражающих изменения в практике личностного предпочтения журналистами разных социально-политических эпох выбора той или иной коммуникативной стратегии. Анализу подвергаются аксиологически маркированные стратегии, реализующиеся посредством таких речевых средств выразительности, как метафора и метонимия. Материалом исследования служат медиатексты печатных и интернет-газет разных исторических периодов (1957–1987 гг. и 2019–2021 гг.). Сопоставление разных медиа-источников и разных эпох позволяет определить причины происходящей в аксиологическом поле медиaprостранства динамики.

На основании проведенных функционально-стилистического, сравнительно-сопоставительного и дискурс-анализа эмпирического материала сделаны выводы о происходящих в современном медиадискурсе процессах трансформации аксиологических стратегий, выбираемых адресантом на основе их эффективности. Выявлено, что выражение тех или иных оценочных смыслов в современных журналистских текстах существенно отличается от «аксиологического рисунка» журналистики советского периода. Одним из параметров отличий можно считать специфику функционирования в рассмотренных текстах метафоры и метонимии. Исследование показало, что по сравнению с периодикой советского времени метафора сегодня употребляется значительно реже, уступая место метонимии, за счет чего коммуникативная стратегия выразительности становится в современном медиатексте менее сложной, с одной стороны, и более прагматичной – с другой.

Обзор причин динамики рассматриваемых речевых процессов позволяет утверждать, что метафора «сдает позиции» прежде всего потому, что рассчитана на создание образа, т.е. на усложнение смысла и содержания текста, а значит, на усложнение процесса понимания (когнитивного плана коммуникации), что неизбежно ведет к его замедлению во времени. В условиях же современного скоростного и постоянно меняющего свой контент медиaprостранства замедление восприятия оборачивается снижением эффективности коммуникации, на которую прежде всего рассчитаны медиа.

Ключевые слова: *медиа́тeкст, метафора, метонимия, эффeктивнoсть медиaкoммyникaции, пeрсyазивнoсть, oцeнoчнoсть.*

Для цитирования: Ужегова Е. Н. Особенности эффективности медиакommunikации в аспекте функционирования метафоры и метонимии. Эффективность современной медиакommunikации в аксиологическом аспекте. *Российские исследования.* 2021;2(2):88–96.

По мнению многих лингвистов, основной формой функционирования национального языка сегодня является язык средств массовой коммуникации, реализующийся в медиадискурсе (Солганик, Добросклонская, Вартанова, Дускаева, Клушина и др.).

Настоящее исследование посвящено анализу особенностей персуазивности выразительных средств в современной медиакommunikации. Материалом анализа послужили статьи российских печатных изданий (всего 93), которые были опубликованы в периоды, существенно различающиеся между собой в историческом, общественно-политическом, социальном, культурном, идеологическом и иных аспектах (1957–1987 годы и 2019–2021), современных интернет-версий средств массовой информации («ЛГ», «АиФ», «МК», «КП», «Известия», «Lenta.ru»), а также информационные каналы Яндекс.Дзена.

Персуазивность, оценочность медиатекста обусловлены самой его природой (задачей его создания – влиять на адресата), общей тенденцией современного медиадискурса, его направленностью именно на формирование конкретного отношения у реципиента к предмету речи. Оценочность предопределена авторской интенцией, подчиненностью цели реализации конкретной коммуникативной задачи в рамках речевого акта, который в печатных текстах к тому же осуществляется опосредованно, с разрывом во времени и пространстве между самим высказыванием и его восприятием. В таких условиях необходимы специальные средства языка, которые бы усилили эффект воздействующей речи, обеспечили бы успех коммуникации. Специфическими языковыми единицами, непосредственно участвующими в формировании аксиологического плана текста, традиционно являются метафора и метонимия.

Как во второй половине XX века, так и сегодня эти оценочные средства частотны и при формулировке заголовков газетных статей, и при изложении их основного содержания. Высокая частотность использования в публицистическом тексте метафоры и ме-

тонимии объясняется существенным воздействующим потенциалом этих выразительных средств: они кратко, но ёмко воплощают в текстовой ткани те оценочные смыслы, которые необходимы автору в конкретном фрагменте изложения.

При этом в качестве ключевого инструмента, обеспечивающего реализацию персуазивной и оценочной функции медиатекста, в публицистике советского периода чаще всего использовалась метафора. В самом деле, советская публицистика активно применяла метафору как эффективное средство пропаганды. Метонимия же была менее частотным способом выражения журналистской экспрессии (Михеев, Кузнецов, Чудинов, Хазагеров и др.).

Однако результаты проведенного исследования позволяют утверждать, что использование рассматриваемых средств в текстах обозначенных выше исторических периодов значительно различается. Так, в XXI веке – вслед за Дж. Лакоффом и М. Джонсоном¹ – метафора рассматривается уже как способ концептуализации мира, что, казалось бы, должно быть весьма актуальным для политического медиатекста и востребовано им. Но этого не происходит. Анализ свидетельствует, что в современной публицистике метафора уступает место другому средству выразительности – метонимии.

Рассмотрим этот вопрос на примерах, полученных в ходе нашего исследования.

В названиях статей и в текстах публикаций 1957–1987 гг. преобладает метафора (встречается от 1,5 до 2,5 раз чаще, чем метонимия), как, например, в газетных заголовках «АиФ», № 52 (377), 26–31.12.1987 г. (выделены случаи использования **метафоры**):

1942–й: от неудач к победе. Итоги **переломного** года; Партия миллионов пролетариата (к 70–летию КПСС); На **путях перестройки** (об экономике Болгарии); Что **отражает** «моральная» статистика?; «**Вторая религия**» (о спорте в США); Отец **глазами** сына (Н. Высоцкий об отце); **Ложка дегтя** по-французски. Как делают газету (о французских издателях).

В этом же номере выделены случаи использования **метонимии** в заголовках статей:

1942–й: от неудач к победе. Итоги переломного года; Партия **миллионов пролетариата** (к 70–летию **КПСС**); На путях перестройки (об экономике Болгарии); Что отражает «моральная» статистика?; «Вторая религия» (о спорте в США); Отец глазами сына

¹ Лакофф Дж., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем; пер. с англ. // Под ред. и с предисл. А. Н. Баранова. Москва: Едиториал УРСС, 2004. С. 25

(Н. Высоцкий об отце); Ложка дегтя по-французски. Как *делают газету* (о французских издателях).

На современном этапе существенно активнее (в 3,7 раза) используется метонимия. Ср.: в «АиФ», № 23, 03.06.2020 г. выделены случаи использования *метафоры*:

Дело – труба. Что осталось от советской промышленности; Осторожно — в космосе Драконы! Чьи *следы* будут на *тропинках* далеких *планет*?; Кто и почему критикует последние решения властей? Почему в кризис народ беднеет, а миллиардеры богатеют?; В память о легендарной Победе. Каким будет парад 24 июня? «Действовали на опережение». Как Путин оценил *борьбу* с эпидемией в Москве?; Как заводы стали офисами. Сможет ли промышленность компенсировать урон 90-х; Вирус *бюрократии*. Почему благие намерения *вязнут* в чиновничьей *трясине*?; Какие Е-добавки самые опасные?; Какие страны *выходят* из карантина?; Хорда уйдет за МКАД; Как лечить и считать. Почему у нас от COVID-19 умирают меньше, чем в США?; «Социальный мониторинг»: все 435 «ночных» штрафов аннулированы; *Русские горки*. Когда нам жилось лучше – при Сталине, Брежневле или Путине?; Чем закончатся погромы в США?; Гаджет как фастфуд. В США у богатых отказ от телефона стал символом статуса; Куда жаловаться на плохие семена?; Какие преступления случаются на орбите?; Чья кириллица – наша или болгарская?; Почему нельзя ломать сирень?; Зачем Россия напечатала деньги для Ливии?; Как менялась цена на нефть; Зачем Китай *раздает* деньги другим странам?; Чем грозит приостановка газопровода «Ямал – Европа» газификации России?; Зачем банки завозят из-за границы валюту?; У «Роскосмоса» исчезла монополия – и это хорошо. Нужна ли нам новая орбитальная станция?; «*Заплаточка*» на сердце. Ульяне Никитиной нужна срочная операция; Екатерина Гамова: «К победе *идут маленькими шагами*»; Конец «*лабораторий смерти*». Как японцы готовили биологическую атаку на СССР; Какие *долгожители* встречаются в *оружейном мире*?; Ну, подумаешь – укол. Введут ли в России обязательную вакцинацию детей?; Как сохранить сердце в условиях эпидемии?; Что делать, если после гриппа долго держится температура?; В лечении и диагностике гипертонии *зреет революция*; Два миллиарда рублей помощи. В больницы поступит новое оборудование; Пошел ли карантин на пользу театру? 1000 дней в подполе; Олег Морткович нашел своих спасителей спустя 70 лет; Доплатят ли за работу на удаленке?; Как «Аэро-

флот» предлагает теперь летать?; Почему наш бизнес жадный?; Что выгоднее: народные ОФЗ или деньги на банковском депозите?; Чем хороши облигации федерального займа?; По доходам от каких инвестиций в России положен налоговый вычет?; Можно ли взять ипотеку на покупку или строительство частного дома?

В том же номере выделены случаи использования *метонимии*:

Дело – *труба*. Что осталось от *советской промышленности*; Осторожно — в космосе *Драконы!* Чьи следы будут на тропинках далеких планет?; Кто и почему критикует последние *решения властей*? Почему в кризис *народ* беднеет, а миллиардеры богатеют?; В память о легендарной *Победе*. Каким будет парад 24 июня? «Действовали на опережение». Как Путин оценил борьбу с эпидемией в Москве?; Как *заводы* стали *офисами*. Сможет ли *промышленность* компенсировать урон *90-х*; Вирус бюрократии. Почему благие намерения вязнут в чиновничьей трясине?; Какие *Е-добавки* самые опасные?; Какие страны выходят *из карантина*?; *Хорда* уйдет за *МКАД*; Как лечить и считать. Почему у нас от *COVID-19* умирают меньше, чем в США?; «Социальный мониторинг»: все 435 «ночных» *штрафов* аннулированы; Русские горки. Когда нам жилось лучше – при *Сталине*, *Брежнев*е или *Путине*?; Чем закончатся *погромы* в США?; *Гаджет* как *фастфуд*. В США у богатых отказ от *телефона* стал символом статуса; Куда жаловаться на плохие *семена*?; Какие преступления случаются на *орбите*?; Чья *кириллица* – наша или болгарская?; Почему нельзя ломать *сирень*?; Зачем *Россия* напечатала *деньги* для Ливии?; Как менялась *цена на нефть*; Зачем *Китай* раздает *деньги* другим странам?; Чем грозит приостановка *газопровода* «Ямал – Европа» газификации России?; Зачем *банки* завозят из-за границы *валюту*?; У «*Роскосмоса*» исчезла монополия – и это хорошо. Нужна ли нам новая *орбитальная станция*?; «Заплаточка» на сердце. Ульяне Никитиной нужна срочная операция; Екатерина Гамова: «К победе идут *маленькими* шагами»; Конец «лабораторий смерти». Как *японцы* готовили биологическую *атаку* на СССР; Какие долгожители встречаются в оружейном мире?; Ну, подумаешь – *укол*. Введут ли в России обязательную *вакцинацию* детей?; Как сохранить *сердце* в условиях эпидемии?; Что делать, если после *гриппа* долго держится *температура*?; В лечении и диагностике гипертонии зреет революция; *Два миллиарда рублей помощи*. В больницы поступит новое оборудование; Пошел ли *карантин* на пользу *театру*? *1000 дней в подполе*; Олег Морткович нашел своих спасителей спустя 70 лет; Доплатят ли за *работу* на удаленке?; Как «*Аэро-*

флот» предлагает теперь летать?; Почему наш **бизнес** жадный?; Что выгоднее: **народные ОФЗ** или **деньги на** банковском **депозите**?; Чем хороши **облигации** федерального займа?; **По доходам** от каких инвестиций в России положен налоговый **вычет**?; Можно ли взять **ипотеку** на покупку или строительство частного дома?

Это подтверждает тезис, высказанный Г. Г. Хазагеровым о том, что «в сегодняшней информационной среде метафора как инструмент языкового воздействия явно уступает метонимии»². Чем же обусловлен этот языковой процесс? На наш взгляд, причин ему несколько.

Факторами, влияющими на изменения в современной коммуникативной стратегии, являются неуклонно и значительно возрастающий объем информации, рассчитанной именно на воздействие, а также существенное ускорение оборота этой информации (вспомним стремление к лаконичности современных информационных агентств при освещении новостей, когда счет идет на секунды). Такое положение вещей даже породило новый, весьма востребованный сегодня жанр «новости одной строкой». Позиция новостных источников в этой связи может быть охарактеризована фразой: «Читатель должен узнать сенсацию срочно и именно от нас!». Метафора же представляет собой сложный концептуальный образ, требует дополнительных когнитивных усилий воспринимающей стороны, направленных на дешифровку авторских интенций, что требует дополнительного времени, которого у коммуникантов зачастую нет. Печатные тексты читаются «по диагонали», и в таких условиях метонимия становится менее ресурсозатратным средством воздействия на читателя, чем метафора.

Г. Г. Хазагеров одной из причин называет ослабление вербального типа коммуникации и, напротив, усиление визуального общения³. Эмодзи, лайки, мемы, инфографика как способы визуализации в различных форматах общения являются яркими примерами этого процесса.

В числе причин, влияющих на трансформацию аксиологических стратегий в медиатекстах следует отметить и обострение конкурентной борьбы медиаресурсов за внимание аудитории, в результате чего происходят изменения содержательного плана

² Хазагеров Г. Г. Тяжелые времена для метафоры / Г. Хазагеров // Георгий Хазагеров: [сайт]. 2019. [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: <http://www.khazagerov.com/63-communicativistika/153-metatoughtimes> (дата обращения: 02.01.2021). С. 6.

³ Хазагеров Г. Г. Указ. соч. С. 5.

информационного контента – в сторону упрощения: авторы стремятся угодить читателю, предложить удобные для восприятия речевые конструкции, своеобразные «готовые когнитивные решения», которые обеспечивает метонимия, а не «заставлять» его размышлять, анализировать метафоры, искать скрытые основания для сопоставления. Метонимическая концептуализация действительности носит упрощенный характер: не требует от говорящего творческих усилий, не создает образы, а «наводит объектив» на деталь, фиксирует эту деталь как ситуативную основу, важную для реализации конкретной авторской интенции, выбранной автором воздействующей стратегии.

Среди факторов, обуславливающих «деметафоризацию» современных медиатекстов, отметим и общекультурные и даже общецивилизационные различия между реципиентами информации, принадлежащими разным поколениям. Эти различия, вызванные высокими темпами развития общества в целом в последние десятилетия, зачастую столь существенны, что основания метафорического переноса при создании образа определенных явлений действительности очевидны для представителей, например, советского периода и совершенно не понятны для людей более поздних поколений.

В конечном счете, от того лингвистического кода (в виде метафоры или метонимии), который выбирается адресантом и который более или менее результативно способен осмыслить получатель информации, оказывается зависимой эффективностью коммуникации. Метафора, порождая сложный образ, который необходимо осмыслить читателю, затрудняет понимание. Метонимия же, реализуя закон экономии речевых усилий, актуализирует в конкретной речевой ситуации более простые и понятные смыслы, кроме того, «прекрасно согласуется с визуализацией»⁴. Под влиянием совокупности вышеперечисленных факторов метонимия становится сегодня более эффективным и более простым – с точки зрения создания автором речи и понимания воспринимающим – средством воздействия в рамках информационно перенасыщенного медийного взаимодействия.

Функционально-стилистический, сопоставительно-сравнительный и дискурсивный методы анализа медиатекстов разных исторических периодов показали, что в современной медиаречи

⁴ Лакофф Дж., Джонсон М. Указ. соч. С. 3.

