

СОДЕРЖАНИЕ

■ Общие вопросы

Кормилицына М. А., Сиротинина О. Б. (Саратов, Россия)

Саратовская лингвистическая школа «Изучение функционирования русского языка» 7

Куликова Г. С., Прозорова И. В. (Саратов, Россия)

Радиопередача «Служба русского языка» как один из вариантов социально-практической деятельности саратовских лингвистов 15

■ Медиатекст: структура, композиция, векторы обновления

Харламова Т. В. (Саратов, Россия)

Жизнь мифа в современном политическом медиадискурсе США и Великобритании 25

Уздинская Е. В. (Саратов, Россия)

Функциональные возможности дискурсивов с противительной семантикой в газетном тексте 36

Коняева Ю. М. (Санкт-Петербург, Россия)

Речевой жанр «Творческий портрет» в аспекте категории персональности 47

■ Функционирование языковых средств в массмедиа

Конюшкевич М. И. (Гродно, Беларусь)

Двуязычное медиапространство. Статья первая. Белорусизмы в русскоязычных текстах белорусских СМИ 59

Ненашева Т. А., Меркулова Э. Н. (Нижний Новгород, Россия)

К вопросу о роли прозвищной номинации в создании образа политика 70

Главный редактор

Л. Р. Дускаева
(Санкт-Петербург, Россия)

Шеф-редакторы номера

М. А. Кормилицына,
О. Б. Сиротинина
(Саратов, Россия)

Редакционный совет

М. Войтак
(Люблин, Польша)

Ст. Гайда
(Ополе, Польша)

Дж. Ш. Аята
(Стамбул, Турция)

Т. ван Дейк
(Барселона, Испания)

Т. Г. Добросклонская
(Москва, Россия)

И. П. Лысакова
(Санкт-Петербург, Россия)

О. Б. Сиротинина
(Саратов, Россия)

В. З. Демьянков
(Москва, Россия)

Чжан Хуэйцин
(Пекин, Китай)

В. Е. Чернявская
(Санкт-Петербург, Россия)

Т. В. Шмелева
(Великий Новгород, Россия)

■ **Понятия, категории, методики анализа
в медиастилистике**

- Матяшевская А. И.* (Саратов, Россия)
Употребления сниженных слов и выражений
в русской версии газеты «Метро» 83
- Новоженова З. Л.* (Гданьск, Польша)
Жанры эзотерического дискурса в массмедийном
пространстве 90

■ **Типология медиаречи**

- Милёхина Т. А.* (Харбин, Китай)
Неполитический дискурс в политических ток-
шоу 103
- Лу Тинтин, Чжоу Синь* (Пекин, Китай)
Политическое интервью как жанр дискурса
СМИ 114

■ **Рецензии**

- Краснова Т. И.* (Санкт-Петербург, Россия)
Об опыте междисциплинарного анализа регио-
нального медиаполя 127

■ **Хроники**

- «Язык в координатах массмедиа»: итоги конфе-
ренции 137
- Аннотации (рус.) 150
- Аннотации (англ.) 160

**Редакционная
коллегия**

- И. В. Анненкова*
(Москва, Россия)
- А. Г. Баранов*
(Краснодар, Россия)
- Д. Бжозовска*
(Ополе, Польша)
- В. И. Ивченков*
(Минск, Беларусь)
- М. Ю. Казак*
(Белгород, Россия)
- М. И. Конюшкевич*
(Гродно, Беларусь)
- М. А. Кормилицына*
(Саратов, Россия)
- Н. С. Цветова*
(Санкт-Петербург,
Россия)
- Л. Цонева*
(Велико-Тырново,
Болгария)

Отв. редактор

- Н. А. Прокофьева*
(Санкт-Петербург,
Россия)

**Санкт-Петербургский
государственный
университет**

**Институт
«Высшая школа
журналистики
и массовых
коммуникаций»**

MEDIA LINGUISTICS

2016 INTERNATIONAL SCIENTIFIC JOURNAL No 4(14)

http://medialing.spbu.ru/world_of_medialinguistics/

Scientific journal
of the Media Linguistic
Commission of
the International Slavists
Committee
(under the auspices
of UNESCO)

CONTENTS

■ Common questions

- M. A. Kormilitsyna, O. B. Sirotinina* (Saratov, Russia)
Saratov linguistic school “Study of the Russian
language functioning” 7
- G. S. Kulikova, I. V. Prozorova* (Saratov, Russia)
Radio program “The Russian language service” as one
of the examples of social and practical activities of
Saratov linguists 15

■ Media text: structure, composition, tendencies of evolution

- T. V. Kharlamova* (Saratov, Russia)
Life of myth in modern political discourse of the US and
Great Britain 25
- E. V. Uzdinskaya* (Saratov, Russia)
Discourse markers with adversative semantics in the
newspaper text: their potential and its realization 36
- Yu. M. Konyaeva* (St Petersburg, Russia)
Speech genre “Creative portrait” in the aspect of
personality category 47

■ Functioning of linguistic means in mass media

- M. I. Konushkevich* (Grodno, Belarus)
Bilingual media space. Article one. Borrowings from
the Belarussian language in Russian texts of the
Belarussian mass media 59
- T. A. Nenasheva, E.N.Merkulova* (Nizhny Novgorod,
Russia)
The role of nicknaming practices in creating the image
of a politician 70

Chief editor

L. R. Duskaeva
(St Petersburg, Russia)

Editors in chief

M. A. Kormilitsyna,
O. B. Sirotinina
(Saratov, Russia)

Editorial Council

M. Wojtak
(Lublin, Poland)

St. Gajda
(Opole, Poland)

C. Şenöz-Ayata
(Istanbul, Turkey)

T. van Dijk
(Barcelona, Spain)

T. G. Dobrosklonskaya
(Moscow, Russia)

I. P. Lysakova
(St Petersburg, Russia)

O. B. Sirotinina
(Saratov, Russia)

V. Z. Demjankov
(Moscow, Russia)

Zh. Huiqin
(Beijing, China)

V. Ye. Chernyavskaya
(St Petersburg, Russia)

T. V. Shmeleva
(Veliky Novgorod, Russia)

Editorial Board

I. V. Annenkova
(Moscow, Russia)

A. G. Baranov
(Krasnodar, Russia)

■ **Concepts, categories, and methods of analysis in media stylistics**

A. I. Matyashevskaya (Saratov, Russia)
The usage of substandard words and phrases in Russian version of newspaper “Metro” 83

Z. L. Novozhenova (Gdansk, Poland)
Esoteric discourse genres in the space of mass media 90

■ **Typology of media speech**

T. A. Milekhina (Harbin, China)
Unpolitical discourse in public political talk show ... 103

Lu Tingting, Zhou Xingwu (Beijing, China)
Political interview as a peculiar genre of political mass media discourse 114

■ **Review**

T. I. Krasnova (Russia, Saint-Petersburg)
On the experience of the multidisciplinary analysis of regional media-field 127

■ **Chronics**

“Language in the coordinates of mass media”:
conference summary 137

Abstracts (rus.) 150

Abstracts (engl.) 160

N. S. Tsvetova
(St Petersburg, Russia)

L. Tsoneva
(Veliko Tŭrnovo,
Bulgaria)

Editor in chief

M. Yu. Kazak
(Belgorod, Russia)

Resp. editor

N. A. Prokofeva
(St Petersburg, Russia)

**St Petersburg
State University**

**Higher School of Journalism
and Mass Communications**

199004, St Petersburg, V. O.,
1st Line 26.

E-mail: rech@jf.pu.ru

..... **ОБЩИЕ ВОПРОСЫ**

УДК 808.2-085.5(082);
ББК 81.2Р-7;
ГРНТИ 16.21;
КОД ВАК 10.02.01

М. А. Кормилицына,
О. Б. Сиротинина
Саратов, Россия

**САРАТОВСКАЯ
ЛИНГВИСТИЧЕСКАЯ
ШКОЛА «ИЗУЧЕНИЕ
ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ
РУССКОГО ЯЗЫКА»**

Мargarita Anatolievna Kormilitsyna, зав. кафедрой русского языка и речевой коммуникации Института филологии и журналистики Саратовского национального исследовательского государственного университета имени Н. Г. Чернышевского.

410012, Саратов, Астраханская ул., 83, корп. XI.
E-mail: rusyazsgu@mail.ru.

Ольга Борисовна Сиротинина, профессор кафедры русского языка и речевой коммуникации Института филологии и журналистики Саратовского национального исследовательского государственного университета имени Н. Г. Чернышевского.

410012, Саратов, Астраханская ул., 83, корп. XI.
E-mail: rusyazsgu@mail.ru.

© Кормилицына М. А., Сиротинина О. Б., 2016

Постановка проблемы. Любая наука отличается от других объектом изучения и методами исследования. Внутри каждой есть так называемые школы, формирующиеся вокруг и под влиянием какого-либо ученого и объединяющие его учеников и коллег общими принципами исследования. Саратовская школа изучения функционирования языка начала формироваться во второй половине XX в., она признана не только в России. Ядро школы — коллектив кафедры русского языка и речевой коммуникации Саратовского государственного университета, который представляет собой команду единомышленников, умеющих хранить традиции и одновременно занимающихся исследованием наиболее актуальных проблем науки о языке. Об этом говорят подготовленные членами кафедры научные монографии, сборники научных статей, учебники и учебные пособия, помогающие процессу подготовки высококвалифицированных специалистов. Коллектив кафедры пополнялся ее выпускниками, что не помешало им в русле общей научной школы изучения функционирования русского языка развить свои научные интересы в разных направлениях, разработать свои подходы к исследованию материала.

История вопроса. Формирование школы началось в послевоенные годы, и первое поколение состояло из обучавшихся в Саратовском университете в годы войны. В какой-то степени им повезло: во-первых, в те годы СГУ был едва ли не единственным вузом в СССР, где тогда, в годы господства марризма, благодаря известному индоевропеисту профессору Александру Митрофановичу Лукьяненко [Юдакин 2005] читался курс сравнительной грамматики славянских языков. Во-вторых, в Саратов был эвакуирован Ленинградский университет, и ленинградские профессора преподавали и студентам СГУ. В результате ознакомления с разными точками зрения на одни и те же

явления у выпускников СГУ была выработана толерантность к чужому мнению при отстаивании своего. Это впоследствии стало одним из отличительных признаков Саратовской школы.

Первые послевоенные годы в лингвистике были ознаменованы расцветом диалектологии (сбором материалов для создания диалектологического атласа русского языка), и формирование Саратовской школы шло под влиянием возглавившей в Саратове эту работу Лидии Ивановны Баранниковой, очень эрудированной и интересовавшейся далеко не только диалектологией. Первое поколение Саратовской школы начинало свой путь в науку с диалектологических экспедиций и защит диссертаций по проблемам диалектологии. Отсюда — внимание к живой речи, к отличиям устной речи от письменной.

Второе поколение переключилось уже и на функционирование литературного языка. В 1960 г. на Международной конференции в Черновцах О. Б. Сиротининой был сделан доклад по результатам работы руководимого ею семинара, привлечший внимание лингвистов своей опорой на реальные факты речи с количественными данными. Это привело к стойким контактам с Институтом русского языка АН СССР не только в рамках изучения диалектов, но и в рамках работы над грандиозным проектом «Русский язык и советское общество»: лингвистам СГУ было поручено исследование изменений в публицистическом стиле русского языка. Результатом коллективной работы явились статьи о жанрово-стилистических изменениях в советской публицистике [Сиротинина 1968], опубликованные в сборнике «Развитие функциональных стилей современного русского языка» Института русского языка АН СССР, а также две статьи в созданном СГУ межвузовском сборнике «Вопросы стилистики» об изменениях в публицистике и в научной прозе [Изменения... 1969].

Так начался и продолжается уже многими поколениями школы ее вклад в медиалингвистику. Всего либо прямо в рамках медиалингвистики, либо с включением материалов СМИ в исследование защищено более 100 кандидатских и 20 докторских диссертаций. Опубликовано 27 монографий, из них 5 коллективных, из которых 3 неоднократно переиздавались в Москве [Хорошая речь 2001; Разговорная речь... 1983; 1992].

С 1962 г. началось издание межвузовского тематического сборника «Вопросы стилистики», который фактически выполнял функции научного журнала и имел межвузовскую редколлегию. В нем печатались статьи ведущих лингвистов СССР, рецензии на книги, фиксировалась научная жизнь страны. Всего вышло в свет 28 выпусков.

С 2000 г. издается ежегодный сборник «Проблемы речевой коммуникации», в каждом из 15 уже вышедших выпусков есть раздел, посвященный речи в СМИ. Регулярно публикуются статьи представителей Саратовской школы, многие из которых связаны с проблемами медиалингвистики, в сборниках Института русского языка РАН, в материалах международных конференций и в различных журналах.

С конца 90-х годов кафедра выполняла гранты по Федеральной целевой программе «Русский язык», результатом чего явилось издание коллективной монографии «Хорошая речь» (Саратов, 2001 и 4 издания в Москве). Была разработана программа и написан учебник для студентов-нефилологов «Русский язык и культура речи», получивший гриф УМО и выдержавший 4 переиздания в Москве. С 2003 по 2014 г. кафедра получала финансовую поддержку Министерства образования и науки РФ на выполнение коллективных тем «Соотношение типов речевой культуры и реального функционирования русского языка в СМИ, отдельных социально-профессиональных группах и семейном

общении» (2003–2004), «Реальное функционирование русского литературного языка и пути его развития» (2005–2008), «Коммуникативная компетенция носителя русского языка и ее составляющие» (2009–2011), «Коммуникативные риски и способы их предупреждения в разных сферах общения» (2011–2014). Результатом явилась коллективная монография [Рискогенность... 2015]. Сейчас коллектив работает над новой функционально-прикладной темой «Исследование возможностей русского языка с позиций теории и практики эффективного общения в разных сферах жизни человека».

Отличительным принципом ученых Саратовской школы является формулирование гипотез и доказательств своей правоты всегда на основе фактов речи (индукции), а не на поиске доказательств своей точки зрения, на стремлении зафиксировать реальную речь без ее «выпрямления» в угоду какой-то концепции, гипотезе, т. е. стремление идти от конкретного материала, обобщая факты, а не подгоняя их под заданную идею. Еще один принцип: с одной стороны, исследование речевых фактов и их места в системе языка, перспективной судьбе языка, с другой — широкое понимание речи [Николаева 2015] — с учетом роли речевых фактов в тексте, особенностей адресанта и адресата речи, типа общения и всех его условий (вид СМИ, тип издания, телеканал, жанр), отношения к кодифицированной норме, моде и т. д. Важным является учет частотности факта или явления, поэтому нередко применяется количественная оценка выявления степени употребительности [Столярова 1972].

Теоретические отличия от других школ связаны с пониманием функционально-стилевой дифференциации как языковой. Религиозный стиль не выделяется как самостоятельный, а считается разновидностью публицистического по основной функции воздействия. Разграничивается *разговорная речь*, под которой понимается только литературная речь в непосредственном общении при неофициальных отношениях, и *разговорность* в художественных текстах и публичной речи как риторическая категория и стилизация разговорной речи.

Описание методики исследования. Применяемые Саратовской школой методики исследования входят в рамки современных методик (включая дискурсивные и количественные) описательного метода. Отличительным признаком их применения является только индуктивный принцип формирования гипотез на основе равномерных или сплошных выборок из материала, а не поиск подтверждающих гипотезу фактов.

Анализ материала. Особое внимание ученых школы к языку СМИ обусловлено тем, что средства массовой коммуникации являются одним из важнейших общественных институтов, оказывающих решающее влияние на формирование не только взглядов, представлений общества, но и на культуру поведения, в том числе и речевого. Это мощный инструмент воздействия на аудиторию и средство манипуляции общественным сознанием. Именно СМИ играют одну из активных ролей в создании соответствующей атмосферы в обществе. СМИ формируют языковые вкусы общества и отражают изменения речи и коммуникативного поведения носителей языка.

Исследованию речи в СМИ были подвергнуты печатные тексты с самого начала XX в., потом радио, ТВ и, наконец, Интернет. Были проанализированы факты изменений речи в СМИ, связанные с влиянием на нее экстралингвистических факторов. После 1917 г. в журналистику пришли авторы, еле постигшие элементарную грамотность. Потом долгое время в СМИ господствовал безупречно нормированный, многократно отцензурированный советский новояз. В конце XX в. в СМИ пришли, даже на роли ведущих, журналисты, не всегда имеющие специальное образование, раскованные, умеющие говорить, а не озвучивать написанный кем-то текст. В СМИ наблюда-

ется расцвет живой речи с ненормативной лексикой, предпочтение отдается жаргонной и даже диалектной, просторечной (не *недавно*, а *намедни*, даже *надьсь*; не *снова* и *по-новому*, а только *по новой*; не *около*, *точно*, а только *аккурат* и т. д.). Одновременно, с появлением новых реалий жизни, фактически исчез высокий стиль речи, произошла страшная ее криминализация. Поток англицизмов, хлынувших в русский язык, вызвал даже сомнения в сохранении русского языка [Дуличенко 1994; Данн 1998]. Всё это привело к созданию первого Совета по русскому языку при Президенте РФ (потом при Правительстве РФ). Результатом его работы (1995–2003 гг.) стал Федеральный закон «О государственном языке РФ», зафиксировавший, что государственным является только литературный русский язык, которым и обязаны пользоваться СМИ. Была создана Федеральная целевая программа «Русский язык», благодаря чему стали издаваться нормативные (а не только жаргонные, мата или лагерной «фени») словари, осуществляются исследования по грантам, в которых члены школы активно участвовали. По предложению О. Б. Сиротининой (члена Совета) курс «Русский язык и культура речи» был введен в федеральный компонент высшего образования по всем специальностям. Учеными СГУ был разработан учебник для студентов-нефилологов по этому курсу, получивший рекомендацию Министерства образования и выдержавший уже 5 переизданий в Москве.

С принятием Федерального закона (2004 г.) стала заметно изменяться и речь, в СМИ пришли новые журналисты со специальной подготовкой. Сыграли роль и изданные нормативные словари (в том числе и специально для журналистов), и изменения законов о СМИ, и широкая практика судебных лингвистических экспертиз.

Все эти процессы нашли свое отражение в исследованиях членов Саратовской школы, выявивших путем регулярного (хотя, естественно, неполного) мониторинга речи в СМИ изменения, происходящие буквально на глазах и, к сожалению, далеко не всегда в лучшую сторону. Были определены тенденции, под влиянием которых происходят эти изменения, «волны» самоочищения и деструкции нормы. Конечно, в работе школы важны и обращения к Национальному корпусу русского языка, но его данные отстают, а ученые школы следят за речью в СМИ ежедневно, что помогает установить кратковременность некоторых процессов. Так, мониторинг показал, что начавшийся в СМИ во второй половине 2012 г. процесс «самоочищения» речи оказался недолговечным: например, единичные *довольно* при господствовавшем еще в первой половине 2012 г. ненормативном *достаточно* в качестве усилителя признака во II половине 2012 г. почти сравнялись по употребительности с *достаточно* и в 2013 г. даже его опередили. Но в 2016 г. опять стало преобладать ненормативное *достаточно*. *Сходство*, *сходный* так и остались единичными, а *похожий* (из еще в декабре 2015 г. господствовавшего) с января 2016 г. стало вытесняться модным *схожий* и до сих пор звучит буквально ежедневно по несколько раз за одну новостную передачу и часто встречается в газетах (*схожая ситуация*, *схожий результат / случай*), и в новом универсальном словаре [Большой... 2016] под ред. В. В. Морковкина уже представлено с пометой не *просторечное*, а *разговорное*.

Многие ненормативные образования получили статус допустимых (*чтят* при только единичном *чтут*, летом 2016 г. удалось зафиксировать нормативное *шапку надел*, но господствует глагол *одеть* в контексте *на себя*; *приедьте*, *поедьте* даже в устах писателя С. Шаргунова — частого гостя различных ток-шоу).

Видимо, уже завершилась диффузия многих усилителей признака (*сильно*, *крайне*, *больно*). Коммуникатив *хорошо* утрачивает оценочность, становится просто сигналом

приема информации. Модными становятся изначально более диффузные или приобретающие диффузное значение *хорошо, крайне, чисто, достаточно, продвинутый, крутой* [Новиков 2012]. Модными становятся и многие (хотя далеко не всем понятные) англицизмы [Куликова 2014].

Обращено внимание на названные *болевыми* такие участки системы (и лексикографической практики), которые способствуют рискам коммуникации: неправильные глаголы (господство *чтят* и встречающееся *чтёт*), возможная аналогия (*терпЕние, введЕние* → *обеспечЕние; мытАрства* → *ходатАйство* и т. д.), наличие или возможность предлога *о* у глаголов речи, мысли (*говорить, думать о чем* → *считать о том, утверждать о том*, фактически уже вытеснившие в СМИ нормативные употребления) и т. д.

Результаты исследования. Наблюдения над языком современных СМИ позволили выявить некоторые активные процессы, отражающие изменения в коммуникативном пространстве нашего общества. С одной стороны, это субъективизация медиадискурса, проявляющаяся в усилении личного начала, актуализации фигуры автора, оценочности, эмоциональности, экспрессивности, подчеркнутой адресованности, в обилии метатекстовых средств, в том числе и рефлексивов, с другой — стремление завуалировать чрезмерный субъективизм и открытость самовыражения; как следствие, происходит увеличение в современных СМИ доли чужого слова, полемичности, отражающей плюрализм взглядов в обществе, усиление интердискурсивности. С одной стороны, тенденция к демократизации как реализации основной стратегии современных СМИ — сближения с адресатом, с другой — интеллектуализация дискурса, усложнение его понимания адресатом [Кормилицына 2008]. Вскрыто взаимодействие в современных СМИ тенденций к своеобразию речи и к следованию моде; к точности передаваемой информации и к часто рискованной экономии умственных и речевых усилий.

Эти процессы обусловили появление в СМИ целого ряда новаций. Так, было отмечено более широкое, чем раньше, использование в качестве выразительного средства метафоризации, прецедентных феноменов, парцелированных конструкций. Активизировалось использование словосочетаний с необычной, непривычной лексической сочетаемостью слов: авторы значительно расширяют возможности лексической сочетаемости, а иногда и полностью снимают существующие в языке ограничения на такую лексико-семантическую сочетаемость. Это создает эффект неожиданности и привлекает тем самым внимание адресата, т. е. воздействует на него: *дешевые люди, азиатская канава, неэффективный человек* и др. Такая сочетаемость часто превращает словосочетание в выразительную метафору: *Все помнят, как в прошлом году Доренко закусал самого Юрия Лужкова до смерти (электоральной)*. Метафора, в основном социально-оценочная, становится важнейшим конструктивным приемом организации всего текста.

Активно проникают даже в письменный журналистский текст конструкции живого диалога, диалогической речи. При этом используются порядок слов, характерный для живой разговорной речи, разговорные частицы. По этой причине увеличивается количество вопросительных предложений, которые употребляются не только в составе вопросно-ответных единств, но и самостоятельно, в качестве проблемных и риторических вопросов, буквально пронизывающих журналистские колонки и тексты аналитического характера.

Новацией можно считать и активизацию в СМИ разнообразных вспомогательных дискурсивных средств для поддержания контакта с адресатом и облегчения понимания им текста, реализующих основную коммуникативную стратегию участников общения в СМИ — стратегию близости с адресатом [Викторова 2015; Уздинская 2015].

Большое внимание в работах представителей школы уделяется идиостилю современных журналистов. В поле наблюдения — тексты журналистов разных взглядов и изданий: Л. Радзиховского (РГ), М. Ростовского (МК), Ю. Калининой (МК), В. Костикова (АиФ), Ю. Латыниной (НГ) и др. Отмечено, что самую высокую степень коммуникативной компетентности и умение поэтому применять целесообразно самые разные средства языка, при этом не выходя за рамки литературных норм, демонстрируют Л. Радзиховский и М. Ростовский [Кормилицына, Сиротинина 2014; 2015], умело разнообразя свой стиль в зависимости от тематики статей и замысла. Близок к ним, хотя не достигает их вершин, В. Костиков. Реализация всего возможного (в лексике, словообразовании, графике, синтаксисе, прецедентных феноменах разного типа, шрифта, пунктуации) — отличительная черта идиостиля Л. Радзиховского. Разумеется, огромное значение имеет обширная коммуникативная компетентность этих журналистов во всех ее составляющих, языковая креативность со знанием моделей языка.

Ю. Калинина в основном создает языковую маску домохозяйки, резко противопоставляя свою речь названным выше и другим журналистам, самоуверенно поучающих читателя (я всё знаю, всё понимаю и Вам сейчас разьясню). У Ю. Калининой чаще всего речь рядового носителя языка, «плохо разбирающегося в событиях» и высказывающего свои наблюдения и недоумения. Отсюда обилие сигналов разговорности: *Всё. Общественная территория теперь закрыта для жителей. Мелкая месь. Хотите садик? А вот фиг вам. Будете выступать — вообще вас туда не пустим* (МК. 2013. 23 ноября); *Всё ясно. Всё понятно. Деньги рулят. Те, кто за ними пришёл, — не отступят. Выгрызут, вырвут с мясом понравившийся кусок* (Там же).

Ю. Латынина демонстрирует верх самоуверенности, она никогда не извиняется за явно неверные «факты» (в чем не раз ее уличали, но безрезультатно, слушатели «Эхо Москвы»), невероятно экспрессивна и свободна в способах выражения (не только обороты с *фиг*, но и синоним *дерьмо* на букву *г* и другие очень грубые словечки [Матяшевская 2014]).

В газетах изменилась сама структура интервью; ярче отражена диалогичность (использование разных шрифтов). Более выпукло показывается именно личность интервьюируемого. Эти новации особенно заметны в интервью с известными актерами и режиссерами — носителями полнофункционального типа речевой культуры, тонко и глубоко чувствующих силу слова, целесообразно использующих выразительные возможности русского языка.

Практическая работа ученых Саратовской лингвистической школы состоит в подготовке журналистов через бакалавриат и магистратуру. Подготовлено учебное пособие «Язык СМИ» (Саратов, 2011; М., 2015), получившего гриф УМО по журналистике. В течение уже многих десятилетий на ВГТРК-Саратов работает интерактивная 50-минутная радиопередача «Служба русского языка» (о ней см. статью Г. С. Куликовой и И. В. Прозоровой в данном номере).

Выводы. Итак, основное значение работ Саратовской школы для медиалингвистики состоит в полученных результатах многолетнего (с начала XX в.) мониторинга речи в СМИ, позволившего выявить изменения в ней, ее отличия от речи в других сферах общения, ее влияние на речь масс.

Исследования на основе обобщения фактов, а не иллюстрация ими своих гипотез, позволили выявить происходящие в речи СМИ процессы под действием работающих в ней тенденций (в том числе действующей моды), роли адресанта и адресата, печатных (с типом издания) и звучащих (с учетом телеканала, радиостанции) СМИ или различий в идиостилях журналистов.

ЛИТЕРАТУРА

- Большой универсальный словарь русского языка* / В. В. Морковкин, Г. Ф. Богачёва, Н. М. Луцкая; под ред. В. В. Морковкина. М.: АСТ-Пресс Школа, 2016. (Фундаментальные словари XXI века).
- Викторова Е. Ю.* Вспомогательная система дискурса. Саратов: Наука, 2015.
- Данн Дж.* О функциях «английского» в современном русском языке // *Russistik* (Берлин). 1998. № 1/2. С. 27–36.
- Дуличенко А. Д.* Русский язык конца XX столетия. Munghen: Otto Sagner, 1994.
- Изменения в языке публицистики; Изменения в языке научной прозы* // *Вопросы стилистики*. Вып. 3. Саратов: Изд-во Саратов. ун-та, 1969. С. 5–55.
- Кормилицына М. А., Сиротинина О. Б.* Идиостиль публициста. Статья первая // *Медиалингвистика*. 2014. № 2(5). С. 40–50; Статья 2 // *Медиалингвистика*. 2015. № 1(6). С. 25–33.
- Кормилицына М. А.* Некоторые итоги исследования процессов, происходящих в языке современных газет // *Проблемы речевой коммуникации*. Вып. 8. Саратов: Изд-во Саратов. ун-та, 2008. С. 13–33.
- Куликова Г. С.* Способы предупреждения рисков неправильного понимания новых заимствований // *Проблемы речевой коммуникации*. Вып. 14. Саратов: Изд-во Саратов. ун-та, 2014. С. 76–85.
- Матяшевская А. И.* Сниженная лексика в СМИ: классификация, употребление, этнокультурные различия (на материале российских и британских газет): дис. ... канд. филол. наук. Саратов, 2014.
- Николаева Т. М.* О «лингвистике речи» (в частности, о междометии) / *Вопр. языкозн.* 2015. № 4. С. 7–20.
- Новиков Вл.* Словарь модных слов. М.: АСТ-Пресс Книга, 2012.
- Разговорная речь в системе функциональных стилей современного литературного языка: грамматика*. Саратов: Изд-во Саратов. ун-та, 1992.
- Разговорная речь в системе функциональных стилей современного литературного языка: лексика*. Саратов: Изд-во Саратов. ун-та, 1983.
- Рискогенность современной коммуникации и роль коммуникативной компетентности в ее преодолении*. Саратов: Изд-во Саратов. ун-та, 2015; 2016.
- Сиротинина О. Б.* Некоторые жанрово-стилистические изменения советской публицистики // *Развитие функциональных стилей современного русского языка*. М.: Наука, 1968. С. 101–125.
- Столярова Э. А.* Распределение и функционирование грамматических классов слов в русской разговорной речи: дис. ... канд. филол. наук. Саратов, 1972. 194 с. + 78 с. приложений.
- Уздинская Е. В.* Компонент «ожидание» в семантике дискурсов и его использование в газетном тексте // *Проблемы речевой коммуникации*. Вып. 15. Саратов: Изд-во Саратов. ун-та, 2015. С. 91–104.
- Хорошая речь* / О. Б. Сиротинина, Н. И. Кузнецова, Е. В. Дзякович и др.; под ред. М. А. Кормилицыной, О. Б. Сиротининой. Саратов: Изд-во Саратов. ун-та, 2001.
- Юдакин А. П.* Славянская энциклопедия: теоретическое, прикладное и славянское языкознание: в 3 кн. Кн. 2. М.: Символ «Ариадна», 2005. С. 326–328.

REFERENCES

- Dann Dzh.* On some functions of English in contemporary Russian language [O funkciyax «anglijskogo» v sovremennom russkomazyke] // *Russistik* (Berlin). 1998. No. 1/2. P. 27–36.
- Dulichenko A. D.* Russian language in the late XX century [Russkij yazyk konca XX stoletiya]. Munghen, 1994.
- General Russian dictionary* [Bol'shoj universal'nyj slovar' russkogo yazyka] / V. M. Morkovkin, G. F. Bogachyova, N. M. Luckaya; ed. by V. M. Markovkin. Moscow: Ast-Press School, 2016. (Slovari XXI veka).

Good speech / ed. by M. A. Kormilitsyna. Saratov, 2001.

Kormilitsyna M. A. Some results of the study of the processes observed in the language of contemporary newspapers [Nekotorye itogi issledovaniya processov, proisxodyashix v yazyke sovremennykh gazet] // The issues of speech communication [Problemy rechevoj kommunikacii]. Is. 8. Saratov: SSU Publ., 2008. P. 13–33.

Kormilitsyna M. A., Sirotinina O. B. Idiostyle of the publicist. Part 1 [Idiostil' publicista. Stat'ya pervaya] // Medialingvistika [Medialinguistics]. 2014. No. 2 (5). P. 40–50; Part 2 // Ibid. 2015. No. 1 (6). P. 25–33.

Kulikova G. S. Some ways to avoid the risk of new loan-words' misunderstanding [Sposoby preduprezhdeniya riskov nepravil'nogo ponimaniya novyx zaimstvovaniij] // The issues of speech communication [Problemy rechevoj kommunikacii]. Is. 14. Saratov: SSU Publ., 2008. P. 76–85.

Matyashevskaya A. I. Informal, spoken and slang words in mass media: categories, usage, cultural differences [Snizhennaya leksika v SMI: klassifikaciya, upotreblenie, e'tnokul'turnye razlichiya (na materiale rossijskix i britanskix gazet)]: dis. ... kand. filol. nauk. Saratov, 2014.

Nikolaeva T. M. On the issue of “linguistics of speech” (in particular, of the interjections) [O «lingvistike rechi» (v chastnosti, o mezhdometii)] // The Is. of Lingu. [Vopr. jazykozn.]. 2015. No. 4. P. 7–20.

Novikov V. The dictionary of trendy words [Slovar' modnyx slov]. M.: Ast-Press KNIGA, 2012.

Risks in modern communication and ways to avoid them [Riskogenost' sovremennoj kommunikacii i rol' kommunikativnoj kompetentnosti v eyo preodolenii]. Saratov: SSU Publ., 2015; 2016.

Sirotinina O. B. Some changes in USSR journalism that are relevant to stylistics [Nekotorye zhanrovo-stilisticheskie izmeneniya sovetской publicistikii] // The development of functional styles of contemporary Russian language [Razvitie funkcional'nyx stilej sovremennogo russkogo yazyka]. M.: Nauka, 1968. P. 101–125.

Stolyarova E. A. The distribution of grammatical classes of words in Russian speech [Raspredelenie i funkcionirovanie grammaticheskix klassov slov v russkoi razgovornoj rechi]: dis. ... kand. filol. nauk. Saratov, 1972. 194 p. + 78 p. an.

The changes in the language of journalism (the survey of international political reviews) [Izmeneniya v yazyke publicistikii (na materiale mezhdunarodnyx obzorov)] // The issues of stylistics [Voprosy stilistiki]. Is. 3. Saratov: SSU Publ., 1969. P. 5–36.

The changes in the scientific language [Izmeneniya v yazyke nauchnoj prozy] // The issues of stylistics [Voprosy stilistiki]. Is. 3. Saratov: SSU Publ., 1969. P. 37–55.

The place of spoken words in the system of functional styles of the Russian language. Grammar [Razgovornaya rech' v sisteme funkcional'nyx stilej sovremennogo literaturnogo yazyka. Grammatika]. Saratov: SSU Publ., 1992.

The place of spoken words in the system of functional styles of the Russian language. Vocabulary [Razgovornaya rech' v sisteme funkcional'nyx stilej sovremennogo literaturnogo yazyka. Leksika]. Saratov: SSU Publ., 1983.

Uzdinskaya E. V. The component “expectation” in semantics of discourse words and its usage in newspapers [Komponent «ozhidanie» v semantike diskursivov i ego ispol'zovanie v gazetnom tekste] // The issues of speech communication [Problemy rechevoj kommunikacii]. Is. 15. Saratov: SSU Publ., 2015. P. 91–104.

Viktorova E. Yu. Auxiliary system of discourse [Vspomogatel'naya sistema diskursa]. Saratov: Nauka, 2015.

Yudakin A. P. Slavic encyclopedia: theoretical, applied and slavic linguistics: 3 vol. [Slavyanskaya e'nciklopediya: teoreticheskoe, prikladnoe i slavyanskoe yazykoznanie: v 3 kn.]. Vol. 2. Moscow, 2005. P. 326–328.

УДК 811.161.
ББК 81.2.
ГРНТИ 16.21.
КОД ВАК 10.02.

Г. С. Куликова, И. В. Прозорова
Саратов, Россия

**РАДИОПЕРЕДАЧА
«СЛУЖБА РУССКОГО ЯЗЫКА»
КАК ОДИН ИЗ ВАРИАНТОВ
СОЦИАЛЬНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
САРАТОВСКИХ ЛИНГВИСТОВ**

Галина Сергеевна Куликова, кандидат филологических наук, доцент кафедры русского языка и речевой коммуникации Института филологии и журналистики Саратовского национального исследовательского государственного университета имени Н. Г. Чернышевского.

410012, Саратов, Астраханская ул., 83, корп. XI.

E-mail: kulikova.gs@gmail.com.

Инна Валериевна Прозорова, кандидат филологических наук, руководитель Киностудии Саратовского национального исследовательского государственного университета имени Н. Г. Чернышевского.

410012, Саратов, Астраханская ул., 83, корп. XI.

E-mail: inna_prozorova@mail.ru.

Постановка проблемы. Радиопередачи «Служба русского языка» под разными названиями существуют во многих городах России. В чем своеобразие саратовской передачи?

История вопроса. В эфир Радио России (ГТРК «Саратов») современная передача «Служба русского языка» выходит с 1991 г. Ее прообраз «В пятницу вечером после шести» — передача, посвященная проблемам русского языка, — существовал на саратовском радио с 70-х годов XX в. Автор и ведущая современной передачи — Инна Валериевна Прозорова, радиожурналист с 26-летним стажем. Первые пять лет передача шла в записи, вопросы радиослушатели присылали в форме писем. Затем программа начала регулярно, каждый вторник, выходить в эфир и стала интерактивной. Эксперты-лингвисты в прямом эфире отвечают на вопросы по русскому языку. Каждую неделю по вторникам в 13.10 звучат знакомые многим жителям области позывные программы. В прямом эфире можно получить ответы на самые разные вопросы, связанные с культурой русской речи, с происхождением слов и устойчивых оборотов в русском языке, с диалектными особенностями речи и др. И. В. Прозорова неизменно привлекает к работе в эфире видных экспертов-лингвистов Саратовского университета.

До 1991 г. с благодарными слушателями вела заинтересованный и страстный диалог доктор филологических наук, профессор кафедры русского языка СГУ Галина Георгиевна Полищук. Первое время передачи заранее ею готовились скорее как просветительские, чем как диалогические. В зависимости от темы беседы в передаче участвовали О. Б. Сиротина и В. Е. Гольдин; к работе в эфире она привлекала не только своих коллег, но и студентов — активистов лингвистического кружка, в том числе теперь основного специалиста передачи Г. С. Куликову.

Новая, коллективная, передача имела большой успех, и постепенно в нее стали поступать уже не только письменные вопросы, а сейчас она фактически превратилась в радиоклуб любителей русского языка: слушатели не просто задают вопросы, но и делятся своими наблюдениями, дополняют, а иногда и поправляют с помощью доступных им словарей ответы специалиста. За одну 45–50-минутную передачу обсуждается в среднем 15–20 вопросов. Есть постоянные слушатели — борцы за чистоту русской речи, но каждый раз появляется и много новых участников.

В 2016 г. ее автор и основная ведущая И. В. Прозорова к 25-летию выхода в эфир «Радио России» (ГТРК «Саратов») была награждена почетной грамотой Саратовской областной Думы за активную социально значимую деятельность. Многие звонившие в студию с поздравлениями в связи с 25-летием «Радио России» в Саратове среди своих самых любимых и полезных передач называли «Службу русского языка».

До появления Интернета к членам кафедры русского языка СГУ нередко обращались (звонили и на кафедру, и домой) по вопросам нормативности и журналисты, и чиновники. Передача не просто помогала распространять сведения о русском языке, с ее помощью в городе порой устранялись ошибки в публичной сфере. Так, один из слушателей позвонил в «Службу русского языка» с вопросом, насколько нормативным является название торговой точки «Урюпинские пуха». Под влиянием бурного обсуждения этого вопроса ее название изменили: магазин стал называться «Урюпинский пух». Благодаря передаче в саратовских СМИ разграничивают (хотя не всегда) понятия *патронаж* и *патронат*.

В разные годы в роли экспертов «Службы русского языка» выступали и выступают доктора филологических наук, профессора Ольга Борисовна Сиротинина, Валентин Евсеевич Гольдин, Ольга Юрьевна Крючкова; кандидаты филологических наук, доценты Галина Сергеевна Куликова, Дарья Васильевна Калуженина, Татьяна Николаевна Медведева. В программе принимают участие магистранты Института филологии и журналистики СГУ, студенты и школьники старших классов Саратова и Саратовской области.

Анализ материала. Саратовская радиопередача «Служба русского языка» в сравнении с близкими по тематике передачами, существующими в различных городах России (Москве, Санкт-Петербурге, Воронеже и др.), имеет ряд особенностей: она всегда выходит в прямом эфире, ее слушатели не только задают вопросы, но и часто выражают свое отношение к разнообразным фактам современной речевой практики, участвуют в их обсуждении, нередко дискутируя друг с другом и с ведущими передачи. В состав слушателей, а по существу участников передачи входит «ядро» постоянных «любителей русской словесности». Неизменное в своей основе на протяжении нескольких лет, оно постепенно пополняется. Аудитория передачи, основную часть которой традиционно составляли люди солидного возраста, в последние годы заметно помолодела. В гендерном отношении радиоаудитория тоже изменилась: первоначально преимущественно женская, она со временем стала все больше включать в себя мужчин. Можно сказать, что по своему составу радиоаудитория стала более разнообразной. Звонят не только из Саратова, но и из городов и поселков области, и это люди различных профессий и разного уровня образования.

Обычной практикой подготовки слушателей передачи к «встрече в эфире» является отслеживание ими ошибочных употреблений в СМИ, случаев нарушения ортологических и этических норм, а также обращение к словарям, о чем свидетельствуют их высказывания в передаче, например: «Мы ждём вашу передачу, готовимся, как к уроку...»

Нередко и в течение передачи, идущей в прямом эфире, слушатели-участники обращаются к энциклопедиям, словарям, различным источникам, чтобы найти информацию об обсуждаемом слове или фразеологизме, припоминают то, чему когда-то их учили, ссылаются на научные и художественные тексты. Например, «Я посмотрела книгу по астрономии, там употребляется „частное затмение“. Так что это правильно; У Тютчева тоже встречается „статья“» (цитирует стихотворение). Причем всё это делается по инициативе самих слушателей программы. Кроме того, инициатива участников программы может касаться и выбора темы, которую они хотели бы обсудить в следующем выпуске передачи. Иногда это происходит в эфире, в устной форме, иногда отражено в письмах, где содержатся предложения новых тем, рубрик, которые могли бы обогатить передачу. Ее совершенствование обычно связывают с обсуждением актуальных для национальной культуры тем, таких, например, как вопрос о целесообразности широкого использования иноязычных слов в СМИ, языке рекламы, городской коммерческой номинации, изменениях в сфере речевого этикета и т. п.

Нередко вопросы требуют серьезных разысканий и включаются в «домашнее задание», в выполнении которого участвуют не только приходящие в студию специалисты, магистранты и студенты, что расширяет их лингвистический кругозор, но и слушатели. В следующем выпуске передачи добытая информация обсуждается.

Вопросы, звучащие в передаче, могут иметь характер предположений, догадок, проверки правильности своих представлений о тех или иных явлениях языка и речи. Содержание вопросов весьма разнообразно. При этом можно выделить наиболее распространенные темы вопросов. Так, к числу наиболее типичных для саратовской «Службы русского языка» вопросов относятся те, которые связаны с выяснением значения и происхождения слов и фразеологизмов. Причем вопросы, имеющие отношение к семантике, часто продиктованы практической необходимостью правильно понимать и употреблять слово или устойчивое выражение. Вопросы же, касающиеся этимологии, обусловлены прежде всего любознательностью, интересом слушателей передачи к истокам родного языка, связаны со своеобразием отечественной истории и культуры: «Откуда пошло выражение *заруби себе на носу?*»; «Почему говорят: *пермяки — солёны уши?*»; «Кто первый употребил выражение *Серебряный век?*» Выводы о преобладании подобных вопросов были сделаны и воронежскими учеными, проводившими анализ материалов передачи «Территория слова», которая существует на радио их города [Языковое сознание жителей Воронежа 2010].

Как правило, в одном вопросе бывает отражено и желание узнать или уточнить значение слова или фразеологизма, и стремление выяснить его происхождение. Это, в частности, касается постоянного интереса слушателей к иноязычным словам, особенно новым заимствованиям, которые часто встречаются в СМИ, например: *люфт*, *артхаус*, *мейнстрим*, *дауншифтинг*, *брутальный*. Среди иностранных слов, вызывающих вопросы, много специальных — профессионализмов и терминов, которые часто неправильно, без объяснения их значения, используются в средствах массовой информации, адресованных широкой аудитории: *транспарентность* / *транспарантность*, *корелляция*, *хаб*, *этногенез*, *имплементация*, *аутсорсинг* и т. д.

Отличительной особенностью саратовской передачи является заметный, не ослабевающий на протяжении многих лет интерес к диалектным и просторечным словам: *чалдон* / *челдон*, *подловка*, *кулёма*, *загнетка*, *ухандокался*, *зюзя*, *чувиль*, *чёлошка*. Слова «из детства», связанные с воспоминаниями о том, как говорили в родных местах, как выражались бабушки, особенно дороги и интересны слушателям старшего возраста:

«Что означает *ветер дует глуменами, или гломнями*»?; «Моя бабушка называла *кулёмой* неопрятную женщину и плохую хозяйку...»; «В детстве бабушка называла меня *шишигой*. Я тоже так называю свою внучку. Не знаю, хорошо ли это?»

Устойчив также интерес радиослушателей к этимологии местных топонимов: названия сел, *речки Каюковка, Саратовка, посёлок Тиньзинь*. При этом вместе с вопросами часто звучат догадки, нередко отражающие народное сознание, ненаучные версии, являющиеся примерами «народной этимологии»: «*Саратовка* раньше была *СОратовка*, потому что „рать со товарищи“... Формальное сходство нередко заставляет радиослушателей задуматься об общих истоках слов: «*Трус* и *трусы* имеют общую историю?»; «*Суржик, сурдинка, сурдоперевод* как-то между собой связаны?» Возможность получить научное объяснение происхождения слова в эпоху расцвета «народной этимологии», примеры которой постоянно встречаются в публицистических текстах и рекламе, особенно востребована слушателями.

Неизменный интерес также вызывают устаревшие слова, чаще связанные с художественными текстами: *благодарствуйте, прюнелевый, господарь, одр, сень*. С художественной литературой может быть связан и интерес к непонятным диалектным словам. Так, в одном из недавних выпусков «Службы русского языка» слушатель попросил объяснить значение диалектных слов в стихах С. Есенина.

Другие разновидности нелитературной лексики тоже могут, хоть и не так часто, вызывать вопросы слушателей. Это жаргонные слова, причем большинство слов из молодежного жаргона — речи детей и внуков слушателей программы (такие вопросы обычно задают представители радиоаудитории старшего возраста) или опять-таки встреченные в СМИ: *прЕпод, конса* (консерватория), *игнор, тусить / тусоваться*. Интерес к значению слова при этом может сочетаться с критикой, замечаниями о нежелательности его употребления на телевидении, радио, в периодических изданиях: «В „Комсомольской правде“, в „толстухке“, было написано: *няшный прокурор*. Что это за слово, что означает? Разве можно его использовать в газете?»; «Меня удивило, что на вручении ТЭФИ сказали: *дико профессиональный*».

Значимо, что члены радиоаудитории почти в каждой передаче стремятся разграничить и уточнить значение семантически близких слов, обращая внимание на особенности их употребления: *занять и одолжить, фокусник и манипулятор, учащийся и обучающийся, стремительный и быстрый, поступок и проступок*.

Обращение к словарям и справочникам, которые находятся в студии и которые рекомендуют эксперты, побуждает и самих радиослушателей при необходимости и просто «интереса ради» использовать эти источники. Здесь довольно широкий спектр словарей, среди которых прежде всего толковые словари, словари иностранных слов, этимологические, орфоэпические, грамматические [напр.: Толковый словарь... 2007; Крысин 2011; Каленчук, Касаткин, Касаткина 2009; Большой фразеологический словарь... 2009; Русский орфографический словарь 2012; Толковый словарь... 2006; Морковкин, Богачёва, Луцкая 2016]. Это не только строго научные, академические издания, но и популярные, но, несомненно, качественные источники [Ашукин, Ашукина 1988; Макаров, Матвеева 1993; Акишин, Акишина 1999]. Особенно это важно для формирования познавательного интереса и совершенствования информационной культуры у юных слушателей. Следует заметить, что у многих слушателей дома есть словарь В. И. Даля, к которому они часто обращаются в поисках сведений об устаревших и диалектных словах.

Безусловно, важной составляющей радиодialogа является обсуждение разного рода ошибок, неудачных словоупотреблений, обнаруженных радиослушателями. Часто

участники передачи пытаются осмыслить новые явления в речи, изменения значений, коннотаций, особенностей употребления некоторых слов: *стерва*, *амбициозный*, *агрессивный*. Характерны следующие рассуждения слушателей: «Почему отказываются от склонения слов в рекламе: купи „Фанта“?»; «Правильно ли пишут в газетах: *четверо человек*»?; «Сейчас уже надо писать займ или всё еще заём?»

При этом отмечены проявления нетерпимости, часто неправомерной, к выбору формы, прозвучавшей в эфире. В первые годы существования передачи слушатели выражали желание развести по значению *квАртал* и *квартАл*. Теперь этого уже нет, но очень устойчиво отвергается возможность склонения названий городов, оканчивающихся на *о*, упорно считают, что *из Балакова* — ошибка.

Важно, что много внимания слушатели уделяют этическим нормам. Это касается и «вечного вопроса» о выборе формы обращения к незнакомому человеку (*гражданин*, *товарищ*, *сударь*, *господин*, *мужчина*, *женщина*, *дама*), новаций в области речевого этикета — например, изменения этикетных формул приветствия: можно ли отвечать на *Добрый день* просто *Добрый* или использовать в ответ на слова благодарности широко распространенную формулу *Не за что*.

Часто вопросы переходят в область изменения ценностных ориентиров в современном обществе, о чем с тревогой говорят слушатели передачи, о чем они пишут в письмах, обращенных к ее ведущим: «Разве можно говорить о „образовательных услугах“ или о том, что „врачи обслуживают пациентов“? Это даже отражено в законе».

Популярность саратовской передачи «Служба русского языка», не утраченная в эпоху расцвета Интернета, во многом объясняется желанием ее участников быть услышанными, при этом проявить свою индивидуальность, не даром они часто сообщают о своей профессии, говорят о том, где жили, учились, называют своих учителей [Куликова 2011].

Результаты работы. Таким образом, саратовская «Служба русского языка» представляет собой своеобразный радиоклуб, членов которого объединяет восприятие русского языка как исключительно важного компонента национальной культуры и желание активно влиять на его судьбу.

Обсуждение речевых проблем в радиопередаче имеет значение и для исследований лингвистов Саратовской школы, поскольку позволяет благодаря уже многолетним регулярным высказываниям в эфире узнавать реальное отношение людей разного возраста, образования, профессий как к ценности для них родного языка, так и к отдельным нормам и фактам речи.

Для саратовских лингвистов передача является одним из источников сведений о языковом сознании рядовых носителей языка, в частности жителей Саратова.

Материалы, полученные в ходе проведения передачи, получили научную оценку и продолжают изучаться в различных аспектах: отношения носителей языка к чрезмерному употреблению иноязычной лексики в разных сферах официального общения, к развитию языковой нормы, к качеству языка СМИ [Куликова 2005; Сиротинина, Куликова 2010; Сиротинина 2013]. Кроме того, содержание записей и вопросов радиослушателей исследуется в выпускных работах магистров и бакалавров.

Выводы. Радиопередача «Служба русского языка» (ГТРК «Саратов») имеет социальное значение (к ней прислушиваются), она пробуждает интерес к русскому языку, его нормам, стимулирует обращение носителей языка к словарям.

Подобные передачи очень важны не только для всех, кто пользуется родным языком в разных сферах жизни и деятельности человека, но и для его научного изучения,

выявления «болевых точек» системы, реального отношения народа к заимствованиям, отношения к кодифицированным нормам, отступлениям от норм и в целом к изменениям в языке.

ЛИТЕРАТУРА

Акишин А. А., Акишина Т. Е. Круговорот имен: имя в истории и культуре. Пушкино: Пушкин. науч. центр РАН, 1999.

Ашукин Н. С., Ашукина М. Г. Крылатые слова: литературные цитаты; образные выражения. 4-е изд., доп. М.: Худож. лит., 1988.

Большой фразеологический словарь русского языка / отв. ред. В. Н. Телия. 4-е изд. М.: АСТ-Пресс, 2009.

Каленчук М. Л., Касаткин Л. Л., Касаткина Р. Ф. Большой орфоэпический словарь русского языка: литературное произношение и ударение начала XXI века: норма и ее варианты. М.: АСТ-Пресс Книга, 2012.

Крысин Л. П. Иллюстрированный толковый словарь иностранных слов. М.: Эксмо, 2011.

Куликова Г. С. Поиск эталона хорошей речи в массовом сознании: на матер. диалогов со слушателями радиопередачи // Проблемы речевой коммуникации. Вып. 5. Саратов: Изд-во Саратов. ун-та, 2005. С. 49–53.

Куликова Г. С. Радиопередача «Служба русского языка» как стимул развития интереса к русскому языку // Проблемы речевой коммуникации. Вып. 5. Саратов: Изд-во Саратов. ун-та, 2011. С. 49–53.

Макаров В. И., Матвеева Н. П. От Ромула до наших дней: словарь лексических трудностей художественной литературы. М.: Былина, 1993.

Морковкин В. В., Богачёва Г. Ф., Луцкая Н. М. Большой универсальный словарь русского языка. М. АСТ-Пресс Школа, 2016.

Русский орфографический словарь: ок. 200 000 слов / под ред. В. В. Лопатина, О. Е. Ивановой. 4-е изд., испр. и доп. М.: АСТ-Пресс, 2012.

Сиротинина О. Б. Русский язык: система, узус и создаваемые ими риски. Саратов: Изд-во Саратов. ун-та, 2013.

Сиротинина О. Б., Куликова Г. С. Взаимосвязь языковых компетенций СМИ и их потребителей // Вестн. Нижегород. ун-та им. Н. И. Лобачевского. 2010. № 4(2). С. 723–726.

Толковый словарь русского языка начала XXI века: актуальная лексика / под ред. Г. Н. Складневской. М.: Эксмо, 2006.

Толковый словарь русского языка с включением сведений о происхождении слов / отв. ред. Н. Ю. Шведова. М.: Азбуковник, 2007.

Языковое сознание жителей Воронежа / под ред. И. А. Стернина. Воронеж: Воронеж. гос. ун-т, 2010.

REFERENCES

Akishin A. A., Akishina T. E. Circulation names: the name in history and culture [Krugovorot imen: imya v istorii i kulture]. Pushkino, 1999.

Ashukin N. S., Ashukina M. G. Winged words: literary quotations; figurative expression [Krylatye slova: literaturnye citaty: obraznye vyrazheniya]. 4th ed., ext. Moscow, 1988.

Dictionary of Russian language the beginning of the XXI century: current vocabulary [Tolkovyy slovar russkogo yazyka nachala XXI veka: aktualnaya leksika] / ed. by G. N. Sklyarevskaya. Moscow, 2006.

Dictionary of Russian language with the inclusion of information about the origin of words [Tolkovyy slovar russkogo yazyka s vklucheniem svedenij o proisxozhdenii slov] / Rus. Acad. of Sci., Inst. of Russian Language V. V. Vinogradov; ed. by N. Y. Shvedova. Moscow, 2007.

Kalenchuk M. L., Kasatkin L. L., Kasatkina R. F. Large pronouncing dictionary of the Russian language: literary pronunciation and accent the beginning of the XXI century: the norm and its variants [Bolshoj orfoepicheskiy slovar russkogo yazyka: literaturnoe proiznoshenie i udarenie nachala XXI veka: norma i eyo varianty]. Moscow, 2012.

Krysin L. P. Illustrated Dictionary of Foreign Words [Illyustrirovannyj tolkovyj slovar inostrannyh slov]. Moscow, 2011.

Kulikova G. S. Radio program "Russian Language Service" as an incentive to the development of interest in the Russian language [Radioperedacha «sluzhba russkogo yazyka» kak stimul razvitiya interesa k russkomu yazyku] // Problems of verbal communication [Problemy rechevoj kommunikacii]. Vol. 11. Saratov, 2011. C. 49–53.

Kulikova G. S. Search standard of good speech in the mass consciousness (based on conversations with radio listeners) [Poisk etalona xoroshej rechi v massovom soznanii (na material dialogov so slushatelyami radio peredachi)] // Problems of verbal communication [Problemy rechevoj kommunikacii]. Vol. 5. Saratov, 2005. P. 49–53.

Language consciousness Voronezh residents [Yazykovoe soznanie zhitelej Voronezha] / ed. by I. A. Sternin. Voronezh, 2010.

Large phrasebook Russian language [Bolshoj frazeologicheskiy slovar russkogo yazyka] / ed. by V. N. Telia. 4th ed. Moscow, 2009.

Makarov V. I., Matveeva N. P. From Romulus to the present day: Dictionary of lexical difficulties fiction [Ot Romula do nashix dnei: slovar leksicheskix trudnostej xudozhestvennoj literatury]. Moscow, 1993.

Morkovkin V. V., Bogacheva G. F., Lutsk N. M. Great Universal Dictionary of the Russian language [Bolshoj universalnyj slovar russkogo yazyka]. Moscow, 2016.

Russian spelling dictionary: about 200 000 words [Russkiy orfograficheskiy slovar: ok. 200 000 slov] / Rus. Acad. of Sci., Inst. of Russian Language V. V. Vinogradov; ed. by V. V. Lopatin, O. E. Ivanova. 4th ed., rev. and ext. Moscow, 2012.

Sirotnina O. B. Russian language: a system USUS and risks they create [Russkiy yazyk: sistema, uzus i sozdavaemye imi riski]. Saratov, 2013.

Sirotnina O. B., Kulikova G. S. The relationship of language and media competence consumers [Vzaimo svyaz yazykovyx kompetencij SMI i ix potrebitel'ej] // Vestnik Nizhegorod. Univ. them Lobachevskij [Vestn. nizhegorod. un-ta]. N. Novgorod, 2010. P. 723–726.

**МЕДИАТЕКСТ: СТРУКТУРА,
КОМПОЗИЦИЯ, ВЕКТОРЫ ОБНОВЛЕНИЯ**
.....

УДК 811.111;
ББК 81.2Англ;
ГРНТИ 16.41.21, 19.01;
ВАК 10.02.19

Т. В. Харламова
Саратов, Россия

ЖИЗНЬ МИФА В СОВРЕМЕННОМ ПОЛИТИЧЕСКОМ МЕДИАДИСКУРСЕ США И ВЕЛИКОБРИТАНИИ

Татьяна Валериевна Харламова, кандидат филологических наук, зав. кафедрой романо-германской филологии и переводоведения Саратовского национального исследовательского государственного университета имени Н. Г. Чернышевского.

410012, Саратов, Астраханская ул., 83, корп. XI.
E-mail: kharlamovatv@yandex.ru.

© Харламова Т. В., 2016

Постановка проблемы. Современный политический медиадискурс является обширным пространством для формирования определенного восприятия действительности. В связи с активными общественно-политическими процессами происходит переформатирование общественного сознания, обновляется концептуальный мир носителя языка, создаются новые ценностные установки и ориентиры. Все эти явления непосредственно связаны с языковыми процессами и представляют огромный интерес для медиалингвистики. Как известно, язык обладает способностью не только отражать действительность, но и значительно влиять на существующую реальность, а «сама политика — это изначально словесное, языковое поле; создается она в языке, действует посредством языка и даже политическая борьба ведется прежде всего в языковом поле — борьба за право объявить истинным свой вариант символического структурирования реальности» [Литовченко 2001].

По мнению А. М. Цуладзе, стремительные перемены, которые происходят в обществе, способствуют мифологизации сознания современного человека, «поскольку миф является устойчивой структурой и позволяет внести какую-то упорядоченность в хаотичную „картину мира“. Миф оказывается той самой „реальностью“, в которую человек искренне верит» [Цуладзе 2003: 23].

Мифологизации политического сознания способствует идеология, которая является неотъемлемой составляющей любого типа государства. С помощью средств массовых коммуникаций идеология создает необходимые для государства политические мифы, а также систему манипулятивных средств, воздействующих на сознание масс [Чернышева 2007]. Современное дискурсивное пространство заполнено мифами разного рода, которые отражают стандартизированные упрощенные представления о действительности, событиях или людях.

Следует отметить особую роль средств массовой информации: «СМИ являются важным общественным инструментом информирования общества и воздействия на него» [Викторова 2015: 181]. М. А. Кормилицына и О. Б. Сиротинина полагают, что в современных СМИ интерпретационный компонент иногда выражен сильнее информативного, часто даже в ущерб последнему: для журналиста «главное — заявить и доказать свое мнение, отразить свой взгляд на излагаемые факты» [Кормилицына, Сиротинина 2015: 57]. Кроме того, СМИ часто привносят свое видение в интерпретацию событий, что порой приводит к подмене объективной политической реальности медийной, виртуальной реальностью [Вражнова 2015; Кириллова 2014].

Зарубежные СМИ пытаются развенчать мифы, созданные, по их мнению, в России. В результате происходит переписывание российских «мифов» и создание новых западных мифов о России. Целью данного исследования является рассмотрение мифов о России, которые создаются в британских и американских средствах массовой информации, описание модели создания западного мифа через развенчание мнимых российских мифов и выявление языковых средств, которые участвуют в реализации этой задачи в зарубежной прессе.

История вопроса. Помимо классических работ Р. Барта, Э. Кассирера, К. Леви-Стросса, А. Ф. Лосева, Ю. Лотмана, Д. Ниммо, Дж. Комбса, А. Потебни, М. Элиаде, Э. Фромма появился целый ряд исследований, посвященных функционированию мифа в политическом дискурсе. В литературе существуют различные подходы к их интерпретации и изучению: определения данного понятия существенно различаются у представителей различных наук и направлений. Большинство разногласий касается формы: некоторые исследователи определяют миф как нарратив [Wydra 2008; Gill 2011], другие исключают повествование из определения политического мифа и делают акцент на стереотипах, или стереотипных представлениях, и отмечают его дискурсивную природу [Барт 2008; Шестов 2003; Edelman 1975].

По мнению О. Ю. Малиновой, миф — это парадоксальная категория, которая используется, с одной стороны, как инструмент «демифологизации». «С другой стороны, сообщение, которое действительно работает как миф, не осознается в качестве продукта конструирования — оно воспринимается как констатация „естественного порядка вещей“. В современной символической политике „миф“ выступает в обоих качествах — в виде устоявшихся представлений, определяющих восприятие одних социальных групп, и в роли инструмента разрушения таких представлений (ради их замены собственными мифами) в руках других групп» [Малинова 2015: 19].

Показательным для современного медиапространства является процесс трансформации мифов, сотворенных одной идеологией, и образования новых с учетом ценностных ориентиров другой.

Вербальной реализацией мифа является мифологема — основополагающий знак политического дискурса, в семантике которого содержится господствующая в обществе система ценностей. Особенностью политического дискурса является идеологизация мифологем и превращение их в идеологемы, а именно средства идеологической ориентации и инструменты укрепления политической власти [Вепрева, Шадрин 2006].

Описанные выше положения и понятия используются в данном исследовании в качестве основы для проведения анализа американской и британской прессы.

Описание методики исследования. Материалом для исследования послужили электронные версии американских и британских газет: “The New York Times” (NYT), “The Washington Post” (WP), “New York Magazine” (NYM) и “The Guardian”, “The

Telegraph”, “The Times” за период 2014–2015 гг. (всего 540 статей). Для анализа были отобраны статьи из указанных изданий по гиперссылке myth / Russia / Putin. Далее использовались статьи только общественно-политического характера о России, которые посвящены проблемам ее внутренней и внешней политики и создаваемым в них мифам.

В ходе исследования применялся метод дискурсивного анализа, который позволяет значительно расширить представление о тексте и коммуникации, а также сконцентрироваться не только на формальных показателях текста, но и на его экстралингвистической составляющей. Особое внимание уделяется тому, как структуры дискурса влияют на восприятие конструируемой действительности и способы ее формирования. Данный метод позволил выявить существующие мифологемы о России, которыми оперируют в американском и британском обществах.

Кроме того, в работе использовался метод стилистического анализа, целью которого является выявление стилистических приемов и средств, а также их роли в реализации общей коммуникативной направленности текста.

Анализ материала. Проведенное исследование показало, что одной из задач современных американских и британских СМИ является попытка развенчать мифы, которые, по их мнению, создаются в России на внутри- и внешнеполитической арене. В результате такого процесса «демифилогизации» российский «миф» трансформируется и превращается в новый, западный, миф о России.