происходят существенные изменения в употреблении средств выразительности, что в целом проявляется в деконструкции стереотипов медийной аксиологии – сложная образность и интеллектуально-духовное богатство (метафора) уступает место образу более простого и часто наскоро создающегося характера (метонимия).

На наш взгляд, проведенное исследование иллюстрирует не только трансформацию аксиологических стратегий медиатекста, но и происходящие глубинные изменения когнитивных механизмов человека, которые проявляются в речи и влияют на эффективность медиакommunikации.

Литература

1. Лакофф Дж., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем; пер. с англ. Под ред. и с предисл. А. Н. Баранова. Москва: Едиториал УРСС, 2004. 256 с.

2. Хазагеров Г. Г. Тяжелые времена для метафоры // Георгий Хазагеров: [сайт]. 2019. [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: <http://www.khazagerov.com/63-communicativistika/153-metatoughtimes> (дата обращения: 02.01.2021).

THE SPECIFICS OF THE SPEECH EMBODIMENT OF EXPRESSIVENESS IN THE MODERN MEDIA TEXT: THE DYNAMIC ASPECT

E. N. Uzhegova

Perm State National Research University
Perm, Russia

Abstract. *The article discusses the features of the functioning of evaluative and percussive language units in terms of their effectiveness in media communication texts. The aim of the research is to identify and describe dynamic processes that reflect changes in the practice of personal preference of journalists of different socio-political eras in choosing a particular communication strategy. Axiologically marked strategies that are implemented through such speech means of expression as metaphor and metonymy are analyzed. Media texts of printed and online newspapers of different historical periods (1957-1987 and 2019-2021) serve as the research material. The comparison of different media sources and different epochs allows us to determine the reasons for the dynamics occurring in the axiological field of the media space.*

Based on the conducted functional-stylistic, comparative and discourse analysis of the empirical material, conclusions are drawn about the processes of transformation of axiological strategies in the modern media discourse, chosen by the addresser on the basis of their effectiveness. It is revealed that the expression of certain evaluative meanings

in modern journalistic texts differs significantly from the «axiological pattern» of journalism of the Soviet period. One of the parameters of differences can be considered the specifics of the functioning of metaphor and metonymy in the considered texts. The study showed that in comparison with the periodicals of the Soviet era, metaphor is used much less often today, giving way to metonymy, due to which the communicative strategy of expressiveness in the modern media text becomes less complex, on the one party, and more pragmatic, on the other.

A review of the reasons for the dynamics of the speech processes under consideration suggests that the metaphor «loses ground» primarily because it is designed to create an image, i.e. to complicate the meaning and content of the text, and therefore to complicate the process of understanding (the cognitive plan of communication), which inevitably leads to its slowing down in time. In the conditions of the modern high-speed and constantly changing media space, the slowdown in perception results in a decrease in the effectiveness of communication, which is primarily designed for media.

Keywords: *mediatext, metaphor, metonymy, effectiveness of media communication, persuasiveness and evaluativeness.*

For citation: Uzhegova E.N. Features of the effectiveness of media communication in the aspect of the functioning of metaphor and metonymy. The effectiveness of modern media communication in the axiological aspect. *Journal of Russian Studies*. 2021;2(2):88–96. (In Russian).

References

1. Khazagerov, G. G. (2019). *Tiazhelye vremena dlia metafory* [Tough times for metaphor]. URL: <http://www.khazagerov.com/63-communicativistika/153-metatoughtimes> (accessed: 02.01.2021). (In Russian).

2. Lakoff, G., Johnson, M. (2004). *Metafory, kotorymi my zhivem* [The metaphors we live by]. Ed. and with a pref. Baranova, A. N. Moscow: Editorial URSS, 256 p. (In Russian).

Автор публикации

Ужегова Елена Николаевна – соискатель кафедры русского языка и стилистики Пермского государственного национального исследовательского университета, г. Пермь, Россия.
E-mail: uen-l10@yandex.ru

Author of the publication

Uzhegova Elena Nikolaevna – Candidate of the Department of Russian Language and Stylistics of the Perm State National Research University, Perm, Russia.
E-mail: uen-l10@yandex.ru

Поступила в редакцию / Received 15.04.2021
Принята к публикации / Accepted 22.04.2021

**МЕХАНИЗМЫ ПРЕОДОЛЕНИЯ КУЛЬТУРНЫХ
БАРЬЕРОВ ПРИ ПЕРЕВОДЕ ЗАГОЛОВКОВ
ПУБЛИКАЦИЙ МЕДИА-РЕСУРСОВ НА ТЕМУ COVID-19
(на материале переводов на русский язык заголовков статей
медиаресурсов Великобритании и США)**

Н. В. Тимко

n.timko@odin.mgimo.ru

Одинцовский филиал МГИМО МИД России
г. Одинцово, Россия

Аннотация. *Раскрывается сущность основных переводческих стратегий при передаче англоязычных заголовков на русский язык в зависимости от целей культурно-прагматической адаптации: стратегии экспликации и стратегии имплицирования, а также сопутствующих им переводческих приёмов. Представленный в докладе материал позволяет расширить представление о лингвокультурологических особенностях перевода заголовков как самых воздействующих источников информирования общества, особенно в эпоху COVID-19. Трансляция заголовков на другой язык и, соответственно, в иную лингвокультурную среду, является сложным, многоаспектным процессом ввиду природы и особенностей самих заголовков, а также ввиду разницы их восприятия в разных странах, обусловленной социально-политическими причинами. Целью является, во-первых, выявление особенностей восприятия заголовков новостных статей СМИ на тему COVID-19 в русской и англосаксонской лингвокультурах, а, во-вторых, определение основных переводческих стратегий и приёмов, используемых при передаче воздействующей функции заголовков. В качестве материала использовались не переведённые на русский язык статьи СМИ и их соответствующие заголовки. Примеры перевода являются иллюстрацией поиска автором настоящего доклада адекватных переводческих решений в зависимости от выбранной стратегии перевода – экспликации или имплицирования исходного содержания.*

При осуществлении перевода заголовков мы исходим из необходимости обеспечить эквивалентность потенциальных реакций читателей исходного заголовка и читателей переведённого заголовка с учётом разницы в восприятии реалий современного мира и политической повестки дня. В связи с этим в переводе с английского языка происходит ориентация на коммуникативный потенциал русскоязычного адресата, его национальную специфику, понимание и адекватную интерпретацию текста.

Подобная ориентация требует в зависимости от контекста прибегать к двум основным видам культурно-прагматической адаптации: либо к экспликации исходного содержания текста (приёмы конкретизации, добавления, разъяс-

Тимко Н. В. Механизмы преодоления культурных барьеров при переводе заголовков...

нения), либо к её нивелированию (приёмы опущения, генерализации, замены, поиск нейтральных аналогов).

Ключевые слова: перевод заголовков, переводческие стратегии, переводческие приёмы, экспликация в переводе, стратегия имплицирования.

Для цитирования: Тимко Н. В. Механизмы преодоления культурных барьеров при переводе заголовков публикаций медиаресурсов на тему Covid-19 (на материале переводов на русский язык заголовков статей медиа-ресурсов Великобритании и США). Российские исследования. 2021;2(2):96–104.

В современном информационном мире социальный институт СМИ в силу своей массовости и универсальности становится самым воздействующим источником информирования общества, СМИ «приобретают огромное значение в качестве уникального социального генератора и транслятора картины мира»¹. Взглянуть на «четвертую» власть через призму лингвистики и перевода – значит понять лингвокультурологический аспект функционирования этого мощного инструмента воздействия на аудиторию. Квинтэссенцией новостной статьи является заголовок, который принимает на себя роль основного источника информации. Интерес к проблемам перевода заголовков не ослабевает, так как их трансляция на другой язык и, соответственно, в иную лингвокультурную среду, является достаточно сложным и многоаспектным явлением ввиду природы и особенностей самих заголовков.

Заголовок определяется и как «целостная единица речи, являющаяся неотъемлемой частью текста и имеющая в нем определенное положение – над и перед ним»², и как «единица речи, которая указывает на его содержание и является названием текста»³. «Газетный заголовок – обособленный и графически выделенный знак текста, который выражается вербальными и невербальными средствами языка, обладает автосемантичностью и является элементом, прогнозирующим содержание и интерпретирующим его»⁴. Данные под-

¹ Ежова Е. Н. Медиа-рекламная картина мира: проблемы социальной ответственности рекламы // Вестник Ставропольского государственного университета, 2011. № 5–1. С. 60.

² Нижник В. А. Проблемы соотношения заголовка и текста как вторичной языковой единицы // Современное управление: векторы развития. Сб. науч. тр. Межд. научно-практ. конф. Калининград, 15–16 ноября 2018. С. 58.

³ Сабурова Н. В. Заголовочная игра слов как смыслоформирующий механизм текста: на примере англоязычной публицистики: дис. ...канд. филол. наук / Санкт-Петербург. 2008. С. 78.

⁴ Качаев Д. А. Социокультурный и интертекстуальный компоненты в газетных заголовках: на материале российской прессы 2000–2006 гг.: автореф. дис. ...канд. филол. наук / Юж. федер. ун-т. Ростов-на-Дону. 2007. С. 5.

ходы рассматривают заголовок как составную часть новостной статьи, как часть текста, которая выполняет функцию ознакомления и привлечения внимания, как диктемную единицу текста, неотделимую от самой статьи, но связанную с содержанием текста очень сложными и многофункциональными отношениями.

Ряд учёных, однако, утверждает, что любой заголовок нужно рассматривать с позиции полноценного текста, т. е. как самостоятельное речевое произведение⁵, передающее информацию, организованную в структурированное и смысловое единство. По некоторым данным, около 80 процентов читателей новостных статей читают преимущественно только заголовок, а не всю статью полностью⁶. К примеру, заголовок информационного агентства ТАСС: **«В Пентагоне заявили, что вывод войск США из Сирии займет пару недель или больше»** уже содержит законченную мысль и полностью отражает содержание статьи, в которой, помимо основной идеи, уже изложенной в заголовке, имеется менее значительная информация и менее важные с точки зрения информационной нагрузки высказывания официальных лиц США.

Дать ответ на вопрос, является ли заголовок частью текста или самостоятельным речевым высказыванием, можно, на наш взгляд, исходя из видов и типов заголовков. Заголовки делят на однонаправленные и комплексные⁷, на простые и усложнённые⁸, на полноинформативные (номинативные и предикативные) и неполноинформативные⁹ и т.д. Некоторые заголовки, как видно из классификаций, выступают в качестве имени статьи. Другие же представляют собой более развернутые тезисы, актуализируя содержание статьи.

Так как любые функции заголовка (номинативная, экспрессивная, рекламная, апеллятивная, конспективная, убеждающая, разделяющая) направлены, в первую очередь, на воздействие на адресата,

⁵ Гальскова Н. Д. Теория обучения иностранным языкам: Лингводидактика и методика. Москва: ИЦ «Академия», 2006. С. 8; Чжан Юэбо. Заголовок в газетном тексте как самостоятельная речевая единица, тесно связанная с его содержанием // Полилингвальность и транскультурные практики. 2009. № 4. С. 137.

⁶ Лазарева Э. А. Заголовок в газете: Учебное пособие. 2-е изд., Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2004. С. 15.

⁷ Там же. С. 20.

⁸ Мельник Ю. А. Специфика газетных заголовков, построенных на основе нетрансформированных прецедентных высказываний песенного происхождения // Учёные записки Таврического национального ун-та им. В. И. Вернадского. Симферополь, 2011. С. 85.

⁹ Черенкова А. В. Особенности перевода газетных заголовков с английского на русский язык: дис. ...канд. филол. наук / Красноярск. 2016. С. 36.

то при переводе нужно исходить из того, на какую аудиторию рассчитано то или иное издание или отдельная статья. Так, заголовки статей медиаресурса *Russia Today*, которое направлено на формирование позитивного образа России на международной арене, а также на повышение уровня доверия к России как к государству-участнику международного сообщества, пестрят статьями с заголовками о помощи России иностранным государствам в период борьбы с коронавирусом: «**WATCH Russian troops disinfect military training center in Serbia**» и «**WATCH Russian biodefence troops disinfect nursing home in coronavirus-hit Italy**» (*Russia Today*). Данные заголовки представляют собой типовые констатирующие сообщения о том, что российские военные проводят дезинфекцию в Сербии и Италии в период борьбы с коронавирусом. При переводе такого рода сообщений не требуется какого-либо изменения содержания, то есть культурно-прагматической адаптации.

Однако чаще всего для передачи воздействующей функции заголовков в зависимости от целей высказывания переводчик прибегает к двум основным стратегиям – экспликации содержания исходного текста (ИТ) (пояснения, дополнения, конкретизация, компенсация) или же, наоборот, имплицированию, то есть нивелированию в тексте отдельных элементов, которые могут вызвать либо непонимание, либо неадекватную реакцию носителей переводящего языка (ПЯ) (генерализация, опущение информации, подбор нейтральных аналогов и т. д.).

Для англоязычного политического дискурса характерно использование имён собственных без указания должности личности: «**Pompeo accuses China of destroying coronavirus samples**» (*Financial Times*). При переводе этого заголовка на русский язык необходимо добавить информацию о статусе упоминаемого лица: «**Госсекретарь США Майк Помпео обвинил Китай в уничтожении образцов коронавируса**». И ещё пример: «**Meet America's new top diplomat**» (*BBC News*). «Top diplomat» требует конкретизации – госсекретарь США (госсекретарь в США выполняет функцию министра иностранных дел, поэтому его и называют дипломатом). Мы получаем следующий заголовок: «**Майк Помпео – новый Госсекретарь США**».

В период борьбы с коронавирусом в США огромную популярность приобрели врачи-вирусологи и учёные, занимающиеся противодействием пандемии. Одним из таких учёных-медиков стал ведущий эпидемиолог США Энтони Фаучи. Американские издания

изобилуют заголовками с упоминанием его имени, которое не требует расшифровки для американского читателя. Ср., например: “Anthony Fauci says data on masks “speaks for itself...”, “Why Fauci says pandemic “didn’t have to be that bad”, “Fauci’s coronavirus forecast” и т. д. При переводе на русский язык заголовка «**Coronavirus Is Likely to Generate Telltale Signs, Fauci Says**» (*Bloomberg.com*) одного лишь упоминания фамилии врача недостаточно, необходимо дополнительное объяснение: «главный инфекционист США» или «доктор Энтони Фаучи».

«**Downing Street hints Covid-19 lockdown restrictions in the UK could last until 2021**» (*Russia Today*) – данный заголовок интересен тем, что в нём название улицы Даунинг стрит является обобщённым названием премьер-министра Великобритании и его правительства. Это и можно использовать в переводе: «**Правительство Великобритании даёт понять, что ограничительные меры из-за коронавируса могут продлиться до 2021 года**». Однако, по нашим наблюдениям, всё чаще в современных статьях на русском языке появляется транслитерация Даунинг-стрит («На Даунинг-стрит сообщили о стабилизации состояния...», «Призрак Covid-19 бродит по Даунинг-стрит...», «Даунинг-стрит выясняла у консерваторов, поддержат ли они...»).

Ещё одним примером необходимости эксплицирования информации в переводе является следующий: «**Fed under pressure to be clearer on coronavirus outlook**» (*Financial Times*). Fed – сокращение от Федеральной Резервной Системы США, то есть Центробанк США. В русских газетных заголовках можно встретить следующую устоявшуюся номинацию – ФРС США; именно её и необходимо использовать при переводе: «**От ФРС США требуют более точной оценки перспектив коронавируса**».