Исследователи указывают на то, что миф является двухполюсной системой: в каждом из них присутствует «свой центральный герой, наделенный определенными положительными качествами, и враг, олицетворение ужаса и тьмы» [Садуов 2008: 96], которые должны постоянно противостоять друг другу [Кириллова 2014].

Проведенный анализ показал, что, по мнению американской и британской прессы, главным героем российских мифов является В. В. Путин, который борется с терроризмом и олигархами, противостоит западным санкциям, коррупции и западному влиянию. Так, в американской и британской прессе появился ряд публикаций о выставке, проведенной в России ко дню рождения Путина, где лидер государства предстает в образе Геракла, совершающего двенадцать подвигов: *For his birthday, President Obama only got a photo essay of the past year's events posted to the White House website. Russian president Vladimir Putin, on the other hand, got a whole exhibition comparing him to the Greek mythical hero Heracles (known further west as Hercules). No joke — it's called “The 12 Labors of Putin”* (NYM. 2014. 6 Oct.) (*На свой день рождения президент Обама получил лишь фоторепортаж о событиях последнего года, отраженных на сайте Белого Дома. Российский президент Владимир Путин, напротив, получил целую выставку, где он сравнивается с греческим мифологическим героем Гераклом (ближе к западу известный как Геркулес). Это не шутка — выставка называется «12 подвигов Путина».* — Здесь и далее перевод с английского мой — Т. Х.).

По законам мифологии миф строится на образах, что и обеспечивает ему запоминаемость и узнаваемость. В политическом мифе центральной фигурой является супергерой, который «должен совершать исключительные поступки — подвиги во имя какой-то благородной цели. Он избран для совершения подвига, который не по силам другим» [Цуладзе 2003]. В данном случае таким героем становится глава российского государства, который предстает в создаваемом российскими СМИ мифе в образе мужественного защитника природы и обездоленных на основе тиражируемых фотофактов (Путин за рулем автомобиля в многодневной инспекции дороги, в истребителе, на дельтаплане в качестве вожака журавлей и т. д.).

В зарубежной же прессе происходит активный процесс дегероизации образа В. Путина. Как правило, основным средством в данном случае служит ирония. Следует отметить, что ирония является одним из самых распространенных способов дегероизации и в британских, и в американских СМИ. Так, в сильной позиции текста (в начале или в конце) статей о выставке ко дню рождения В. В. Путина появляются ироничные комментарии, которые выполняют именно эту функцию: *Next year's exhibit: "Genesis 1 Through Putin's Eyes." In the beginning, Putin created the heavens and the Earth ...* (Ibid.) (*Выставка следующего года: «Книга Бытия 1 глазами Путина». В начале сотворил Путин небо и землю...*)

Ирония используется в политическом медиадискурсе «как троп, как стилистический прием, как одно из языковых средств, наряду с другими возможностями языка служащее реализации и репрезентации авторского ироничного мировосприятия в тексте» [Печенкина, Васильева 2014: 172], при этом при помощи иронии «ведется скрытая полемика в основном с обобщенным субъектом или с всеобщим мнением о жизни общества (скорее, с той оценкой, которая внушается людям)» [Кормилицына 2011: 307]: в данном случае высмеивается идея обожествления главы государства и наделения его сверхъестественной силой.

В зарубежной прессе происходит формирование негативного отношения к российскому президенту, образ которого строится в данном случае на реальности, далекой от истинной, и на протяжении исследуемого в работе периода постоянно обрастает новыми отрицательными характеристиками. При конструировании образа (фактически нового западного мифа) зарубежные СМИ приводят результаты специальных исследований личности Путина, представленных различными организациями и университетами, высказывания ведущих политиков и общественно-политических деятелей, литературные и исторические аллюзии. Негативное восприятие формируется также путем использования прецедентных имен российской или мировой истории: *After 15 years, no one in Washington still thinks of Mr. Putin as a partner. "He goes to bed at night thinking of Peter the Great and he wakes up thinking of Stalin", Representative Mike Rogers, the Republican chairman of the House intelligence committee, said on "Meet the Press" on NBC on Sunday* (NYT. 2014. 23 March) (*Спустя 15 лет, до сих пор никто в Вашингтоне не воспринимает г-на Путина как партнера. «Он ложится спать, думая о Петре Великом, и просыпается, думая о Сталине», — заявил Майк Роджерс, представитель от республиканской партии, председатель комитета по разведке Палаты представителей, в программе NBC «Встреча с прессой» в воскресенье*).

Для развенчания «героического мифа» при описании деятельности и поведения В. Путина особый акцент делается на таких приписываемых ему чертах характера, как непредсказуемость, агрессивность, тщеславие и др. Путин предстает как жесткий политик, который руководствуется исключительно своими личными интересами. Особый акцент делается на его профессиональном прошлом в системе госбезопасности, отсылка к которому вызывает негативный ассоциативный ряд у западной аудитории: *Indeed, recent analysis of the way the Russian president walks suggests that he might be readier than we realised. According to a study published in the British Medical Journal, his strange way of keeping his right arm still while swinging his left could well be a vestige of his KGB training in gun concealment, as recorded in a manual found by researchers* (The Guardian. 2015. 16 Dec.) (*Действительно, проведенный анализ походки российского президента показал, что он лучше готов, чем нам кажется. В соответствии с исследованием, опубликованным в «Британском медицинском журнале», его странная манера держать правую руку непод-*

вижно, при этом раскачивая левый, может являться свидетельством его подготовки в КГБ прятать оружие, как записано в инструкции, обнаруженной исследователями).

Как отмечают многие исследователи, действие мифа затрагивает чувственную сторону и основывается на эмоциональном воздействии [Барт 2008; Элиаде 2010; Кассирер 1990]. Для получения данного эффекта широко используются образные стилистические средства (метафоры, сравнения, эпитеты), с помощью которых создается определенное эмоциональное восприятие: *Vladimir Putin deliberately confronts the European Union with a different, older and worse European way of doing politics. Might is right. Black is white. War is back on the high road and law limps to the ditch like a wounded refugee* (The Guardian. 2015. 16 Febr.) (Владимир Путин сознательно предьявляет Европейскому союзу другой, более старый и грязный европейский путь ведения политики. Сильный всегда прав. Черный цвет белый. Война вернулась на большую дорогу, а закон хромает к канаве, как раненый беженец).

Во многих публикациях прослеживается тактика демонизации образа лидера страны и тактика нагнетания страха. Первая реализуется с помощью широкого спектра негативно-оценочной аксиологической лексики для описания последствий проводимой в стране политики (*serious damage, economy highly vulnerable to financial crisis, extreme measures, pressure, a nasty recession, shock, bad things, a vicious downward spiral, corruption*) и создает пугающий портрет политика: *Russians are watching their country suffer another avoidable economic calamity. The blame for this rests largely with the disastrous policies of President Vladimir Putin, who has consistently put his ego, his territorial ambitions and the financial interests of his cronies ahead of the needs of his country* (NYT. 2014. 16 Jan.) (Россияне наблюдают, как их страна переживает очередной экономический кризис, которого можно было избежать. Вина за происходящее в большей степени лежит на чудовищной политике президента Владимира Путина, который неизменно ставит свое «я», свои территориальные амбиции и финансовые интересы ближайшего окружения выше интересов своей страны).

Вторая тактика реализуется благодаря высокой частотности лексики с негативной коннотацией, которая часто содержит сему «угроза» (*threat, ominous, hazard, menace, aggressive*), а также использованию параллельных конструкций и приема градации, что создает эффект нагнетания страха: *For 15 years, Vladimir V. Putin has confounded American presidents as they tried to figure him out, only to misjudge him time and again. He has defied their assumptions and rebuffed their efforts at friendship. He has argued with them, lectured them, misled them, accused them, kept them waiting, kept them guessing, betrayed them and felt betrayed by them* (NYT. 2014. 23 March) (На протяжении 15 лет В. В. Путин ставил в тупик американских президентов, когда они пытались его разгадать, чтобы в очередной раз составить о нем неверное представление. Он пренебрегал их мнением и игнорировал их попытки по установлению дружеских отношений. Он спорил с ними, читал им нотации, вводил в заблуждение, обвинял их, заставлял их ждать, держал их в напряжении, предавал их и чувствовал себя преданным ими).

Таким образом, можно сказать, что происходит развенчание положительного героического российского мифа и создание ложного негативного западного в соответствии со своей идеологией, интересами и ценностными установками. Умелый подбор средств языкового и речевого воздействия создает негативный образ руководителя государства и страны в целом (при этом следует отметить, что в статье представлены не самые уничижительные примеры).

В ходе исследования было выявлено, что существует определенная модель создания западного мифа через развенчание российского. А. М. Цуладзе пишет, что Р. Барт пред-

лагает способ «похищения» мифа: для этого необходимо создать вторичный миф, в котором означающим становится значение первичного мифа. «Сила вторичного мифа в том, что первичный миф рассматривается в нем как наблюдаемое извне наивное сознание». Иными словами, вторичный миф превращается в *сатиру* на первичный. Таким образом, «похищение» мифа позволяет вернуться к реальности, избавиться от очарования мифа. Однако это прозрение недолговечно и иллюзорно. Реальность постоянно ускользает от нас. Освободившись от одного мифа, человек открывается для другого» [Цуладзе 2003].

В проанализированном материале западные СМИ подчеркивают, что медийное пространство России заполнено национальными мифами: о могуществе России и теми, которые создаются для реализации текущих политических задач (об Украине и роли России в украинском конфликте, о западной угрозе, об объективности российских СМИ и др.).

Проведенный анализ показал, что можно выделить несколько составляющих модели создания западного мифа через развенчание российского:

— упоминание / ссылка на мнимый российский миф (с помощью использования метафорических средств, средств образности, литературных аллюзий, цитации и др.);

— развенчание этого мифа: иронические комментарии, фактологическая информация, статистика, исторические факты, ссылка на авторитеты, маркеры разоблачения (*true, truth, wrong, myth, propaganda, in reality*), аксиологическая лексика, графические средства (кавычки, шрифт);

— итоговый посыл аудитории об обсуждаемом российском мифе (факультативная составляющая) [Харламова 2016].

Рассмотрим модель создания западного мифа на одном из примеров. В британской и американской прессе широко обсуждалось добровольное присоединение Крыма к России как восстановление исторической справедливости, рассматриваемое ими как российский миф.

Описание российского «мифа» или ссылка на него появляются либо в заголовке, либо в самой статье: *The jubilant scenes that greeted Vladimir Putin's announcement in the Russian parliament that he had signed a bill to allow Crimea to become a member of the Russian Federation were in stark contrast to the widespread dismay the move has caused throughout the West. Undeterred by threats of retaliation from the United States and the European Union, Mr. Putin positively bragged about his actions, claiming that Crimea had "always been part of Russia", and that by bringing it back under Moscow's control he had corrected a "historical injustice"* (The Telegraph. 2014. 18 March) (Всеобщее ликование, которым было встречено в российском парламенте заявление Владимира Путина о подписании законопроекта о включении Крыма в состав Российской Федерации, разительно контрастировало со всеобщим разочарованием на Западе, которое было вызвано этим шагом. Не испугавшись угрозы возмездия со стороны Соединенных Штатов и Европейского Союза, г-н Путин хвастался своими действиями, утверждая, что Крым «всегда был частью России» и что, вернув его обратно под контроль Москвы, он исправил «историческую несправедливость»).

Важным элементом развенчания этого «мифа» является разграничение мифологической и реальной действительности и формирование у аудитории определенного отношения к двум вариантам мира, конструируемого разными субъектами, которые создают ту или иную «реальность». Данную функцию часто выполняет цитация (в приведенном выше примере фразы из выступления В. В. Путина в кавычках: *"always been part of Russia"* и *"historical injustice"*), которая демонстрирует отстраненность автора

статьи от высказываемого мнения и полемичное отношение к нему. Для продвижения идеи противостояния двух «реальностей» часто вводится антитеза — фигура контраста, прием противопоставления понятий, явлений, образов, которая основывается на использовании антонимов (*jubilant scenes — widespread dismay*).

Средства развенчания мифа (в том числе маркеры разоблачения) могут появляться в заголовках, подзаголовках (или в тексте самой статьи): *Crimea, a Pyrrhic Victory?* (NYT); *Eight months after Russia annexed Crimea from Ukraine, a complicated transition* (WP); *Russian 'invasion' of Crimea fuels fear of Ukraine conflict; Russian propaganda over Crimea and the Ukraine: how does it work?* (The Guardian); *Russia's crime in Crimea must not go unpunished* (The Telegraph). Часто в заголовках статей, посвященных данной теме, на одной чаше весов находится «историческая справедливость», на другой — слова с семой «захват» (*invasion, takeover, occupation, annexed* и др.) или с семой «разногласие» (*conflict, clash* и др.), которые передают резко отрицательную оценку происходящих событий и вырабатывают негативное отношение к ним.

Особая роль отводится маркерам разоблачения, которые являются средством демифологизации конструируемой политическим противником или оппонентом действительности (*in reality, propaganda, myth, an alternative reality* и др.). Характерным является перекалывание ответственности за происходящее на Россию: *Creating an alternative reality, Putin casts Russia as a victim, not the aggressor that it is in Ukraine. In his attempt to carve out a zone of influence in Europe, he draws from the notion that Russia was mistreated by the west in the aftermath of the cold war. There is much myth-building here, which doesn't mean the west didn't make mistakes* (The Guardian. 2015. 5 Febr.) (При создании альтернативной реальности Путин представляет Россию в качестве жертвы, а не агрессора, который находится на территории Украины. В своей попытке выкроить зону влияния в Европе он исходит из того, что Россию притесняли на Западе после окончания холодной войны. Здесь много мифотворчества, что, однако, не означает, что Запад не делал ошибок); *Skewed facts, half-truths, misinformation and rumors all work in the propagandist's favor* (The Guardian. 2014. 17 March) (Искажение фактов, полуправда, дезинформация и слухи — всё работает на пропагандиста).

Для аргументации своей точки зрения авторы статей ссылаются на мнение ученых, религиозных и политических деятелей, а также приводят исторические факты. Их аргументы направлены на то, чтобы продвинуть свою точку зрения: *Ellie Knott, a doctoral candidate at the London School of Economics who conducts research in Crimea, has argued convincingly that the Russian nationalist and Crimean separatists are in practice hindered by their own internal divisions, and that many ethnic Russians in Crimea have a more complicated sense of national identity than might first appear* (WP. 2014. 27 Febr.) (Элли Нотт, докторант Лондонской школы экономики, который проводит исследования в Крыму, привел убедительные доводы по поводу того, что российские националисты и крымские сепаратисты на практике сталкиваются со своими внутренними противоречиями и что многие этнические русские в Крыму имеют более сложное восприятие своей национальной идентичности, чем может показаться на первый взгляд).

Журналисты обращаются не только к мнению «авторитетных экспертов», но и приводят свидетельства простых людей, которые сами стали непосредственными участниками событий. Таким образом создается ощущение широкого охвата мнений — от простого обывателя до эксперта, что придает большую убедительность приводимым доказательствам и оказывает влияние на формирование определенного отношения аудитории к освещаемым событиям.

Использование прямой речи демонстрирует, что мнение как бы исходит из уст говорящего, а не автора статьи. Н. И. Клушина полагает, что отличительной чертой современной журналистики является отход от открытых оценок и воздействия и «использование старательно завуалированного манипулирования общественным сознанием» [Клушина 2008: 101]. В проанализированном материале такой прием является довольно распространенным способом формирования общественного мнения.

Другим средством разоблачения мифа является тактика обвинения. В адрес создателей «мифа» выдвигаются обвинения в противоправных действиях, в одностороннем восприятии исторических событий и в использовании истории в качестве инструмента реализации своих политических амбиций: *Vladimir Putin's Kremlin has been silencing independent voices one at a time for months, effectively dismantling the press; Putin, for whom recent events in Kiev have been not only unfavorable but a threat, wants to rebrand history in such a way that it protects him* (The Guardian. 2014. 17 March) (*Путинский Кремль заставил замолчать независимые голоса, один за другим на протяжении нескольких месяцев, тем самым обезоружив прессу; Путин, для которого недавние события в Киеве не только не благоприятны, но несут очевидную угрозу, хочет переделать историю таким образом, чтобы создать себе защиту*).

В завершение статей, как правило, звучит посыл аудитории о неоправданности или неоднозначности российского «мифа», предлагается рецепт решения обсуждаемой проблемы или высказывается ироничное, саркастическое отношение к мифу: *If there's one thing you can say about Crimea's history, it's that it's been full of surprises. Its future might be, too* (WP. 2014. 27 Febr.) (*Единственное, что можно сказать об истории Крыма, — это то, что она полна неожиданностей. Возможно, и его будущее тоже*).

Все перечисленные приемы и языковые средства в конечном итоге закрепляют в сознании читателя необоснованность российского «мифа», навязывают другое видение реальности и погружают в другой, западный, миф.

Результаты исследования. Проведенный анализ показал, что политический медиадискурс заполнен мифами разного рода. Очевидно, что происходит постоянная полемика между представителями различных точек зрения разных стран, налицо противостояние и противоборство двух информационных лагерей, переписывание мифов и конструирование новой «действительности», которая часто далека от существующей реальности.

В американской и британской прессе действует определенная модель создания западного мифа: ссылка или описание мнимого российского мифа — его развенчание — итоговый посыл аудитории. К инструментам демифологизации относятся маркеры разоблачения, негативная аксиологическая лексика, лексические и синтаксические стилистические средства, цитация известных личностей и простых людей, исторические и литературные аллюзии. Кроме того, широко используются тактики демонизации образа, нагнетания страха и обвинения.

В анализируемом виде дискурса используются как средства открытого убеждения, так и средства внушения и манипуляции.

Выводы. Таким образом, в политическом медиадискурсе прослеживается стремление к переформатированию картины мира в соответствии с собственными представлениями и политическими интересами. Разнообразные способы развенчания мифов отражают существование непрерывной борьбы за информационное пространство и стремление к формированию определенных ценностных и смысловых ориентиров общества.

Мифы являются действенным механизмом воздействия на массовое сознание, обладают высоким суггестивным потенциалом и поэтому широко применяются для достижения информационного превосходства. Сегодня истинным становится высказывание, сформулированное А. М. Цуладзе: «В информационной войне побеждает тот, кто сумеет навязать свою „картину мира“ целевой аудитории» [Цуладзе 2003: 23] и заставит поверить в созданный миф.

ЛИТЕРАТУРА

- Барт Р. Мифологии. М.: Академ. Проект, 2008.
- Вепрева И. Т., Шадрина Т. А. Идеологема и мифологема: интерпретация терминов // Научные труды профессоров Уральского института экономики, управления и права. Вып. 3. Екатеринбург: Изд-во Урал ун-та, 2006. С. 120–131.
- Викторова Е. Ю. Вспомогательная система дискурса. Саратов: Наука, 2015.
- Вражнова И. Г. Концептуальная метафора как средство формирования отрицательного образа государства: на матер. британских печатных СМИ // Иностранные языки в контексте межкультурной коммуникации: матер. докл. VII междунар. конф. «Иностранные языки в контексте межкультурной коммуникации». Саратов: Наука, 2015. С. 27–33.
- Кассирер Э. Техника современных политических мифов // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 7. Философия. 1990. № 2. С. 58–65.
- Кириллова Н. Б. Медиакультура и основы медиаменеджмента. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2014.
- Клушина Н. И. Стилистика публицистического текста. М.: МедиаМир, 2008.
- Кормилицына М. А. Активные процессы в языке современной российской прессы // Вестн. Нижегород. ун-та им. Н. И. Лобачевского. 2011. № 6(2). С. 304–308.
- Кормилицына М. А., Сиротинина О. Б. Язык СМИ. М.: Флинта, 2015.
- Литовченко А. Господствующий дискурс и основные политические мифы современной Украины. Харьков, 2001. URL: <http://sepkharkov2001.narod.ru/litovchenko.htm>.
- Малинова О. Ю. Миф как категория символической политики: анализ теоретических развилочек // Полит. иссл. 2015. № 4. Р. 12–21.
- Печенкина П. Е., Васильева С. Л. Языковые средства реализации иронии в политическом медиа-дискурсе // Филологические науки: вопросы теории и практики. [Тамбов: Грамота]. 2014. № 4(34): в 3 ч. Ч. I. С. 171–174.
- Садуов Р. Т. Мифология в политическом дискурсе: анализ речей Тони Блэра // Полит. лингвистика. 2008. № 3(26). С. 95–101.
- Харламова Т. В. Развенчание мифов в политическом медиа-дискурсе (на материале современной британской прессы // Иностранные языки в контексте межкультурной коммуникации: матер. докл. VIII междунар. конф. «Иностранные языки в контексте межкультурной коммуникации» (25–26 февраля 2016 г.). Саратов: Наука, 2016. С. 291–296.
- Цуладзе А. М. Политическая мифология. М.: Эксмо, 2003.
- Чернышева А. В. Влияние политической мифологии на формирование «идеологизированного» массового сознания // Альманах современной науки и образования. [Тамбов: Грамота]. 2007. № 7(7): в 2 ч. Ч. II. С. 172–174. URL: www.gramota.net/materials/1/2007/7-2/76.html.
- Шестов Н. И. Политический миф теперь и прежде. Саратов: Изд-во Саратов. ун-та, 2003.
- Элиаде М. Аспекты мифа. М.: Академ. Проект, 2010.
- Edelman M. Language, myths and rhetoric // Society / Transactions. [New Brunswick]. 1975. Vol. 12, No. 1. P. 131–139. URL: <http://www.id.uw.edu.pl/~jacekwas/political%20myth.pdf>.
- Gill G. Symbols and legitimacy in Soviet politics. Cambridge: Cambridge Univ. Press, 2011.

Wydra H. Introduction. Democracy in Eastern Europe — myth and reality // Democracy and myth in Russia and Eastern Europe. London; New York: Routledge, 2008. P. 1–24.

REFERENCES

- Barthes R.* Mythologies [Mifologii]. Moscow, 2008.
- Cassirer E.* Technology of modern political myths [Tehnika sovremennih politicheskikh mifov] // Bul. of MSU. Ser. 7. Philosophy [Vestn. Mosk. un-ta. Ser. 7. Filosofija]. 1990. No. 2. P. 58–65.
- Chernisheva A. V.* Political mythology influence on the formation of “ideology-driven” popular consciousness [Vlijaniye politicheskoi mifologii na formirovaniye “ideologizirovannogo” massovogo soznaniya] // Almanac of Modern Science and Education [Almanah sovremennoi nauki i obrazovaniya] [Tambov]. 2007. No. 7(7): in 2 parts. Pt II. P. 172–174. URL: www.gramota.net/materials/1/2007/7-2/76.html.
- Edelman M.* Language, myths and rhetoric // Society / Transactions. [New Brunswick]. 1975. Vol. 12, No. 1. P. 131–139. URL: <http://www.id.uw.edu.pl/~jacekwas/political%20myth.pdf>.
- Eliade M.* Aspects of myth [Aspekti mifa]. Moscow, 2010.
- Gill G.* Symbols and legitimacy in Soviet politics. Cambridge: Cambridge Univ. Press, 2011.
- Kharamova T. V.* Debunking myths in political media discourse (analysis of the modern British press) [Razvenchanije mifov v politicheskom media-discourse (na material sovremennoi britanskoi pressi)] // Foreign languages in the context of cross-cultural communication: proceedings of VII Intern. conf. “Foreign languages in the context of cross-cultural communication” [Inostrannije jaziki v kontekste mezhkulturnoi kommunikatsii: mater. dokl. VII Mezhdunar. konf. “Inostrannije jaziki v kontekste mezhkulturnoi kommunikatsii”]. Saratov, 2016. P. 291–296.
- Kirilova N. B.* Media culture and the basics of media management [Mediakultura i osnovi mediamenedzhmenta]. Ekaterinburg, 2014.
- Klushina N. I.* Stylistics of journalistic text [Stilistika publitsisticheskogo teksta]. Moscow, 2008.
- Kormilitsina M. A.* Active processes in the language of the modern Russian press [Aktivnije protsesy v jazike sovremennoi rossijskoi pressi] // Bul. of Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod [Vestn. Nizhegor. un-ta im. N. I. Lobachevskogo]. 2011. No. 6(2). P. 304–308.
- Kormilitsina M. A., Sirotnina O. B.* Media language [Jazik SMI]. Moscow, 2015.
- Litovchenko A.* Dominant discourse and the main political myths of modern Ukraine [Gospodstvujushchii diskurs i osnovniye politicheskije mifi sovremennoi Ukraini]. Kharkov, 2001. URL: <http://cepkharkov2001.narod.ru/litovchenko.htm>.
- Malinova O. Y.* Myth as a category of symbolic politics: analysis of theoretical divergencies [Mif kak kategorija simvolicheskoi politiki: analiz teoreticheskikh razvilok] // Political Studies [Polit. issled.]. 2015. No. 4. P. 12–21.
- Pechenkina P. Y., Vasiljeva S. L.* Linguistic means of rendering irony in political media discourse [Jazikovije sredstva realizatsii ironii v politicheskom media-diskurse] // Philological science: the theory and practice [Filologicheskije nauki: voprosi teorii i praktiki] [Tambov]. 2014. No. 4(34): in 3 parts. Pt I. P. 171–174.
- Saduov R. T.* Mythology in political discourse: analysis of Tony Blair’s speeches [Mifologija v politicheskom diskurse: analiz rechi Toni Blera] // Political Linguistics [Polit. lingvistika]. 2008. No. 3(26). P. 95–101.
- Shestov N. I.* Political myth today and in the past [Politicheskii mif teper’ i prezhe]. Saratov, 2003.
- Tsuladze A. M.* Political mythology [Politicheskaya mifologija]. Moscow, 2003.
- Vepeva I. T., Shadrina T. A.* Ideologeme and mythologeme: interpretation of terms [Ideologema i mifologema: interpretatsiya ponyatii] // Proceedings of the Ural Institute of Economics, Management and Law [Nauchniye trudi professorov Uralskogo instituta ekonomiki, upravleniya i prava]. Vol. 3. Ekaterinburg, 2006. P. 120–131.
- Viktorova E. Y.* Subsidiary discourse system [Vspomogatel'naja sistema diskursa]. Saratov, 2015.
- Vrazhnova I. G.* Conceptual metaphor as a means of shaping a negative image of the state (the analysis of the British press) [Kontseptual'naja metafora kak sredstvo formirovaniya otritsatel'nogo obraza]

gosudarstva (na materiale britanskih pechatnih SMI)] // Foreign languages in the context of cross-cultural communication: proceedings of VII International conf. "Foreign languages in the context of cross-cultural communication" [Inostrannije jaziki v kontekste mezhkulturnoi kommunikatsii: materi. dokl. VII Mezhdunar. konf. «Inostrannije jaziki v kontekste mezhkulturnoi kommunikatsii»]. Saratov, 2015. P. 27–33.

Wydra H. Introduction. Democracy in Eastern Europe — myth and reality // Democracy and myth in Russia and Eastern Europe. London; NewYork: Routledge, 2008. P. 1–24.

УДК 811.161.1'42;
ББК 81.2Рус-5;
ГРНТИ 16.21.33;
КОД ВАК 10.02.19

Е. В. Уздинская
Саратов, Россия

**ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ
ВОЗМОЖНОСТИ ДИСКУРСИВОВ
С ПРОТИВИТЕЛЬНОЙ
СЕМАНТИКОЙ В ГАЗЕТНОМ
ТЕКСТЕ**

Елена Владимировна Уздинская, кандидат филологических наук, доцент кафедры русского языка и речевой коммуникации Саратовского национального исследовательского государственного университета имени Н. Г. Чернышевского. 410012, Саратов, Астраханская ул., 83, корп. XI. E-mail: levitzky@mail.ru.

© Уздинская Е. В., 2016

Постановка проблемы. В последнее время внимание исследователей все чаще привлекает такой класс языковых единиц, как дискурсивы. Будучи очень разнородными по происхождению, эти единицы объединяются, во-первых, отсутствием пропозиционального значения, а во-вторых — способностью выражать различные отношения: отношения между компонентами текста или отношение говорящего к сообщаемому. Все это побуждает исследователей отнести дискурсивы к особому разряду единиц — вспомогательным коммуникативным единицам [Викторова 2015]. При этом термин *вспомогательные* в данном случае совершенно не означает, что дискурсивы являются не очень важными, факультативными элементами коммуникации. Напротив, обеспечивая связность текста и процесс взаимодействия говорящего и слушающего, указанные единицы существенно облегчают восприятие адресатом дискурса, помогают понять его более точно. Благодаря этим свойствам дискурсивы управляют процессом общения и служат важным средством предупреждения различных коммуникативных рисков [Дискурсивные слова... 1998; Рискогенность... 2015: 24].

Дискурсивы можно классифицировать по различным принципам. Представляется справедливым, вслед за Е. Ю. Викторовой, выделять две основные группы дискурсивов: организаторы и регуляторы (хотя границы между ними являются размытыми) [Викторова 2015: 57–58]. Дискурсивы важны для всех сфер общения, однако особое внимание в связи с использованием указанных единиц привлекает дискурс СМИ, где отмечается очень высокая активность использования указанных единиц, которая в последнее время становится все более заметной [Кормилицына 2014; Викторова 2015].

Представляется интересным выяснить, какие элементы семантики дискурсивов делают их привлекательными для дискур-

са СМИ, каким образом их использование связано с основными функциями СМИ и задачами конкретных публикаций.

Предметом нашего внимания явилась одна группа дискурсивов, которые относятся к организаторам и выражают важные логические отношения — противительные (*но, однако, все-таки, правда* и т. д.). Интерес к данной группе единиц связан с их высокой активностью в печатных СМИ, которая заметно превышает их активность в письменной научной речи (ПНР) (см. ниже). При этом, согласно исследованию Е. Ю. Викторовой, в целом дискурсивы-организаторы используются в ПНР чаще, чем регуляторы, в отличие от текстов СМИ, где чаще используются регуляторы, что может быть объяснено принципиальной важностью для ПНР таких качеств, как связность и логичность [Викторова 2015: 58, 377–379].

С чем же тогда связано такое частое обращение к дискурсивам с противительной семантикой в текстах СМИ? Почему слова, выражающие, казалось бы, строго логические отношения, оказываются в газетном тексте востребованы еще больше, чем в научном? Рассмотрение данных вопросов и составляет содержание нашей статьи.

История вопроса. Противительное значение в русском языке может выразить целый ряд лексических единиц: *но, а, зато, же, однако, правда, хотя* и т. п. Центральными, основными носителями грамматической семантики противительности считаются союзы *а* и *но* [Милованова 2015: 17]. Наиболее определенно это значение выражает союз *но* [Русская грамматика 1980: 623], тогда как союз *а*, по мнению М. С. Миловановой, является более абстрактным, многозначным, семантически амбивалентным [Милованова 2015: 134]. Поэтому специфика противительного значения в наибольшей степени раскрывается при толковании значения союза *но*.

Согласно определению РГ «союз *но* акцентирует противоположности, противоречие, совместенность несовместимого» [Русская грамматика 1980: 623]. В. З. Санников толкует значение союза *но* следующим образом: «*X но Y* = ‘*X*; воздействие *X*-а на описываемую ситуацию (или на общую оценку) ослаблено или устранено ненормальным для ситуации наличием *Y*; решающим для описываемой ситуации (или для общей оценки) является *Y*» [Санников 2008: 257]. Иначе говоря, *но* указывает на то, что второй компонент (*Y*) нарушает нормальный ход событий [Там же: 258]. Е. В. Урысон определяет эту особенность семантики *но* при помощи выражения «обманутое ожидание» («ожидается, что ситуация типа *Y* не будет иметь места»). При этом компонент ‘ожидание’ понимается исследователем очень широко — как ‘настроенность сознания на определенное положение дел’, а союз *но* маркирует «переключение сознания на другое» [Урысон 2011: 190–200].

Очень существенным для семантики *но* является также указание на то, что противопоставляемые компоненты неодинаковы по степени значимости — наиболее важным для описываемой ситуации является второй компонент (*Y*). Такая «асимметричность противопоставления» связана, по мнению М. С. Миловановой, с субъективно-модальным элементом семантики *но*, в соответствии с которым важность / неважность противопоставляемых компонентов определяется позицией субъекта, его восприятием действительности. В противительной конструкции позиция субъекта отражена вторым (более значимым) компонентом, тогда как первый компонент характеризует чужую позицию, с которой субъект не согласен [Милованова 2015: 15].