Обратная экспликация исходного содержания переводческая стратегия имплицирования выражается в опущении либо генерализации некоторой информации, не несущей смысловой нагрузки для читателя ПТ. Примером опущения в переводе избыточной информации может явиться и перевод следующего заголовка: «**Coronavirus: Russia's Putin may deploy army as cases surge**» (*BBC*). Здесь избыточной для русского читателя является информация о том, что Путин – президент России: «**На фоне роста заболеваемости коронавирусом Путин может развернуть войска**».

Подводя итог, обратимся к аксиоме современной лингвистики: целью любой коммуникации (как одноязычной, так и двуязычной,

опосредованной переводом) является оказание на адресата определённого регулятивного воздействия. Оказание такого воздействия и есть основная функция заголовков сообщений современных СМИ: привлечь внимание адресата, заинтересовать его, вызвать желание продолжить чтение. При осуществлении перевода заголовков необходимо обеспечить эквивалентность потенциальных реакций читателей исходного заголовка и читателей переведённого заголовка с учётом разницы в восприятии реалий современного мира и политической повестки дня. В связи с этим в переводе происходит ориентация на коммуникативный потенциал иноязычного адресата, его национальную специфику, понимание и адекватную интерпретацию текста. Подобная ориентация требует от переводчика в зависимости от контекста прибегать к двум основным видам культурно-прагматической адаптации: либо к экспликации исходного содержания текста (приёмы конкретизации, добавления, разъяснения), либо к её нивелированию (приёмы опущения, генерализации, замены, поиск нейтральных аналогов).

Список источников СМИ

СМИ США

1. *Bloomberg*. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.bloomberg.com/>
2. *CNN*. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://edition.cnn.com/>
3. *Financial Times*. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.ft.com/>
4. *The Wall Street Journal*. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.wsj.com/>

СМИ Великобритании

1. *BBC News*. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.bbc.com/>
2. *The Guardian*. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.theguardian.com/international>
3. *The Telegraph*. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.telegraph.co.uk/>

Литература

1. Гальскова Н. Д. Теория обучения иностранным языкам: Лингводидактика и методика. Москва: ИЦ «Академия», 2006. 335 с.
2. Ежова Е. Н. Медиа-рекламная картина мира: проблемы социальной ответственности рекламы // Вестник Ставропольского гос.ун-та, 2011. № 5–1. С. 54–62.

3. Качаев Д. А. Социокультурный и интертекстуальный компоненты в газетных заголовках: на материале российской прессы 2000–2006 гг.: автореф. дис. ...канд. филол. наук / Юж. федер. ун-т. Ростов-на-Дону. 2007.

4. Лазарева Э. А. Заголовок в газете: Учебное пособие. 2-е изд., Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2004. 84 с.

5. Мельник Ю. А. Специфика газетных заголовков, построенных на основе нетрансформированных прецедентных высказываний песенного происхождения // Учёные записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. Симферополь, 2011. С. 81–90.

6. Нижник В. А. Проблемы соотношения заголовка и текста как вторичной языковой единицы // Современное управление: векторы развития. Сб. науч. тр. межд. научно-практ. конф. Калининград, 15–16 ноября 2018. С. 56–59.

7. Сабурова Н. В. Заголовочная игра слов как смыслоформирующий механизм текста: на примере англоязычной публицистики: дис. ...канд. филол. наук / СПб. 2008. С. 78–87.

8. Теремкова О. А. Переводческие стратегии как инструмент транслятологического анализа. Вестник ВГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2012. № 2. С. 90–98.

9. Черенкова А. В. Особенности перевода газетных заголовков с английского на русский язык: дис. ...канд. филол. наук / Красноярск. 2016.

10. Чжан Юэбо. Заголовок в газетном тексте как самостоятельная речевая единица, тесно связанная с его содержанием // Полилингвальность и транскультурные практики. 2009. № 4. С. 136–140.

**MECHANISMS OF OVERCOMING CULTURAL BARRIERS IN TRANSLATING
HEADINGS OF MEDIA ARTICLES ON THE TOPIC OF COVID-19
(On the Material of English-Russian Translation
of Media Articles of the UK and the U.S.)**

N. V. Timko

Branch of Moscow State Institute of International Relations (MGIMO University)
Odintsovo, Russia

Abstract. *This report reveals the essence of the main translation strategies in the transfer of English-language headings into Russian, depending on the goals of cultural-pragmatic adaptation: the strategy of explication and the strategy of implication, as well as the accompanying translation techniques. The material presented in the report makes it possible to expand the understanding of the linguistic and cultural features of the translation of headings as the most influencing sources of information for society, especially in the era of COVID-19. Translation of headlines into another language and, accordingly, into a different linguocultural environment is a complex, multifaceted process due to the nature and characteristics of the headlines themselves, as well as due to the difference in their perception in different countries due to socio-political reasons.*

The purpose of the report is, firstly, to identify the peculiarities of the perception of headlines of news media articles on the topic of COVID-19 in the Russian and Anglo-Saxon linguistic cultures, and, secondly, to determine the main translation strategies and

techniques used in the transfer of the influencing function of headings. The materials used were media articles not translated into Russian and their respective headings. Examples of translation are an illustration of the search by the author of this report for adequate translation solutions, depending on the chosen translation strategy - explication or implication of the original content.

When translating headlines, we proceed from the need to ensure the equivalence of the potential reactions of readers of the original heading and readers of the translated heading, taking into account the difference in perception of the realities of the modern world and the political agenda. In this regard, translation from English is focused on the communicative potential of the Russian-speaking addressee, his national specifics, understanding and adequate interpretation of the text.

Such an orientation requires, depending on the context, resorting to two main types of cultural and pragmatic adaptation: either to explicate the original content of the text (methods of concretization, addition, explanation), or to its leveling (methods of omission, generalization, replacement, search for neutral analogs).

Keywords: *translation of headings, translation strategies, translation techniques, explication in translation, strategy of implication*

For citation: Timko N. V. Mechanisms of overcoming cultural barriers in translating headings of media articles on the topic of Covid-19 (on the material of English-Russian translation of media articles of the UK and the U.S.). *Journal of Russian Studies*. 2021;2(2):97–105. (In Russian)

List of sources

USA

1. Bloomberg. [Elektronnyi resurs]. Rezhim dostupa: <https://www.bloomberg.com/>
2. CNN. [Elektronnyi resurs]. Rezhim dostupa: <https://edition.cnn.com/>
3. Financial Times. [Elektronnyi resurs]. Rezhim dostupa: <https://www.ft.com/>
4. The Wall Street Journal. [Elektronnyi resurs]. Rezhim dostupa: <https://www.wsj.com/>

Great Britain

1. BBC News. [Elektronnyi resurs]. Rezhim dostupa: <https://www.bbc.com/>
2. The Guardian. [Elektronnyi resurs]. Rezhim dostupa: <https://www.theguardian.com/international>
3. The Telegraph. [Elektronnyi resurs]. Rezhim dostupa: <https://www.telegraph.co.uk/>

References

1. Gal'skova N. D. *Teoriia obucheniia inostrannym iazykam: Lingvodidaktika i metodika*. Moscow: ITs «Akademiia», 2006. 335 p. (In Russian)
2. Ezhova E. N. Media-reklamnaia kartina mira: problemy sotsial'noi otvetstvennosti reklamy // *Vestnik Stavropol'skogo gosudarstvennogo universiteta*, 2011. № 5–1. Pp. 54–62. (In Russian)
3. Kachaev D. A. *Sotsiokukul'turnyi i intertekstual'nyi komponenty v gazetnykh zagolovkakh: na materiale rossiiskoi pressy 2000–2006: avtoref. dis. ...kand. filol. nauk / Iuzh. feder. un-t. Rostov-na-Donu*. 2007. (In Russian)

4. Lazareva E. A. Zagolovok v gazete: ucheb. posobie. 2–e izd., Ekaterinburg: Izd-vo Ural. un-ta, 2004. 84 p. (In Russian)

5. Mel'nik Iu. A. Spetsifika gazetnykh zagolovkov, postroennykh na osnove netransformirovannykh pretsedentnykh vyskazyvaniy pesennogo proiskhozhdeniia // Uchenye zapiski Tavricheskogo natsional'nogo universiteta im. V. I. Vernadskogo. Simferopol', 2011. Pp. 81–90. (In Russian)

6. Nizhnik V. A. Problemy sootnosheniia zagolovka i teksta kak vtorichnoi iazykovoi edinitsy // Sovremennoe upravlenie: vektory razvitiia // Sbornik nauchnykh trudov mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii. Kaliningrad, 15–16 noiabria 2018. Pp. 56–59. (In Russian)

7. Saburova N. V. Zagolovochnaia igra slov kak smysloformiruiushchii mekhanizm teksta: na primere angloiazыchnoi publitsistiki: dis. ...kand. filol. nauk / SPb. 2008. Pp. 78–87. (In Russian)

8. Teremkova O. A. Perevodcheskie strategii kak instrument translatologicheskogo analiz // Vestnik VGU. Serii: Lingvistika i mezhkul'turnaia kommunikatsiia. 2012. № 2. Pp. 90–98. (In Russian)

9. Cherenkova A. V. Osobennosti perevoda gazetnykh zagolovkov s angliiskogo na russkii iazyk: dis. ...kand. filol. nauk / Krasnoiarsk. 2016. (In Russian)

10. Chzhan Iuebo. Zagolovok v gazetnom tekste kak samostoiatel'naia rechevaia edinitsa, testo sviazannaia s ego sodержaniem // Polilingval'nost' i transkul'turnye praktiki. 2009. № 4. Pp. 136–140. (In Russian)

Автор публикации

Тимко Наталья Валерьевна – доцент кафедры лингвистики и переводоведения Одинцовского филиала МГИМО МИД России, г. Одинцово, Россия.
E-mail: n.timko@odin.mgimo.ru

Author of the publication

Natalya V. Timko – Ass. Professor of the Department of Linguistics and Translation Studies, Branch of Moscow State Institute of International Relations (MGIMO University), Odintsovo, Russia.
E-mail: n.timko@odin.mgimo.ru

Поступила в редакцию / Received 02.03.2021

Принята к публикации / Accepted 18.03.2021

УДК 81-23+32.019.5

СРЕДСТВА ЭКСПРЕССИИ В ПОЛИТИЧЕСКОМ МЕДИАДИСКУРСЕ И ОПАСНОСТЬ ИХ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ

Т. К. Иванова

Tatiana.ivanova@kpfu.ru

Казанский федеральный университет
г. Казань, Россия

Аннотация. В данной статье речь идет об использовании языковых средств, повышающих экспрессивность речевого воздействия, в политическом дискурсе. Основная функция политического дискурса – побуждение к действию, убеждение публики в правильности предпринимаемых мер или положительной оценке событий. Выразительность языковых средств непосредственно связана с оценочностью, которая может быть непосредственно заложена в семантике используемого слова, или возникать в процессе функционирования той или иной языковой единицы. Интерес представляют наиболее распространенные приемы и эффекты их использования в политических медиатекстах современной прессы, которые имеют как положительный, так и отрицательный эффект.

Ключевые слова экспрессивность, политический медиадискурс, языковые средства, коннотация, медиатекст.

Для цитирования: Иванова Т. К. Средства экспрессии в политическом медиадискурсе и опасность их использования. *Российские исследования.* 2021;106–113.

Влияние современных средств массовой информации на общественность сегодня неуклонно растет. Массмедиа осуществляют посредством публикаций формирование общественного мнения, распространяют информацию и, при этом трансформируют языковое пространство, изменяясь сами. Поэтому язык медиапространства сегодня находится в центре внимания многих лингвистов: «Мы не ставили перед собой задачу изучения языка художественной литературы, научного и официально-делового стилей. Самую значительную часть наших материалов составляет язык средств массовой информации, ибо в нем наиболее отчетливо и быстро отражаются изменения, происходящие в наше время во

всех сферах языка»¹. Процессы, протекающие в языке массмедиа, рассматриваются, например, в работах Л. Р. Дускаевой, Е. А. Земской, М. Н. Володиной, С. В. Ильясовой, М. А. Кормилицыной, В.И. Конькова, В. Г. Костомарова, Л. П. Крысина, В. М. Лейчика, Л. В. Рацибурской и др.

Через масс-медиа осуществляется коммуникация между представителями разных слоев населения, властными структурами, странами и народами. Таким образом на страницах медиаизданий происходит взаимодействие и слияние различных языковых структур, дискурсов, сфер общественной деятельности. С языком медиасферы напрямую связан и язык политики: «...политический язык находится как бы между двумя полюсами – функционально-обусловленным специальным языком и жаргоном определенной группы со свойственной ей идеологией. Поэтому политический язык должен выполнять противоречивые функции, в частности быть доступным для понимания (в соответствии с задачами пропаганды) и ориентированным на определенную группу (по историческим и социальнопсихологическим причинам)»².

Исходя из понятия политического дискурса, как коммуникационного процесса, политический (публицистический) текст создается для того, чтобы охарактеризовать потенциальные явления, происходящие в политической сфере, понять их суть, дать им оценку, указать пути логического завершения или разрешения конкретной политической ситуации. Точнее говоря, одними из ключевых понятий политической сферы являются оценка и воздействие, которое оказывает адресант на реципиентов для получения искомого результата. Данный факт сближает политический и медиа-дискурс, так как для последнего также характерны «повышенная оценочность, гипертрофированная воздействующая функция, усиление личностного начала»³.

Поэтому особенно важным является для адресанта бережное отношение к языку и языковым средствам при оформлении своих высказываний в медиатекстах политической направленности, которые являются «зоной повышенной рискогенности» (термин ис-

¹ Земская Е. А. Активные процессы современного словопроизводства // Русский язык конца 20 столетия (1985–1995). Москва: Языки русской культуры, 1996. С. 10.

² Водак Р. Специальный язык и жаргон: о типе текста «партийная программа» // Язык. Дискурс. Политика. Волгоград, 1998. С. 24–34.

³ Соловьева Л. В. Рискогенность словообразовательных неологизмов в современных медиатекстах общественно-политической направленности // Вестник РУДН. Серия: Русский и иностранные языки и методика их преподавания. 2018. Vol. 1. No. 1 С. 116

следователей Саратовской лингвистической школы⁴). Рискогенность связана со стремлением автора текста быть ближе читателю, поэтому в медиатекстах используются стилистически несмешиваемые с точки зрения нормативности языка конструкции, смешиваются признаки поэтического и разговорного жанров, нарушаются правила и рождаются новые слова и конструкции. «Оценочность становится главной стилевой характеристикой современных медиатекстов, особенно тех, которые имеют отношение к социально-политической сфере»⁵. При этом оценочность конструкций в данном случае не является свойством, проявляющимся только в одном языке – это, скорее, общая тенденция для медийного и политического дискурсов, что подтверждается многочисленными примерами. Материал есть как в отечественном, так и международном дискурсе на страницах газет и журналов, Интернет-изданий, личных и официальных блогов, а также даже в заявлениях политических лидеров.

Остановимся на некоторых языковых явлениях, встречающихся в медиатекстах, политической направленности более подробно и рассмотрим как спонтанное, так и намеренное применение отдельных языковых структур, а также их коннотативный эффект.

Так, достаточно часто встречаются сегодня примеры номинализации с целью обозначения новых явлений в общественно-политической жизни страны: *полномочный представитель Президента Российской Федерации, Уральский федеральный округ* и др. Отдельно следует упомянуть появление изменения имени уже существующего явления, например, *страны-изгои* (первый срок президентства Б. Клинтона); *безответственные государства* (второй срок президентства Б. Клинтона); *ось зла* (президент США Дж. Буш в обращении к Конгрессу США, февраль 2002) и др.

Номинализация позволяет управлять процессом понимания, поскольку говорящий имеет возможность убирать из обсуждения или вводить в дискуссию важных актантов ситуации. Это достаточно гибкий механизм подчеркивания важности или второстепенности участника, являющегося своего рода 'автором действия'. Сфера использования – заголовочный комплекс, обозначение

⁴ Байкулова А. Н. Рискогенность современной коммуникации и роль коммуникативной компетентности в ее преодолении / под ред. О. Б. Сиротининой, М. А. Кормилицыной. Саратов, 2015. 188 с.