Сложную семантику союза *но* составляет целый ряд смыслов (‘ограничение’, ‘уступка’, ‘возместительность’ и др.), которые сосуществуют, представляя собой, по выражению Миловановой, некий сплав, единство, разные грани которого находят более де-

тальное воплощение в других средствах выражения противительности: *хотя, зато, только* и др. [Там же: 42].

Специфика семантики противительности определяет ее важность для всех сфер коммуникации. Насколько активно используются дискурсивы, выражающие противительное значение, в газетном тексте? Чем определяется привлекательность противительной семантики для авторов современных СМИ?

Материалы исследования. Исследование основано на анализе современных газет: «Аргументы и факты» (АиФ), «Литературная газета» (ЛГ), «Комсомольская правда» (КП), «Труд», «Завтра».

Методика исследования. Основным методом исследования, использованным в данной работе, является метод дискурсивного анализа, который сочетается с количественным.

Анализ материала. Впечатление высокой активности дискурсивов в газете подтверждается сопоставлением частоты их употребления в газетном и научном тексте, для которого, как уже отмечалось, принципиально важной чертой является логичность, в значительной степени обеспечиваемая как раз дискурсивами-организаторами, в том числе и противительными. Между тем при анализе газетных и научных текстов приблизительно одинакового объема (соответственно 65 260 и 65 882 тыс. словоупотреблений) обнаружилось, что частота использования основных дискурсивов с противительно-уступительным значением (*но, однако, тем не менее, все-таки, вместе с тем, между тем, зато, хотя*) в газетном тексте заметно выше, чем в научном (соответственно 406 и 232 случая употребления, из которых случаев использования союза *но* соответственно 296 и 147).

Что же делает дискурсивы с противительной семантикой такими актуальными в газетном тексте?

Как уже отмечалось, важнейшим элементом семантики противительных дискурсивов является указание на обманутое ожидание, или нарушение нормального хода событий. Этот компонент значения позволяет соответствующим словам характеризовать ситуации, «ненормальность» которых проявляется в различной степени: от достаточно абстрактного «переключения сознания на другое» (Е. В. Урысон) до вполне конкретных случаев нарушения ожиданий, связанных с самыми разными сторонами жизни: политикой, спортом, отдыхом, погодой и т. п. Ситуации подобного рода чрезвычайно важны для СМИ: они заставляют читателя обратить внимание на факты. Именно неожиданность, отклонение от нормы, чрезвычайная ситуация привлекают и удерживают внимание читателя. «Человек замечает прежде всего аномальные явления, аномалия заставляет думать и действовать» [Арутюнова 1999: 75]. Можно привести огромное количество примеров использования дискурсивов с противительной семантикой, помогающих автору акцентировать ненормальность, неожиданность факта: *Отправиться к Черному морю на машине — отличная мысль! Красиво, дешево, романтично... <...> Но трассы забиты так, что автомобилисты закипают вместе с машинами* (КП. 22 июля). *И обычно Месси был чуть впереди. Но Евро-2016 изменил акценты в противостоянии* (Там же. 13–20 июля). *Все ждали от «красной фурии» атакующей игры, а от «скадры адзурры» — оборонительной. Но все вышло наоборот* (Там же).

Примеры подобного рода часто отражают объективные жизненные коллизии, нарушение привычного, ожидаемого хода событий. Однако противительные дискурсивы нередко позволяют не только отразить, но и представить те или иные факты как «нестыковку», неожиданность: *«Это наш уровень», — заключил министр спорта после*

того, как Россия оказалась там, где оказалась. **Но** пример со Слуцкого решил не брать и никуда не ушел (АиФ. 2016. № 26). Возможно, не все читатели считали, что футбольные неудачи России должны привести к уходу министра. Однако противительная конструкция с дискурсивом *но* заставляет воспринять поведение министра как противоречащее логике развития событий, норме поведения в подобной ситуации.

В некоторых случаях содержание первого компонента конструкции имеет значение главным образом «фона», позволяющего обратить внимание читателя на содержание второго компонента, подчеркнуть степень его необычности, укрупнить масштаб. При этом, если речь идет о негативных фактах, то в первой, позитивной, части обычно говорится о планах, надеждах, возможностях, для того чтобы еще острее почувствовать драматизм ситуации, представленной во второй части: (О Пушкинском празднике поэзии) *Сюда за тысячи километров приехали поэты, переживали, вынашивали в себе сокровенное слово о Пушкине... Но, увы, той сцены, на том — намоленном — месте не оказалось* (ЛГ. 2016. № 25). В данном случае первая часть конструкции не содержит никакой новой информации: то, что слово о Пушкине для поэтов — *сокровенное*, они его *переживали* и *вынашивали* — это и так понятно. Но эти подробности подчеркивают разочарование плохой организацией праздника и усиливают возмущение читателя.

В некоторых случаях риторическая функция первой части (как «фона» для второй) обнаруживается еще более отчетливо: *То, что земля круглая, известно давно. Равно как и то, что мяч круглый. Но вот то, что футболисты сборной России к 2016 году приобрели массу качеств, несвойственных профессии, открылось только на нынешнем футбольном Евро* (Там же). Подчеркнутая демонстрация банальности содержания первой части (*земля круглая*) делает еще более поразительными, «ненормальными» факты, представленные во второй части.

Если же автору надо подчеркнуть позитивные факты, например, достоинства и успехи представленного в публикации предприятия, государства и т. п., то «фоном» для этого может служить содержащееся в первой части указание на некое препятствие (природные катаклизмы, различные искушения, мнения большинства и т. п.), которое было успешно преодолено: *Год был неблагоприятным, но заготовленный ранее запас мощности помог хозяйству выстоять* (АиФ. 2016. № 28). *Многие фермеры жалуются на нерентабельность этой отрасли. Однако Магомедрасул Рашидов считает, что крупному хозяйству под силу развивать многоотраслевое производство* (АиФ. 2016. № 26).

Возможность указать на «обманутое ожидание», как отмечалось выше, сочетается в семантике противительных дискурсивов с другой важной способностью — характеризовать вторую часть конструкции как более «сильное» утверждение, имеющее решающее значение для данного положения дел [Санников 2008: 257]. Данный компонент значения позволяет представить ситуацию в нужном автору ракурсе, показать преимущество определенной позиции, что является очень важным для газеты, основная функция которой — «информируя, выражать определенную общественную (партийную, индивидуальную) позицию и убеждать читателя в ее истинности» [Кожина и др. 2008: 344]. При этом использование противительного дискурсива создает впечатление объективности рассмотрения вопроса, учета противоположной точки зрения. Но на самом деле автор никогда не бывает объективен и всегда подводит читателя к той стороне дела, к той позиции, которая ему нужна, причем делает это совершенно незаметно для читателя: просто помещая нужное ему утверждение в правую часть конструкции. При этом механизм воздействия противительной семантики так силен, что иногда побуждает читателя пренебречь, возможно, более привычными и естественными для него

взглядами и логикой: *Все знают, что лозунг «Всё для фронта, всё для победы» для нас не пустой звук: если понадобится, русский затаяет пояс на последнюю дырку, но оборонные расходы не сократит, а нарастит* (АиФ. 2016. № 28). Для большинства читателей вопрос о предпочтении роста оборонных расходов нормальной, достойной жизни может быть решен не так легко и однозначно. Тем более что речь идет о крайней степени самоограничения (*затягивании пояса на последнюю дырку*), а как раз на предыдущей странице газеты помещены материалы о том, что уровень смертности в стране (в том числе младенческой и детской) крайне высок и это связано с недопустимо низкими расходами на здравоохранение. Но даже в таком контексте читатель не может не испытывать давления конструкции и не поддаться (хотя бы в какой-то степени) настроению, внушаемому автором. Ср.: (Интервью с В. Соловьевым) Корр. *Всю ли правду говорит Кремль? С. — Всю правду говорит только дурак! У которого отсутствуют сдерживающие центры. Но мы говорим правду* (КП. 2016. 14–21 окт.). Возможности конструкции позволяют интервьюируемому и не солгать (*Всю правду говорит только дурак*) и в то же время почти чудесным образом предстать совершенно непогрешимым (*Но мы говорим правду*).

Полемические возможности конструкций с противительными дискурсивами нередко усиливаются благодаря тому, что первая часть высказывания представляется автором как мнение реального или возможного оппонента. Это способствует диалогизации речи, вовлечению читателя в обсуждение вопроса. При этом семантика противительного дискурсива всегда однозначно определяет, чью точку зрения поддержит читатель: *Говорят, Интернет — это зло, чума, а на мой взгляд, для нашего поколения это — спасение* (АиФ. 2016. № 28). *Вот полюбуйтесь, вице-спикеру Верховной рады Виктории Герашенко все ясно и без расследования. «Убийство Шеремета — теракт российских спецслужб для дестабилизации ситуации в государстве», — вещает она. Но любому здравому человеку понятно, что России смерть журналиста, которого на Родине изрядно подзабыли, интересна меньше всего* (КП. 2016. 22 июля). В подобных случаях ущербность мнения противника подчеркивается оценочными словами (*вещает*), примитивизацией его мышления и взглядов (*Интернет — это зло, чума*), тогда как правильность собственной позиции подтверждается опорой на мнение большой, авторитетной, здравомыслящей части людей (*но для нашего поколения; но любому здравому человеку и т. п.*).

Возможность противительных конструкций максимально объективно представить сложную ситуацию (или проблему) наиболее ярко проявляется в конструкциях «возражение под видом согласия» [Булыгина, Шмелев 1997: 305], в которых автор не просто дает слово оппоненту, но и частично соглашается с его точкой зрения: *Да, России, как и всякой другой стране, нужен патриотизм. Но не в лошадиных же дозах!* (АиФ. 2014. № 26). При этом готовность автора признать справедливость мнения оппонента, сотрудничать с ним проявляется в использовании разнообразных средств, характерных для первой части конструкции. Это прежде всего единицы, выражающие согласие с мнением оппонента и характеристику его утверждения как истинного (*да, согласен, не вызывает возражения, конечно, разумеется, безусловно, естественно и т. п.*). Безусловность этого согласия нередко акцентируется выражением ненужности что-либо говорить по этому поводу (*спору нет, нет слов*): *Слов нет, патриотизм — важная черта здоровой нации. Но...* (Там же. 2015. № 41). Кроме того, признание справедливости мнения оппонента проявляется в указании на известность (понятность, очевидность) его утверждения (*понятно, известно, ясно, очевидно*): *Понятно, никто жизни людей*

уже не вернет, но... (ЛГ. 2009. № 33), в выражении положительной оценки его позиции (это хорошо, замечательно, красиво, прекрасно и т. п.): *Господдержка — это замечательно, но...* (Труд. 2008. 10 дек.) [см.: Уздинская 2011]. Стремление к согласию с оппонентом часто усиленно акцентируется всевозможными средствами: словами с выражением крайней степени высокой оценки (Не хорошо, а замечательно: Это, конечно, замечательно (ЛГ. 2009. № 29); Это, наверное, замечательно (Труд. 2008. 15 июля), различными интенсификаторами (*совершенно согласен; никто не спорит*), повторением и совмещением в одном контексте различных средств выражения поддержки оппонента: *Да, еще есть, безусловно, несколько действительно заслуживающих внимания спецпрограмм, но...* (ЛГ. 2008. № 27).

Все эти средства еще более актуализируют смысл конструкции «возражение под видом согласия», который состоит в попытке «совмещения несовместимого», выработке компромиссной точки зрения [Булыгина, Шмелев 1997: 305]. Однако конструкции подобного рода часто не только не сглаживают противоположность разных точек зрения, но и являются своего рода уловкой, позволяющей более тонко и незаметно и, в результате, более убедительно показать преимущества позиции автора над чужой. Объясняется это тем, что готовность автора признать чужую правду (хотя бы частично) убеждает в его безусловной объективности и, следовательно, в большей состоятельности, «силе» его собственной правды. И чем больше средств, подчеркивающих достоинства чужого мнения, тем более весомой, убедительной выглядит позиция автора, способная перевесить даже такие сильные контраргументы. Впечатление «преодоления» чужой правды определяется тем же основным механизмом действия противительности, в соответствии с которым предпочтительная, нужная информация помещается во вторую часть конструкции. Насколько относительной может быть эта помещенная в «сильную» позицию истина, можно убедиться на многочисленных примерах: *Чтобы грамотно выстроить экономическую политику, безусловно, нужно иметь голову. Но, если мы хотим, чтобы люди нам доверяли, нужно иметь еще и сердце и нужно чувствовать, как рядовой человек живет, как это на нем отражается* (АиФ. 2015. № 17). Прочитав это высказывание, трудно не отдать предпочтение сердцу, чувствам в ущерб разуму, расчету (недаром таким популярным в общественных дискуссиях стало тютчевское *Умом Россию не понять*). В другом номере газеты читаем: *Понятно, что Россию можно и нужно любить сердцем. Но ее нужно любить и умом. И время от времени поглядывать на себя в зеркала* (Там же. 2016. № 21). И невозможно не изменить приоритеты и не признать достоинства другого — разумного, рационального подхода к социально-экономическим проблемам.

Для актуализации позиции автора как более важной и правильной в газетном тексте существует целый ряд разнообразных средств: использование во второй части конструкции слов *важно, главное, суть* и т. п.: *Но вот что важно...* (Там же. № 26), *Но главное...* (Там же), *Но в принципе...* (Там же); форм сравнительной и превосходной степени: *Но самое важное...* (Там же. № 25); средств адресации и «мы»-конструкций: *Но согласитесь...* (КП. 2016. 22 июля), *Однако заметим...* (МК. 2013. 8 авг.); всевозможных средств выражения интереса, сильных эмоций (в противовес подчеркнутому безразличию по отношению к содержанию первой части, его «очевидности»): *Понятно, почему Познер не называет фамилии тех, кто на самом деле начинал и возглавлял «геноцид православных» в СССР, но удивительно, что уважаемый иерарх этого не знает* (ЛГ. 2015. № 14), *Но вот что поражает...* (АиФ. 2016. № 28), *Но увы...* (Там же. № 26), *Но, к сожалению...* (Там же. № 28); характеристика содержания второй части

как применимого на практике, реального, в противовес содержанию первой, выражающей мысль об идеальном, формальном: **Формально..., а по факту...** (КП. 2016. 22 июля), **Идея-то привлекательная..., но построили...** (АиФ. 2016. № 26).

Для актуализации содержания второй части и подчеркивания его большей значимости и ценности существует еще целый ряд лексических и синтаксических средств: риторические вопросы и восклицания, обрывы предложения, выделения союза в отдельное предложение, часто в сочетании с восклицанием и знаком прерванной конструкции (**Но!**; **Но...**), частица *вот*, апеллирующая к ситуации общения (*но вот; только вот*), частица *ведь*, напоминающая об известном; различные графические средства (подчеркивание, жирный шрифт) [см.: Уздинская 2011]). Все эти средства, действуя иногда на подсознательном уровне, апеллируя к чувствам адресата и традиционным приоритетам, усиливают впечатление важности и привлекательности позиции автора.

Как отмечалось выше, различные оттенки противительного значения, совмещенные в семантике союза *но*, воплощаются в других, более «специализированных» дискурсивах: *хотя, зато, только, правда* и др. [Милованова 2015: 42]. Так, союз *хотя*, являющийся маркером уступительных отношений («прототипом уступительности» [Апресян 2006]), имеет, по мнению М. С. Миловановой, оттенок смысловой незначительности, вторичности, дополнительности, вследствие чего выражает менее категоричное противопоставление [Милованова 2015: 182]. Это позволяет авторам выражать нужные им смысловые нюансы: *Мы народ в принципе мирный, хотя и бываем по отношению друг к другу агрессивны* (АиФ. 2016. № 28). Сложность позиции автора проявляется в том, что он, используя союз *хотя*, с одной стороны, представляет агрессивность как не очень существенную черту народа, не влияющую на общее позитивное представление о нем (в целом «великом», «умном», «терпеливом»). С другой стороны, для союза *хотя*, так же как и для *но*, очень важен компонент 'ожидание' [Урысон 2011: 82–132], согласно которому представление народа как *мирного* не соответствует такой характеристике, как агрессивность по отношению друг к другу. Кроме того, постпозиция компонента с союзом заставляет воспринять данную оговорку как значимую. Именно такое — двойственное — впечатление оставляет вся публикация.

Такая же двойственность свойственна семантике слова *только*. Выражая ограниченное значение, частица *только* указывает на незначительность, несущественность выделяемого элемента. Но эта незначительность на самом деле является мнимой [Милованова 2015: 175], «а противопоставление множества и элемента решается в пользу элемента» [Дискурсивные слова... 1998: 38]: *Конечно, в условиях войны — холодной, горячей, информационной — надо бы радоваться любой отечественной победе. Восхищаться, что, позаимствовав у британцев фанатскую субкультуру, мы превзошли их в агрессивности. Только вот не очень радостно* (ЛГ. 2016. № 25). Частица *только*, свидетельствующая, казалось бы, о том, что автор не придает большого значения данной оговорке, на самом деле обнаруживает горькую иронию автора, лишь подчеркивающую силу его чувства.

Другие привлекающие авторов оттенки противительного значения содержатся в дискурсивах *зато, правда* [Санников 2008: 291; Милованова 2015: 196–201 и др.].

Таким образом, различные компоненты противительной семантики дискурсивов оказываются очень важными для содержания публикации, прежде всего для выражения позиции автора, его мнений и оценок.

Семантика противительности играет важную роль и для организации структуры газетного текста. Так, противительные дискурсивы часто маркируют переход к другой

теме обсуждения. При этом переход к новому воспринимается как отрицание предыдущего; в результате происходит нарушение инерции повествования ради чего-то более важного. Это позволяет автору постоянно активизировать внимание читателя, создавать определенную интригу, что, безусловно, очень важно для журналиста: **Однако** о «Душе шпиона» (ЛГ. 2016. № 25); **Но** это отдельная тема (Там же. № 25), **Однако** не станем забегать вперед (Там же. 2013. № 44) и др.

Важная роль противительных дискурсивов для организации газетного текста подтверждается их активным использованием в основных композиционных частях текста: в заголовочном комплексе, в названиях разделов публикаций, в финальной части текста. Использование противительных дискурсивов в заголовочном комплексе позволяет автору сразу привлечь внимание читателя эффектом необычности, нарушения ожидания, что является, по замечанию В. И. Шаховского, «эмоциогенным фактором» [Шаховский 2003], определяющим интерес читателя к материалу. Кроме того, противительная конструкция позволяет сразу направить восприятие читателем статьи по определенному руслу, обращая его внимание на тот аспект события или проблемы, который нужен автору: *Военным мятежникам США обещали помощь, но испугались и передумали* (ЖП. 2016. 22 июля). *Фанаты уехали, но осадок остался* (ЛГ. 2016. № 25–26). (О больной девочке, нуждающейся в помощи): *Как бы хотелось маленькой девочке прочесть вслух хоть малюсенький стишок со школьной сцены, но голоса нет, даже шепота* (АиФ. 2016. № 16). Важная роль противительных конструкций в заголовочном комплексе особенно наглядна в случаях, когда автору надо обязательно взволновать читателя, заставить его откликнуться на чью-то беду (см. последний пример). В публикациях подобного рода «эмоциогенность» компонента «нарушение ожидания» особенно важна: ведь речь идет о жизни ребенка, и читатель должен обязательно почувствовать к нему сострадание. Поэтому противительные конструкции, в которых подчеркивается несоответствие возможного и реального, несбывшиеся мечты, крушение надежд, встречаются в подзаголовке почти каждой подобной публикации. Интересно, что даже когда беда оказывается ожидаемой (например, родителям еще до рождения ребенка сообщают о тяжелом пороке сердца), автор все-таки не может не использовать конструкцию создания самой эмоции несбывшихся надежд, разочарования: *О том, что в дом постучится беда, Оксана и Юра были предупреждены заранее, но никакую соломку заранее в этом случае подстелить было невозможно* (Там же. № 26).

В финале статьи рассматриваемая конструкция обычно фиксирует внимание читателя на главной мысли текста и удерживает ее в памяти читателя: *Потенциал у российско-китайских отношений огромный. И это понимают обе стороны. Но его реализация требует огромных усилий и напряженной работы, особенно с нашей стороны* (ЛГ. 2016. № 25) и т. п.

Нередко противительные конструкции становятся основой построения всего текста (см., например, статью В. Костикова в 3-м номере АиФ за 2010 г.). В подобных текстах все основные мысли автора и его итоговый вывод представлены как результат полемики, в ходе которой позиция автора, «проверенная на прочность», воспринимается читателем как особенно убедительная.

Результаты исследования. Анализ материала дал ответы на поставленные в начале статьи вопросы. Он показал, что очень большая активность дискурсивов с противительной семантикой в газетном тексте обусловлена задачами СМИ не только информировать, но и воздействовать. Специфика семантики противительных дискурсивов, ранее выявленная исследователями [Санников 2008; Урысон 2011; Милованова 2015 и

др.], определяет эффект необычности, неожиданности факта, обостряя его восприятие, а иногда позволяя представить его так, как нужно автору. Кроме того, противительные дискурсивы, создавая впечатление объективности подачи информации, уважения к чужой позиции (особенно заметное в конструкциях «возражение под видом согласия») позволяют при этом склонить адресата к мнению, нужному автору. Воздействующие возможности противительных дискурсивов таковы, что позволяют им представить одну и ту же ситуацию с диаметрально противоположными знаками в зависимости от позиции автора.

В газетных текстах противительные союзы активно взаимодействуют с другими дискурсивами (а также с графическими средствами), что еще более усиливает те или иные эффекты использования рассматриваемых слов: впечатление объективности представления ситуации, снижения категоричности высказывания и при этом еще большей убедительности своей позиции.

К сожалению, встретились случаи нецелесообразного использования противительных союзов, но об этом в следующих статьях.

Специфика семантики противительных дискурсивов позволяет им выступать в качестве важного средства организации газетного текста: маркировать переход к новой теме как более важной, актуальной, оформлять заголовочный комплекс и финальную часть текста, использоваться в ключевых моментах авторских рассуждений.

Выводы. Таким образом, компоненты семантики противительных дискурсивов, которые в толкованиях представляются такими абстрактными, реализуют свой сильный воздействующий потенциал. Экспрессивность, оценочность являются, по мнению М. С. Миловановой, составляющей любого противительного слова, а семантика противительности относится к «аффективным, равнодушным идеям», что связано с выражением позиции субъекта, его восприятием действительности [Милованова 2015: 47].

Именно это делает противительные дискурсивы настолько востребованными в текстах СМИ, которые в современном обществе играют особую, «стратегическую» роль: они «призваны активно воздействовать на процесс восприятия и воспроизведения действительности» [Володина 2011: 12]. Более того, специфика медиатекста заключается в том, что журналисты выступают посредниками между самой действительностью и массовой аудиторией. Именно они формируют картину мира в сознании массовой аудитории [Анненкова 2011: 40]. Одним из средств формирования этой картины и являются противительные дискурсивы.

ЛИТЕРАТУРА

Анненкова И. В. Медиадискурс XXI века: лингвофилософский ответ языка СМИ. М.: Моск. гос. ун-т, Ф-т журн., 2011.

Апресян В. Ю. Уступительность как системообразующий смысл // Вопр. языкозн. 2006. № 2. С. 85–110.

Арутюнова Н. Д. Язык и мир человека. М.: Языки рус. культуры, 1999.

Бульгина Т. В., Шмелев Д. Д. Языковая концептуализация мира: на матер. рус. грамматики. М.: Школа «Мастера русской культуры», 1997.

Викторова Е. В. Вспомогательная система дискурса: монография. Саратов: Наука, 2015.

Володина М. Н. Язык СМИ в обществе // Язык и дискурс средств массовой информации в XXI веке. М.: Академ. Проект, 2011. С. 6–19.

Дискурсивные слова русского языка: опыт контекстно-семантического описания. М.: Мета-текст, 1998.

- Кожина М. Н., Дускаева Л. Р., Салимовский В. А. Стилистика русского языка. М.: Флинта, Наука, 2008.
- Кормилицына М. А. Как помочь адресату правильно интерпретировать сообщение // Проблемы речевой коммуникации. Вып. 14. Саратов: Изд-во Саратов. ун-та, 2014. С. 14–26.
- Милованова М. С. Семантика противительности: опыт структурно-семантического анализа. М.: Флинта, Наука, 2015.
- Русская грамматика: в 2 т. Т. 2. М.: Наука, 1980.
- Рискогенность современной коммуникации и роль коммуникативной компетентности в ее преодолении. Саратов: Изд-во Саратов. ун-та, 2015.
- Санников В. З. Русский язык в семантико-прагматическом пространстве. М.: Языки слав. культур, 2008.
- Уздинская Е. В. Поддержка или опровержение?: роль различных языковых средств в тактике «возражение под видом согласия»: на матер. газетной речи // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2011. № 3. С. 155–169.
- Урысон Е. В. Опыт описания семантики союзов: лингвистические данные о деятельности сознания. М.: Языки слав. культур, 2011.
- Шаховский В. И. Эмотивный код языка // Эмотивный код языка и его реализация. Волгоград: Перемена, 2003. С. 5–18.

REFERENCES

- Annenkova I. V. Media discourse of the XXI century [Mediadiskurs XXI veka] Moscow: Mosk. gos. un-t, F-t zhurn., 2011.
- Apresyan V. Yu. Consession as the core meaning [Ustupitel'nost' kak sistemoobrazuyushhij smysl] // The issues of linguistics [Vopr. yazykozn.]. 2006. No. 2. P. 85–110.
- Arutyunova N. D. The language and the world of a person [Yazyk i mir cheloveka]. Moscow: Yazyki rus. kul'tury, 1999.
- Bulygina T. V., Shmelev D. D. Language conceptualization of the world: research on Russian grammar [Yazykovaya konceptualizaciya mira: na mater. rus. grammatiki]. Moscow: Mastera rus. kul'tury, 1997.
- Kormilitsyna M. A. Some ways to help the addressee to interpret the message correctly [Kak pomoch' adresatu pravil'no interpretirovat' soobshhenie] // The issues of speech communication [Problemy rechevoj kommunikacii]. Is. 14. Saratov: Izd-vo Sarat. un-ta, 2014. P. 14–26.
- Kozhina M. N., Duskaeva L. R., Salimovskij V. A. The Stylistics of the Russian language [Stilistika russkogo yazyka]. Moscow: Flinta, Nauka, 2008.
- Milovanova M. S. Semantics of adversativeness: the trial of structural and semantic analysis [Semantika protivitel'nosti: opyt strukturno-semanticheskogo analiza]. Moscow: Flinta, Nauka, 2015.
- Risks of contemporary communication and the role of communicative competence in overcoming them [Riskogennost' sovremennoj kommunikacii i rol' kommunikativnoj kompetentnosti v ee preodole-nii]. Saratov: Izd-vo Sarat. un-ta, 2015.
- Russian discourse markers: the trial of context-semantic description [Diskursivnye slova russkogo yazyka: opyt kontekstno-semanticheskogo opisaniya]. Moscow: Metatekst, 1998.
- Sannikov V. Z. Russian language in the semantic-pragmatic space [Russkij yazyk v semantiko-pragmatischekom prostranstve]. Moscow: Yazyki slav. kul'tur, 2008.
- Shahovskij V. I. Emotive language code [E'motivnyj kod yazyka] // Emotive language code and its implementation [E'motivnyj kod yazyka i ego realizaciya]. Volgograd: Peremena, 2003. P. 5–18.
- The Russian Grammar [Russkaya grammatika: v 2 t.]. Vol. 2. Moscow: Nauka, 1980.
- Uryson E. V. Description of the semantics of conjunctions: linguistic data about the consciousness [Opyt opisaniya semantiki soyuzov: lingvisticheskie dannye o deyatel'nosti soznaniya]. Moscow: Yazyki slav. kul'tur, 2011. 336 p.
- Uzdinskaya E. V. Support or refutation?: the role of different language means in the tactics of “objection under the guise of agreement”: research on newspapers [Podderzhka ili oproverzhenie?: rol'

razlichnyx yazykovyx sredstv v taktike «vozrazhenie pod vidomsoglasiya»: na mater. gazetnoj rechi] // Vestn. Mosk. un-ta. Ser. 10. Zhurnalistika. 2011. No. 3. P. 155–169.

Viktorova E. V. Satellic system of discourse: the monograph [Vspomogatel'naya Sistema diskursa: monogr.]. Saratov: Nauka, 2015.

Volodina M. N. Media language in society [Yazyk SMI v obshhestve] // Language and discourse of the media in the XXI century [Yazyk i diskurs sredstv massovoj informacii v XXI veke]. Moscow: Akadem. Proekt, 2011. P. 6–19.

УДК 81'42;
ББК 81.2;
ГРНТИ 16.21.55;
КОД ВАК 10.02.19

Ю. М. Коняева
Санкт-Петербург, Россия

**РЕЧЕВОЙ ЖАНР
«ТВОРЧЕСКИЙ ПОРТРЕТ»
В АСПЕКТЕ КАТЕГОРИИ
ПЕРСОНАЛЬНОСТИ***

*Исследование проведено при поддержке гранта Президента Российской Федерации МК-5506.2016.6 «Личность творца в зеркале современной российской журналистики: модель ценностно-организующего речевого воздействия»

Юлия Михайловна Коняева, кандидат филологических наук, старший преподаватель кафедры речевой коммуникации Санкт-Петербургского государственного университета.
199004, Санкт-Петербург, 1-я линия В. О., 26, к. 703.
E-mail: yulia.konyaeva@gmail.com.

© Коняева Ю. М., 2016

Постановка проблемы. Потребность текстовой генристики в выявлении композиционно-стилистической структуры жанровой формы заставила обратиться к единицам анализа, способным отразить целеориентированность композиционно-текстовой формы, объективирующей частный вид журналистской речевой деятельности. Л. Р. Дускаева обосновала правомерность выделения такой единицы анализа, как жанровая категория, отличающейся от известных в категориальной лингвистике грамматических [Бондарко 1971] и текстовых [Матвеева 1990]. По мнению исследователя, лингвистическая сущность жанра определяется референтной, модусной категориями и категорией диалогичности. Под жанровой категорией рассматривается система композиционно-текстовых, языковых и невербальных средств, позволяющих передать характерную для речевого жанра семантику [Дускаева 2016].

В статье предполагается рассмотреть репрезентацию характерной для журналистских публикаций, направленных на оценку персоны, категории персональности в различных коммуникативных сценариях представления творческой личности в медиатексте.

Интерес к человеку в лингвистике не является чем-то принципиально новым. Антропологический подход опирается на идею существования «человека разумного» [Урысон 1995; Пименова 1996; Никитина 2003 и др.] и предполагает наличие различных подходов к описанию человека: лексико-семантического [Апресян 1995; Бабушкин 1996; Одинцова 1996 и др.], функционально-грамматического [Арутюнова 1998; Ковтунова 1995; Булыгина 1997 и др.], прагматического [Кифер 1985] и др. В настоящей статье мы привлекаем для описания человека лингвопраксиологический подход, согласно которому «текст как единица общения (!) представляется в его компонентах: коммуникативных

шагах, речевых актах, речевых жанрах, речевых действиях, коммуникативно-речевые блоках, смена которых отражает последовательность, алгоритмы речевой деятельности» [Дускаева 2014: 10].

Такой подход позволяет нам обратиться к понятию коммуникативного сценария, который мы, опираясь на исследования по когнитивной психологии [Minsky 1970; Schank, Abelson 1975], понимаем, вслед за Л. Р. Дускаевой, как речевую последовательность коммуникативных шагов, создание которой детерминировано определенной интенциональностью [Дускаева 2012]. Следовательно, в статье мы обращаем внимание на организацию, композицию, комбинаторику языковых средств, способствующих передаче информации о человеке, в медиатексте.

Методика анализа. В статье реализуется следующий алгоритм исследования категории персональности: 1) показать смысловую структуру жанра «Оценка персоны», выявив в ней «набор семантических узлов»; 2) выделить микрополя категории персональности и определить, как они репрезентируются в разных композиционных частях речевого жанра, показав ядерные и периферийные языковые средства; 3) обозначить роль визуальных средств, сопровождающих оформление речевого жанра портрета. Таким образом, мы намерены показать, как коммуникативная цель — передать представления о том или ином человеке — влияет на речевую системность жанра портрета.

Речевой жанр творческого портрета в журналистике представляет собой текстотип, формируемый целеустановкой — показать высокий социальный статус творческой личности. Это позволяет говорить о векторном характере журналистских публикаций, которые показывают реальную личность, действующую в реальных условиях, дают ей психологическую характеристику и демонстрируют общественную значимость и роль ее в обществе.

Частный способ реализации типового авторского замысла (интенциональности) выражен совокупностью коммуникативных действий, воссоздающих объективную логику способа профессиональной деятельности: 1) осведомление о биографических данных, 2) описание внешности, 3) объяснение оценки этапов жизненного пути, 4) социальная оценка роли персоны в обществе. Соединяясь определенным образом, эти действия формируют различные коммуникативные сценарии репрезентации личности в тексте. Наиболее типичными для медиатекстов о человеке оказываются сценарии, связанные с важными вехами творческой и жизненной биографии: посвящение «герою события», юбилейное посвящение, некролог [Дускаева, Коняева 2015; Коняева 2015]. В соответствии с целеустановкой автора формируется речевая системность отбора разноуровневых языковых средств, составляющих основу категории персональности в журналистских текстах выделенных коммуникативных сценариев.

Создавая «наивную картину человека», Ю. Д. Апресян понимает его как 1) деятельное существо, выполняющее физические, интеллектуальные и речевые действия, которому 2) свойственны различные состояния (восприятие, желания, знания, мнения, эмоции и проч.), 3) реагирующее на внешние и внутренние воздействия [Апресян 1995]. Однако анализ материала показывает, что в журналистском тексте на выделенные денотативные значения «наивной картины человека» обязательно накладываются модусные характеристики, позволяющие обозначить творца и его ценность для общества. Таким образом, выбор определенных семантических узлов, привлекаемых при описании категории персональности, зависит не только от авторской интенциональности, но и от специфики денотата (героя публикации). Механику смыслообразования покажем на примере публикаций о писателях.

Анализ материала. Писатель в журналистском тексте — это мастер слова и авторитетный общественный деятель с богатым внутренним миром, находящим выражение через его произведения. Из выделенных Ю. Д. Апресяном «систем человека» для творческого портрета писателя значимы в первую очередь реакции на внешние и внутренние воздействия, интеллектуальная деятельность, эмоции, речь, особое значение имеют физические действия, обозначающие становление личности и ее общественную деятельность.

Выделенные узлы диктуют определенный отбор речевого материала, формирующий в журналистском произведении портрет писателя. Поле средств выражения разделяется по микрополям: 1) номинации персоны, 2) дескрипции персоны, 3) указатели на ее действия. Конечно, средства этих микрополей связаны в речевом жанре со средствами иллюкативной категории — оценки. В связи с этим представляется невозможным говорить о референтной категории без учета модусных характеристик, которые накладываются в определенных контекстах.

Выявим, как образуется речевая системность отбора разноуровневых языковых средств, формирующих жанровую семантико-стилистическую категорию персональности, непосредственно для каждого микрополя. В качестве материала привлечем тексты, являющиеся воплощением коммуникативных сценариев некролога (*Сто лет одиночества* Габриэля Маркеса // Веч. Москва. 2014. 18 апр.), юбилейного посвящения (*Фазиль Искандер принимает поздравления с юбилеем* // Новости культуры. 2014. 6 марта; *Фазиль Искандер: Космический холод мира преодолевается лаской* // Комс. правда. 2014. 7 марта) и посвящения «герою события» (В плену у чужого времени // Лит. газ. 2014. 29 окт., № 42).

Номинация является неотъемлемой частью текста и встречается в каждом коммуникативном действии, формирующем текст. Ядерными средствами выражения номинации являются имена существительные: собственные, выделяющие в тексте объект репрезентации, и нарицательные, дающие представление о характере его деятельности. Наложение оценочного компонента обогащает категориальную семантику метафорическими именованьями и различными средствами выражения интеллектуальной оценки. Статус каждого из выделенных средств различается в зависимости от привлекаемого коммуникативного сценария и места используемой номинации в тексте.

Так, при **осведомлении о биографических данных** в текстах любого коммуникативного сценария часты номинации, указывающие, с одной стороны, на взросление человека и этапы становления личности, с другой — на завершенность определенного этапа жизненного пути (в юбилейном посвящении) либо жизненного пути в целом (в некрологе). В первом случае используются существительные с семантикой возраста (*мальчик*), а также прилагательные с семантикой будущности (*будущий нобелист*). Приведем примеры:

— *Его отец был персом, родом из Ирана, бывшим владельцем кирпичного завода в Сухуми. В 1938 году был депортирован из СССР, и больше Фазиль никогда своего отца не видел. А мать — абхазка из горного села Чегем, где и воспитывался мальчик своими родственниками.*

— *Женой отца будущего нобелиста в 1942 г. стала Луиза Колпейн, фламандская комедийная актриса.*

Завершенность и итоговость, как правило, выносимые в начало текста и повторяющиеся в конце, чаще всего сопровождаются наиболее развернутой номинацией, поскольку служат для конкретизации объекта описания. Например, некролог, посвящен-

ный Габриэлю Гарсиа Маркесу, начинается с развернутой номинации, построенной по типу «оценочное наименование + имя + фамилия»: *17 апреля в Мехико ушел из жизни классик современной мировой литературы Габриэль Гарсиа Маркес*. В оценочном наименовании актуализированы семы «принадлежность к литературной профессии» и «значительная личность», что выводит на первый план человека и задает тон дальнейшему тексту, диктуя совершенно определенный отбор элементов, привлекаемых для описания личности. Похожий способ номинации встречаем в тексте юбилейного посвящения: *Сегодня знаменитому автору «Сандро из Чегема», прозаику и поэту Фазилю Искандеру исполняется 85 лет*.

Непосредственно оценочными являются номинации, использующие прозвище человека, поскольку они свидетельствуют о личной симпатии к герою, о близких отношениях: *В сухумских кофейнях седовласые завсегдатаи до сих пор ласково и по-свойски называют Фазиля Зючкой или Сиафантом, что на местном сленге означает этакий добродушный выдумщик*. Привлекаемые автором, такие номинации позволяют передать своеобразный колорит среды, в которой вырос и сформировался герой публикации, а также показать, что известный писатель, являющийся авторитетом для многих, для кого-то остается в то же время и обычным человеком.

При *описании внешности*, где именование героя выполняет номинативную функцию, полная номинация, как правило, не используется. Для называния объекта выбирается один из ряда контекстуальных синонимов: имя, фамилия, род деятельности, оценочная номинация и т. п. Преобладает номинация, состоящая только из фамилии, что косвенно говорит об узнаваемости человека.

Объяснение оценки этапов жизненного пути подразумевает совершённость значимых событий, состоятельность писательской карьеры, что связано с частотностью употребления номинации, указывающей на род деятельности (*писатель*), а также имени и фамилии героя публикации, уже хорошо известного обществу.

Социальная оценка роли персоны в обществе привлекает в качестве номинаций оценочные и метафорические наименования, маркирующие главные достижения писателя: *знаменитый писатель, продолжатель великих традиций, большой писатель* и т. д.

Перенесение этого оценочного компонента в начало текста часто связано с изменением характера первичной номинации. Использование только имени или фамилии говорит об исключительном уважении автора по отношению к своему герою, а также сразу отмечает его значительность: *В минувший четверг, 17 апреля, мир стал немного другим. Потому что не стало Маркеса; Достаточно одного имени — Фазиль — и сразу ясно, речь именно о нем. Искандер — особая фигура в русской культуре*.

Дескрипция человека строится на описании его внешности и окружения (обстановка, люди и др.). Описание внешности проходит через весь текст, поэтому целостный портрет человека формируется не в определенной части текста, а комплексом средств: детали внешности, которые выделяет автор текста, вплетаются во все композиционные части в соответствии с авторской интенциональностью. Основными средствами при описании внешности становятся слова с предметной семантикой, на периферии — числительные, собственные имена существительные, акциональные глаголы эмоционального действия, метафорические наименования и др.

При *осведомлении о биографических данных* основной задачей описания внешности становится утверждение реальности существования личности. Поэтому чаще здесь встречаем косвенное упоминание деталей внешности человека. Так, напри-

мер, возможно указание на возраст через дату рождения (числительное) и количественную оценку (наречие со значением количества), могут присутствовать характерные особенности этнической принадлежности (топоним, указывающий на место рождения писателя): *Ему было много лет — он родился в Колумбии в 1927 году*. Эти детали сразу рисуют нам пожилого латиноамериканца, что в совокупности с формой прошедшего времени глагола *было*, а также вынесением оценочного компонента в начало предложения задает всему тексту тональность скорби и утраты, характерную для некролога. В продолжение этой мысли далее по тексту мы видим: *Как они объяснили, рак, скорее всего, был вызван его пристрастием к курению: Маркес выкуривал по три пачки сигарет в день*. Предложение добавляет к портрету писателя болезненность (медицинский термин, указывающий на заболевание), а упоминание вредной привычки создает вокруг писателя определенный ореол таинственности, характерный для его писательского метода. В то же время использование фактических данных — это попытка убеждения себя и адресата в реальности свершившегося факта.

Описание отдельных ситуаций из жизни человека также часто содержит описание внешности. Важны при этом акциональные глаголы, «репортажные» прилагательные, а также средства передачи прямой речи, которые приобретают значимость лишь в совокупности, дополняя друг друга с целью передать авторское отношение. Проиллюстрируем это на примере: *В дни Шведских сезонов газетчики всего мира наперебой обсуждали анекдот: де, звонок из Стокгольма застал П. Модиано за ужином в ресторане. «Это странно!» — всё, что смог выдать из себя ошеломлённый писатель, узнав, что вознесён на вершину литературного Олимпа. «Это я что же... теперь как Камю, что ли?» — пролетел в свойственном ему фрагментарном стиле этот автор, лауреат премии Гонкура (1978 г.) за роман «Улица тёмных лавок»*. Использование оценочных глаголов речепорождения (*выдать, пролетел*) в совокупности с прилагательным *ошеломлённый*, конкретизирующим словосочетанием, указывающим на особенность речи (*в свойственном ему фрагментарном стиле*), а также собственно репликами, изображающими речь писателя, передающими обрывочность, неуверенность, предьявляют читателю человека, неуверенного в себе, не привыкшего к славе и вниманию, что контрастом выступает на фоне антитезы к его литературным достижениям, сливаясь в конце предложения с объяснением этапов оценки жизненного пути.

Портретное описание конкретизирует внешность писателя, добавляя определенные черты к сложившемуся облику. Для описания писателя наиболее важными являются детали, позволяющие указать на глубину его внутреннего мира: *взгляд (с сомнамбулическим взглядом — про П. Модиано, взгляд внимательный сквозь густое облако дыма — о Ф. Искандере)*, характер (*Он был бесстрашен, но не безрассуден*), отношение к внешнему миру (использование антитезы: *забавный чудака-человек — не забавный, грустный, печаль одна*). Реже привлекаются детали, описывающие рост, вес, телосложение и т. п. (*высоченный писатель*), которые используются, например, с целью добавить нескладности образу лауреата Нобелевской премии по литературе П. Модиано. Как видим, основным средством характеристики героя в портретном описании является оценочная лексика, что позволяет не только описать человека, но и передать его оценку. Также важной составляющей становятся метафорические описания. Например, при описании внешности Фазиля Искандера используется метафора, принадлежащая самому писателю, — *«энергия разбуженной совести»*, которая через характер ассоциативно формирует портрет энергичного человека.

При объяснении оценки этапов жизненного пути выбор деталей внешности различается в зависимости от привлекаемого коммуникативного сценария, кардинально разделяя по характеру авторской оценки некролог и юбилейное посвящение, с одной стороны, и посвящение «герою события» — с другой. В первом случае косвенные отсылки к внешним деталям, как правило, передают уважение к герою публикации: *Им восхищался Пабло Неруда и Фидель Кастро, он стал героем поколения — но ничто не изменило в Маркесе ни его **бесстрашия**, закаленного в бытность его репортером, ни чисто человеческого начала — основой которого была **скромность и безумное трудолюбие**... Ну и **толика одиночества**, конечно.*

В текстах коммуникативного сценария посвящение «герою события» внимание к внешним деталям становится средством передачи авторской иронии, что отсылает нас к мысли о пересечении референтных и модусных характеристик в рамках одного контекста: «**Один из самых красивых голосов во французской литературе сегодня**», — поёт сладостные дифирамбы газета «Фигаро». А Петер Энглунд, постоянный секретарь Шведской академии, **сгоряча** даже сравнил Патрика Модиано с Марселем Прустом.

Внешние детали при обозначении социальной оценки роли персоны в искусстве позволяют воссоздать портрет писателя глазами читателей, показав человека, который знаком массовой аудитории. В то же время именно здесь соединяются в целостный портрет все разбросанные по тексту детали внешности. Это позволяет завершить описание внешнего облика писателя. Привлекаются такие языковые средства, как прилагательные, указывающие на внешние характеристики, оценочная лексика, акциональные глаголы эмоционального действия, описывающие поведение писателя в определенных ситуациях: *...Сегодня поклонники Модиано с нетерпением ждут его нобелевскую речь, назначенную на 10 декабря. При этом все задаются вопросом: станет ли он, произнося свою речь, **как обычно, запинаться**? Будет ли, **как всегда, жестикулировать, помогая словам руками**? И ещё фатидический вопрос: сошьют ли Патрику Модиано парадный костюм, который вместит его **почти двухметровую фигуру**?*

Важную роль в описании внешности играет визуальная составляющая (фотографии, портреты, сопровождающие текст), которая в сочетании с вербальным рядом помогает создать комплексный портрет личности. Так, фотография писателя выполняет чаще всего информационную функцию, избавляя текст от необходимости давать исчерпывающую информацию о внешнем облике человека. Автор в этом случае фокусирует внимание на самых значимых деталях. Для детализации образа и создания эффекта присутствия могут использоваться аудио- и видеоматериалы, представляющие писателя как человека говорящего и действующего.

В текстах некролога и юбилейного посвящения изображение персоналии является средством выражения оценки. Основная цель подобных текстов — передать яркий, запоминающийся образ выдающегося в творческом и личностном плане человека. Внимание акцентируется на тех внешних особенностях, которые составляют визитную карточку писателя. Имея целью проследить становление характера, авторы текстов часто используют фотографии писателей в разные периоды жизни и в окружении различных людей, показывая таким образом историю жизни интересной личности.

Характеризация окружающей обстановки дополняет внешнее описание и пересекается с обозначением действий персоны, вследствие чего в некоторых отрывках становится практически невозможно разделить микрополя дескрипции человека и указаний на его действия. Средством выражения категориального значения здесь становится лексика с предметной семантикой.

В биографическом описании окружение обрамляет названные этапы жизни и служит средством конкретизации образа: *Его отец, Альберто Модиано, непонятно какого роду-племени (возможно, салоникский еврей по происхождению), под оккупацией промышлял на чёрном рынке с фальшивыми документами в кармане.* Окружение в этой части текста выполняет особую функцию, показывая условия становления личности: упоминание о родителях, родственниках, людях, которые сыграли определенную роль в жизни писателя.

При описании портрета важно обозначить влияние окружения на внешний облик писателя: *Сам Маркес никогда не был одинок: у него была большая семья и много родственников. Но как любой гений, он всегда ощущал себя немного... не таким.*

Окружение при обозначении социальной оценки этапов жизненного пути позволяет вписать писателя в общекультурный контекст, что актуализирует привлечение имен собственных известных классиков и позволяет оценить вклад репрезентируемой личности: *Литераторы считают — он продолжает линию Гоголя.*

При социальной оценке роли писателя в искусстве функцию окружения выполняет читательская аудитория, что придает тексту диалогичность: *Наверное, получив это известие, во всех странах мира поклонники его творчества сняли с полок зачитанные до дыр томики его «Ста лет». И нет для писателя славы иной...*

Микрополе указаний на действия персоны в тексте формируется средствами выражения темпоральности (числительные, обозначающие даты, существительные со значением времени, видо-временные формы глаголов, наречия времени и др.), локативности (топонимы, глаголы перемещения, существительные со значением места, личные местоимения и существительные, указывающие на лицо), акциональности (различные способы называния действий, в первую очередь глаголы конкретного физического действия, перемещения, донативного действия, а также периферийные способы названия действий — восприятия, эмоционального действия и способа поведения), различные средства акцентирования (предлоги, союзы, указательные наречия, частицы, вставные конструкции и др.). Всё это в совокупности формирует повествовательную структуру текста, помогая при репрезентации личности писателя воссоздать время и место, в которые живет или жил человек, обратить внимание на основные этапы, выделить наиболее значимые для понимания личности писателя узлы.

Для текстов всех коммуникативных сценариев при осведомлении о биографических данных, как правило, свойственна обратная хронология: сначала выделяется жизненное событие, ставшее информационным поводом, а далее воссоздается картина, приведшая к нему: *Этой осенью нобелевским лауреатом по литературе стал француз, 15-й по счёту; Сегодня знаменитому автору «Сандро из Чегема», прозаику и поэту Фазилу Искандеру исполняется 85 лет; 17 апреля в Мехико ушел из жизни классик современной мировой литературы Габриэль Гарсиа Маркес.*

Как видим, в каждом из выделенных фрагментов встречаются оценочная номинация, называющая героя публикации, и указание на время, актуализирующее информационный повод. В последнем примере присутствует и пространственный акцентуатор — топоним. Для некролога характерна инверсия, переносящая объект повествования в конец предложения, — возможность оттянуть печальный повод, в то время как в юбилейном посвящении в рематическую часть высказывания уходит сам информационный повод.

При передаче биографических сведений преобладают глаголы физических действий: *Он корпел над учебниками, но успевал писать, и делал это уже не в стол —*

еще студентом первого курса Маркес опубликовал в газете свою первую повесть, а затем — пару десятков рассказов...

При портретном описании действия выполняют характеризующую функцию, позволяя показать писателя в динамике, при этом используются в большей степени глаголы эмоционального действия и способа поведения: *Тем не менее этот знаменитый писатель, высоченный, с сомнамбулическим взглядом, по сей день **теряется** перед микрофоном и телеобъективом. Он как будто не понимает, что такое слава, и словно **стесняется** договаривать фразы до конца.*

Социальная оценка этапов жизненного пути предполагает подведение итогов, обозначение влияния деятельности личности на культурную и общественную жизнь. Ядерными средствами выражения здесь выступают глаголы интеллектуального действия, а также существительные с семантикой итоговости: *Уж больно хорошо Искандер **понимает** про все и всех вокруг: от женщин до политики; Крупный писатель, продолжатель великих традиций, самобытный гуманист.*

Формирование социальной оценки роли личности в искусстве дается через взаимодействие писателя с аудиторией, придавая тексту полифоничность: *Сто лет одиночества Маркеса стали его **памятником** при жизни — **обрекая** на сотни лет **памяти** о нем.*

Особую роль при репрезентации личности писателя играют различные способы передачи чужой речи (в первую очередь, прямой и несобственно прямой), характеризующие его как «человека говорящего», «мастера слова». При развертывании коммуникативных сценариев функциональная нагрузка средств выражения речевой деятельности может различаться. Биографическим данным речь писателя придает большую достоверность, портретному описанию — метафоричность, при оценке жизненного пути писателя позволяет передать философию жизни, а в социальной оценке роли писателя в искусстве является средством выражения побудительной интенции (через цитаты из произведений писателя).

Как было обозначено ранее, все выделенные микрополя связаны в тексте со средствами выражения оценочных значений. Цель использования оценочных средств — репрезентация образцового представителя профессии, влиятельного человека, играющего важную роль в культурной и общественной жизни.

Основные выводы исследования. В статье через исследование категории персональности показано, как коммуникативная цель медиатекста влияет на жанровую речевую системность.

Для творческого портрета писателя в целом значимы следующие семантические узлы: реакции на внешние и внутренние воздействия, интеллектуальная деятельность, эмоции, речь, особое значение имеют физические действия, обозначающие становление личности и ее общественную деятельность. Речевой жанр организуют микрополя языковых и композиционных средств номинации, дескрипции персоны, ее действий. Средства этих микрополей взаимодействуют в конкретном тексте со средствами иллокутивной категории — оценки. Наполнение и функциональная нагрузка выделенных микрополей зависит от привлекаемого коммуникативного сценария развертывания текста. Так, в некрологе номинация персоны при обозначении информационного повода обычно переносится в конец предложения как возможность оттянуть печальный повод, в то время как в юбилейном посвящении в рематическую часть высказывания переносится сам информационный повод. При этом дескрипция персоны и ее деятельности в текстах некролога и юбилейно-

го посвящения формирует положительную модусную характеристику персонажа, в то время как в текстах посвящения «герою события» служит, как правило, средством передачи иронии.

ЛИТЕРАТУРА

- Апресян Ю. Д. Образ человека по данным языка: опыт системного описания // Вопр. языкозн. 1995. № 1. С. 37–67.
- Арутюнова Н. Д. Язык и мир человека. М.: Языки рус. культуры, 1998.
- Бабушкин А. П. Типы концептов в лексико-фразеологической семантике языка. Воронеж: Изд-во Воронеж. ун-та, 1996.
- Бондарко А. В. Грамматическая категория и контекст. Л.: Наука, 1971.
- Булыгина Т. В. Языковая концептуализация мира: на матер. рус. грамматики. М.: Языки славян. культуры, 1997.
- Дускаева Л. Р. Жанровые композиционно-стилистические категории // Жанры речи. 2016. № 2. С. 62–69.
- Дускаева Л. Р., Коняева Ю. М. «Звездная персона» в арт-журналистике: стилистико-речевая репрезентация коммуникативного сценария // Филология и человек. 2015. № 1. С. 15–24.
- Дускаева Л. Р. Интенциональность медиаречи: онтология и структура // Медиаатекст как полиинтенциональная система: сб. статей / отв. ред. Л. Р. Дускаева, Н. С. Цветова. СПб.: С.-Петерб. гос. ун-т, 2012. С. 10–16.
- Дускаева Л. Р. Медиалингвистика в России: лингвопраксиологическая доминанта // Медиалингвистика. 2014. № 1(4). С. 5–15.
- Кифер Ф. О роли прагматики в лингвистическом описании // Новое в зарубежной лингвистике: в 25 вып. Вып. 16. Лингвистическая прагматика. М.: Прогресс, 1985. С. 90–145.
- Ковтунова И. И. О поэтических образах Б. Пастернака // Очерки истории языка русской поэзии XX века: опыты описания идиостилей / / отв. ред. В.П. Григорьев, Е. В. Красильникова. М.: Наследие, 1995. М.: Наследие, 1995. С. 132–207.
- Коняева Ю. М. Творческая личность в арт-медиадискурсе // Культура / Culture [Скопье, Македония]. 2015. № 12. С. 41–52.
- Матвеева Т. В. Функциональные стили в аспекте текстовых категорий. Свердловск: Изд-во Урал. ун-та, 1990.
- Никитина Л. Б. Образ HOMO SAPIENS в русской языковой картине мира. Омск: Изд-во Омск. ун-та, 2003.
- Одинцова М. П. Синонимия в свете базовых речемыслительных и речеповеденческих характеристик человека // Славянские чтения. Вып. 5. Гуманитарное знание и образование: традиции и современность. Омск: Омск. гос. ун-т, 1996. С. 54–68.
- Пименова М. В. Ментальность: лингв. аспект: учеб. пособие. Кемерово: Кемер. гос. ун-т, 1996.
- Урысон Е. В. Фундаментальные способности человека и наивная «анатомия» // Вопр. языкозн. 1995. № 3. С. 3–16.
- Minsky M. Form and Content in Computer Science // Journ of the ACM. 1970. Vol. 17, is. 2. P. 197–215.
- Schank R., Abelson R. Scripts Plans and Knowledge // Advance Papers of Fourth Intern. Joint Conf. on Artif. Intell. 1975. No. 2. P. 151–157.

REFERENCES

- Apresyán Yu. D. An image of the person according to language: experience of the system description [Obraz cheloveka po dannym jazyka: opyt sistemnogo opisaniya] // Lingu. Questions [Vopr. jazykoz.]. 1995. No. 1. P. 37–67.

Arutyunova N. D. Language and world of the person [Jazyk i mir cheloveka]. Moscow, 1998.

Babushkin A. P. Types of concepts in lexicological and phraseological semantics of language [Tipy konceptov v leksiko-frazeologicheskoj semantike jazyka]. Voronezh, 1996.

Bondarko A. V. Grammatical category and context [Grammaticheskaja kategorija i kontekst]. Leningrad, 1971.

Bulygina T. V. Language conceptualization of the world: on mater. of the Russian grammar [Jazykovaja konceptualizacija mira: na mater. rus. grammatiki]. Moscow, 1997.

Duskaeva L. R. Genre composite and stylistic categories [Zhanrovye kompozicionno-stilisticheskie kategorii] // Genres of the speech [Zhanry rechi]. 2016. No. 2. P. 62–69.

Duskaeva L. R. Media linguistics in Russia: linguopraxeological dominant [Medialingvistika v Rossii: lingvopraksiologicheskaja dominanta] // Media linguistics [Medialingvistika]. 2014. No 1(4). P. 5–15.

Duskaeva L. R. Media speech intentionality: ontology and structure [Intencional'nost' mediarechi: ontologija i struktura] // Media text as the polyintentional system [Mediatekst kak poliintencional'naja sistema] / ed. by L. R. Duskaeva, N. S. Cvetova. St Petersburg, 2012. P. 10–16.

Duskaeva L. R., Konyaeva Yu. M. “The star person” in art journalism: stylistic-speech representation of the communicative scenario [«Zvezdnaja persona» v art-zhurnalistike: stilistiko-rechevaja reprezentacija kommunikativnogo scenarija] // Philology and person [Filologija i chelovek]. 2015. No. 1. P. 15–24.

Kifer F. About a role of pragmatics in the linguistic description [O roli pragmatiki v lingvisticheskom opisanii] // New in foreign linguistics [Novoe v zarubezhnoj lingvistike]. Vol. 16. Linguistic pragmatics. [Lingvisticheskaja pragmatika]. Moscow, 1985.

Konyaeva Yu. M. The creative person in art media discourse [Tvorcheskaja lichnost' v art-mediadiskurse] // Kultura / Culture. 2015. No. 12. P. 41–52.

Kovtunova I. I. About poetic images of B. Pasternak [O poeticheskikh obrazah B. Pasternaka] // Sketches of the Russian poetry XX century history of language: Experiences of the individual style description [Ocherki istorii jazyka russkoj poezii XX veka: opyty opisanija idiosstilej]. Moscow, 1995. P. 132–207.

Matveeva T. V. Functional styles in aspect of text categories [Funkcional'nye stili v aspekte tekstovyh kategorij]. Sverdlovsk, 1990.

Minsky M. Form and Content in Computer Science // Journ of the ACM. 1970. Vol. 17, is. 2. P. 197–215

Nikitina L. B. An image of HOMO the SAPIENS in the Russian language picture of the world [Obraz HOMO SAPIENS v russkoj jazykovej kartine mira]. Omsk, 2003.

Odicova M. P. A synonymy in the aspect of basic of speech-cogitative and speech= behavioural characteristics of the person [Sinonimija v svete bazovyh rechemyslitel'nyh i rechepovedencheskih harakteristik cheloveka] // Slavic readings [Slavjanskije chtenija]. Vol. 5. Humanitarian knowledge and education: traditions and present days. [Gumanitarnoe znanie i obrazovanie: tradicii i sovremennost']. Omsk, 1996.

Pimenova M. V. Mentality: Linguistic aspect [Mental'nost': lingv. aspekt]. Kemerovo, 1996.

Schank R., Abelson R. Scripts Plans and Knowledge // Advance Papers of Fourth Intern. Joint Conf. on Artif. Intell. 1975. No. 2. P. 151–157.

Oryson E. V. Fundamental abilities of the person and naive “anatomy” [Fundamental'nye sposobnosti cheloveka i naivnaja «anatomija»] // Lingu. Questions. [Vopr. jazykozna.]. 1995. No. 3. P. 3–16.

**ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ
ЯЗЫКОВЫХ СРЕДСТВ В МАССМЕДИА**
.....

УДК 81'271 + 161.3;
ББК Ш181.2;
ГРНТИ 16.21.33;
КОД ВАК 10.02.19

М. И. Конюшкевич
Гродно, Беларусь

**ДВУАЗЫЧНОЕ
МЕДИАПРОСТРАНСТВО
Статья первая. БЕЛОРУСИЗМЫ
В РУССКОАЗЫЧНЫХ ТЕКСТАХ
БЕЛОРУССКИХ СМИ**

Мария Иосифовна Конюшкевич, доктор филологических наук, профессор кафедры журналистики Гродненского государственного университета им. Янки Купалы.
230022, Гродно, ул. Ожешко, 22, к. 319.
E-mail: marikon9@mail.ru.

© Конюшкевич М. И., 2016

История вопроса. Языковая ситуация в Беларуси на всем протяжении ее истории всегда характеризовалась функционированием нескольких языков. И, как любое двуязычие, белорусско-русское двуязычие, существующее уже несколько столетий, сопряжено с целым рядом проблем — политических, исторических [Жураўскі 1982], экономических, социолингвистических [Мячкоўская 2008 и др.], правовых и т. д. Лингвистический аспект этих проблем освещался во многих исследованиях [Белорусско-русские языковые...1981; 1982; 1983 и т. д.; Михневич 1982; Конюшкевич 1994; Роўда 1999; Коряков 2002; Бідэр 1995 и др.].

Назовем здесь только три важнейшие особенности белорусско-русского двуязычия.

Прежде всего, это близкородственность, обуславливаемая превалированием в лексическом составе русского и белорусского языков омолекс (*брат, сын, хлеб*) и паралекс, т. е. таких слов, которые при относительном смысловом и формальном сходстве характеризуются преимущественно нерегулярными различиями в фонетической и морфологической структуре, слово- и формообразовании, ударении [Міхневич 1981] (*адсутніцаць — от-сутствовать, выношваць — вынашивать, княства — княжество, зноў — снова*) по сравнению с гетеролексами, т. е. разнокорневыми словами того же значения (*верасень — сентябрь, победа — перамога, ветразь — парус*).

Во-вторых, двуязычие носит асимметричный характер, т. е. в современной коммуникации русский язык доминирует. Более того, выросло уже два поколения, для которых этнический белорусский язык перестал быть родным, вместо него родным для многих белорусов стал смешанный белорусско-русский язык, метафорически и в насмешку названный «трасянкой». Существует даже мнение, что белорусский язык в своем существовании

уже прошел точку «невозврата»: «Белорусы находятся в „постэтнической“ стадии развития сообществ, когда „национальность“ перерастает в „гражданство“ и скрепляется не языком и не этничностью, но общей организацией жизни на своей земле, в своем государстве» [Мечковская 2011].

Третья особенность белорусско-русского двуязычия — его неоднородность. В силу близкородственности языков все жители Беларуси фактически являются билингвами, но одна их часть (меньшая) — активные билингвы, вторая (большинство) — пассивные. Активные билингвы могут использовать и используют в коммуникации оба языка в равной степени. Пассивные билингвы как продуценты речи используют только один язык — русский или белорусский, но как реципиенты способны понимать речь и на другом языке благодаря омолексам и паралексам, что тоже обеспечивает успешность коммуникации на уровне культуры повседневности.

Таково же деление и в среде белорусских журналистов. Поэтому в одной и той же телепередаче может состояться двуязычный диалог, в одной и той же газете на одной полосе соседствуют тексты как на белорусском, так и на русском языке.

Постановка проблемы. Представляется важным в научном отношении исследование: а) факторов, обуславливающих выбор конкретным медиа и журналистом языка медиатекста; б) способов включения иноязычного элемента в медиадискурс; в) эффектов подобных включений; г) отклонений от языковых, коммуникативных и этико-речевых норм в использовании иноязычных элементов медиадискурса; д) доли и частотности каждого из иноязычных включений — русизмов в белорусском медиадискурсе или белорусизмов в русском. Задача данной статьи — рассмотрение факторов включения элементов белорусского языка в медиатексты на русском языке.