⁵ Соловьева Л. В. Рискогенность словообразовательных неологизмов в современных медиатекстах общественно-политической направленности // Вестник РУДН. Серия: Русский и иностранные языки и методика их преподавания. 2018. Vol. 1. No. 1. С. 110.

структуры документа. Цель привлечение внимания к важным с точки зрения автора элементам. Например, предложение «*Совет Федераций утвердил законопроект, представленный нижней палатой, в первом чтении*» превращается в заголовок «*Утверждение законопроекта в первом чтении*».

Следующее распространенное явление – контаминация: получившееся образование включает в себя лексические значения обоих слов, из которых оно возникло. Обычно новая единица речи состоит из начальной части одного слова и конечной части другого: *аллюминимум, ObamaMania, Obamamentum, newtopia, Obamanomics, O-phoria and Obamalot*.

Словообразовательные эксперименты в медиатекстах сегодня настолько распространены, что данному явлению следует уделить особое внимание. В этом случае новообразование имеет яркую экспрессивность, которая обнаруживается при контекстуальном ее использовании при условии, что реципиент сообщения понимает, какую семантическую трансформацию подразумевает автор. Сегодня, например, говорят о новых явлениях, таких как *матинг* – чрезмерное использование нецензурных выражений в речи; *мизулинг* – абсурдный запрет чего-нибудь на основании вредности для морального облика россиян; *путинг* – фальшивый митинг, за участие в котором митингующие получают оплату; *пехтинг* – изгнание с позором чиновника, у которого обнаружена зарубежная недвижимость; *хэйтер* – человек, относящийся к тебе негативно; *спикер* – выступающий перед аудиторией человек; *клинер* – уборщик / уборщица; *супервайзер* – контролер; *хедлайнер* – автор заголовков статей, *офисер* – человек, работающий в офисе (материалы сети Интернет). Подобные образования строятся по ассоциации с английским языком, где распространены так называемые ‘инговые’ отглагольные формы, а также наименования человека по производимому им действию на основе суффиксации.

В самом англоязычном Интернет-пространстве аффиксация также широко распространена, например, *leadership, lordship, non-presidential, non-candidate, obamacize, anglisize, therapize* и др.

According to the Times, they are involved in what it calls Obama "one-upmanship (стремление быть первым).

Hillary Heads to Bronx for Non-Presidential Non-Candidate Forum.

При этом часто у новых слов отмечается так называемая семантическая трансформация, которая в таком объеме ранее присутствовала лишь в текстах рекламного характера. Феномен трансформации

значения слов - распространенное явление в рекламных текстах, сопровождающее приемы языкового манипулирования и разнообразные способы психологического воздействия на адресата⁶. В этом случае трансформация выполняет следующие коммуникативные задачи: активизация внимания потребителей, усиление запоминания, разбивка текста на быстро усваиваемые блоки. Это нарушает стандартность текста, его обыденность, он становится оригинальным, интригующим с эффектом передачи максимального количества информации на минимальном отрезке текста.

Поскольку тексты политической направленности имеют сходные задачи, то и языковая трансформация сегодня стала очень распространенным явлением в политическом дискурсе, где также отмечаются многозначность, полисемия и двусмысленность (амфиболия) языковых структур.

Речевая неоднозначность может быть ненамеренной (в этом случае она может привести в случае непонимания к коммуникативной неудаче), но она может быть и намеренной, использованной как прием⁷. В отдельных случаях ненамеренная речевая неоднозначность сама становится предметом обсуждения, особенно в случае оговорки общественного лидера, что невозможно исправить. Например, при выступлении на публике:

– Мы надеемся, что у нас не будет *запоров* на границе (Виктор Черномырдин).

– Мы подтвердили нашу готовность решительно бороться с террором, *укоренять* наркоторговлю и *отдать должное* тем, кто портит нашу молодежь (Джордж Буш).

– Я должен признаться... Уже долгое время, много – много лет, я являюсь убежденным *лесбияном* (Виталий Кличко).

– Американцы поддерживают демократические институты в Грузии и *Кырзахстане* (Джон Керри).

– Здесь собрались лучшие *геноциды* страны! (Янукович).

Намеренное использование амфиболии придает высказыванию чаще негативный характер – этот прием используется для нивелировки достижений другого, намеренном принижении до-

⁶ Ильясова С. В., Амири Л. П. Языковая игра в коммуникативном пространстве СМИ и рекламы, 5-е изд., стер - Москва: ФЛИНТА, 2015. С. 260.

⁷ Зализняк А. А. Феномен многозначности и способы его описания // Вопросы языкознания. 2004. Вып. № 2. С. 20–45; Ильясова С. В., Амири Л. П. Языковая игра в коммуникативном пространстве СМИ и рекламы, 5-е изд., стер. Москва: ФЛИНТА, 2015. С. 260–261.

стоинств и отрицании наличия положительных качеств у объекта или явления.

Живописное сравнение, например, использовал премьер-министр Великобритании Борис Джонсон, сравнивая своего оппонента с хлорированной курицей: «Я вижу только одну хлорированную курицу, и она – на этой скамье!» (о Джереми Корбине) или: «Они (лейбористы – Т. И.) указывают пальцем на людей с наслаждением и мстительностью, невиданной с тех пор, когда Сталин преследовал кулаков». Если в первом случае живого человека сравнивают с неживым объектом (курицей), который к тому же обработан хлором (то есть вообще с непригодным к употреблению в пищу), то во втором случае сравнение базируется на имени собственном, которое ассоциируется у адресантов с тоталитарной личностью, своего рода тираном, что несет не менее негативную оценку, скорее, наоборот, лишь усиливает отрицательную коннотацию, так как вызывает ассоциации с политическим деятелем.

Коннотация в данном случае реализуется в конкретной речевой ситуации и находится за пределом самого значения слова, представляя собой стилистическое явление. Такую возможность рассматривает, например, Д. Н. Ильин в монографии «Развитие лексической семантики: процессы позитивации / негативации значения слова в русском языке»⁸.

Однако подобные высказывания известных политических деятелей становятся практически оценками. В стремлении произвести впечатление на публику политический деятель уподобляется неумелому журналисту, который в погоне за выразительностью забывает о коммуникативной ценности сообщения и балансирует на грани нарушения этических норм. Экспрессивные языковые единицы могут исказить смыслы и затруднять понимание текста. Смысловые трансформации не всегда понятны адресантам, вызывают раздражение, концентрируя внимание на второстепенных деталях. Стремление стать для публики или читателей 'своим парнем', говорящим с ними на одном языке, не приведет к искомому результату, если использующий данные языковые средства не обладает достаточным уровнем коммуникативной компетентности и не способен грамотно применять их.

⁸ Ильин Д. Н. Развитие лексической семантики: процессы позитивации/негативации значения слова в русском языке: монография. Ростов-на-Дону: Южный федеральный университет, 2018. С. 17.

Литература

1. Байкулова А. Н. Рискогенность современной коммуникации и роль коммуникативной компетентности в ее преодолении / под ред. О. Б. Сиротининой, М. А. Кормилициной. Саратов, 2015. 188 с.
2. Водак Р. Специальный язык и жаргон: о типе текста «партийная программа» // Язык. Дискурс. Политика. Волгоград, 1998. С. 24–34.
3. Земская Е. А. Активные процессы современного словопроизводства // Русский язык конца 20 столетия (1985–1995). Москва: Языки русской культуры, 1996.
4. Зализняк А. А. Феномен многозначности и способы его описания // Вопросы языкознания. 2004. Вып. № 2. С. 20–45.
5. Ильин Д. Н. Развитие лексической семантики: процессы позитивации/негативации значения слова в русском языке: монография. Ростов-на-Дону: Южный федеральный университет, 2018. 150 с.
6. Ильясова С. В., Амири Л. П. Языковая игра в коммуникативном пространстве СМИ и рекламы, 5–е изд., стер. Москва: ФЛИНТА, 2015. 296 с.
7. Соловьева Л. В. Рискогенность словообразовательных неологизмов в современных медиатекстах общественно-политической направленности // Вестник РУДН. Серия: Русский и иностранные языки и методика их преподавания. 2018. Vol. 1. No. 1 P. 109–123.

MEANS OF EXPRESSION IN POLITICAL MEDIA-DISDISCOURSE AND DANGER OF THEIR USING

T. K. Ivanova

Kazan Federal University
Kazan, Russia

Abstract. *In this article we are talking about the use of language tools that increase the expressiveness of speech influence in political discourse. The main function of political discourse is to encourage action, to convince the public of the correctness of the measures taken or a positive assessment of events. The expressiveness of language means is directly related to the evaluativeness, which can be directly embedded in the semantics of the word used, or arise in the process of functioning of a particular language unit. Of interest are the most common techniques and effects of their use in the political media texts of the modern press, which have both positive and negative effects.*

Keywords: *expressiveness, political media-discourse, language tools, connotation, mediatext.*

For citation: Ivanova T. K. Means of Expression in Political Media-Discourse and Danger of their Using. *Journal of Russian Studies*. 2021;2(2):106–113. (In Russian).

References

1. Bajkulova, A. N. *Riskogennost' sovremennoj kommunikacii i rol' kommunikativnoj kompetentnosti v ejo preodolenii* / pod. red. O. B. Sirotininoj, M. A. Kormilicynoj. Saratov, 2015. 188 s. (In Russian).
2. Vodak R. Special'nyj yazyk i zhargon: o tipe teksta «partijnaya programma». In: *Yazyk. Diskurs. Politika*. Volgograd, 1998. S. 24–34. (In Russian).
3. Zemskaya E. A. Aktivnye processy sovremennogo slovoпроизводства // *Russkij yazyk konca 20 stoletiya (1985–1995)*. Moscow: YAzyki russkoj kul'tury, 1996. (In Russian).
4. Zaliznyak A. A. Fenomen mnogoznachnosti i sposoby ego opisaniya. In: *Vo-prosy yazykoznanija*. 2004. Vypusk № 2 S. 20–45. (In Russian).
5. Il'in D. N. *Razvitie leksicheskoy semantiki: processy pozitivacii / negativacii znacheniya slova v russkom yazyke: monografiya*. Rostov-na-Donu: YUzhnyj federal'nyj universitet, 2018. 150 s. (In Russian).
6. Il'yasova S. V. Amiri L. P. *YAzykovaya igra v kommunikativnom prostranstve SMI i reklamy*. 5–e izd., ster. Moskva: FLINTA, 2015. 296 s. (In Russian).
7. Solov'eva L. V. Riskogennost' slovoobrazovatel'nyh neologizmov v sovremennyh mediatekstah obshchestvenno-politicheskoy napravlenosti. In: *Vestnik RUDN*. Seriya: Russkij i inostrannye yazyki i metodika ih prepodavaniya. 2018. Vol. 1. No. 1. P. 109–123. (In Russian).

Автор публикации

Author of the publication

Иванова Татьяна Константиновна
 доцент, доктор филологических наук,
 доцент кафедры иностранных языков
 в сфере международных отношений
 Института международных
 отношений.
 ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5355-6430>.
 E-mail: Tatiana.ivanova@kpfu.ru

Ivanova Tatiana K., Kazan Federal Uni-
 versity, doctor of Sciences (Philology),
 Associate Professor, Department of For-
 eign Languages in the field of Interna-
 tional Relation, Institute of International
 Relations. Kazan, Russia.
 ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5355-6430>.
 E-mail: Tatiana.ivanova@kpfu.ru

Поступила в редакцию / Received 22.03.2021
Принята к публикации / Accepted 01.04.2021

УДК 81'42

РЕЧЕВЫЕ МАРКЕРЫ КОМИЧЕСКОЙ ОТВЕТНОСТИ В МЕЖДУНАРОДНОМ ИНФОРМИРОВАНИИ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ НОВЫХ МЕДИЙНЫХ ФОРМ

Л. Ю. Иванова
l.y.ivanova@spbu.ru

Санкт-Петербургский государственный университет
г. Санкт-Петербург, Россия

Аннотация. *В статье с опорой на общий метод медиалингвистики анализируется специфика метатекстового обрамления публикаций в российских анонимных Telegram-каналах о политике. Поиск маркеров комической ответственности на трех семантических осях – референтной, модусной и диалогической – производится в текстах международного информирования, обладающих многослойной диалогичностью в силу особенностей предмета освещения. Обнаружено, что метатекстовая рамка строится не только конвенциональными для метатекста средствами реакции на речевую активность Другого, но и с помощью ответно-оценочных элементов по отношению к носителю иной смысловой позиции в референциальном и модусном аспекте текста. Инструментами, позволяющими «встроить» ответственность на все эти уровни, выступают ресурсы комического.*

Ключевые слова: *медиадискурс, международное информирование, Telegram, комическая ответственность, речевые маркеры, метатекст.*

Благодарности. *Статья подготовлена при финансовой поддержке РФФ, проект 19-18-00530 «Комическое как коммуникативный ресурс в цифровой новостной среде».*

Для цитирования: Иванова Л. Ю. Речевые маркеры комической ответственности в международном информировании с использованием новых медийных форм. *Российские исследования.* 2021;2(2):114–120.

Авторская речевая активность в анонимных каналах мессенджера Telegram, ориентированных на общественно-политическую повестку, сегодня влияет на культуру потребления новостей: каналы не являются зарегистрированными СМИ, но численностью аудитории

сопоставимы с официальными медиа¹. В связи с этим мы рассматриваем Telegram-каналы о политике как участников медиакommunikации, которые обладают собственной смысловой позицией в дискурсе, а публикуемые ими тексты – как медиатексты, поскольку таковым может считаться любой медиапродукт для массовой аудитории². Надо сказать, что сегодня такие каналы, как «Караульный», «Беспощадный пиарщик», «Выпускайте Кракена!», «НеВротик», являются своеобразными площадками для непрерывной комической рефлексии. Юмор здесь выступает как коммуникативный ресурс, позволяющий выразить отношение к референту с помощью распределенных по тексту маркеров комического модуса, которые обнаруживаются во фреймовых трансформациях при столкновении скриптов³, в различных способах инкорпорирования комического в новостной дискурс⁴, в применении разноуровневых языковых средств создания комического⁵, а также в интересующих нас маркерах комической ответственности. Поэтому анализ медиатекстов о международных событиях в Telegram-каналах был нацелен на поиск коммуникативно-речевых инструментов, участвующих в создании рефлексивной рамки комического как основного средства актуализации оценочности.

Диалогичность как онтологическое свойство медиатекста проявляется не только в его адресованности массовому читателю, но и в ответственности, что диктует законы текстопостроения⁶. «Ответность и, следовательно, оценка»⁷ участвует в формировании метатекстовой рамки медиатекста, отражающей «логику взаимодействия речевой партии автора и гипотетических читателей и „третьих“ лиц»⁸ в эксплицитных или имплицитных реагирующих репликах. Особая многослойная ответственность пронизывает тексты,

¹ Коноплев Д. Э. Telegram как новая среда коммуникации в СМИ и соцсетях // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2017. № 3 (25). С. 198.

² Медиалингвистика в терминах и понятиях: словарь-справочник / под ред. Л. Р. Дускаевой. Москва, 2018. С. 74.

³ см. Attardo S. (Ed.) The Routledge Handbook of Language and Humor. New York: Routledge, 2017. 554 p.

⁴ Панченко Н. Н. Лингвистическая реализация комического в английском новостном дискурсе: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04 / Иркут. гос. лингвистич. ун-т. Иркутск, 2005. 21 с.

⁵ Санников В. З. Русский язык в зеркале языковой игры. Москва: Языки русской культуры, 1999. 541 с.

⁶ Дускаева Л. Р. Диалогическая природа газетных речевых жанров. Санкт-Петербург: С.-Петербург. ун-т, 2012. С. 10.

⁷ Бахтин М. М. Эстетика словесного творчества. М., 1979. С. 301.

⁸ Дускаева Л. Р. Стилистический анализ в медиалингвистике : Монография. Москва: ФЛИНТА, 2019. С. 73.

публикуемые с использованием новых медийных форм – в анонимных каналах мессенджера Telegram, ориентированных на общественно-политическую повестку. Посты в ячейках таких каналов обладают «ответной композицией»⁹, поскольку представляют собой мгновенное речевое реагирование на сообщения из официальных СМИ, соцсетей, блогов, других информационных каналов.

Ответность рассматривается как речевое воплощение взаимодействия двух сторон на текстовом или межтекстовом уровне¹⁰. В построении метатекстовой рамки постов в анонимных каналах «Караульный» (t.me/karaulny), «Беспощадный пиарщик» (t.me/prbezposhady), «Выпускайте Кракена!» (t.me/rlz_the_kraken), «НеВротик» (t.me/Nevrotique) продуктивна комическая ответственность – производство юмористических текстов-реакций (всего рассмотрено 74 публикации). Для анализа комической ответственности мы обратились к текстам-реакциям на сообщения о международных событиях или о событиях за рубежом, поскольку в таких текстах с наибольшей очевидностью просматривается многослойность метатекста: в них наблюдается ответственность, обращенная а) к гипотетическому адресату, б) смысловой позиции обобщенного субъекта международного взаимодействия, в) к третьим лицам (оппонентам, пропонентам).

К анализу авторской речевой активности в анонимных Telegram-каналах применим медиалингвистический метод, позволяющий рассматривать медиатекст как социальное коммуникативное действие в рамках какого-либо вида речевой деятельности¹¹, а именно – медиадискурсологический вектор этого метода, обращенный к парадигматике медиатекста внутри медиакommunikации в целом.

Комическая ответственность опирается на позиционирование субъекта речи¹² в медиадискурсе и соответствующую оценку Другого – второй стороны взаимодействия. В международном информировании в указанных Telegram-каналах поиск маркеров ответственности велся на трех семантических осях – а) референтность собы-

⁹ Медиалингвистика в терминах и понятиях: словарь-справочник / под ред. Л. Р. Дускаевой. Москва, 2018. С. 396.

¹⁰ *Ivanova L. Yu. Russian-German Relations in the Discourse of the Modern Russian Press: Linguistic Aspects. Media Linguistics. 2017. № 1 (16). С. 96–108.*

¹¹ Медиалингвистика в терминах и понятиях: словарь-справочник / под ред. Л. Р. Дускаевой. Москва, 2018. С. 79.

¹² *Иванова Л. Ю. Глаголы речи как языковой ресурс позиционирования субъекта речи в международном медиадискурсе // Медиа в современном мире: 58-е Петербургские чтения: сб. материалов Межд. науч.форума: в 2-х тт. Санкт-Петербург: Изд-во Санкт-Петербургского университета, 2019. Т. 2. С. 180.*

тий, ситуаций, персон, б) модусная рамка текста, в) диалогичность как описание речевого поведения коммуникантов¹³. На трех осях обнаружены инструменты создания комического.

Комические номинации, присваиваемые носителям иной смысловой позиции, актуализируют оценку референта – обобщенного участника международных отношений (государства, межгосударственного объединения) или какого-либо предмета. Объект может быть назван язвительно-иронично (*оплот демократии, загнивающий запад, так называемые «заокеанские партнеры»*), грубопросторечно (*пиндосы*) или оскорбительно (*Бидон* – языковая игра, основанная на созвучии имени собственного Байден с именем нарицательным считается неэтичной). Комические номинации используются и для обозначения ситуации-референта: *горизонты деградации, негримз-гендерквиризм* (о новых требованиях Американской киноакадемии для претендентов на премию «Оскар»).

Модусная рамка выстраивается средствами юмористической тональности¹⁴: для оценки информации, предлагаемой телеграферами, используются гиперболизация и литотизация, заряженные иронией (*чудовищно страшные санкции, которые на самом деле ни одного реального сектора не затрагивают; самые могучие и мощные высокотехнологичные IT-системы взламывает кучка каких-то русских хакеров*), антропоморфные метафоры (*потуги США; идеология в предсмертных судорогах*), а также сниженная лексика и обцензизмы, призванные поддержать комический тонус текста.

Диалогичность как характеристика речевого поведения коммуникантов обнаруживается по наличию в тексте следов иной смысловой позиции в виде структуры «номинация субъекта речи+глагол речи», т.е. предикатов ответственности. Предикатами ответственности в исследуемых источниках выступают такие предикаты, которые выражают оценку речевой активности носителя иной смысловой позиции окказиональными или разговорными глаголами, выступающими как инструменты комического: *зарубежное СМИ фейлит; США умудрились перероскомнадзорить Россию; Штаты заддосили; Байден сморозил; Германия продолжает увиливать.*

¹³ Медиалингвистика в терминах и понятиях: словарь-справочник / под ред. Л. Р. Дускаевой. Москва, 2018. С. 55.

¹⁴ см. Багдарсян Т. О. Тональность как компонент модели речевого жанра (на материале речевого жанра «угроза»). Жанры речи. Вып. 3. Саратов, 2002. С. 240–245, Васильева В. В., Иванова Л. Ю. Шутливая тональность как инструмент организации взаимодействия в новостном телевизионном коммуникате // Медиалингвистика. 2020. № 7 (2). С. 212–224. DOI: 10.21638/spbu22.2020.205, Карасик В. И. Языковые ключи. Москва: Гнозис, 2009. 520 с.

Итак, юмористическая креативность телеграмеров позволяет им встраивать комическую ответственность не только на собственно диалогическую ось позиционирования субъекта речи (при оценке речевой активности Другого), но и на референтную и модусную оси. Иными словами, комическая ответственность (а следовательно, оценка) в текстах международного информирования «втягивает» в метатекстовую рамку референциальные и модусные смыслы, что усложняет диалогическую структуру небольших по объему постов, позволяет емко, компрессировано придать оценку сообщаемому, а также вовлечь в коммуникацию подписчиков или спровоцировать ответственность со стороны других каналов.

Литература

1. Багдарасян Т. О. Тональность как компонент модели речевого жанра (на материале речевого жанра «угроза»). Жанры речи. Вып. 3. Саратов, 2002. С. 240–245.
2. Бахтин М. М. Эстетика словесного творчества. Москва, 1979. 423 с.
3. Васильева В. В., Иванова Л. Ю. Шутливая тональность как инструмент организации взаимодействия в новостном телевизионном коммуникате // Медиалингвистика. 2020. № 7 (2). С. 212–224. DOI: 10.21638/spbu22.2020.205
4. Дускаева Л. Р. Диалогическая природа газетных речевых жанров. Санкт-Петербург: С.-Петерб. ун-т, 2012. 274 с.
5. Дускаева Л. Р. Стилистический анализ в медиалингвистике: Монография. Москва: ФЛИНТА, 2019. 340 с.
6. Иванова Л. Ю. Глаголы речи как языковой ресурс позиционирования субъекта речи в международном медиадискурсе // Медиа в современном мире: 58-е Петербургские чтения: сб. материалов Межд. науч.форума: в 2-х тт. Санкт-Петербург: Изд-во Санкт-Петербургского университета, 2019. Т. 2. С. 179–181.
7. Иванова Л. Ю. Интернет-мем как элемент формирования комической ответственности в канале мессенджера // Язык, право и общество в координатах массмедиа: сб. мат-лов III Межд. науч. конф. Москва, 2020. С. 172–175.
8. Карасик В. И. Языковые ключи. Москва: Гнозис, 2009. 520 с.
9. Коноплев Д. Э. Telegram как новая среда коммуникации в СМИ и соцсетях // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2017. № 3 (25). С. 198–199.
10. Медиалингвистика в терминах и понятиях: словарь-справочник / под ред. Л. Р. Дускаевой. Москва, 2018. 440 с.
11. Панченко Н. Н. Лингвистическая реализация комического в английском новостном дискурсе: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04 / Иркут. гос. лингвистич. ун-т. Иркутск, 2005. 21 с.
12. Санников В. З. Русский язык в зеркале языковой игры. Москва: Языки русской культуры, 1999. 541 с.
13. Attardo S. (Ed.) The Routledge Handbook of Language and Humor. New York: Routledge, 2017. 554 p.
14. Ivanova L. Yu. Russian-German Relations in the Discourse of the Modern Russian Press: Linguistic Aspects. Media Linguistics. 2017. № 1 (16). С. 96–108.

SPEECH MARKERS OF HUMOROUS RESPONDING IN INTERNATIONAL INFORMING VIA NEW MEDIA FORMS

L. Yu. Ivanova

Saint Petersburg State University
Saint Petersburg, Russia

Abstract. *The article, based on the general method of media linguistics, analyzes the specifics of the metatext framing of publications in Russian anonymous Telegram channels about politics. The search for markers of humorous responding is organized on three semantic axes – referential, modus, and dialogic. Empirical material is the texts of international informing, that have a multi-layered dialogicity due to the peculiarities of the subject of coverage. It is found that the metatext frame is constructed not only by the conventional means of the metatext reaction to the speech activity of Another, but also with the help of response-evaluative elements in relation to the representative of another semantic position in the referential and modus aspects of the text. The tools that help to "embed" the response to all these levels are the resources of the humour.*

Keywords: *media discourse, international informing, Telegram, humorous responding, speech markers, metatext.*

For citation: Ivanova L. Yu. Speech Markers of Humorous Responding in International Informing via New Media Forms. *Journal of Russian Studies*. 2021;2(2):114–120. (In Russian)

References

1. Attardo, S. (Ed.) (2017). *The Routledge Handbook of Language and Humor*. New York: Routledge.
2. Bagdasarjan, T.O. (2002) *Tonal'nost' kak komponent modeli rechevogo zhanra (na materiale rechevogo zhanra «ugroza»)* [Tonality as a component of the speech genre model (on the material of the speech genre "threat")]. In: *Zhanry rechi [Genres of speech]*. Saratov. Vol. 3. Pp. 240–245. (In Russian).
3. Bakhtin, M. M. (1979) *Estetika slovesnogo tvorcestva* [Aesthetics of verbal creativity]. Moscow. 423 p. (In Russian).
4. Vasileva, V. V., Ivanova, L. Yu. (2020). *Shutlivaia tonal'nost' kak instrument organizatsii vzaimodeistviia v novostnom televizionnom kommunikate* [Facetious tone as a technique for organization of interaction in news television communicate]. In *Medialingvistika [Media Linguistics]*, 7 (2), 212–224. (In Russian) DOI: 10.21638/spbu22.2020.205
5. Duskaeva, L. R. (2012) *Dialogicheskaia priroda gazetnykh rechevykh zhanrov* [The dialogical nature of newspaper speech genres]. Saint Petersburg: Saint Petersburg State University. 274 p. (In Russian).
6. Duskaeva, L. R. (2019) *Stilisticheskii analiz v medialingvistike: Monografiia* [Stylistic analysis in media linguistics: Monograph]. Moscow: FLINTA. 340 p. (In Russian).
7. Ivanova, L. Yu. (2017) *Russian-German Relations in the Discourse of the Modern Russian Press: Linguistic Aspects*. *Media Linguistics*. 1 (16). P. 96–108. (In Russian).

8. Ivanova, L.Yu. (2019) *Glagoly rechi kak iazykovoi resurs pozitsionirovaniia sub'ekta rechi v mezhdunarodnom mediadiskurse* [Verbs of speech as a language resource for positioning the subject of speech in the international media discourse]. In: *Media v sovremennom mire: 58-e Peterburgskie chteniia: sbornik materialov Mezhdunarodnogo nauchnogo foruma [Media in the Modern World: 58th St. Petersburg Readings: proceedings of the International Scientific Forum]: in 2 vols.* Saint Petersburg: Saint Petersburg State University. Vol. 2. P. 179–181. (In Russian).

9. Ivanova, L. Yu. (2020) Internet-mem kak element formirovaniia komicheskoi otvetnosti v kanale messendzhera [Internet meme as an element of forming a humorous response in the messenger channel]. In: *Iazyk, pravo i obshchestvo v koordinatakh massmedia: sbornik materialov III Mezhdunarodnoi nauchnoi konferencii [Language, Law, and Society in Mass Media Coordinates : proceedings of the III International Scientific Conference]*. Moscow. P. 172–175. (In Russian).

10. Karasik, V. I. (2009) *Iazykovye kliuchi* [Language keys]. Moscow: Gnozis. 520 p. (In Russian).

11. Konoplev, D. E. (2017) *Telegram kak novaia sreda kommunikatsii v SMI i sotssetiakh* [Telegram as a new communication sphere in the media and social networks]. In: *Znak: problemnoe pole mediaobrazovaniia [Sign: the problem field of media education]*. 3 (25). P. 198–199. (In Russian).

12. *Medialingvistika v terminah i ponyatiyah: slovar'-spravochnik* [Media linguistics in terms and concepts: dictionary-reference] (2018). Edited by L. R. Duskaeva. Moscow. 440 p. (In Russian).

13. Panchenko, N. N. (2005) *Lingvisticheskaya realizaciya komicheskogo v anglijskom novostnom diskurse* [Linguistic realization of the comic in English news discourse]. Dis. PhD. Irkutsk. 21 p. (In Russian).

14. Sannikov, V. Z. (1999) *Russkii iazyk v zerkale iazykovoi igry* [Russian language in the mirror of the language game]. Moscow: Iazyki russkoi kul'tury. 541 p. (In Russian).

Автор публикации

Иванова Любовь Юрьевна – кандидат филологических наук, старший преподаватель кафедры медиалингвистики Института «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций» Санкт-Петербургского гос. университета, Россия.
E-mail: l.y.ivanova@spbu.ru

Author of the publication

Ivanova Liubov Yurevna – PhD, Assistant Professor, Department of Media Linguistics in School of Journalism and Mass Communication, St. Petersburg State University, Russia.
E-mail: l.y.ivanova@spbu.ru

Поступила в редакцию 05.04.2021

Принята к публикации 10.04.2021

ЯЗЫКОВАЯ РЕАЛИЗАЦИЯ КОММУНИКАТИВНЫХ СТРАТЕГИЙ И ТАКТИК В ТЕЛЕВИЗИОННЫХ ТЕКСТАХ ПОЛИТИЧЕСКОЙ НАПРАВЛЕННОСТИ

В. В. Свистак

svistak.victoria@gmail.com

Пермский государственный национальный
исследовательский университет
г. Пермь, Россия

Аннотация. *Сообщение посвящено анализу современной телевизионной речи, звучащей в рамках популярных передач на ведущих государственных телевизионных каналах. Главная задача исследования заключается в выявлении, описании и систематизации коммуникативных стратегий и тактик, которыми журналисты-ведущие пользуются в процессе развертывания своего диалога с оппонентами (гостями студии, экспертами).*

Воздействующая направленность речи особенно востребована в политической деятельности, которая, как известно, с давних времен непосредственно влияла на жизнь общества. В современном мире эта связь стала еще сильнее из-за повсеместного распространения средств массовой информации. Теперь общество незамедлительно узнает о важных политических событиях и быстро реагирует на них, что заставляет власть так же быстро отвечать на эту реакцию.

Утверждается, что речь современных тележурналистов, работающих в рамках политического медиадискурса и особенно ведущих передачи в жанре ток-шоу, зиждется на сознательном использовании широкого круга оценочных средств и приемов воздействующего характера, актуализирующих в телевизионной речевой практике специфические стратегии и тактики, направленные на реализацию в рамках общения такой же – воздействующей – функции.