Но перед этим приведем небольшую статистическую справку о белорусских СМИ. Поскольку мы оперируем материалом из газетных текстов, то и данные приведем по печатным СМИ. По состоянию на 1 декабря 2015 г. в Государственном реестре средств массовой информации РБ зарегистрированы 1585 печатных СМИ (государственных — 431, негосударственных — 1154). Из них газет — 723 (соответственно 217 и 506), журналов — 818 (202 и 616) [Сведения о средствах массовой информации... 2015]. Более подробные сведения читатель может узнать на указанном сайте Министерства информации Республики Беларусь.

Наиболее влиятельными в стране являются газеты «СБ. Беларусь Сегодня» (СБ) и «Рэспубліка». Популярны в Беларуси местные выпуски крупных российских газет «Комсомольская правда» и «Аргументы и факты». Всего же в Беларуси распространяется более 4 тыс. зарубежных печатных СМИ, в том числе из России, Украины, Казахстана, США, Великобритании, Германии, Италии, Франции, Нидерландов, Польши, Литвы, Латвии. Печатные СМИ в Беларуси издаются преимущественно на белорусском и русском языках, хотя есть издания на английском, польском, украинском и немецком (URL: <http://www.belarus.by/ru/about-belarus/mass-media-in-belarus>).

Из регионов РБ представим медиапространство Гродненской области, где по состоянию на 1 мая 2014 г. зарегистрировано 88 средств массовой информации различных форм собственности, в том числе 58 печатных, 30 электронных [СМИ Гродненщины 2015: 3].

Каждый из 17 районов Гродненской области издает свою государственную газету. 16 имеют название на белорусском языке, половина из них — дериваты от названия районного центра: «Астравецкая праўда», «Ашмянскі веснік», «Бераставіцкая газета», «Воранаўская газета», «Іўеўскі край», «Лідская газета», «Свіслацкая газета», «Слоні́мскі

веснік»; половина — образные названия: «Светлы шлях» (Сморгонь), «Праца» (Зельва), «Польмя» (Кореличи), «Перамога» (Дятлово), «Новае жыццё» (Новогрудок), «Наш час» (Волковыск), «Зара над Нёманам» (Мосты), «Дзянніца» (Щучин). Белорусскоязычное название имеет и областная «Гродзенская праўда». Три газеты, издаваемые в Гродно, представлены названиями как русскоязычные: государственные «Милицейский вестник», «Перспектива» (Гродненский район), «Вечерний Гродно» (негосударственная «Вечерний Гродно»).

Независимо от языка названия республиканские, районные газеты и областная «Гродненская праўда» функционируют как двуязычные издания. Тем не менее доля русского и белорусского языков в каждом СМИ неодинакова: она колеблется от почти только русского языка («СБ. Беларусь Сегодня», «Милицейский вестник») до только белорусского «Новае жыццё», «Перамога»). Последняя настолько выдерживает соответствие заявленному языку, что все присланные ей материалы на других языках редакция подает в своем, и качественном, переводе на белорусский язык. В остальных районных СМИ белорусский язык используется наравне с русским или уступая ему.

Методика анализа: контент-анализ для установления факторов выбора языка конкретным медиа; интроспективное выявление белорусизмов в газетных текстах и сопоставительный их анализ на предмет отличия от «трасянки»; контекстуальный анализ белорусизмов для выявления их функций в высказывании и тексте.

Анализ материала. Экстралингвистический фактор выбора языка конкретным медиа проявляется в социально-экономических изменениях региона. Так, в последние годы заметен рост русскоязычных текстов в газете «Астравецкая праўда», позиционирующей себя как белорусскоязычное издание. Объясняется этот факт изменением тематики в связи с расширением русскоязычной читательской аудитории (привлечение к строительству Островецкой атомной электростанции российских специалистов, заинтересованность прибалтийских и польских соседей в информации).

Содержание материалов издания также существенно влияет на выбор языка: материалы общественно-политического, социально-экономического, предметно-технологического характера по проблемам, общим для всей страны, публикуются чаще на русском языке. Белорусский язык предпочтительнее при освещении культурно-образовательных и социально-бытовых тем.

Конфессиональный фактор. Как известно, верующее население Беларуси в основном представлено христианами — католиками (особенно Гродненщина) и православными, в меньшей мере — протестантами, мусульманами, иудеями. С приобретением Беларусью государственной самостоятельности, а белорусским языком — статуса государственного в ряде церквей стали проводиться богослужения на белорусском языке. Инициатором выступила Римско-католическая церковь, поскольку языками ее богослужений являются латинский и польский, понимаемые не всеми прихожанами. В 90-е годы службы в столичном костеле Святых Сымона и Алены, которую вел ксендз Здислав Завальнюк, несколько лет подряд транслировались по республиканскому телевидению на белорусском языке.

У Русской православной церкви в переходе на белорусский язык настоятельной необходимости не было в силу распространения в белорусском социуме современного русского языка, однако служители и православных храмов нередко используют белорусский язык. Соответственно конфессиональная жизнь освещается и в СМИ. Так, устные выступления и письменные послания в СМИ архиепископа Тадеуша Кондрусевича, Митрополита Минско-Могилёвского, представлены только на белорусском языке,

причем белорусская речь архиепископа, не теряя особенностей религиозного дискурса, максимально приближена к живой народной белорусской речи, что особенно импонирует белорусам.

Конечно, перевод религиозного дискурса на белорусский язык связан с немалыми трудностями, особенно это касается терминологии, номинаций праздников и святых, титулований и должностей священнослужителей. Так, *Рождество* в переводах на белорусский язык имеет следующие варианты употреблений — *Раство*, *Ражство*, *Ражаство* и даже *Раждаство*; праздник *Введение во храм Святой Богородицы* в Беларуси называют *Уводзіны*, *Вядзенне*, *Вадзенне*, *Багародзіца*, *Багародзька*. Например, в тексте «Пастырскага паслання на Божае Нараджэнне 2014» архиепископа Тадеуша Кондруевича, опубликованном в белорусских газетах, сочетаются самые разные названия праздника: калька с польского *Божае Нараджэнне*, адаптированное русское *Раство Хрыстова* и языческое белорусское *Каляды*.

На выбор только русского языка, на котором публиковались обычно Послания от Русской православной церкви в Беларуси в недавнем прошлом Патриаршего экзарха всея Беларуси митрополита Филарета, а в наши дни — митрополита Павла, влияют еще и особенности самого церковнославянского дискурса — архаика лексики, торжественность и поэтика стиля.

Подтвердил это и настоятель храма Всех Святых в Минске Федор Повный, который в одной из своих воскресных проповедей, транслируемых каналом «Беларусь-1», вспомнил о своей работе в храме-памятнике Русской Славы в Лейпциге. Поскольку на немецком языке богослужебных православных книг у церкви не было, служба велась на церковнославянском языке. Желая обеспечить понимание идей православной церкви прихожанами-немцами, о. Федор инициировал издание богослужебников на немецком языке. К его удивлению, прихожане отказались пользоваться немецкоязычными изданиями и попросили продолжать службу на церковнославянском, объясняя свой выбор красотой звуковой стороны церковнославянской речи, при неясности для них смысловой ее стороны.

Жанровый фактор. Соседство двух языков в рамках одного газетного текста обусловлено и жанрами, особенно такими, как интервью, круглый стол, дискуссия. Например: *Замдиректора Нацыянальнай бібліятэкі Беларусі, прэсідэнт Межнароднай асацыяцыі беларусістаў Алесь Суша супроводжаў гасця па достопримечательностям: — Я паказаў спадару Пітэру адзіную ў нашай краіне кнігу са збору Храптовічаў у Шчорсах. Шчырыя эмоцыі захаплення і цікавасці былі ў нашчадка слаўтай фаміліі. У дар Нацыянальнай бібліятэцы шануюны госць перадаў кнігу свайго бацькі — летапіс сям’і Буцянёвых, які пачынаецца, натуральна, з Храптовічаў і змяшчае шматлікія каштоўныя матэрыялы пра Беларусь...* (СБ. 2015. 23 окт.).

Фактор документализма. В русскоязычный текст вводятся тексты документов на языке оригинала — в целях демонстрации истинности сообщаемого, сохранения хронологии события, передачи коммуникативных регистров документа, особенностей языка описываемой эпохи.

Однако фактор документализма не стимулирует печатные СМИ использовать так называемую трясянку, представляющую собой речь из смеси элементов русского и белорусского языков с разной долей каждого в зависимости от степени освоения белорусского русского языка.

Феномен «трясянки». Отношение к «трясянке» в белорусском социуме неоднозначно, равно как и ее квалификация лингвистами [см.: Цыхун 2000]. Несмотря на поляр-

ный разброс мнений, объективность существования белорусско-русской смешанной речи неоспорима, и если лингвист на ней не говорит, это не означает, что он не должен изучать данный феномен. Тем более что «популярность этой темы в СМИ, а тем более в Интернете, создала идеальные условия, чтобы трясанка стала своеобразным символом Беларуси, наравне с бульбой, зубром, Беловежской пущей, аистом, васильком. Заметим, что и в глазах других народов, то есть за пределами страны, трясанка стала устойчиво ассоциироваться с Беларусью и белорусами, тем самым претендуя на национально-прецедентный феномен» [Рамза 2010: 112].

Некоторые зарубежные лингвисты готовы даже трактовать «трясанку» как «промежуточный вариант белорусского языка» (К. Вулхайзер) [Цыхун 2000], «выражение специфической культурной идентичности» (Т. Бон) [Рамза 2010: 112], «феномен конвергенции между субвариантом и литературным языком», «субстандарт русского языка в социолингвистическом отношении» и «разновидность белорусского языка со структурно-лингвистической точки зрения» [Хентшель 2015].

«Трясянкой» пользуется достаточно большое число белорусов, имеющих различный образовательный, социальный и профессиональный статус, ее нельзя назвать ни языком низовой городской культуры (ибо сегодня эта форма речи слышна и в городе, и в деревне), ни диалектом («у трясанки, в отличие от диалекта, полностью отсутствует речевой узус» [Мечковская 2011], хотя ольденбургские исследования белорусско-русской смешанной речи доказали ее системность на уровне фонетики и морфосинтаксиса [Хентшель 2015]).

Использование «трясяночной» речи можно встретить в Интернете и даже в художественной литературе. Вот точное воспроизведение записи воспоминаний белорусов, испытавших на себе зверства немецких фашистов, в книге Я. Брыля, В. Колесника, А. Адамовича «Я з вогненнай вёскі» (Минск, 1975); выделена лексика «трясянки»: ...*Дзве калоны ідзе ў нядзелю: адна калона, **большушчая**, з Капацэвіч, а другая — з Лучыц. Паставілі пасты — проста на дзесяць метраў адзін ад аднаго. Усю **дзярэўню** абставілі. І тады ўжо сталі заходзіць у кожную хату...; Мы толькі пачалі ісці, падняліся на горку, а ўжо людзі там крычаць і агонь паявіўся... **Сільны** вельмі крык. Крычаць людзі так, што мы здагадаліся... Прыбегла я ў хату і гавару: — **Спасаймася** як хто можа! Бо людзей **зністажаюць!**...; І ляжу я там, і не **цую** нічога, ужо і памяць **пацярала**. На **некаторае ўрэмя** я зусім адключылася...*

Отсутствие «трясянки» в русскоязычных СМИ объясняется тем, что русский язык стал родным уже для второго поколения белорусов, и вопрос к у л ь т у р ы русской речи в Беларуси не так остр, как вопрос п р а в и л ь н о с т и белорусской речи. Отмечается появление в последнее время текстов, стилизованных под «трясянку» в комических целях, своего рода художественный прием, но с пейоративной оценкой. В то же время «в художественной сфере (в отдельных родах и жанрах) можно наблюдать... и эстетический интерес» к этой форме речи [Мячкоўская 2008: 172]. В качестве примера она приводит передачу Северина Красовского на белорусском радио «Свабода» (Пражская редакция, 2006 г.) под красноречивым названием «Трясянка як нацыянальны брэнд і крыніца натхнення».

Показателен пример стилизации текста под «трясянку» в достаточно долго показываемой телерекламе муки под маркой «Папіны аладкі»: молодой папа в окружении детей печет румяные блины, ловко жонглируя ими на сковородке. Но очередной блин летит вниз, а папа с обидой восклицает по-белорусски: *А мама яшчэ спіць!* «Трясяночное» сочетание *папіны аладкі* — контаминация из русского *папины оладьи* и белорусского

татавы аладкі словосочетаний. Белорусским социумом данный ролик принимался положительно.

Так что «трасянка» при уместности ее использования вполне легитимна в современной коммуникации, особенно на фоне существующих нескольких стихий белорусского языка [Важник 2007], включая и так называемую тарашкевицу (орфографическую и грамматическую норму, представленную в «Беларускай граматыцы» Б. Тарашкевича 1929 г.), которой придерживаются некоторые оппозиционные СМИ и часть белорусской интеллигенции.

Принимая «трасянку» как метафору, не имеющую денотата, подобно *кикиморе*, Т. Рамза видит ее феноменальность в том, что, «при доминировании русского языка во всех сферах, русская речь белорусов имеет устойчивые, почти неискоренимые белорусскоязычные черты. Быть может, в этом и есть „выражение специфической культурной идентичности“ белорусов» [Рамза 2010: 116].

Хотя, как было сказано выше, «трасянка» не свойственна медиадискурсу на русском языке, это не означает, что в него не вводятся элементы белорусского языка, просто характер включений иной, не «трасяночный». Следует разграничивать два вида белорусизмов в русских текстах печатных СМИ: 1) неосознанное использование в речи на одном языке элементов из другого языка, свидетельствующее о низком уровне языковой и речевой компетенции автора, — межъязыковая интерференция, что и является признаком «трасянки», и 2) осознанное, преднамеренное, преследующее определенные коммуникативно-прагматические цели — трансференция [Гируцкий 1990].

Межъязыковая интерференция. Остановимся вкратце на первом, хотя и редком, но нежелательном в медиатекстах явлении. Применительно к теме нашей статьи назовем лексико-грамматическую интерференцию — неосознанное использование белорусского слова или его формы в русской речи. Например, в высказывании *Лось, бегучи с пуцци, вбег в село* (Газета Слонимская) допущены следующие интерференционные ошибки: 1) использована форма белорусского деепричастия несовершенного вида *бегучы* (в белорусском языке ударение на последнем слоге); 2) для белорусского предлога *з* в русском языке имеется два — *из* и *с*, поэтому данная ошибка здесь трактуется как двойная (межъязыковая или внутриязыковая) интерференция, ибо и носители русского языка допускают смешение этих предлогов; 3) форма *вбег* вместо правильного *вбежал* — транслитерация белорусской формы *убег* от *убегчы*.

Пример грамматической интерференции: *Еще один знаковый персонаж для Короткевича — Рембрандт. Мы встречаем образы Рембрандта и Саскии в романе «Леаніды не вярнуцца да Зямлі» — мы вернули это название роману, который раньше печатался как «Нельга забыць»* (СБ). Правильная форма глагола в данном предложении — *Леаніды не вёрнуцца да Зямлі (вернемся, вернуцца)* а *вярнуцца* — это инфинитивная форма, совпадающая с русской спрягаемой формой *они вернутся*.

Преднамеренные белорусизмы (трансференция). Разнообразнее и интереснее трансференционные белорусизмы, целенаправленно включенные в русскоязычный дискурс.

Немногочисленную, но очень употребительную группу образуют белорусизмы, напоминающие «трасянку», но «правильную „трасянку“», ввиду понимания читателями осознанности употребления белорусского слова. Такие слова вписываются в русский текст в основном без кавычек, обычно в русской орфографии всех их форм (*трасянка, трасянки, трасянке, трасянкой*), хотя возможны отступления и в сторону белорусской графики и орфографии. Это такие слова, как *бульба, мова, батька, матчына мова,*

хата, спадар, крупник, зубровка, драники и др.: Возле руин замка отчетливо виден автомобильный след и место разворота: значит, соотечественники активно интересуются историей страны. **Живе Беларусь** (из журнала «Большой»); **Бусел свил гнездо в городе ядерщиков** (СБ); **Почему на улицах Дубны звучит белорусская мова, и откуда в местной библиотеке книги белорусских классиков?** (СБ: Союз); **Бульба ждет внимания** (СБ); **Батьковщина — ее не бросишь** (Вечерний Гродно).

В определенной мере просматривается в таком употреблении стремление к стилизации белорусской лингвокультуры в ее исторические моменты: **Искусство вытинанки** — исключительно белорусская культура (Принеманские вести). Или в «Вечернем Гродно»: **Сделали пожертвование и мы — в большой старинный «куфар», стоящий на выходе из исторической части аптеки; Вплоть до Второй мировой войны поселения вокруг Гродно составляли очень интересный конгломерат деревень, шляхетских застенков, хуторов и владений-маёнтков, где жили крупные землевладельцы; На Советской площади участники феста демонстрировали своих «железных коней»** (о празднике байкеров).

Порой подобное употребление ведет к тавтологическим сочетаниям: **Уже в седьмой раз неподалеку от Гродно, в усадьбе «Городенский маёнтак» самые искусные резчики по дереву из России, Беларуси, Польши, Литвы и Украины собрались вместе, чтобы своим мастерством удивить окружающих** (СБ: Союз): усадьба и маёнтак — близкие синонимы.

Белорусская ономастика в русском тексте. Самая многочисленная группа белорусизмов представлена ономастикой — названиями, поданными в кавычках. Абсолютно все газеты и журналы пестрят ими, сохраняя язык оригинала.

Наименования, частотные в СМИ и других русскоязычных средствах массовой коммуникации: выставочный зал «Хата мастака»; рестораны и кафе «Чырвоная вежа», «У Янки»; издательские дома «Звезда», «Мастацкая літаратура»; агроусадьбы «Каралінскі фальварак Тызенгауза», «Хата магната», «Ля Свяцка», «Трычоўскі маёнтак»; ансамбли «Харошкі», «Песняры», «Купалінка», «Сябры»; фестивали «Вясёлка талентаў», «Белая вежа», «Вяртанне да вытокаў»; конкурсы «Музычны красавік», «Восень у стыле этна»; игровые программы «Парк забаў», «Забавы па-жытамлянску»; «Гулянка па-квасоўску»; **Минский международный кинофестиваль «Лістапад»** и конкурс фильмов для детской и юношеской аудитории «Лістападзік».

В медиадискурсе: **А еще день рождения Короткевича кукольники отметят постановкой «Ладдзя распачы»** (рус. Ладья отчаяния. — М. К.); **Стихией Короткевича было не только искусство, но и природа. Вспомните повесть «Чазенія» или рассказ «Былі ў мяне мядзведзі»** (СБ).

Белорусизмы в совместной газете Союзного государства «Союз» (вкладыше в «СБ») — частотное явление, обусловленное концепцией издания: **Спектакль хозяев фестиваля — Брестского академического театра драмы — «Дзяды» по поэме Адама Мицкевича, поставленный польским режиссером Павлом Пассини, стал предметом жарких споров; Мулявинская «Чырвоная ружа» — не только одна из самых известных белорусских песен, но и одна из самых красивых; Весомый вклад в увековечение памяти Песняра [Янки Купалы. — М. К.] принадлежит Почетному консулу республики Беларусь в Татарстане, председателю объединения белорусов Казани «Спадчына» Сергею Маруденко; Как минские ученые превратили мини-трактор «Беларус» в универсального робота; Главный режиссер журнала «Вясёлка» (рус. радуга. — М. К.) — о настоящем и будущем детской печати Союзного государства; Когда-то, в советские времена, в Минске выхо-**

дили сразу три переводных ежегодника: «*Далягляды*», «*Братэрства*», «*Ветразь*» (рус. парус. — М. К.).

Если имя собственное является гетеролексой по отношению к русскому соответствию и не стало еще употребительным, то в пределах одного текста используются и его белорусское, и переводное русское наименование, например, в спортивном комментарии об игре баскетбольной команды «*Цмокі-Мінск*» автор попеременно называет игроков то «*цмокамі*», то «*драконамі*».

При этом возможны и ошибки, особенно при паронимии. Так, в русском языке есть паронимы, называющие разных по биологическому виду птиц: *ворон* и *ворона*. Следовательно, во множественном числе формы этих существительных в русском языке различаются: в им. падеже ударением (*вóроны* и *ворóбны*), а в косвенных падежах — и окончаниями (в род. падеже *вóронов* и *ворóн*). По-белорусски *ворон* называется *крумкач*, а *ворона* — *варона*. В тексте о спортивных успехах футбольной команды «*Крумкачы*» спортивный комментатор ошибочно употребляет русский перевод названия этой команды: 1) в заголовке, искажая фразеологизм «*Белые вороны*», ибо речь идет о *вóронах*; б) в словоформах: *Нынче публіку будоражат «Крумкачы»... Тактик і стратэгіі галоўнага трэнера «ворон» Олег Дулуб протыв прэжніх неаднозначных методаў і трэнэрскіх падходаў... Любіць футбол, горэць футбалам і немяно саображаць у бізнэсе... у гэтым відзіцца асноўная прычына рэзкага взлёта «ворон»* (правильно: *вóронов*. — М. К.) (С. Канашиц. **Белые вороны** // СБ. 2015. 11 ноября).

И здесь не просто нарушение лексической нормы. Искажена содержательно-концептуальная информация текста. Вместо образа грозного, хищного, беспощадного к слабому противнику образа птицы возникает образ рассеянной, совершающей ошибку вороны (ср. *проворонить*), что резко противоречит коммуникативно-прагматической установке всего текста. Усиливает это искажение и заголовок, буквенный комплекс которого ориентирует читателя на некое исключение из правил, причем исключение скорее со знаком «минус», нежели со знаком «плюс».

Введение иноязычного слова в текст помогает расставить акценты, высветить подтекст, подчеркнуть смысл. Например, белорусский журналист и писатель В. Степан в статье о цикле картин под названием «*Гаспóда*» на выставке белорусского художника рассуждает: *Таким домам, хатам, амбарам і посвящен один из самых интересных циклов художника «Гаспóда». Слово на русский язык непереводимое. В нем есть и «гаспадарка», и «гаспадар», и «господь»... В этом слове есть и человек, думающий о будущем, заботящийся о дне грядущем. Рачительный хозяин, старательно сложивший дрова под крышу, чтобы зимой было чем топить печь. Есть и хозяйка, повесившая сушиться в лучах осеннего солнца золотые косы лука... А вот самого «гаспадара» на рисунках художника нет, но он рядом. Иногда мне кажется, что Ситница и глядит на все эти предметы, дома, заборы, корзины самые разные, на аккуратно сложенные дрова глазами хозяина* (СБ).

Белорусизмы как этнокультурный знак. Еще одним фактором введения белорусизмов в русский медиадискурс выступает фактор самоидентификации нации, имеющей длительный и богатый национальный опыт, традиции, приметы и верования. Передача на русском языке текстов такого содержания требует введения стереотипов, паремий, слов и сочетаний, точно передающих понятия, даже безэквивалентную лексику [Роўда 1999], этнокультурный колорит эпохи и территории. Поскольку автор текста преследует задачу не стилизации, а точности, ссылки на первоисточник, то такие белорусизмы вводятся как цитаты — в кавычках. В качестве примеров приведем фрагменты из регулярно

публикуемых в «СБ» увлекательных характеристик белорусского природного календаря, автор которых — известный фольклорист Е. Довнар-Запольская:

Именно на Юрия-зимнего, в самый разгар «Піліпаўкі», волки начинают ходить «зграямі», и, по поверьям, сам Юрий дает им «дазвол на паляванне», понимая, что «ваўкі травы не ядуць»... И, конечно, традиционно существовало своеобразное разделение «вока» на «добрае і злое», причем считалось, что слазить — «сурочыць» могут даже члены своей семьи, совсем не желая того; В поминальные дни запрещалась побелка домов (что характерно для пограничных с Украиной территорий) — чтобы не «замазаць вочы продкам»; Сам по себе снег, а декабрь по-белорусски «снежань», в традиционном представлении воспринимается двояко. С одной стороны, это «клопат Бога пра зямлю»... С другой — снег в сочетании с ветром и особенно метелью чреват проделками не самых добрых сил: «Калі нясецца завіруха — чэрці з ведзьмамі шабас круцяць». Еще снег — «замерзлы дождж» и потенциальная вода, а значит, источник плодородия: «Многа снега — многа хлеба». Декабрь «зямлю грудзіць, хаты студзіць, год канчае, а зіму пачынае»...

Особую прелесть придают медиатексту белорусизмы, вводимые автором в русскоязычный текст как некий эксклюзив, как особое смакование смысла. Оценить экспрессивность такого приема по-настоящему может только читатель, родным языком которого является белорусский: *Есть соблазн назвать сегодняшнюю ситуацию с наплывом беженцев в Европе «великим переселением народов». Штамп, конечно, но правда. Есть соблазн назвать это потопом или очень подходящим белорусским словом «натоўп» (СБ). Приращение смысла градацией: Натоўп (рус. толпа) рядом с потопом за счет сочетания и повторения звуков п-т-п-т-п создает грозный образ топота толпы беженцев, а приставка на- усиливает его векторно — сверху вниз.*

Полузащитник «Ювентуса» не в силах объяснить нашедшее на него затмение, вынудившее его сесть пьяным за руль своего шикарного «Феррари». В результате ДТП он его раздолбал «вщент» (СБ). Стилизация обратной «трасянки»: искажается не русское слово, как при интерференции, а белорусское ўшчэнт. Прагматический эффект — порождение смысла насмешки.

Интенция автора, включающего белорусскоязычный элемент в русский текст, может быть направлена на создание:

— иронии: *Так что не стоит белорусским «зоркам» взвинчивать на свои выступления цены (СБ. 2013. 19 марта);*

— контраста по поводу дикой сцены публичного убийства в Дании жирафа и скармливания его льву: *Это в прежние, «цёмрашальскія» времена (рус. мракобесие) старались резать курице голову так, чтобы процесс не наблюдал ребенок... (СБ). Смысл: даже темный народ, с его предрассудками и мракобесием, был нравственнее.*

Выводы.

1. В двуязычном социуме Беларуси медиaprостранство также характеризуется двуязычием, причем даже в пределах одного печатного издания; однако доля каждого из государственных языков в данных СМИ различна и обусловлена многими факторами.

2. «Трасянка» русскоязычному печатному медиатексту не свойственна. Белорусизмы в нем информативно, коммуникативно и прагматически обоснованны.

3. Включение элементов белорусского языка в русскоязычный газетный текст ориентировано: а) на точность представления белорусских реалий (белорусский ономастикон), б) на демонстрацию национальной идентичности или ее стилизацию, в) на приращение смыслов, создание различных коннотаций, достижение комических, пейоративных или мелиоративных эффектов.

ЛИТЕРАТУРА

Белорусско-русские языковые отношения: контакты, двуязычие, методика обучения: матер. к библиогр. // Русский язык: межвед. сб. Вып. 1 и др. Минск: Изд-во Белорус. ун-та, 1981–1990.

Бідэр Г. Моўная сітуацыя ў Беларусі // Наша слова. 1995. № 34–35.

Важнік С. А. Тры стыхіі Байнэта, або Права нацыянальнай моўнай самаідэнтыфікацыі. Вып. 1. Мінск: Права і эканоміка, 2007. (Лекцыі па Інтэрнэт-лінгвістыцы; вып. 1).

Гіруцкі А. А. Беларуско-русское двуязычие в художественной литературе: типология, история, языковые процессы: дис. ... д-ра филол. наук. Минск, 1990.

Жураўскі А. І. Двухмоўе і шматмоўе ў гісторыі Беларусі // Пытанні білінгвізму і ўзаемадзеяння моў. Мінск: Навука і тэхніка, 1982. С. 18–50.

Конюшкевич М. И. Языковая ситуация в Белоруссии и особенности функционирования русского и белорусского языков // Язык в контексте общественного развития. М.: Рос. Акад. наук, Ин-т языкозн., 1994. С. 213–221.

Коряков Ю. Б. Языковая ситуация в Белоруссии // Вопр. языкозн. 2002. № 2. С. 109–127.

Мечковская Н. Б. Почему в постсоветской Беларуси все меньше говорят на белорусском языке? // Неприкосновенный запас. 2011. № 6(80). URL: <http://magazines.russ.ru/nz/2011/6/m16-pr.html>.

Михневич А. О языковом и лингвистическом статусе «нациолекта» // Вариативность как свойство языковой системы: тезисы докл. Ч. 1. М.: Наука, 1982. С. 77–79.

Міхневіч А. Е. Паралексы // Русский язык. [Минск]. 1981. Вып. 1. С. 137–142.

Мячкоўская Н. Б. Мовы і культура Беларусі: нарысы. Мінск: Права і эканоміка, 2008.

Рамза Т. Трасянка: национально-прецедентный феномен или «ключевое слово текущего момента»? // Беларус. думка. 2010. № 7. С. 112–116.

Роўда І. С. Рознаўзроўневая намінатыўная адпаведнасць беларускай і рускай моў: у сувязі з праблемай лексічных лакун. Мінск: Вид. Беларус. дзярж. ун-та, 1999.

Сведения о средствах массовой информации, информационных агентствах на 1 декабря 2015 года // Сайт Министерства информации РБ. URL: <http://www.mininform.gov.by/ru/stat-ru/>.

СМІ Гродненшчыны: праспект Глав. упр-ння идеол. работы Гродненского обл. исполн. комитета. Гродно, 2015.

Хентшель Г. Беларуско-русская смешанная речь («трасянка»): восемь вопросов и ответов // Языковой контакт: сб. науч. статей. Минск: РИВШ, 2015. С. 171–185.

Цыхун Г. А. Крэалізаваны прадукт: трасянка як аб'ект лінгвістычнага даследавання. 2000. URL: <http://www.movananova.by/zaniatki/cikavinki-trasyanka-yak-abekt-lingvistychnaga-dasledavannya.html>.

REFERENCES

Belarusian-Russian linguistic relations: contacts, bilingualism, the methods of education: mater. for bibliogr. [Belorusko-ruskije jazykovyje otnoshenija: kontakty, dvujazychije, metodika obuchenija: mater. k bibliogr.] // Russkij jazyk: mezhved. sb. Minsk, 1981–1990.

Bider G. The language situation in Belarus [Mounaja situatsyja u Belarusi] // Nasha slova. 1995. P. 34–35.

Data about the mass media, news agencies, registered till 1st of December, 2015 [Svedenija o sredstvah massovoj informatsii na 1 dekabra 2015 goda] // The site of The Ministry of Information of The Republic of Belarus. URL: <http://www.mininform.gov.by/ru/stat-ru/>.

Girutskij A. A. The Belarusian-Russian bilingualism in fiction: typology, history, language processes [Belorusko-russkoje dvujazychije v hudozhestvennoj literature: tipologija, istorija, jazykovyje processy]: thesis... Doctor of Philology. Minsk, 1990.

Khentshel G. Belarussian-Russian mixed speech (“trasjanka”): eight questions and answers [Belorusko-russkaja smeshannaja rech («trasjanka»): vosem voprosov i otvetov] // Jazykovoj kontakt. Minsk, 2015. P. 171–185.

Konushkevich M. I. The language situation in Belarus and the functioning peculiarities of the Russian and Belarusian languages [Jazykovaja situatsyja v Belorussii i osobennosti funkcionirovanija russkogo i belorusskogo jazykov] // Jazyk v kontekste obshchestvennogo razvitija. Moscow: IJa RAN, 1994. P. 213–221.

Korjakov Ju. B. The language situation in Belarus [Jazykovaja situatsyja v Belorussii] // Vopr. jazykoz. 2002. Vol. 2. P. 109–127.

Mass media of the Grodno region: a brochure of the head department of ideological work of Grodno city executive committee [SMI Grodnenchchiny]. Grodno, 2015.

Mechkovskaja N. B. Why is the Belarusian language less and less used in post-Soviet Belarus? [Pochemu v postsovetsoj Belarusi vse menshe govoryat na belorusskom jazyke?] // Neprikosnovennyj zapas. 2011. Vol. 6. URL: <http://magazines.russ.ru/nz/2011/6/m16-pr.html>.

Mikhnevich E. A. About a language and linguistic status “natiolet” [O jazykovom i lingvisticheskom statuse “natiolet”] // Variantnost kak svojstvo jazykovoj sistemy. Pt 1. Moscow, 1982.

Mikhnevich E. A. Paralexes [Paraleksy] // Rus. jazyk. [Minsk]. 1981. Vol. 1.

Mjachkouskaja N. B. The languages and culture of Belarus: outline [Movy i kultura Belarusi: narysy]. Minsk, 2008.

Ramza T. Trasjanka: a national-precedential phenomenon or «a key word of current moment»? [Trasjanka: natsyonalno-pretsydentnyj fenomen ili «kljuchevoe slovo tekushchego momenta»? // Belarus. dumka. 2010. Vol. 7. P. 112–116.

Rouda I. S. The different-leveled nominative conformity of the Belarusian and Russian languages: in connection with the problem of lexical lacinas [Roznauzrounevaja naminatyunaja adpavednost belaruskaj i ruskaj mou: u suvrazi z problemaj leksichnyh lakun]. Minsk, 1999.

Tsyhun G. A. Creolized product: trasjanka as an object of linguistic research [Krealizavany produkt: trasjanka jak abjekt lingvistichnaga dasledvannja]. 2000. URL: <http://www.movananova.by/zaniatki/cikavinki-trasyanka-yak-abekt-lingvistichnaga-dasledavannya.html>.

Vazhnik S. A. Three elements of Bynet or the rights of national language selfidentification [Try styhii Baineta abo prava natsyjanalnaj mounaj samaidentyfikatsyi]. Minsk, 2007.

Zhurauski A. I. The bilingualism and multilingualism in the history of Belarus [Dvuhmouje i shmatmouje u gistoryi Belarusi] // Pytanni bilingvizmu i uzaemadzejannja mou. Minsk, 1982. P. 18–50.

УДК 811.111;
ББК 81. 373.2;
ГРНТИ 16.21.27;
КОД ВАК 10.02.04

Т. А. Ненашева, Э. Н. Меркулова
Нижний Новгород, Россия

К ВОПРОСУ О РОЛИ ПРОЗВИЩНОЙ НОМИНАЦИИ В СОЗДАНИИ ОБРАЗА ПОЛИТИКА

Татьяна Александровна Ненашева, кандидат филологических наук, доцент департамента прикладной лингвистики и иностранных языков факультета гуманитарных наук национального исследовательского университета Высшая школа экономики, Нижегородский филиал НИУ ВШЭ. 603095, Нижний Новгород, Львовская ул., 1в, к. 106.

E-mail: tnenasheva@hse.ru.

Эдита Николаевна Меркулова, кандидат филологических наук, доцент департамента литературы и межкультурной коммуникации факультета гуманитарных наук национального исследовательского университета Высшая школа экономики, Нижегородский филиал НИУ ВШЭ.

603095, Нижний Новгород, Львовская ул., 1в, к. 106.

E-mail: emerkulova@hse.ru.

© Ненашева Т. А., Меркулова Э. Н., 2016

Постановка проблемы. Для американской лингвокультуры всегда было характерно широкое распространение прозвищ публичных лиц и прежде всего прозвищ политиков. Проходящая в настоящее время предвыборная кампания способствует активизации этого процесса. Один из главных участников кампании Дональд Трамп известен своей манерой давать прозвища конкурентам по предвыборной борьбе. Политики, ставшие мишенью Трампа, отвечают ему тем же. Быстро включилась в игру пресса, журналисты изобретают все новые хлесткие эпитеты, характеризующие кандидата, и вот уже в Интернете под заголовками “Donald Trump’s nicknames”, “Donald Trump’s Top 20 nicknames” представлены списки, содержащие огромное количество прозвищных именовании политика, всего более 300 полионимов. Такое обилие прозвищ вызывает закономерный вопрос: зачем? Ведь даже у А. Линкольна, одного из самых популярных президентов за всю историю США, словарь К. Сифакиса зафиксировал всего двадцать семь прозвищ [Sifakis 1984]. Л. Шэддик считает, что в положительной реакции избирателей на прозвища проявляется их подсознательное желание классифицировать и наклеивать ярлыки для того, чтобы внести большую ясность в ситуацию и облегчить принятие решения в избирательной кампании [Shaddick 2016]. В настоящей статье выдвигается гипотеза о том, что многочисленные полионимы, в том числе прозвища-синонимы, актуализирующие те или иные признаки эпонима, целенаправленно создаются средствами массовой информации с целью формирования определенного образа политика.

История вопроса. В современной отечественной ономастике традиционно понимание прозвища в соответствии с известным определением Н. В. Подольской: «Прозвище — вид антропонима. Дополнительное имя, данное человеку окружающими».

ми людьми в соответствии с его характерной чертой, сопутствующим его жизни обстоятельством или какой-либо аналогии» [Подольская 1978]. Х. Вальтер и В. М. Мокиенко в предисловии к словарю прозвищ определяют прозвище как «название, данное человеку помимо его имени и содержащее в себе указание на какую-либо заметную черту характера, наружности, деятельности данного лица» [Вальтер, Мокиенко 2007].

Внимание лингвистов, обращающихся к семантике прозвища, в основном сосредоточено на их дескриптивной функции, способности характеризовать индивида. Однако другая сторона прозвища, а именно то, что оно является единичным (собственным) именем и обладает его свойствами в полной мере, обычно отходит на второй план. Между тем именно признаки собственного имени [Лингвистический... 1990: 473] позволяют отличить прозвища от свободных перифрастических сочетаний: в отличие от описания, прозвище гарантирует значимую идентификацию лица [Leslie, Skipper 1990: 275–276]. Кроме того, как известно, собственное имя, в отличие от нарицательного, вначале присваивается определенному индивиду. Акт наречения именем всегда предшествует использованию этого имени. Наречение именем может быть обдуманым или спонтанным, но оно всегда имеет место [Algeo 1973: 75]. Функционируя в определенных группах, прозвища прежде всего выполняют референтную функцию. Исследователь публичных прозвищ президентов А. Н. Гладкова указывает на важность критерия узнаваемости со стороны членов общества [Gladkova 2003]. Итак, полноценное функционирование публичного прозвища как номинативной единицы возможно только при однозначной референтной отнесенности прозвища с его носителем в рамках всего социума. В настоящей работе примем следующее определение публичного прозвища: *публичное прозвище — дополнительное неофициальное имя известного лица, данное в соответствии с характерной чертой или событием, узнаваемое членами социума и используемое ими для именованя.*

Публичные прозвища служат средством косвенной номинации. Обычно они образованы из компонентов с прозрачной внутренней формой, каждый из которых может функционировать в языке как общее имя. Значение прозвища, однако, не сводится к сумме значений его компонентов, а обусловлено, в первую очередь, признаками эпонима. Прозвища являются своего рода «детонаторами», пробуждающими всю имеющуюся у носителя языка информацию об объекте номинации. Возникающие ассоциации зависят от личного информационного фонда реципиента. Фоновые знания коммуникантов могут расширять, обобщать или, наоборот, конкретизировать зафиксированный прозвищем признак. Так, за прозвищем Т. Рузвельта *Sphynx* стоит вполне конкретный намек на его нежелание сообщить, будет ли он баллотироваться на второй срок, а не характеристика его молчаливости вообще, как можно было бы предположить, исходя из значения нарицательной антрополоксемы.

Характеризуя индивида, прозвища одновременно оценивают его. Оценочность заложена в самой природе прозвищ, так как «почти любой признак лица предполагает оценку» [Вольф 1985: 29]. Поэтому в семантике прозвища обязательно содержится оценочная сема положительной или отрицательной оценки. Знак оценки складывается на основе собственных признаков объектов, но через призму отношения к ним референтов. Оценочный и дескриптивный аспекты значения тесно связаны, совмещены в языковой единице. Исследователи оценочного значения отмечают сложное взаимодействие субъективных и объективных свойств в оценочных структурах, трудность дифференциации собственных свойств объекта и признаков, которые им приписывает субъект оценки.

В соответствии с результатами исследований лингвистических средств выражения оценки (В. И. Шаховский, Е. М. Вольф, Т. А. Кулигина, С. С. Хидекель и Г. Г. Кошель, В. Н. Телия и др.) к ним относятся следующие: использование собственно оценочной лексики и эмоционально-оценочных слов, оценочных и эмоционально-оценочных суффиксов и префиксов; употребление дескриптивно-оценочных прилагательных и существительных; использование стилистически маркированных единиц. Применительно к прозвищным антропонимам нами был предложен [Ненашева 2012] еще один фактор оценочности: апелляция к фоновым знаниям референта, рассматриваемая как частный случай социолингвистической обусловленности оценки.

Важным для изучения особенностей семантики публичных прозвищ представляется замечание о том, что само использование каких-либо признаков эпонима в прозвищах оказывает влияние на статус этих признаков [Walton, Banaji 2004]. Поскольку прозвище как лингвистическая форма предполагает употребление существенных признаков объекта, то использование любого признака в прозвище заставляет пользователей языка предположить, что это свойство является характерным для эпонима, сильным и устойчивым признаком. Как справедливо отмечает С. Вангури, «подобно тому как язык создает нашу реальность, имена создают своих носителей» [Vanguri 2016].

Анализ материала. Сравнительный анализ современных прозвищ и прозвищ XX–XXI вв. на основе мотивационных признаков показал, что основные модели прозвищной номинации остаются прежними: имя и фамилия, особенности внешности, черты характера, особенности поведения, привычки.

Прозвища Д. Трампа на основе имени или фамилии составляют самую многочисленную группу и предоставляют многообразные примеры речетворчества: от простого прозвища на основе личного имени The Donald и вполне предсказуемого Donald Duck к прозвищам, содержащим аллюзии на черты характера кандидата: ребячливость и несерьезность — Donnybaby, Donnyboy, активность и любовь к шоу — Donnybrook (donnybrook — шумное сборище), немецкое происхождение — The Donaldmeister. Все прозвища с использованием компонента Donny имеют пейоративное оценочное значение: как отмечает А. Н. Гладкова, прозвища политиков, образованные от уменьшительных форм личного имени с использованием суффиксов -у и -ie, имеют неодобрительную окраску), поскольку коннотируют «детскость», а ребячливое поведение не подобает политике [Гладкова 2003]. Образование отфамильных прозвищ происходит путем словообразовательного приема лексической контаминации — изменения фамилии по модели другого слова: Trumpinator (от terminator), Trumpmeister (от meister), Trumpamaniac (от maniac), Trumpastrophie (от catastrophe), Trumppocalypse (от apocalypse), Trumpenstein (от Frankenstein). Прозвище Trumpletoes образовано путем контаминации глагола trample (топтать) и идиомы to tread on one's toes (задевать чувства, наступать на больную мозоль). Очевидно, что прозвище дано из-за манеры Трампа оскорблять и унижать своих политических оппонентов, и не только их. Встречаются прозвища, использующие стилистический прием каламбура, например, Humpty Trumpty (от Humpty Dumpty). В основе прозвища Trump of Doom тоже лежит каламбур, аллюзия на название книги Р. Желязны Trumps of Doom, а также на trumpets of doom (трубы Апокалипсиса). Прозвище Tricky Trump создано по аналогии с известным прозвищем Р. Никсона Tricky Dicky. Прозвище не только характеризует политика как «ловкача», «хитреца», но и проводит параллель между поведением Д. Трампа и Р. Никсона в предвыборной кампании. Как известно, последний получил свое прозвище во время кампании 1950 г. по выборам в сенат за умелую игру на ан-

тикоммунистических настроениях избирателей. В частности, в политических дебатах Никсон безосновательно обвинил свою соперницу в симпатиях к коммунистам, что явилось одним из факторов его последующей победы на выборах. Абсолютное большинство прозвищ этой группы имеет дерогативное оценочное значение. Даже нейтральное на первый взгляд прозвище The Donald носит насмешливый характер благодаря содержащейся в нем аллюзии на безграмотное употребление имени супругой политика Ивановой Трамп, для которой английский не является родным языком. «Когда кто-то произносит его [прозвище] вслух, мы практически ощущаем, что оно заключено в иронические кавычки» [Argetsinger 2015].

Следующей по численности единиц является группа прозвищ, в основе которых лежат особенности внешности политика. Внешность человека всегда служила одним из основных мотивационных признаков при создании прозвищ. Стоит отметить, что наиболее резкие пейоративные коннотации возникают у прозвищ, в основе которых лежит физический недостаток. Причины этого явления не имеют лингвистической основы и связаны с психологическими особенностями личности, всегда остро воспринимающей привлечение общественного внимания к недостаткам внешности. Так, известно, что знаменитый гангстер Аль Капоне очень болезненно относился к употреблению в прессе своего прозвища Scarface (Лицо со шрамом) и в 1922 г. даже обращался к издателю газеты “Evening American” с протестом по этому поводу. Томас Лючезе, один из главных мафиози Америки, известный как Three Finger Brown, запретил обращаться к себе по прозвищу, достигнув высокого положения в клане [Ненашева 2012]. Прозвища, мотивированные характерными особенностями внешности, выделяющими человека, не являясь серьезными недостатками, также могут коннотировать сему отрицательной оценки. Высокий или маленький рост, худоба, полнота, рыжие волосы — эти признаки известного отклонения от нормы чаще всего служат объектом насмешек.

Внешность Д. Трампа, в особенности его волосы и руки, породила огромное количество прозвищ. Волосы кандидата давно служат мишенью для его недоброжелателей, и благодаря их стараниям эта тема уже стала интернет-мемом. «Знаменитый на час стал объектом бесчисленных приколов, фотожаб, флешмобов, игр в Сети, пародий и шуток на ТВ, журналистских расследований в прессе» [Черных 2016]. Неудивительно, что прозвища, в значении которых в том или ином виде содержится намек на волосы, представляют наиболее многочисленную группу после прозвищ с использованием имени или фамилии. Orange Man, Orange Julius (от Julius Caesar), Don of Orange, Orange Knight, Slimy Orange Hair Ball (slimy — противный, отвратительный), Panda Hair, Screaming Carrot Demon, The Orange Hairball of Fear, Deeply Disturbed Fuzzy Orange, Orange Bozo (bozo — тип, идиот), Tangerine-Tinted Trash-Can Fire, Orange Slug, Don of Orange, Orange Agent, Golden Wrecking Ball, The Great Orange Hairball of Death and Destruction, Captain Crunch (готовые завтраки на основе кукурузы и овса желтовато-оранжевого цвета). В ряде прозвищ содержатся слова «тыква», «кукуруза», «чипс»: Butternut Squash (butternut squash — сорт тыквы грушевидной формы и коричневатого цвета с ярко-оранжевой мякотью), Cheeto, The Big Cheeto, The Angry Cheeto, The Human Corncob (от corncob — стержень, сердцевина кукурузного початка). Очевиден оскорбительно-насмешливый характер этих прозвищ.

Многочисленны прозвища Д. Трампа, в которых мотивационным признаком являются руки политика. Эти прозвища отличаются высокой степенью экспрессивности и эмоционального воздействия, которая становится очевидной только с привлечением социолингвистической информации. Напомним, что один из оппонентов кандидата,

Марко Рубио, в ответ на полученное им прозвище Little Marco назвал Трампа Little Hands. Вокруг этого, казалось бы, совершенно ничтожного выпада Марко Рубио в США разыгралась целая кампания, появилось множество статей в прессе, дело закончилось измерением руки Трампа в музее восковых фигур. В скором времени в прессе появились прозвища: Tiny Hands Trump, Baby Fingers Trump, Stubby Fingers Trump (stubby — короткий, похожий на обрубок, от stub — пень, огрызок, корешок), The Tiny Fisted Emperor. Их пейоративное значение усилено с помощью более выразительных синонимов прилагательного small — tiny, контекстуальных синонимов baby и stubby, а также путем использования приема антитезы, где ирония достигается благодаря контрасту образа императора, обычно вызывающего ассоциации 'великий', и эпитета tiny fisted.

Прозвища, мотивированные особенностями поведения кандидата, также создают обширную группу. Ребячливое поведение Д. Трампа, его задиристость и привычка давать обидные прозвища послужили основанием к созданию целой серии прозвищ, коннотирующих сему 'ребенок, мальчишка'. Эта сема может быть представлена как эксплицитно (Man-Baby, 70-year-Old Toddler), так и имплицитно (Trumpster). Прозвище Trumpster образовано способом контаминации, или телескопии (Trump + youngster). Довольно многочисленны прозвища, в которых помимо семы 'ребенок' оценочное значение создается путем использования дескриптивно-оценочных прилагательных, указывающих на опасные для общества черты характера политика. Они образованы по модели прозвищных перифразов прошлого (ср. The Father of American Pragmatism, The Radical Prophet of American Youth) [см. об этом: Ненашева 2012]. В отличие от прозвищ в традиционном понимании, они были довольно многословны, имели описательный характер и мелиоративное значение. Их характерной чертой было использование нейтральной или «высокой» лексики (The Lone Eagle, The Colossus of the Revolution). Среди прозвищных номинаций времен Американской революции было много титулов, отражающих высокие идеалы свободы и независимости, которые утверждались в Новом Свете (The Great Pacificator, The Apostle of Liberty). Перифрастические прозвища Д. Трампа обладают всеми этими признаками, кроме оценочного значения — оно всегда пейоративно: Sociopathic 70-Year-Old Toddler, The Terroristic Man-Toddler. Отрицательная экспрессивность прозвища Poster Child of American Decline достигается с помощью трех средств: использования слова child, которое по отношению к политику однозначно воспринимается как отрицательно-оценочное, абсолютизации признака посредством словосочетания poster child (архетип, воплощение) и включения в состав прозвища рационально-оценочного существительного decline.

Ряд прозвищ Д. Трампа мотивирован его коммуникативными свойствами и умением вести дебаты. Однако это, казалось бы, положительное качество, находит свое выражение в отрицательно-оценочных прозвищах: Rable-Rousing Demagogue (rable — толпа), Walking Talking Human, The Talking Yam (yam — сладкий картофель). Насмешливый характер прозвища Gentle Donald определяется ироническим употреблением лексемы gentle (вежливый). Прием антономасии использован в прозвище The Michelangelo of Ballyhoo (ballyhoo — большая активность, часто без конкретной цели; рекламная шумиха). Заметим, что прозвища-антономасии являются довольно распространенной моделью прозвищной номинации, но в прозвищах прошлого они, как правило, имели мелиоративный характер. В этих прозвищах применяется метафорико-метонимический перенос: носитель прозвища сравнивается по какому-либо признаку с признанным эталоном этого признака. При этом наблюдается также метонимическое употребление имени: в прозвище The American Socrates — метонимическое употребление

имени Сократ в значении ‘мудрец’, в прозвище The American Balzac — метонимическое употребление имени Бальзак в значении ‘великий писатель’. В прозвище The Michelangelo of Ballyhoo прием антономасии используется не вполне обычно. Сема ‘великий’, содержащаяся в имени Микеланджело, работает только для создания антитезы, противопоставления отрицательно-оценочному значению слова ballyhoo. Основное же экспрессивное воздействие прозвища реализуется благодаря аллюзии к фоновым знаниям американцев: в прозвище имплицитно содержится намек на скандальный случай установки скульптур обнаженного Трампа в нескольких городах США. Таким образом участники организации “Indecline” пытались выразить свой протест против участия политика в выборах президента. Сема имени Микеланджело ‘скульптор’ актуализирует широко известную экстралингвистическую информацию. Совокупность использованных приемов создает резко дерогативное оценочное значение прозвища.

Пристрастие политика к общению в Твиттере вызвало появление мелиоративного прозвища King Twit и пейоративных The Twitter Terror, Dire Abby. Прозвище Dire Abby — каламбур, образованный по аналогии с Dear Abby. Это название интернет-сайта Аби-галь В. Бурен, в котором американцам даются советы на самые разные темы. Изменение dear (дорогой) на dire (ужасный) отражает оценку качества советов политика.

В прозвищах политика неизбежно отражение его взглядов и убеждений. Многочисленные расистские и антимусульманские заявления Д. Трампа, в частности с его предложениями депортировать всех нелегальных мигрантов, запретить въезд мусульман в страну, возвести стену на границе США и Мексики и т. п., вызвали появление таких прозвищ, как American Mussolini, Mango Mussolini, Herr Trump, Herr Furor Trump, Hair Furior, Mein Furor, Mein Trump, Der Trumpkopf, Short-Fingered Totalitarian. Воинственные высказывания политика нашли отражение в таких прозвищах, как The Fomentalist (от foment — разжигать, раздувать), Donald Ducknuke (nuke — разг. ядерная бомба), Daddy War Bucks, Vanilla ISIS. Политический оппонент Трампа Хилари Клинтон создала прозвища Dangerous Donald, Donald the Menace, акцентируя, таким образом, потенциальную опасность кандидата для страны, если он будет избран президентом. Сходный характер имеют прозвища The Chaos Candidate, Donald Doom (doom — гибель, обреченность), America’s Burst Appendix, Captain Chaos.

Экспрессивный потенциал прозвищ, мотивационным признаком которых является лживость кандидата, в значительной степени основан на денотативном значении слова liar. Выражая интеллектуально-логическую оценку, при использовании в прозвище это слово приобретает сильную эмоциональную окраску. При этом еще большее усиление отрицательной оценки достигается несколькими средствами. Эпоним может быть представлен в прозвище как эталонный носитель признака посредством использования слов king, huge, или же вместо слова lie употребляется более экспрессивный синоним: King of the Whoppers (whopper — *inform.* наглая ложь), Yuge Liar (yuge — *slang.* huge). Стилистическая сниженность используемых единиц также является экспрессивным средством. Другие прозвища, эксплицитно называющие политика лжецом, могут также отсылать к конкретным фактам. Так, прозвище In-Vet-Irate Liar дано за многочисленные обещания Трампа поддержать ветеранов, в то время как известна его инициатива запретить ветеранам торговлю вблизи Пятой авеню.

Прием антономасии используется еще в нескольких прозвищах Д. Трампа, характеризуя определенное свойство референта или напоминая о факте биографии. Прозвище Voldemort является попыткой недоброжелателей политика представить его стремящимся к власти злодеем на основании сходства с вымышленным персонажем

серии романов о Гарри Поттере. Прозвище The Bush Master представляет собой каламбур (от Bushmaster ACR — комплекс стрелкового оружия) и в то же время это намек на то, что он обошел в предвыборной гонке Джеба Буша. Прозвища Дональда Трампа Caesar, American Caesar появились как альтернатива многочисленным прозвищам, сравнивающим его с Гитлером и Муссолини, и имели мелиоративный характер. Эти прозвища уже не раз использовались в американской истории: президента А. Линкольна называли Caesar и American Caesar, а впоследствии У. Грант также получил среди других и прозвище American Caesar. Этим прозвищем был удостоен за военные заслуги и личную доблесть американский военачальник первой половины XX в. генерал Дуэглс Макартур. Линкольна называли Цезарем за многие качества: он также был превосходным оратором, умелым военачальником и сильным лидером. Покушение на Линкольна, оборвавшее жизнь президента, продолжило этот список аналогий, и сейчас в прессе и исторической литературе его часто называют Американским Цезарем в мелиоративном значении. Однако при анализе оценочного значения этого прозвища необходимо учитывать многозначность ассоциаций, вызываемых именем Caesar. Еще до захвата Рима и прихода к власти Юлий Цезарь проявил себя суровым военачальником, что вселяло в римлян опасения тирании. Однако впоследствии они восхваляли Цезаря за мудрое управление и стремление вернуть Риму былое величие. В отличие от прозвищ Линкольна и Макаргура, прозвище президента У. Гранта American Caesar содержало отрицательную социальную оценку, поскольку было дано противниками Гранта, которые опасались, что он будет баллотироваться в третий раз и продолжит то, что они считали тиранией. Сема 'сильный лидер' в этом прозвище актуализируется с отрицательным знаком оценки — 'тиран'. Прозвища Д. Трампа Caesar и American Caesar отсылают к факту самопозиционирования Трампа как народного трибуна, восставшего против лжи и коррупции, сильного лидера, стремящегося вернуть Америке славу могущественной державы. Вскоре после появления мелиоративных прозвищ Трампа в прессе стали появляться прозвища-пародии с отрицательным оценочным значением: Two-Bit Caesar (two-bit — никудышный, грош цена), K-Mart Caesar. Ироническое значение последнего становится очевидным только с учетом фоновых знаний. Как известно, Kmart — это популярная сеть супермаркетов, рассчитанных на рядового американца. Случай, когда Трамп делал в этом магазине покупки для своего сына, был широко разрекламирован во время предвыборной кампании Трампа как свидетельство близости миллиардера к народу. Сравнение политика с Цезарем в таком контексте создает ироническое значение прозвища.

В прозвищах Д. Трампа, как и в прозвищах политиков прошлого, встречаются слова greatest, king, emperor, однако их мелиоративная окраска, как правило, «гасится» следующими за ними компонентами: King of Sleaze (sleaze — аморальное, безнравственное поведение), Unreality King, Two-bit Caesar, The Emperor with No Clothes. В лучшем случае прозвище носит умеренно неодобрительный характер: King of Ballyhoo.

Некоторые прозвища отражают стремление показать слабость кандидата и его не состоятельность в предвыборной борьбе: Loosing Donald, Weak Donald. Fragile Soul. Содержание этих прозвищ не столько отражает реальные свойства кандидата, сколько дает ему отрицательную оценку, характер которой варьируется от иронично-насмешливого до оскорбительного.

К мелиоративным прозвищам, созданным командой кандидата, относится прозвище Donald Drumpf. Это прозвище является, собственно говоря, новым именем Трампа, которым он отныне просит своих избирателей именовать себя. В своей предвыборной

кампании Трамп использовал свою семейную историю о том, что когда-то их фамилия Дрампф была изменена на Трамп, но теперь он хотел бы вернуться к оригиналу и, соответственно, выдвинул лозунг: “Make Donald Drumpf Again”. Таким образом, в контексте главного лозунга Трампа “Make America Great Again” имя Трампа связывается с Америкой в единое целое.

В ходе изучения лингвистических контекстов, в которых использовались публичные прозвища Д. Трампа, была выявлена их неполная референтная самостоятельность. Так, автор статьи “Donald Trump, America’s modern Mussolini” использует прозвище-антономазию. В тексте статьи обосновывается правомерность его создания (сходство Трампа с Муссолини: ярко выраженный подбородок, характерная жестикуляция, заявления об ограничении въезда мусульман в США). Чаще всего броский эпитет выносится в заголовок, чтобы привлечь внимание читателя, например: “‘The King of Whoppers’: Donald Trump”, а в тексте статьи происходит акт наречения объекта именем: “So, for the first time, we confer the title ‘King of Whoppers’.” Дальнейшая судьба прозвищ, образованных средствами массовой информации, различна. Некоторые из них впоследствии становятся настоящими прозвищами, поскольку начинают использоваться без поддержки личного имени, что говорит об их однозначной референтной соотнесенности, например: “It appears, though, Cinnamon Hitler didn’t get the memo.” Таким образом, мы наблюдаем процесс рождения прозвища из эпитета: вначале происходит номинация на основе определенного признака, затем наречение, создание референции, использование с поддержкой в виде ссылок и разъяснений, а затем без поддержки.

Результаты. Исследование прозвищ Дональда Трампа показало, что большинство их образовано по продуктивным моделям прозвищной номинации, характерной для американских вторичных антропонимов: Trump the Grump, King Twit, Amnesty Don и др. Классификация прозвищ по мотивационным признакам, лежащим в их основе, свидетельствует о сохранении основных тенденций прозвищной номинации. Наиболее многочисленными группами прозвищ являются отфамильные и прозвища с личным именем в составе, а также прозвища на основе физических признаков эпонима и его характерных черт. Закономерным для прозвищных именовании политика является наличие большого числа прозвищ, отражающих его политические взгляды.

Оценочное значение прозвищ политика достигается использованием следующих средств: рационально-оценочная лексика (liar, fomentalist, destruction, damage, decline); эмоционально-оценочные единицы (slimy, bozo, bratman); уменьшительные суффиксы -у, ie; апелляция к фоновым знаниям носителей языка (Master Debater). Экспрессивное воздействие прозвища усиливается вследствие использования стилистически маркированных единиц (youge, whoppers). Высокой степенью образности, а следовательно, экспрессивности отличаются прозвища, созданные посредством стилистического приема антономасии (Michelangelo of Ballyhoo). Прозвища на основе каламбура не только имеют шуточный характер, но и, как правило, содержат аллюзию на какой-либо признак и обладают определенным оценочным значением. Широко используется прием антитезы, создавая шуточный, иронический или уничижительный подтекст (Man-Baby, Two-Bit Caesar). Для многих прозвищ характерно сочетание нескольких приемов, что определяет их высокую экспрессивность и силу прагматического воздействия.

В целом можно констатировать, что прозвища Д. Трампа создают два полярных образа, с положительным и отрицательным знаком оценки, причем прозвища, создающие отрицательный образ, существенно более многочисленны. Совокупность отрицательно-оценочных прозвищ представляет Дональда Трампа как лживого и слабого

политика с непривлекательной, комичной внешностью, который вынашивает нацистские планы и представляет угрозу для страны. Гораздо менее многочисленная группа мелиоративных прозвищ создает образ Дональда Трампа — сильного лидера, который думает о благе своей страны и вернет Америке былое могущество. Противоположные по знаку оценки образы создаются как с опорой на факты, так и с помощью прямой оценочной номинации. Использование одного признака в различных по знаку оценки прозвищ свидетельствует о том, что определяющим в оценочном значении прозвища является не свойство эпонима, а стремление представить его как носителя этого свойства. Существенное преобладание пейоративных единиц можно объяснить стремлением оппонентов представить политического противника в негативном свете, используя прозвища как одно из средств предвыборной борьбы. Изучение контекстов, в которых были употреблены эти языковые единицы, показало, что большинство из изученных прозвищ пока не являются самостоятельными единицами номинации, а используются с контекстуальной поддержкой в виде аргументации в пользу их употребления. Какие из созданных прозвищных неологизмов выживут и останутся в языке — покажет время.

Выводы. Обилие информации при отсутствии развитого критического мышления у большого количества избирателей создает богатые возможности создания общественного мнения о политике, в том числе путем создания прозвищ. Поскольку в прозвище как специфическом виде номинации изначально заложена дескрипция, характеристика обозначаемого объекта, то любой признак, отраженный в нем, воспринимается носителями языка как сущностный, даже если он только приписывается эпониму. Таким образом, сфера прозвищ становится широчайшим полем конструирования имиджа политика. Создание прозвищ, в основе которых лежат определенные, реальные или мнимые признаки, способствует закреплению в массовом сознании того или иного образа политика. Повторяющееся использование средствами массовой информации огромного количества прозвищ-полионимов, многие из которых являются синонимичными, ведет к закреплению в сознании избирателей определенных признаков как ингерентных свойств эпонима. Большинство из прозвищ рекуррентно в рамках обсуждения хода предвыборной кампании на страницах различных публицистических изданий и служит определенной прагматической цели.

ИСТОЧНИКИ ОНОМАСТИЧЕСКОГО МАТЕРИАЛА

Donald Trump is the America's Julius Caesar // Trump Pence, Make the America Great again! 2016/
URL: https://www.reddit.com/r/The_Donald/.

The 'King of Whoppers': Donald Trump // FactCheck.org. 2015. Dec. 21.

The Hyper Texts. Donald Trump's Nicknames. URL: <http://www.thehypertexts.com/Donald%20Trump%20Nicknames.htm>.

The Man Who would be Caesar // U. S. News. 2016. **Aug. 18.**

What could the Polls be Missing? // FiveThirtyEight. 2016. Sept. 28.

Donald Trump, America's modern Mussolini // Washington Post. 2015. 8 Dec.

SOURCES OF ONOMASTIC MATERIAL

Donald Trump is the America's Julius Caesar // Trump Pence, Make the America Great again! 2016/
URL: https://www.reddit.com/r/The_Donald/.

The 'King of Whoppers': Donald Trump // FactCheck.org. 2015. Dec. 21.

The Hyper Texts. Donald Trump's Nicknames. URL: <http://www.thehypertexts.com/Donald%20Trump%20Nicknames.htm>.

The Man Who would be Caesar // U. S. News. 2016. Aug. 18.

What could the Polls be Missing? // FiveThirtyEight. 2016. Sept. 28.

Donald Trump, America's modern Mussolini // Washington Post. 2015. 8 Dec.