Выяснилось, что одна из самых любимых коммуникативных стратегий в политическом ток-шоу – это стратегия подчинения (подавления). Причем подчинение реализуется обычно через несколько вспомогательных тактик такого же характера – ‘дискредитацию’, ‘намеренное уничтожение’, ‘аннулирование ответной реакции’, ‘угрозу’, ‘запугивание’ и под.

Ключевые слова: *коммуникативные стратегии и тактики, политический медиадискурс, оценочные средства.*

Для цитирования: Свистак В. В. Языковая реализация коммуникативных стратегий и тактик в телевизионных текстах политической направленности. *Российские исследования.* 2021;2(2):121–130.

Сегодня медиа являются зеркалом социокультурных изменений и носителями ценностных доминант, которые влияют на все стороны жизни общества, в том числе на его консолидацию, формирование национальной идентичности, политические и морально-нравственные взгляды отдельных людей. Среди молодежи бытует мнение, что телевидение утрачивает статус источника достоверной информации. Мы решили провести небольшой опрос в социальной сети Instagram и выяснить, каким медиа пользователи этого канала отдают предпочтение сегодня. В современную эпоху интернет-коммуникация стала массовой, притом всевозрастной.

Всего в голосовании приняло участие 45 человек, от 14 до 30 лет. Респондентам был задан вопрос: какому источнику информации вы доверяете больше всего? Мы предложили четыре варианта формулировок ответа: 1) новостные и официальные сайты в Интернете; 2) телевидение; 3) социальные сети, блоги; 4) общение с людьми.

В результате были получены следующие данные: 53% опрошенных отдали предпочтение новостным и официальным сайтам в Интернете, по 18% голосов получили социальные сети и общение с людьми, лишь 11% испытывают доверие к телевидению. Таким образом, новости в социальных сетях и блогах известных людей вызывают больше доверия, чем информация с экранов телевизоров. Возможно, это связано с ограничениями, которые накладываются на те или иные телепередачи властными структурами в виде политической цензуры; особенно такая цензура заметна на федеральных каналах (если сравнивать новостные блоки телевизионных и интернет-каналов).

И все-таки многие современные специалисты сходятся во мнении, что одним из самых интересных типов медиадискурса является *телевизионный дискурс*. Заметим, что в наши дни отечественное телевидение перенасыщено передачами, посвященными политическим вопросам современной жизни, есть и такие передачи, которые не являются собственно политическими, но все равно несут в себе политический подтекст. Так, можно вспомнить рекламу с участием звезд шоу-бизнеса, которые призывали голосовать за поправки к Конституции РФ, хотя напрямую об этом, конечно, не говорили. «Политичность» телевидения может быть связана и с пропагандистскими целями власти, и с тем, чтобы привлечь граждан России к политической активности. Поэтому можно говорить о телевизионном медиадискурсе как разновидности политического дискурса.

В последнее время, в связи с ростом политической напряженности в мире и внутри страны, в рамках политических телепередач наблюдается рост речевой агрессии. По мнению В. А. Масловой, политик должен подбирать такие языковые средства в своих текстах, которые бы смогли донести до массового сознания все необходимые смыслы и не нарушить при этом этических норм публичной речи¹. Усиление агрессии в рамках телевизионного дискурса рассматривается многими учеными как разрушение традиционных канонов уважительной диалогичности журналистской коммуникации (см.: Почепцов; Вепрева; Дымарский; Базылев, Грибачева, Глушкова и др.). Чаще всего журналисты прибегают к ярким высказываниям не только потому, что стремятся удержать внимание адресата, но и потому, что стремятся «удивить, шокировать аудиторию, бросить вызов самому обществу и принятой, устоявшейся системе ценностей»². Иначе говоря, речевая выразительность часто переходящая в речевую эпатажность – один из активно функционирующих в современной журналистике инструментов речевого воздействия.

Проблема речевого воздействия волнует многих исследователей – лингвистов, психологов, философов, педагогов и др. О. С. Иссерс считает, что «под речевым воздействием – в широком смысле – понимают речевое общение, взятое в аспекте его целенаправленности, мотивационной обусловленности»³.

Часто в политических телепередачах обсуждают серьезные проблемы, чрезвычайные ситуации, актуальные новости, которые волнуют не только участников дискуссии, но и весь мир. Поэтому современный политический телевизионный дискурс характеризуется повышенной эмоциональностью и даже накалом «страстей». Поскольку в студии обычно собираются эксперты, политические и общественные деятели разных взглядов и убеждений, то речь участников изобилует оценочной лексикой. Кроме того, сам телевизионный ведущий пользуется специальными речевыми стратегиями и тактиками для поддержания контроля над собеседниками и воздействия на массовую аудиторию.

¹ Маслова В. А. Политический дискурс: языковые игры или игры в слова? // Политическая лингвистика. Вып. 1 (24). Екатеринбург, 2008. С. 43–48.

² Грибачева Н. В., Глушкова Н. М. Конвергентная журналистика и журналистика погружения: обзор стратегий (де)легитимации // *Жанры и типы текста в научном и медийном дискурсе*. Пастухов А. Г. (ред.). Вып. 16. Орел: Орловский гос. ин-т культуры, 2019. С. 49.

³ Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи: монография. 3-е изд. Москва: ЛКИ, 2008. С. 21.

Мы охарактеризуем оценочные единицы, их функции и средства выражения в политическом медиадискурсе на примере двух телепередач. Одной из таких является социально-политическое ток-шоу «60 минут», где «ведущие и гости программы обсуждают главную тему текущего дня» (данные взяты с <https://russia.tv/>). Эта передача выходит на телеканале «Россия-1» с 2016 года, её ведущими являются супруги Ольга Скабеева и Евгений Попов. Также, мы обратимся к авторскому общественно-политическому ток-шоу «Вечер с Владимиром Соловьевым», которое выходит на телеканале «Россия-1» с 2012 года. По словам самого В. Р. Соловьева, здесь представляются несколько форматов: от интервью «один-на-один» до «круглого стола». Автор проекта заявляет о столкновении нескольких позиций и надеется на достаточную остроту программы.

Введём понятие категории *оценки*, которое в «Стилистическом энциклопедическом словаре» определяется как «совокупность разноуровневых языковых единиц, объединенных оценочной семантикой и выражающих положительное или отрицательное отношение автора к содержанию речи»⁴. Оценка является формирующим фактором картины мира реципиентов.

Е. А. Вольф выделяет следующие виды оценки: положительную и отрицательную; рациональную и эмоциональную; абсолютную и сравнительную; оценки по модальности *de dicto* и *de re*.

Было установлено, что в политическом дискурсе, и в том числе в телевизионных текстах, отрицательная оценка более частотна, в связи с чем в нашей работе этому типу оценки и оценочных средств уделено основное внимание.

Часто *отрицательная* оценка выражается с помощью иронии, языковой игры, разнообразных средств речевой выразительности. Нами были выявлены и описаны несколько видов оценки и особенности их выражения в политическом телетексте.

Эмоциональная оценка, например, выражается с помощью экспрессивных частиц, междометий, слов со сниженной окраской и средств речевой выразительности. *Сравнительная* оценка выражается такими средствами, которые на синтаксическом или семантическом уровне предполагают два (чаще противоположных) компонента. Оценка в модальности *de dicto* выражается наречия-

⁴ Стилистический энциклопедический словарь русского языка / под ред. М. Н. Кожинной; члены редколлегии: Е. А. Баженова, М. П. Котюрова, А. П. Сквородникова. 2-е изд., стереотип. Москва: Флинта: Наука, 2011. С. 139.

ми, глаголам, модальными выражениями, а в модальности *de re* – прилагательными, предикативными выражениями со значением оценки или семантикой самого высказывания.

Т. А. Графова, рассматривая эмотивно-оценочные отношения сквозь призму речевых стратегий, выделяет разные типы эмотивных (оценочных) предикатов. При этом исследовательское внимание сосредоточено на отрицательных предикатах, так как последние, по мнению ученого, шире представлены в языковой практике и обладают большей дробностью, чем положительные, которые обычно воспринимаются человеком как норма. Все выделенные эмотивные предикаты Т. А. Графова относит к функциональным особенностям оценки. Перечислим их.

1. Эмотивный предикат **презрение**. Презрение возникает в связи с нарушением объектом оценки морально-этических норм, которых придерживается субъект (общество), либо в связи с осознанием превосходства субъекта над объектом (принадлежность к разным классам и пр.). В качестве эмоционального компонента здесь выступает: раздражение, злость, гнев, ярость. Ср.:

– Но у нас в единственной в мире стране, где есть работающие бедные. То есть человек он работает, у него есть зарплата, но он бедный, нищий. Это результат вот этих пагубных либеральных реформ. Вы вообще ничего не добились, понимаете? Сократили население, сократили населенные пункты и считаете, что у вас это достижение.

Здесь возмущение А. Степаняна, политолога, члена Академии геополитических проблем, выражается презрительной оценкой либеральных реформ, которые усугубляют жизнь людей и экономическую ситуацию в стране.

2. Эмотивный предикат **пренебрежение**. Пренебрежение, как правило, связано с личностными, а не социальными нормами, с субъективным представлением конкретной личности, с отсутствием ценности объекта для субъекта и даже со стремлением последнего избежать контакта с объектом. Ср.:

– Мне все равно, что говорит Зеленский – это генератор случайных политических терминов!

Я. Соколовская показывает свое пренебрежительное отношение к новому президенту Украины, выставляя его немыслящим, непрофессиональным, «слабым» политиком.

3. Эмотивный предикат **уничужение**, который появляется при несоответствии объекта оценки определенным «образцам» или признакам класса, к которому принадлежит субъект. Также, униужение может являться результатом намеренного желания «унизить» объект оценки. В нижеприведенной цитате по смыслу мы определяем функцию униужения, т.к. лексема «персонажи» говорит о явном несоответствии лица неким требованиям говорящего субъекта, поэтому он дает униужительную оценку. Также здесь ощущается, может, и не конкретное желание униужить объект, но задеть точно. Ср.:

– *Каждый раз на президентских выборах также возникали персонажи, которые точно не могли выиграть, но казалось, вот они. Сейчас вам отведена эта роль? Чтобы потом что, после выборов вы стали новым Жириновским?* (В. Соловьев. Вечер с Владимиром Соловьевым, 23.11.2017).

4. Эмотивный предикат **неодобрение** характеризуется рациональностью и «наименьшим накалом страстей». Субъектом неодобрения чаще всего выступает лицо, которое всюду видит нарушение правил, считает, что все в мире должно быть упорядочено. Ср.:

– *Зеленский выбран по приколу. Он технический кандидат, финансируемый Коломойским, и он нечаянно вырвался вперед. Вы ждете от этого человека каких-то реформ? Он не понимает, что там происходит.*

Александр Чаленко, журналист, обозреватель портала «Ukraina.ru», не одобряет кандидатуру В. Зеленского в качестве президента Украины.

5. Эмотивный предикат **осуждение**, представляющий собою вариант неодобрения. Появляется закономерный вопрос: в чем отличие осуждения от одобрения? Дело в том, что при осуждении субъект оценки убежден, что объект сознательно нарушает юридический закон или социальную норму. Тогда субъект – «строгий судья» или «моралист», а объект – «преступник» или «нарушитель традиций». Ср.:

– *Прозвучали шокирующие данные, в этом огромном торговом центре за пожарную безопасность отвечал человек, который учился в ПТУ на повара. То есть он вообще, наверное, не имел представления о том, как устроена пожарная безопасность.*

В данном случае выражается отрицательная оценка действиям объекта, который занимал несоответствующую своему образованию должность. Субъект (Е. Попов) осуждает отвечающего за

пожарную безопасность человека, используя эмоционально-психологическую оценку (шокирующие данные) и противопоставление, которое не может являться адекватным в рациональном плане (возникает вопрос: как может повар отвечать за пожарную безопасность?).

б. Кроме того, в текстах медиакоммуникации интересно проявляется функция **порицания**. По мнению субъекта оценки, объект совершил ошибку или промах по незнанию, случайно, поэтому субъект старается не только констатировать проступок, но и объяснить, в чем именно заключалась ошибка объекта, чтобы впредь подобных ситуаций не было. В отношении порицания субъект выступает доброжелательным лицом, наставником, а объект – незнающим «правил игры», например, это может быть ребенок или иностранец. Ср.: Скабеева О. (ведущая):

– То есть с Вовой будет лучше, чем с Петром Порошенко?

Кот Ю. (лидер общественного движения русских украинцев «Парус»):

*– А вот не факт. В этом-то вся проблема, что не факт, потому что **порядочный человек – это еще не профессия! ... Ну, какой украинский язык учить, когда война идет в стране, о чем они вообще говорят, о чем они бредят?!***

Трюхан В. (председатель правления общественной организации «Европейское движение Украины»):

*– **Своего президента нужно критиковать у себя дома, а здесь нужно отстаивать интересы страны! ... На любого политика можно такие кадры найти, что не дай бог!***

Вадим Трюхан не одобряет мнение своего соотечественника Юрия Кота, который критически высказывается в сторону украинской политической власти. В. Трюхан, как и полагается при порицании, дает совет Ю. Коту, говоря о том, что на территории чужой страны необходимо защищать свое государство, а не указывать на его недостатки.

Поскольку в студии обычно собираются эксперты, политические и общественные деятели разных взглядов и убеждений, то речь участников и журналистов-ведущих является нарочито оценочной. Кроме того, избираемые журналистом коммуникативные стратегии и тактики по своей направленности являются максимально оценочными, в результате чего весь вербальный текст по-

литических ток-шоу отличается изначально заданной оценочной напряженностью, часто доходящей до речевой эпатажности.

Литература

1. *Базылев В. Н.* Инвективность медийного языка: логика понятия и оценочные коннотации // *Жанры и типы текста в научном и медийном дискурсе*. Вып. 16. Орел: Орловский гос. ин-т культуры, 2019. С. 30–43.

2. *Вепрева И. Т.* О кодифицированной норме в современной культурно-речевой ситуации: норма и мода // *Русский язык сегодня*. Вып. 4. Проблемы языковой нормы. Москва: Ин-т русского языка им. В. В. Виноградова РАН, 2006. С. 111–119.

3. *Вольф Е. М.* Функциональная семантика оценки. Изд. 2-е, доп. Москва: Едиториал УРСС, 2002. 280 с. (Лингвистическое наследие XX века.)

4. *Грибачева Н. В., Глушкова Н. М.* Конвергентная журналистика и журналистика погружения: обзор стратегий (де)легитимации // *Жанры и типы текста в научном и медийном дискурсе*. Вып. 16. Орел: Орловский гос. ин-т культуры, 2019. С. 44–54.

5. *Дымарский М. Я.* Речевая культура и речевая манера (к проблеме оценки нормативности речевой практики) // *Русский язык сегодня*. Вып. 4. Проблемы языковой нормы. Москва: Ин-т русского языка им. В. В. Виноградова РАН, 2006. С. 173–186.

6. *Иссерс О. С.* Коммуникативные стратегии и тактики русской речи: монография. 3-е изд. Москва: ЛКИ, 2008. 288 с.

7. *Маслова В. А.* Политический дискурс: языковые игры или игры в слова? // *Политическая лингвистика*. Вып. 1 (24). Екатеринбург, 2008. С. 43–48.

8. *Почепцов Г. Г.* Информационно-политические технологии. Москва: Центр, 2003. 348 с.

9. *Стилистический энциклопедический словарь русского языка* / под ред. М. Н. Кожинной; члены редколл.: Е. А. Баженова, М. П. Котюрова, А. П. Сковородникова. 2-е изд., стереотип. Москва: Флинта: Наука, 2011. 696 с.

10. *Человеческий фактор в языке: языковые механизмы экспрессивности* / Ин-т языкознания; Отв. ред. В. Н. Телия. Москва: Наука, 1991. 214 с.

LINGUISTIC IMPLEMENTATION OF COMMUNICATIVE STRATEGIES AND TACTICS IN TELEVISION TEXTS OF A POLITICAL ORIENTATION

V. V. Svistak

Perm State National Research University
Perm, Russia

Abstract. *The message is devoted to the analysis of modern television speech, which sounded in the framework of popular programs on the leading state television channels. The main task of the study is to identify, describe and systematize communication strategies and tactics that journalist-presenters use in the process of developing their dialogue with opponents (studio guests, experts).*

The influencing direction of speech is especially in demand in political activity, which, as you know, has directly influenced the life of society for a long time. In the modern world, this connection has become even stronger due to the ubiquity of the media. Now society immediately learns about important political events and quickly reacts to them, which makes the authorities respond just as quickly to this reaction.

It is argued that the speech of modern television journalists working within the framework of political media discourse and especially those leading programs in the genre of talk shows is based on the conscious use of a wide range of evaluative means and techniques of an influencing nature, which actualize specific strategies and tactics in television speech practice aimed at implementation within the framework of communication is the same - influencing - function.

It turned out that one of the most beloved communication strategies in political talk shows is the strategy of submission (suppression). Moreover, subordination is usually realized through several auxiliary tactics of the same nature - discrediting, deliberate humiliation, cancellation of the response, threat, intimidation, etc.

Keywords: *communication strategies and tactics, political media discourse, evaluative tools.*

For citation: Svistak V. V. Strategies and Tactics in Television Texts of a Political Orientation. *Journal of Russian Studies*. 2021;2(2):121–130. (In Russian).

References

1. Bazylev V. N. Invectivity of the media language: the logic of the concept and evaluative connotations. In: *Genres and types of text in scientific and media discourse*. Vol. 16. Orel: Oryol State Institute of Culture, 2019. Pp. 30-43. (In Russian).
2. Vepreva I. T. On the codified norm in the modern cultural and speech situation: norm and fashion. In: *Russian language today*. Issue 4. Problems of the language norm. Moscow: V. V. Vinogradov Institute of the Russian Language of the Russian Academy of Sciences, 2006. pp. 111-119. (In Russian).
3. Wolf E. M. Functional semantics of evaluation. 2nd Ed., add. Moscow: Editorial URSS, 2002. 280 p. (The linguistic heritage of the XX century.) (In Russian).
4. Gribacheva N. V., Glushkova N. M. Convergent journalism and immersion journalism: a review of strategies for (de)legitimization. In: *Genres and types of text in scientific and media discourse*. Vol. 16. Orel: Oryol State Institute of Culture, 2019. Pp. 44–54. (In Russian).
5. Dymarsky M. Ya. Speech culture and speech manner (to the problem of assessing the normativity of speech practice). In: *Russian language today*. Issue 4. Problems of the language norm. Moscow: Russian Russian Language Institute named after V. V. Vinogradov of the Russian Academy of Sciences, 2006. Pp. 173–186. (In Russian).

6. Issers O. S. *Communicative strategies and tactics of Russian speech: a monograph*. 3rd ed. Moscow: LKI, 2008. 288 p. (In Russian).
7. Maslova V. A. Political discourse: language games or word games? In: *Political linguistics*. Issue 1 (24). Yekaterinburg, 2008. Pp. 43–48. (In Russian).
8. Pocheptsov G. G. *Information and political technologies*. Moscow: Center, 2003. 348 p. (In Russian).
9. *Stylistic encyclopedic dictionary of the Russian language* / edited by M. N. Kozhina; members of the editorial board: E. A. Bazhenova, M. P. Kotyurova, A. P. Skovorodnikova. 2nd ed., stereotype. Moscow: Flint: Nauka, 2011. 696 p. (In Russian).
10. *The human factor in language: linguistic mechanisms of expression* / Institute of Linguistics; Ed. by V. N. Teliya. Moscow: Nauka, 1991. 214 p. (In Russian).

Автор публикации

Author of the publication

Свистак Виктория Васильевна – магистрант филологического факультета Пермского государственного национального исследовательского университета, г. Пермь, Россия.
Email: svistak.victoria@gmail.com

Victoria V. Svistak – Master's student of the Philological Faculty of the Perm State National Research University, Perm, Russia.
Email: svistak.victoria@gmail.com

Поступила в редакцию / Received 15.04.2021
Принята к публикации / Accepted 22.04.2021

ИСТОРИЧЕСКИЕ НАУКИ

УДК 94(57)

ПРОБЛЕМА СУБЪЕКТНОСТИ В ПОЛИТИЧЕСКИХ КОММУНИКАЦИЯХ РУССКОГО ГОСУДАРСТВА XVI–XVII ВВ.

С. А. Чернышов
1502911@mail.ru

Национальный исследовательский
Томский государственный университет
г. Томск, Россия

Аннотация. В статье рассматривается проблематика субъектности в политических коммуникациях Русского государства XVI–XVII вв. на примере интерпретаций похода Ермака и покорения Сибири. Показано, как исходя из собственных субъектных предпосылок различные акторы политических коммуникаций – Строгановы, московское правительство, Церковь, обобщенный «народ» – формируют некоторые интерпретационные системы, которые не только остаются в локальных текстах, но и попадают в летописи и иные документы общегосударственного значения. Делается вывод, что в сложной системе из различных субъектов политической коммуникации с их действиями и интересами «историческая реальность» не может рассматриваться как единожды случившаяся данность, но может быть интерпретирована как связанная эволюционирующая с течением времени система из трех элементов: «исторический факт – субъект политической коммуникации – текущая прагматическая ситуация».

Ключевые слова: Ермак, Сибирское ханство, Киприан, Строгановы, присоединение Сибири, Иван Грозный, политические коммуникации.

Благодарности. Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 19-39-60002\19.

Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ и Челябинской области в рамках научного проекта № 20-412-740004.

Для цитирования: Чернышов С. А. Проблемы субъектности в политических коммуникациях Русского государства XVI–XVII вв. *Российские исследования.* 2021;2(2):131–140.

Коммуникативные практики прошлого традиционно являются предметом интереса как исторической, так и филологической науки. Однако если первая предпринимает попытку определить на основе анализа этих символических сигналов некую достоверную «историческую реальность», то вторая воспринимает такие смысловые системы как форму интерпретации прошлого и (или) настоящего, «преданий, творимых в рамках словесности»¹. Указанное концептуальное различие подходов к анализу социально-политических коммуникаций прошлого ведет к тому, что филологи, фольклористы и культурологи продвинулись в анализе коммуникативных практик гораздо дальше историков, которых обычно интересует не субъективная сторона коммуникации или структура текста, а заложенные в нем смыслы в широком объективно-временном контексте (принцип историзма).

Вместе с тем, представляется, что междисциплинарные исследования исторических событий (дискурсов) с учетом фактора субъектов политических коммуникаций, интерпретирующих эти события, представляет интерес не только для филологии, но и для исторической науки. Цель настоящей работы – демонстрация сложноустроенного характера политических коммуникаций в Русском государстве XVI–XVII вв. на примере дискурсов о присоединении Западной Сибири. Методологическими основаниями исследования являются концепции Ю. М. Лотмана (о тексте как точке пересечения интересов создателя, аудитории и структурных элементов коммуникации²) и Н. Д. Арутюновой (теория прагматической коммуникативной ситуации, согласно которой за любой коммуникацией стоит сложная система социальных взаимоотношений³). Для анализа политических аспектов коммуникаций мы опираемся на концепцию символической власти П. Бурдьё, согласно которой власть – это одновременно и возможность коммуникаций в единой системе ценностей, и навязывание определенной модели интерпретации устройства общества и государства, а также текущих и прошедших исторических событий⁴.

Важно подчеркнуть, что в таком понимании символическая власть не идентична власти политической. При наличии единой

¹ *Виролойнен М.* Исторические метаморфозы русской словесности. Санкт-Петербург: Амфора, 2007. С. 14

² *Лотман Ю. М.* Культура и взрыв. Москва: Процесс, Гнозис, 1992. С. 178.

³ *Арутюнова Н. Д.* Фактор адресата // Известия АН СССР. Сер. лит. и яз. 1981. Т. 40. № 4. С. 361.

⁴ Власть как политическая коммуникация: материалы методологического семинара / отв. ред. Л. Н. Тимофеева. М.: Изд-во РАГС, 2010. С. 15.

«системы координат», прагматичных целевых установок и возможности навязывания этих идей в устных или письменных коммуникациях, символической властью может обладать не только монарх, но и представители промышленной элиты, Церковь и даже обобщенный «народ». Взаимодействуя не вертикально (правительство интерпретирует, а остальные – исполняют), а в основном горизонтально, взаимно влияя друг на друга, идеи и элементы политических коммуникаций, навязываемые разными субъектами, формируют искомую «историческую реальность». Она не является раз и навсегда зафиксированной, скорее, к ней нужно подходить с процессуальных оснований. Таким образом, уже в рассматриваемый период политические коммуникации в Русском государстве не могут быть рассмотрены упрощенно, как однонаправленные акты московского правительства, но должны интерпретироваться как результат многовекторного влияния различных субъектов – а значит, нам необходимо иметь в виду их цели и установки.

Проблема проявляется, в том числе, в коллективных интерпретациях присоединения Западной Сибири к Русскому государству, в том числе конструировании образа Ермака. Рассмотрим на примере этой фигуры содержательную и технологическую особенности проявления субъектности разных групп влияния в политических коммуникациях Русского государства XVI–XVII вв.

Фигура Ермака во многом уникальна для отечественной истории. Это один из немногих исторических персонажей, который, не будучи представителем политической элиты, тесно связывается с событием общегосударственного значения – началом покорения Сибири. Само это событие по разным причинам в первые десятилетия оказалось за пределами внимания официальных трактовок (и потому стало полем для интерпретаций различных субъектов политических коммуникаций). Сравним, например, покорение Сибири с покорением Казани. Митрополит Макарий, встречая Ивана Грозного из похода на Казанское ханство, сразу вписывает случившееся в общий контекст российской истории: «великому князю Владимиру, просветившему Рускую землю святмъ крещениемъ, и многих иноплеменныхъ победить, достохвальному же великому князю Димитрию на Дону варвары победить, и святому Александру Невскому Латынь победить. Но тебе же ... превзыде свыше Божиа благодать: царствующий градъ Казан-

ский со всеми окрестными тебе дарова»⁵. Напротив, Ермак (как и упоминание о покорении Сибири) в официальном документе впервые встречается в противоречивом контексте – в «опальной» грамоте царя Ивана Васильевича Максиму и Никите Строгановым: «а не вышлете изъ остроговъ своихъ в Пермь волжскихъ казаковъ, Атамана Ермака Тимофеева... Намъ въ томъ на васъ опала своя положить большая»⁶.

Поэтому неудивительно, что на первом этапе доминирующую роль в конструировании образа Ермака и покорения Сибири играет не государство, а промышленники Строгановы. Согласно официальной истории рода Строгановых, именно Анике Федоровичу Строганову в конце 1560-х гг. впервые приходит мысль о присоединении Сибири: «а не возможно ль ему, каким было образом, столь близко лежащую от российских границ землю Сибирскую или часть оной... присовокупить к Российской державе»⁷. В том же виде версия об инициаторах похода переключивается в Сибирские летописи, которые были написаны либо во владениях Строгановых, либо под их влиянием. Так, в Строгановской летописи (по списку Спасского) идея присоединения Сибири принадлежит царю, но организаторы похода – Строгановы: «И вложи Богъ благочестивому государю царю во умъ распросити своего государства ведущихъ людей про ту страну, и повель государь предъ собою поставити Якова и Григорья Строгановыхъ и распроси ихъ, како бы оберегати Пермская земля отъ нашествия Сибирскихъ людей и Кучюму бы салтану чемъ теснота ему учинити»⁸. Строгановская летопись (по Афанасьевскому списку) объясняет нам, что именно Строгановы «призвали» Ермака с Поволжья, и это не было вольным выбором самих казаков: «в лето 7087, апреля въ 7 день, Семень и Максимъ и Никита Строгановы призваша волскихъ казаковъ Ермака Тивофеева с товарищи в Чюсовские городки на спомогание против неверныхъ»⁹. Это первая трактовка похода: «Ермак – посланник Строгановых».

Государство для внутреннего пользования сформулировало свою версию покорения Сибири и трактовку фигуры Ермака значи-

⁵ Полное собрание русских летописей: в 43 т. Т. 13. Летописный сборник, именуемый Патриаршею или Никоновскою летописью. Анкт-Петербург: Тип. И. Н. Скороходова, 1904. С. 226

⁶ Кузнецов Е. В. Библиография Ермака. Тобольск: [Б. и.], 1891. С. 5

⁷ 1000 лет русского предпринимательства: Из истории купеческих родов. Москва: Современник, 1995. С. 43.

⁸ Сибирские летописи. Краткая сибирская летопись (Кунгурская). Рязань: Александрия, 2008. С. 1

⁹ Там же. С. 98.

тельно позднее, только во второй половине XVII в., однако в дипломатической переписке некоторые идеи об этом появляются уже в конце XVI в. Уже в августе 1585 года, в инструкции русским послам в Швецию, формируется следующая официальная позиция относительно событий в Зауралье: «А нечто спросят про Сибирь, а хотя и не спросят, и имъ в розговорахъ про Сибирь гоорити <...> государь нашъ <...> позволилъ на Сибирь идти казакомъ, и казаки государевы, исх Перми шодъ, Сибирское царство взяли, и Сибирский царь Кучюмъ убежал в поле, и ныне государь на него послалъ рать свою»¹⁰. Эта версия присутствует в Новом летописце: «а къ Ермаку повелъ государь написати на отаманомъ, но княземъ Сибирскимъ»¹¹, а также в Есиповской летописи (по Довлатовскому списку): «а Ермака повеле государь написат в грамотах сибирским княземъ»¹².

Впрочем, идея о том, что «Ермак – князь Сибирский» волею русского царя, довольно быстро сходит на нет, однако образ Ермака как исполнителя государственной воли перетекает затем в официальную академическую трактовку похода. В протоколах исторического собрания Академии от 3 и 6 июня 1748 года читаем следующее: «господин профессор Ломоносов мнит, что подлинно неизвестно, для себя ли Ермак воевал Сибирь или для всероссийского самодержца, однако сие правда, что он потом поклонился ею всероссийскому монарху того раде, буде оные рассуждения, которые об его делах с некоторым похулением написаны, не могут быть применены, лучше их выкинуть»¹³. Итак, с точки зрения государственной академии наук, образца середины XVIII в., любые трактовки похода Ермака, кроме государственных, – нежелательны.

Еще один субъект политических коммуникаций этого периода – Церковь. В отношении интерпретаций похода Ермака роль Церкви следует оценивать, прежде всего, по делам и идеям первого архиепископа Сибирского и Тобольского Киприана, который в 1621 году ввел еженедельное упоминание Ермака и казаков в Софийской церк-

¹⁰ Сборник Императорского Русского Исторического Общества. В 148 т. Т. 129: Памятники дипломатических сношений древней России с державами иностранными: Памятники дипломатических сношений Московского государства со Шведским государством: Ч. 1: 1556–1586 гг. Санкт-Петербург: [Б. и.], 1910. С. 414

¹¹ Полное собрание русских летописей: в 43 т. Т. 14. Повесть о честнем житии царя и великаго князя Феодора Ивановича всея Руссии. Новый летописец, Санкт-Петербург, 1910. С. 33.

¹² Полное собрание русских летописей: в 43 т. Т. 36, ч. 1. Сибирские летописи. Группа Есиповской летописи. Москва: Наука, 1987. С. 74.

¹³ Введенский А. А. Строгановы, Ермак и завоевание Сибири // Исторический сборник Киевского государственного университета. 1949. № 2. С. 44.

ви, а затем руководил составлением «Синодника Ермаковым казакам» (1622 год). Киприану в новообразованной епархии очевидно нужен был образ героя общегосударственного значения, а также «патрон для новокрещенных земель»¹⁴. Поэтому поход Ермака в церковной трактовке – едва ли не деяния святого воинства, которому свойственны чудеса: «бе бо от Ермакова тела и от платья чудо-творение, болезненным исцеление, родительницам и младенцем на отгнание недугом, на войне и в промыслах удача. Се же видев обызы и мурзы, что закон их скверен и предстает чудо-творение, запретиша всем от мала и до велика же поминать имя Ермаково»¹⁵. В результате уже в 1636 году общегосударственное прославление казаков утверждается царем Михаилом Федоровичем и патриархом Филаретом, и в том же году составляется Есиповская летопись, где казаки, в том числе, прославляются за подвиг приведения «бессурманской» Сибири к христианству. Казаки в повести – «избранники Бога, исполнители его воли, верные слуги царя»¹⁶.

Наконец, свою роль в интерпретациях «Сибирского взятия» играет и народное творчество. Впервые возникая еще в конце XVI в. в народных преданиях о Ермаке, ключевые паттерны этой традиции стабильно существуют вплоть до настоящего времени. Ермак здесь – выходец из «простых людей», который идет в Сибирь не только затем, чтобы освободить ее от Кучума, но и чтобы найти свободные земли для казаков (крестьян, простого народа – в данном случае, неважно). В народной традиции Ермак – это воплощение «фантомных болей» о казачьей вольнице, реализующихся на фоне постепенного включения Донской области в единое российское социально-политическое пространство, закончившееся введением там системы единого имперского управления в 1721 году¹⁷. Поэтому в фольклоре Ермак в своих помыслах и действиях противопоставляется обобщенному «государству»¹⁸. К началу XX в.

¹⁴ *Соболева Л. С.* «Государев атаман» Ермак Тимофеевич: векторы идеализации // Древнерусское духовное наследие в Сибири: научное изучение памятников традиционной русской книжности на востоке России. Новосибирск, 2005. С. 188.

¹⁵ Полное собрание русских летописей: в 43 т. Т. 36, ч. 1. Сибирские летописи. Группа Есиповской летописи. Москва: Наука, 1987. С. 346.

¹⁶ *Дворецкая Н. А.* Официальная и фольклорная оценка похода Ермака в XVII в. // Труды отдела древнерусской литературы. Т. 15. Москва, Ленинград: Издательство АН СССР, 1958. С. 331.

¹⁷ *Тумилевич Т. И.* Донские исторические предания о Ермаке: автореф. дис. ... канд. ист. наук. Ростов-на-Дону: [Б. и.], 1980. С. 5.

¹⁸ *Азбелев С. Н.* Ранний фольклор о Ермаке Тимофеевиче и его предшественниках-казаках в соотношении с письменными историческими источниками // Русский фольклор XXX. Материалы и исследования. Санкт-Петербург: Наука, 1999. С. 101.

народная героизация Ермака достигает апогея. Характерны, например, такие тексты: «он с самых молодых лет показал многие опыты мужества и неустрашимости; но когда пришел в зрелый возраст, то деятельностью своей и искусством в военных упражнениях превосходил всех своих сверстников»¹⁹. А уже в середине XIX в. П. И. Небольсин, ехавший из Петербурга в Барнаул, констатирует: «в Тобольской и Персмкой губернии нет зажиточного дома, в котором бы не висело Ермакова портрета, или на холсте, или на дереве, а большею частью на железе, на подносах»²⁰.

Таким образом, видно, что на основе субъективных целей отдельных акторов политических коммуникаций интерпретация образа Ермака в частности и покорения Сибири в целом эволюционирует и дополняется новыми, подчас противоречивыми идеями. От идеи «Ермак – выразитель воли Строгановых» до идеи «Ермак – народный герой» – пропасть, однако представляется, что именно так и следует воспринимать складывающиеся исторические образы, в широком субъектно-историческом контексте. На примере Ермака и покорения Сибири мы показали, как разные субъекты политических коммуникаций формируют собственное поле «символической власти», которое остается не только в отдельных локальных текстах, но и постепенно закрепляется в летописях и иных документах общегосударственного значения. Исходя из этой идеи понятно, что «исторической реальностью», таким образом, можно считать не столько исторические факты в их различных интерпретациях, сколько взаимосвязанную систему «исторический факт – субъект политической коммуникации – текущая прагматическая ситуация».

Литература

1. 1000 лет русского предпринимательства: Из истории купеческих родов. Москва: Современник, 1995. 478 с.
2. *Азбелев С. Н.* Ранний фольклор о Ермаке Тимофеевиче и его предшественниках-казаках в соотношении с письменными историческими источниками // *Русский фольклор ХХХ. Материалы и исследования.* Санкт-Петербург: Наука, 1999. С. 101–119.

¹⁹ Жизнь и деяния Ермака, завоевателя Сибири. Москва, 1807. С. 7.

²⁰ *Соболева Л. С.* «Государев атаман» Ермак Тимофеевич: векторы идеализации // *Древнерусское духовное наследие в Сибири: научное изучение памятников традиционной русской книжности на востоке России.* Новосибирск, 2005. С. 188.

3. Арутюнова Н. Д. Фактор адресата // Известия АН СССР. Сер. лит. и яз. 1981. Т. 40. № 4. С. 356–367.
4. Введенский А. А. Строгановы, Ермак и завоевание Сибири // Исторический сборник Киевского государственного университета. 1949. № 2. С. 5–44.
5. Виролайнен М. Исторические метаморфозы русской словесности. Санкт-Петербург: Амфора, 2007. 495 с.
6. Власть как политическая коммуникация: материалы методологического семинара / отв. ред. Л. Н. Тимофеева. Москва: Изд-во РАГС, 2010. 52 с.
7. Дворецкая Н. А. Официальная и фольклорная оценка похода Ермака в XVII в. // Труды отдела древнерусской литературы. Т. 15. Москва, Ленинград: Издательство АН СССР, 1958. С. 330–334.
8. Жизнь и деяния Ермака, завоевателя Сибири. Москва, 1807. 191 с.
9. Кузнецов Е. В. Библиография Ермака. Тобольск: [Б. и.], 1891. 33 с.
10. Лотман Ю. М. Культура и взрыв. Москва: Процесс, Гнозис, 1992. 270 с.
11. Полное собрание русских летописей: в 43 т. Т. 13. Летописный сборник, именуемый патриаршею или Никоновскою летописью. Санкт-Петербург: Тип. И. Н. Скороходова, 1904. 532 с.
12. Полное собрание русских летописей: в 43 т. Т. 36, ч. 1. Сибирские летописи. Группа Есиповской летописи. Москва: Наука, 1987. 381 с.
13. Полное собрание русских летописей: в 43 т. Т. 14. Повесть о честном житии царя и великаго князя Феодора Ивановича всея Руси. Новый летописец. Санкт-Петербург, 1910. 154 с.
14. Сборник Императорского Русского Исторического Общества. В 148 т. Т. 129: Памятники дипломатических сношений древней России с державами иностранными: Памятники дипломатических сношений Московского государства со Шведским государством: Ч. 1: 1556–1586 гг. Санкт-Петербург: [Б. и.], 1910. 585 с.
15. Сибирские летописи. Краткая сибирская летопись (Кунгурская). Рязань: Александрия, 2008. 643 с.
16. Соболева Л. С. «Государев атаман» Ермак Тимофеевич: векторы идеализации // Древнерусское духовное наследие в Сибири: научное изучение памятников традиционной русской книжности на востоке России. Новосибирск, 2005. С. 296–317.
17. Тумилевич Т. И. Донские исторические предания о Ермаке: автореф. дис. ... канд. ист. наук. Ростов-на-Дону: [Б. и.], 1980. 26 с.

THE PROBLEM OF SUBJECTIVITY IN THE POLITICAL COMMUNICATIONS OF THE RUSSIAN STATE IN THE 16th–17th CENTURIES

S. A. Chernyshov

National Research Tomsk State University
Tomsk, Russia

Abstract. *The article examines the problem of subjectivity in the political communications of the Russian state in the 16th–17th centuries on the example of interpretations of Yermak's campaign and the conquest of Siberia. It is shown how, proceeding*

from their own subjective premises, various actors of political communications – the Stroganovs, the Moscow government, the Church, the generalized «people» – form some interpretive systems that not only remain in local texts, but also end up in chronicles and other documents of national importance. It is concluded that in a complex system of various subjects of political communication with their actions and interests, «historical reality» cannot be considered as once happened, but can be interpreted as a connected system of three elements evolving «a historical fact – a subject of political communications – the current pragmatic situation».

Keywords: Ermak, the Siberian Khanate, Cyprian, the Stroganovs, the annexation of Siberia, Ivan the Terrible, political communications

For citation: Chernyshov S. A. The problem of subjectivity in the political communications of the Russian state in the 16th–17th centuries. *Journal of Russian Studies*. 2021;2(2):131–140. (In Russian).

Acknowledgments. The study was funded by RFBR, project number 19-39-60002\19. The research was funded by RFBR and Chelyabinsk Region, project number 20-412-740004.

References

1. *1000 let russkogo predprinimatel'stva: Iz istorii kupecheskikh rodov* [1000 years of Russian entrepreneurship: From the history of merchant families] (1995). M.: Sovremennik, 478 p. (In Russian)
2. Azbelev S. N. (1999). *Ranniy fol'klor o Yermake Timofeyeviche i yego predshestvennikakh-kazakaz v sootnesenii s pis'mennymi istoricheskimi istochnikami* [Early folklore about Ermak Timofeevich and his Kazakaz predecessors in relation to written historical sources] // Russian folklore XXX. Materials and research. SPb, Nauka, Pp. 101–119. (In Russian)
3. Arutyunova N. D. (1981) *Faktor adresata* [The addressee's factor] // *Izvestiya AN SSSR. Ser. lit. and lang.* Vol. 40. No. 4. Pp. 356–367. (In Russian)
4. Vvedensky A. A. (1949) *Stroganovy, Yermak i zavoyevaniye Sibiri* [The Stroganovs, Ermak and the Conquest of Siberia] // Historical collection of Kiev State University. No. 2. Pp. 5–44. (In Russian)
5. Virolainen M. (2007). *Istoricheskiye metamorfozy russkoy slovesnosti* [Historical metamorphoses of Russian literature]. SPb.: Amphora, 495 p. (In Russian)
6. *Vlast' kak politicheskaya kommunikatsiya: materialy metodologicheskogo seminarina* [Power as political communication: materials of the methodological seminar] (2010) / ed by L. N. Timofeeva. Moscow: Publishing house of RAGS, 52 p. (In Russian)
7. Dvoretzskaya N. A. (1958). *Ofitsial'naya i fol'klornaya otsenka pokhoda Yermaka v XVII v.* [Official and folklore assessment of Yermak's campaign in the 17th century] // Proceedings of the Department of Old Russian Literature. T. 15. Moscow, Leningrad: Publishing House of the Academy of Sciences of the USSR, Pp. 330–334. (In Russian)
8. *Zhizn' i deyaniya Yermaka, zavoyevatelya Sibiri* [Life and deeds of Ermak, the conqueror of Siberia] (1807). Moscow, 191 p. (In Russian)
9. Kuznetsov E. V. (1891). *Bibliografiya Yermaka* [Bibliography of Ermak]. Tobolsk, 33 p. (In Russian)

10. Lotman Yu. M. (1992). *Kul'tura i vzryv* [Culture and explosion]. Moscow: Process: Gnosis, 270 p. (In Russian)
11. *Polnoye sobraniye russkikh letopisey* [Complete collection of Russian chronicles] (1904): in 43 volumes. V. 13. *Letopisnyy sbornik, imenuyemyy patriarsheyu ili Nikonovskoyu letopis'yu* [Collection of annals, called the Patriarch or Nikon's chronicle]. SPb.: A type. I. N. Skorokhodova, 532 p. (In Russian)
12. *Polnoye sobraniye russkikh letopisey* [Complete collection of Russian chronicles] (1987): in 43 volumes. V. 36, part 1. *Sibirskiye letopisi. Gruppy Yesipovskoy letopisi* [Siberian chronicles. Group of the Esipov Chronicle]. M.: Nauka, 38 p. (In Russian)
13. *Polnoye sobraniye russkikh letopisey* [Complete collection of Russian chronicles] (1910): in 43 volumes. V. 14. *Povest' o chestnem zhitii tsarya i velikago knyazya Feodora Ivanovicha vseya Russii. Novyy letopisets* [The story of the honorable life of the Tsar and Grand Duke Theodore Ivanovich of all Russia. New chronicler]. SPb, 154 p. (In Russian)
14. *Sbornik Imperatorskogo Russkogo Istoricheskogo Obshchestva* [Collection of the Imperial Russian Historical Society]. (1910). In 148 v. Vol. 129: *Pamyatniki diplomaticheskikh snosheniy drevney Rossii s derzhavami inostrannymi: Pamyatniki diplomaticheskikh snosheniy Moskovskogo gosudarstva so Shvedskim gosudarstvom* [Monuments of diplomatic relations between ancient Russia and foreign powers: Monuments of diplomatic relations between the Moscow state and the Swedish state]: Ch. 1: 1556–1586. SPb, 585 p. (In Russian)
15. *Sibirskiye letopisi. Kratkaya sibirskaya letopis' (Kungurskaya)* (2008) [Siberian chronicles. Brief Siberian Chronicle (Kungurskaya)]. Ryazan: Alexandria, 643 p. (In Russian)
16. Soboleva L. S. (2005). *Yermak Timofeyevich: vektory idealatsii* ["Sovereign Ataman" Ermak Timofeevich: vectors of idealization] // *Drevnerusskoye dukhovnoye naslediyе v Sibiri: nauchnoye izucheniye pamyatnikov traditsionnoy russkoy knizhnosti na vostoке Rossii*. Novosibirsk. Pp. 296–317. (In Russian)
17. Tumilevich T. I. (1980). *Donskiye istoricheskiye predaniya o Yermake* [Don historical legends about Ermak]: avtoref. na soiskanie uch. stepeni kand. ist. nauk. Rostov-on-Don, 26 p. (In Russian)

Автор публикации

Author of the publication

Чернышов Сергей Андреевич – кандидат исторических наук, старший научный сотрудник лаборатории социально-антропологических исследований Факультета исторических и политических наук Национального исследовательского Томского государственного университета, г. Томск, Россия.
E-mail: 1502911@mail.ru

Sergey A. Chernyshov – Candidate of Historical Sciences, Senior Researcher, Laboratory of Socio-Anthropological Research, Faculty of Historical and Political Sciences, National Research Tomsk State University, Tomsk, Russia.
E-mail: 1502911@mail.ru

Поступила в редакцию / Received 15.04.2021

Принята к публикации / Accepted 22.04.2021

Publication date: on August 18, 2021. Offset paper. Digital printing. Format 70x108 1/16.
The circulation is 500 copies. Order no. 40/5. Printed from a ready-made layout in the printing house
of the Kazan University Publishing House. Address: 1/37, Professors Nuzhin street,
Kazan, 420008, Russian Federation.

Tel.: +7 (843) 233-73-59; +7 (843) 233-73-28.

Reprinting of materials is allowed only with the written permission of the publisher.
Free distribution.

Дата выхода в свет: 18.08.2021. Бумага офсетная. Печать цифровая. Формат 70x108 1/16.
Тираж 500 экз. Заказ № 40/5. Отпечатано с готового оригинал-макета в типографии Издатель-
ства Казанского университета. Адрес: ул. Профессора Нужина, 1/37,
г. Казань, Российская Федерация, 420008.

Тел.: +7 (843) 233-73-59; +7 (843) 233-73-28.

Перепечатка материалов допускается только с письменного разрешения редакции.
Распространяется бесплатно.