ЛИТЕРАТУРА

Вальтер Х., Мокиенко В. М. Большой словарь русских прозвищ. М.: Олма Медиа Групп, 2007.

Вольф Е. М. Функциональная семантика оценки. М.: Наука, 1985.

Гладкова А. Н. Лингвокультурологический анализ прозвищных номинаций президентов США: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Н. Новгород, 2003.

Лингвистический энциклопедический словарь. М.: Сов. энцикл., 1990; Олма Медиа Групп, 2007.

Ненашева Т. А. Коннотативная семантика референтно однозначного имени: моногр. Новгород: Нижегород. тех. ун-т, 2012.

Подольская Н. В. Словарь русской ономастической терминологии. М.: Наука, 1978.

Черных, Евгений. Жгучая тайна прически Трампа // Комс. правда. 2016. 23 июля.

Algeo J. On defining the Proper name. Gainesville: Univ. of Florida Press, 1973.

Argetsinger A. Why does everyone call Donald Trump "The Donald"? It's an interesting story // Washington Post. 2015. 1 Sept.

Gladkova A. The semantics of nicknames of the American Presidents // Proceedings of the 2002 Conference of the Australian Linguistic Society / ed. by P. Collins, M. Amberber. 2003. URL: <http://www.als.asn.au>.

Leslie P. L., Skipper J. K. Toward a theory of nicknames: a case for Socio-Onomastics // Names. 1990. Vol. 38. No. 4. P. 273–282.

Shaddick L. What's in a nickname?: Lyin' Ted, Lil Marco, and the art of the political catchphrase // Oxford Dictionaries, Language Matters Oxford Worlds blog. 2016. 3 May. URL: <http://blog.oxforddictionaries.com/2016/05/political-catchphrases/>.

Sifakis C. The Dictionary of historic nicknames. New York: Facts on File Publications, 1984.

Vanguri S. M. Rhetorics of names and naming: Introduction towards a Rhetorical Onomastics. New York: Routledge, 2016.

Walton G. M., Banaji M. R. Being what you say: the effect of essentialist linguistic labels on preferences // Social Cognition. 2004. Vol. 22, No. 2. P. 193–213.

REFERENCES

Algeo J. On defining the Proper name. Gainesville: Univ. of Florida Press, 1973.

Argetsinger A. Why does everyone call Donald Trump "The Donald"? It's an interesting story // Washington Post. 2015. 1 Sept.

Valter H., Mokienko V. M. Big Dictionary of Russian nicknames [Bol'shoj slovar' russkikh prozviskh]. Moscow: OLMA Media Group, 2007.

Chernykh E. The Burning Secret of Trump's Hairdo [Zhguchaya tajna pricheski Trampa] // Koms. Pravda. 2016. 23 Jul.

Gladkova A. The semantics of nicknames of the American Presidents // Proceedings of the 2002 Conference of the Australian Linguistic Society / ed. by P. Collins, M. Amberber. 2003. URL: <http://www.als.asn.au>.

Gladkova A. N. Lingvocultural Analysis on Nicknames Given to American Presidents [Lingvokul'turologicheskij analiz prozviskhnykh nominatsij prezidentov SSHA. — Avtoref. dis. ... kand. filol. nauk]. N. Novgorod, 2003.

Leslie P. L., Skipper J. K. Toward a theory of nicknames: a case for Socio- Onomastics // Names. 1990. Vol. 38. No. 4. P. 273–282.

Linguistic Encyclopedic Dictionary [Lingvisticheskij ehntsiklopedicheskij slovar']. Moscow: Sov. encicl., 1990; OLMA Media Group, 2007.

Nenasheva T. A. Connotative semantics of the monoreferential name [Konnotativnaya semantika referentno odnoznachnogo imeni: monogr.]. N. Novgorod, 2012.

Podolskaya N. V. Dictionary of Russian onomastic terminology [Slovar' russkoj onomasticheskoy terminologii]. Moscow: Nauka, 1978.

Shaddick L. What's in a nickname?: Lyin' Ted, L'il Marco, and the art of the political catchphrase // Oxford Dictionaries, Language Matters Oxford Worlds blog. 2016. 3 May. URL: <http://blog.oxforddictionaries.com/2016/05/political-catchphrases/>.

Sifakis C. The Dictionary of historic nicknames. New York: Facts on File Publications, 1984.

Vanguri S. M. Rhetorics of names and naming: Introduction towards a Rhetorical Onomastics. New York: Routledge, 2016.

Walton G. M., Banaji M. R. Being what you say: the effect of essentialist linguistic labels on preferences // Social Cognition. 2004. Vol. 22, No. 2. P. 193–213.

Wolf E. M. Functional semantics of evaluation [Funktsional'naya semantika otsenki]. Moscow: Nauka, 1985.

**ПОНЯТИЯ, КАТЕГОРИИ,
МЕТОДИКИ АНАЛИЗА В МЕДИАСТИЛИСТИКЕ**
.....

УДК 811.161.1'271.12+811.161.1'2
71.16;

ББК 81.2Рус;

ГРНТИ 16.21;

КОД ВАК 10.02.19

А. И. Матяшевская

Саратов, Россия

**УПОТРЕБЛЕНИЕ СНИЖЕННЫХ
СЛОВ И ВЫРАЖЕНИЙ
В РУССКОЙ ВЕРСИИ
ГАЗЕТЫ «МЕТРО»**

Ангелина Игоревна Матяшевская, кандидат филологических наук, доцент кафедры английского языка и межкультурной коммуникации Саратовского национального исследовательского государственного университета имени Н. Г. Чернышевского.

410012, Саратов, Астраханская ул., 83, корп. XII.

E-mail: angelinacaribe@gmail.com.

© Матяшевская А. И., 2016

Постановка проблемы. В культуре речи и лингвоэкологии особое внимание традиционно уделяется проблеме появления в СМИ лексики разной степени сниженности. Под сниженной лексикой понимается употребление как собственно разговорных, так и более грубых обозначений, а также находящихся за пределами литературного языка просторечных, жаргонных и обценных слов и устойчивых оборотов. Проблема состоит в решении вопроса о допустимости и целях их употребления.

История вопроса. Лингвисты говорят о размывании границ между письменной (более официальной, подготовленной) и устной (спонтанной) речью, о повышении общей эмоциональности и выразительности медийных сообщений [Петрова, Рацибурская 2011; Кормилицына, Сиротинина 2015]. Рассмотренное нами в диссертационном исследовании [Матяшевская 2014б] повышение экспрессивности газетного текста с помощью сниженной лексики тоже отмечается, как и другими исследователями, в разных лингвокультурах [Добросклонская 2008; Шаховский 2013; Мустайоки 2013], при нецелесообразном использовании таких слов и выражений такая тенденция может породить целый ряд серьезных коммуникативных рисков [Рискогенность... 2015].

Описание методики исследования. Для данного исследования нами были выбраны отдельные номера русскоязычной версии газеты «Metro» за 2015–2016 гг. (всего 32 номера). Газета бесплатно распространяется в общественном транспорте (метро, поезда, автобусы), офисных и торговых центрах, пробках на оживленных магистралях, а также имеет онлайн-версию. Издание ориентировано на молодых активных жителей крупных городов, поэтому помимо множества материалов развлекательного характера (мода и стиль, психология, советы и жизненные истории, новости шоу-бизнеса и проверка

слухов), призванных скрасить время дороги до работы и обратно, в нем присутствуют острые публикации, касающиеся социальных проблем, и даже новостная аналитика.

Целью данной статьи является сбор новых фактов [Алпатов 2015] и оценка допустимости употребления отмеченных сниженных слов и устойчивых оборотов с точки зрения лингвоэкологической безопасности языка. Реализация поставленной цели предполагает определение функций сниженных слов и оборотов, а также оценку допустимости и целесообразности их использования. При этом сниженным мы будем считать употребление как разговорных слов, так и более грубых выражений, выходящих за пределы литературного языка. Квалификация статуса сниженности дается на основе имеющихся словарей [Толковый словарь... 2007; Современный... 2004; Новиков 2012], а также восприятия респондентами при проведении эксперимента.

Анализ материала. Сниженная лексика является неотъемлемой частью самого формата газеты «Метро»: номеров без разговорных слов и выражений не встретилось. Ставя задачу установления доверительных отношений с читательской аудиторией, журналисты газеты постоянно используют многочисленные возможности риторической категории разговорности [Сиротинина 1998; Иванчук 2004]: *Изменится «тишь и благодать» (разг.) в Петербурге **аккурат** (прост.) к выходным. В пятницу к региону приблизится циклон и атмосферный фронт будет негативно влиять на погоду (2015. 19 окт.); Сегодня, 17 февраля, один из тех международных праздников, который сперва кажется **надуманным** (разг.), название даже звучит как-то **через пень колоду** (разг.) — День спонтанного проявления доброты (2016. 17 февр.); На подцумах шорты **обосновались всерьёз и надолго** (разг.) (2016. 30 мая) (здесь и далее выделения и подчеркивания наши. — А. М.).*

Некоторые статьи представляют собой повествование автора о себе и о своих впечатлениях, которыми он по-дружески делится с читателями: *Чтобы вы понимали, девушка я, мягко говоря, упитанная. **Покушать** (прост.) люблю с детства. Помню, родители, наблюдая, как их **пухленькая** (разг.) дочь с аппетитом **уплывает** (разг.) бутерброды, пытались меня остановить, но бабушка авторитетно обещала — девочка «**израстется**» (разг.) или сама похудеет (2016. 17 апр.); А медицина всё-таки **шарлатанство** (разг.). Когда мне, взрослому человеку, другие взрослые люди с дипломами врачей **на полном серьёзе** (разг.) говорят, что работать надо не более 8 часов, спать не менее 7 часов, не нервничать, не пить, не курить и прочий подобный **бред** (разг.), как-то инстинктивно кулаки сжимаются и вспоминается ненормативная лексика. Нет, наверное, если жить в режиме **овоща** (разг.), то организм окажется в порядке. Какое-то время. Но при таком режиме, во-первых, **на черта нужны** (разг.) все эти врачи, а, во-вторых, насколько нормального человека хватит, чтоб не **свихнуться** (разг.) от патологического безделья? (2015. 16 дек.).*

Добавление разговорной лексики делает советы и рекомендации более убедительными, создавая впечатление, что автор хорошо осведомлен в данном вопросе: *Выбор штор, или материала для них ничем не ограничен, однако найти «свою» швею крайне затруднительно — велик риск **нарваться** (разг.) на мошенников, коих в наше время много. Этот вариант так же не подойдет тем, кто **не дружит** (разг.) с рулеткой и прочими измерительными приборами (2016. 22 апр.); Расширенный частотный диапазон, значительная глубина звука, отчетливые верхние и нижние частоты позволили смартфону «**переплюнуть**» (разг.) многие модели аудиоплееров (2016. 1 июля).*

Встраивая разговорные слова и разговорные употребления типа приведенного выше *дружит* в текст материала, журналист стремится показать читателям, что газета

является отражением их мнений и взглядов: *Мало, видать* (разг.), *показалось. Полезли* (разг.) в Сирию. *Ненадолго. Только побомбить. Никакой наземной операции. Эдакая* (разг.) «маленькая победоносная война», которая всё спешит: коррупцию, недееспособные правоохранительные органы, агонизирующую *социалку* (разг.), разрушенное ЖКХ (2015. 6 окт.); *Ещё советская пропаганда вколачивала* нашим людям *в мозги* (разг.), что «американский империализм не даёт людям выбора» (*кто бы говорил!* (разг.)), что их республиканцы и демократы — *один чёрт* (разг.), *срослись воедино* для «эксплуатации трудящихся» (2016. 15 июня). При этом считается, что между автором и его аудиторией установилось полное и глубокое понимание: *Санкции переживём, а вот отдать Крым, особенно после всего, что было за этот год и что ещё предстоит, — это будет началом конца России. Этого не переживём точно. Думаю, разжёвывать* (разг.) *не надо* (2015. 16 марта).

Иногда журналист выстраивает текст, имитирующий «глас народа», сопровождая «высказывания народа» призывами к размышлению и предсказаниями: *И главная просьба* (к Роспотребнадзору. — А. М.): *не третируйте* (разг.) *проверками и штрафами, а предупредите, научите, если ошибка допущена впервые.* <...> *А то с нашими налогами чёрт ногу сломит* (разг.) (2016. 22 янв.); или же приглашает аудиторию к активному диалогу: *Доигрались* (разг.): *ждём не дождёмся* (разг.), *отправят* нашу страну *пинком* (разг.) с Олимпийских игр в Рио или нет? *И это — зуб даю!* (разг.) — далеко не всё. *Увидите, ещё и на наше право провести чемпионат мира по футболу 2018 года посягнут. Давайте разбираться* (2016. 20 июля); *Во-первых, 50 лет — это, давайте договоримся, со всеми натяжками* (разг.) *не такая уж и* (разг.) *молодость* (2016. 25 февр.); *В общем, что я вам тут рассказываю* (разг.)? *Думаю, каждый житель России хоть раз в жизни сталкивался со сногшибательно* (разг.) *эффективной работой наших служб ЖКХ* (2015. 30 июля).

Рассказывая истории простых людей, журналисты «Метро», с одной стороны, используют разговорные слова и выражения для того, чтобы заставить аудиторию сопереживать героям и вызвать интерес к их судьбе: *Оказалось, наведались* (разг.) *двое торговцев, мужчина и девушка. Всучили* (разг.) *беспомощному человеку ненужную дрянь* (разг.), *а тётя Рая протянула кошелёк* (2016. 17 февр.); *Болтаясь* (разг.) *по съёмной квартире без работы, она наткнулась* (разг.) *на свой диплом учителя. В школу сунуться* (разг.) *ей духу не хватило* (разг.), *а вот в садик пришла. Заведующая взяла её без разговоров* (разг.) — *детей много, воспитателей не хватает. Правда* (разг.), *все первые месяцы Ириша* (разг.) *получала выговоры от грымзы* (разг.) — *начальницы за внешний вид: «волосы уберу — ты не на дискотеке», «что ты в лосины вырядилась — попой перед молодыми отцами крутить* (разг.)?», «блузку замени, ногти отпили, косметичку смой» (2016. 15 февр.).

С другой стороны, разговорная лексика позволяет журналистам эффективно использовать возможности коммуникативной категории «свой — чужой» [Хорошая речь 2015], подчеркнув остроту противоречия «простые честные люди, вынужденные выживать» — «ворующая народные деньги элита и лживые чиновники, которым дозволено всё» [Дементьев 2013]: *Или мода последних лет: обгон стоящих на светофоре законопослушных «лохов»* (разг.) *по крайней правой полосе поворота направо с последующим поворотом через несколько полос налево, а то и вовсе разворот. Крутые* (разг.), *блин* (разг.)! *Торопятся! И не надо лапши* (разг.) *о камерах: у нас на площади Гагарина в феврале 2010-го было 16 камер! И на спецтрассе, где каждый божий день кортеж, ни одна камера — по версии ГИБДД! — не зафиксировала, как столкнулись «мерседес» ви-*

це-президента «Лукойла» с «ситроеном» с двумя женщинами-врачами! (2016. 24 марта); У страны, где профессор получает зарплату, более похожую на подаяние, — а ведь есть ещё менее «дорогостоящие» доценты-ассистенты! — науки быть не может. Просто для того, чтобы пройти от аспиранта до профессора, нужно было раньше лет 20–25 вкалывать по выбранной профессии и думать, думать... О работе, а не о том, как бы не **сдохнуть с голоду** (разг.) самому и не **уморить** (разг.) семью (2015. 25 авг.).

Чтобы еще сильнее подчеркнуть единение со своими читателями [Урдаева 2004], журналисты «Метро» широко используют обобщенные номинации *мы*, *нас*: *Весь прошлый год нас кормили надеждами* (разг.), *что со дня на день* (разг.) *всё утрясётся* (разг.) (2016. 15 янв.). Нередко инклюзивное *мы* дополнено иронией или риторически-ми вопросами: *Ну, мы все, конечно, верим, что Рожков и К — единственные такие вымогатели-взяточники, а все другие российские начальники УВД и их коллеги взяток не вымогают, рейдерством не промышляют* (разг.), *не крышуют, законы блюдут* (2015. 19 янв.); *Как тут уберечься от религиозного фанатика или просто продажной твари* (груб. разг.), *готовых рискнуть — пронести на борт или прицепить извне взрывчатку? Нынешнее цивилизованное* (разг.) *правительство пришло к власти в Египте в результате военного переворота, а египтяне-то в своём большинстве голосовали за партию религиозных экстремистов. Трудно ли среди них найти мстителя за ИГИЛ? Ну, пришлось нам влезть в сирийские разборки* (разг.). *Может, будем помнить хоть какое-то время о неизбежных издержках, повышенной опасности для каждого из нас от игиловских мстителей? Может, будем осторожнее? Может, попробуем некоторое время, пока всё утрясётся* (разг.), *отдыхать, путешествуя по собственной стране?* (2015. 2 ноября).

Журналисты «Метро» подчеркивают, что высказывают лишь собственное мнение: *И я подумала, что каждой семье нужна противная подружка жены или друг мужа — редчайшая скотина* (груб. разг.). *Те, что «портят» идеальный союз. Удобно спихнуть* (разг.) *на такого «демона» всё внутреннее семейное напряжение. Ну, например, хорошо, если этот друг мужа — Антоха* (разг.) *— прелюбодей и гуляка* (разг.), *ничего святого* (разг.), *познакомил моего непутёвого* (разг.) *Сергунечку* (разг.) *с этой шалавой* (груб.) *и научил встречаться с любовницей!* (2016. 1 апр.). При этом в большинстве случаев авторы статей буквально навязывают читателю предвзятое, одностороннее рассмотрение ситуации, не приводя достаточных аргументов в пользу своей точки зрения: *Результат: нет ЕЭС, агонизирует ЕС, ораве* (разг.) *европарламентариев, европолитиков, евробюрократов приходится обеспечивать роскошное, не по возможности нынешних евробюджетов существование. А получать взамен безответственную болтовню* (разг.), *мертворождённые дорогостоящие политиканские* (разг.) *проекты, игры в права человека, санкции и прочую муть* (разг.). *При этом все возникающие в государствах — членах Евросоюза проблемы решают национальные правительства, а не брюссельские дармоеды* (разг.) (2016. 27 июня); *От каждой страны по певцу, жюри профессиональное и народное, поощрение страны певца-победителя проведением очередного конкурса... Только то, что имеем «на выходе» — музыкальная жуть* (разг.) *и пошлое политиканство* (разг.) (2016. 17 мая).

На страницах «Метро» эта тенденция своей оценки событий особенно четко прослеживается в однобоком освещении политических событий на Украине: *Уже только любопытно, до чего эти незалежные клоуны доиграются* (разг.). <...> *Верховная рада проголосовала. И оказалось, что за сохранение Яценюка с его шайкой* (разг.) *выступают не только его однопартийцы из «Народного фронта» (что логично), но и часть однопартийцев президента, и очень значительная часть оппозиционеров из чис-*

ла бывших **лизоблюдов** (презр. разг.) одиозного экс-президента Януковича — так называемый **Оппозиционный блок**. В такой ситуации самому президенту **впору** (разг.) в отставку **смыться** (разг.) (2016. 18 февр.).

Широкое употребление разговорных слов и выражений объясняется также их яркой смысловой насыщенностью и оценочностью: *А неискренним извинениям **грош цена** (разг.) — сиюминутный политический эффект для «массового зрителя» (2016. 5 июля); И канитель (разг.) о прокладке газпромовской трубы турки используют, похоже, лишь в качестве козыря в переговорах с другими газоэкспортёрами — Саудовской Аравией, Ираном, Ираком...* (2016. 5 июля).

В отдельных случаях журналисты «Метро» эксплицитно дистанцируются от не вполне приемлемого на страницах газеты сниженного слова [Вепрева 2011]: *Лично я бы редакторов программы хорошенько **вздрючил** (груб. разг.) (уж простите на таком слове) за слабую проработку темы, клиническое отсутствие креатива в данной конкретной передаче — предмета спора попросту не нашли (2016. 24 мая)*. При этом некоторым из них удается передать свое искреннее возмущение, избежав при этом употребления откровенно грубых слов: *Нормативной лексики просто не хватает, когда знакомишься с докладом Совета безопасности Голландии (DSB) о катастрофе малайзийского «боинга» в небе над Новороссией. Больше года якобы строго засекреченного расследования — и при этом заранее распространяемые обвинения в адрес России (2015. 15 окт.)*.

Выводы. Как наблюдалось и в рассмотренных нами ранее газетах [Матяшевская 2014а, б], журналисты «Метро» активно насыщают свои материалы разговорной лексикой, чаще всего используя ее в контактоустанавливающей и оценочной функции. При этом они не всегда учитывают неуместность употребления сниженных выражений, превращающихся на страницах газеты в инструмент вербальной агрессии [Петрова, Рацибурская 2011]. Нельзя не согласиться с О. Б. Сиротининой в том, что постоянное употребление подобных слов в газетном тексте заставляет читателей считать общую агрессивность медиадискурса нормой и формирует речевую моду, что, в конечном итоге, ведет к «огрублению, снижению их собственной речи» [Сиротинина 2007: 83]. В отличие от английских газет, где чаще сниженная лексика используется в цитатах чьих-то слов, в российских газетах, в том числе в «Метро», она органично входит в журналистский текст, что очень опасно для судьбы русского языка, способствуя его огрублению. Сравнение с британской версией «Метро» показало более высокую политизированность русскоязычного аналога и подтвердило зависимость употребления сниженной лексики от типа газеты: в таблоидах сниженность проявляется особенно ярко и широко.

ЛИТЕРАТУРА

- Алпатов В. М. Что и как изучает языкознание // *Вопр. языкозн.* 2015. № 3. С. 7–2.
- Вепрева И. Т. Метаязыковые высказывания как сигналы стилистических сдвигов: к проблеме новых методов исследования // *Stylistyka [Opole]*. 2011. No. XX. С. 55–65.
- Дементьев В. В. Об одной актуальной проблеме русской общественно-политической коммуникации // *Экология языка и коммуникативная практика*. 2013. № 1. С. 12–44.
- Добросклонская Т. Г. Медиалингвистика: инновационный подход к изучению языка СМИ // *Язык. Культура. Общение: сб. науч. трудов в честь юбилея заслуж. проф. МГУ им. М. В. Ломоносова С. Г. Тер-Минасовой*. М.: Гнозис, 2008. С. 392–398.
- Иванчук И. А. Риторическая категория разговорность в публичной речи носителей элитарного типа речевой культуры: её специфика и функции // *Вестн. Томск. гос. пед. ун-та*. 2004. № 1. С. 5–11.

Кормилицына М. А., Сиротинина О. Б. Язык СМИ: учеб. пособие. 2-е изд. М.: Флинта, Наука, 2015.

Матяшевская А. И. Сниженная лексика в газетных текстах как проявление общей тенденции к демократизации речи в СМИ // Изв. Саратов. ун-та. Новая серия. Сер. Филология. Журналистика. 2014а. Т. 14, № 1. С. 25–30.

Матяшевская А. И. Сниженная лексика в СМИ: классификация, употребление, этнокультурные различия: на матер. рос. и британ. газет: дис. ... канд. филол. наук. Саратов, 2014б.

Мустайоки А. Разновидности русского языка: анализ и классификация // Вопр. языкозн. 2013. № 5. С. 3–27.

Новиков Вл. Словарь модных слов. М.: АСТ-Пресс Книга, 2012.

Петрова Н. Е., Рацбургская Л. В. Язык современных СМИ: средства речевой агрессии: учеб. пособие. М.: Флинта, Наука, 2011.

Рискозенность современной коммуникации и роль коммуникативной компетентности в ее преодолении / под ред. О. Б. Сиротининой и М. А. Кормилицыной. Саратов: Изд-во Саратов. ун-та, 2015.

Сиротинина О. Б. О терминах «разговорная речь», «разговорность» и «разговорный тип речевой культуры» // Лики языка: к 45-летию науч. деятельности Е. А. Земской. М.: Наследие, 1998. С. 348–353.

Сиротинина О. Б. Два десятилетия «свободы» русской речи и факторы, вызвавшие изменения в русском языке // Современное состояние русского языка в фокусе взаимодействия различных факторов: динамика, тенденции, прогнозы. Самара, 2007. С. 78–88.

Современный толковый словарь русского языка / под ред. С. А. Кузнецова. М.: Ридерз Дайджест, 2004.

Толковый словарь русского языка с включением сведений о происхождении слов / под ред. Н. Ю. Шведовой. М.: Азбуковник, 2007.

Урдаева Ю. В. Речевое манипулирование сознанием читателя в «Новой газете» // Речевое общение: специализир. вестн. / под ред. А. П. Сквородникова. Вып. 5–6 (13–14). Краснояр. гос. ун-т, 2004. С. 183–189.

Хорошая речь / под ред. М. А. Кормилицыной и О. Б. Сиротининой. М.: Изд-во ЛКИ, 2015.

Шаховский В. И. Экология эмотивного языка: теоретические и практические аспекты // Экология языка и коммуникативная практика. 2013. № 1. С. 233–245.

REFERENCES

Alpatov V. M. What does linguistics study [Chto i kak izuchaet jazykoznanie] // The issues of linguistics [Voпр. jazykozн.]. 2015. No. 3. P. 7–2.

Dement'ev V. V. One issue of Russian social and political communication [Ob odnoj aktual'noj probleme russkoj obshhestvenno-politicheskoj kommunikacii] // Ecology of language and communicative practice [Ekologija jazyka i kommunikativnaja praktika]. 2013. No. 1. P. 12–44.

Dobrosklonskaja T. G. Medialinguistics as the innovative method of massmedia language study [Medialingvistika: innovacionnyj podhod k izucheniju jazyka SMI] // Language. Culture. Communication [Jazyk. Kul'tura. Obshhenie: sb. nauch. trudov v chest' jubileja zasluzh. prof. MGU im. M. V. Lomonosova S. G. Ter-Minasovoj]. Moscow: Gnozis, 2008. P. 392–398.

Explanatory dictionary of contemporary Russian [Sovremennyj tolkovyj slovar' russkogo jazyka] / ed. by S. A. Kuznecova. Moscow: Riderz Dajdzhest, 2004.

Explanatory dictionary of the Russian language including etymology [Tolkovyj slovar' russkogo jazyka s vkljucheniem svedenij o proishozhdenii slov] / pod red. N. Ju. Shvedovoj. Moscow: Azbukovnik, 2007.

Good speech [Horoshaja rech'] / pod red. M. A. Kormilitsynoj, O. B. Sirotininoj. Moscow: Izd-vo LKI, 2015.

Ivanchuk I. A. Rhetoric category razgovornost' in public speech of people who belong to elite speech culture type: peculiarities and functions [Ritoricheskaja kategorija razgovornost' v publichnoj rechi

nositelej jelitarnogo tipa rechevoj kul'tury: ejo specifika i funkcii] // Vestn. Tomsk. gos. ped. un-ta. 2004. No. 1. P. 5–11.

Kormilitsyna M. A., Sirotinina O. B. Massmedia language: the manual [Jazyk SMI: ucheb. posobie]. Moscow: Flinta, Nauka, 2015.

Matyashevskaya A. I. Substandard vocabulary in massmedia: classification, usage, cultural differences: based on analysis of Russian and British newspapers [Snizhennaja leksika v SMI: klassifikacija, upotreblenie, jetnokul'turnye razlichija: na mater. ros. i britan. gazet: dis. ... kand. filol. nauk]. Saratov, 2014b.

Matyashevskaya A. I. Substandard vocabulary usage in newspapers as an evidence of the tendency of democratization of massmedia language [Snizhennaja leksika v gazetnyh tekstah kak pojavlenie obshhej tendencii k demokratizacii rechi v SMI] // Izv. of Saratov Univ. New ser. Philology. Journalism. 2014a. T. 14, No. 1. P. 25–30.

Mustajoki A. Varieties of the Russian language; analysis and classification [Raznovidnosti russkogo jazyka: analiz i klassifikacija] // The issues of linguistics [Vopr. jazykozn.]. Moscow: Nauka, 2013. P. 3–27.

Novikov Vl. The dictionary of trendy words [Slovar' modnyh slov]. Moscow: AST-Press Kniga, 2012.

Petrova N. E., Raciburskaja L. V. Contemporary medialanguage: the tools of verbal aggression manual [Jazyk sovremennyh SMI: sredstva rechevoj agresii: ucheb. posobie]. Moscow: Flinta, Nauka, 2011.

Risks of contemporary communication and the role of communicative competence in its overcoming [Riskogenost' sovremennoj kommunikacii i rol' kommunikativnoj kompetentnosti v ejo preodolenii] / pod red. O. B. Sirotininoj, M. A. Kormilicynoj. Saratov: Izd-vo Sarat. un-ta, 2015.

Shahovskij V. I. Ecology of emotive language; theoretical and practical aspects [Jekologija jemotivnogo jazyka: teoreticheskie i prakticheskie aspekty] // Ecology of language and communicative practice [Jekologija jazyka i kommunikativnaja praktika]. 2013. No. 1. P. 233–245.

Sirotinina O. B. 20 years of unlimited freedom for the Russian language and the causes of its changes [Dva desjatiletija «svobody» russkoj rechi i faktory, vyzvavshie izmenenija v russkom jazyke] // Contemporary Russian language state under the impact of various factors: dynamics, tendencies, forecasts [Sovremennoe sostojanie russkogo jazyka v fokuse vzaimodejstvija razlichnyh faktorov: dinamika, tendencii, prognozy]. Samara, 2007. P. 78–88.

Sirotinina O. B. The terms “razgovornaja rech’”, “razgovornost’” and “razgovornyj tip rechevoj kul'tury” [O terminah «razgovornaja rech'», «razgovornost'» i «razgovornyj tip rechevoj kul'tury»] // Faces of language [Liki jazyka: k 45-letiju nauch. dejatel'nosti E. A. Zemskoj]. Moscow, 1998. P. 348–353.

Urdaeva Ju. V. Speech manipulation of consciousness of the readers of “Novaya gazeta” [Rechevoe manipulirovanie soznaniem chitatel'ja v «Novoj gazete»] // Speech communication: specializ. bul. [Rechevoe obshhenie: specializer. vestn.] / ed. by A. P. Skovorodnikova. Vol. 5–6 (13–14). Krasnojarsk: Krasnojarsk. gos. un-t, 2004. P. 183–189.

Vepreva I. T. Metalanguage statements as a signal of stylistic shifts: the issue of new research methods [Metajazykovye vyskazyvanija kak signaly stilisticheskikh sdvigoj: k probleme novyh metodov issledovanija] // Stylistyka [Opole]. 2011. No. XX. C. 55–65.

УДК 81-13;
ББК 81.2-5;
ГРНТИ 16 21;
КОД ВАК 10.02.01

З. Л. Новоженова
Гданьск, Польша

ЖАНРЫ ЭЗОТЕРИЧЕСКОГО ДИСКУРСА В МАССМЕДИЙНОМ ПРОСТРАНСТВЕ

Зоя Леонидовна Новоженова, доктор филологических наук, профессор кафедры восточнославянского языкознания и переводоведения Гданьского университета.
80-308, Гданьск, ул. Вита Ствоша, 51.
E-mail: zln@o2.pl.

© Новоженова З. Л., 2016

Постановка проблемы. Сегодня мы наблюдаем, что массмедийное пространство становится средой, в которой формируются и функционируют дискурсивные формации и потоки, обнаруживающие новые социально-культурные качества и ментальные состояния российского общества. Уровень осмысления и описания медиапространства, предлагаемый современной наукой, раскрывает его свойства как «среды обитания» дискурсов: 1) медиапространство зависит от тенденции развития общества; 2) медиапространство — это место реализации публичной коммуникации; 3) медиапространство обладает механизмами конструирования картины мира и навязывания, внедрения картины мира как в общественное, так и в индивидуальное сознание.

В то же время современная лингвистическая наука демонстрирует устойчивый интерес ко всем «видам использования языка» и прежде всего к дискурсам. Вот далеко не полный перечень дискурсов, анализ которых можно обнаружить в научной литературе: спортивный, кулинарный, религиозный, политический, конфликтный, официальный, педагогический, дипломатический, юридический, медицинский, фармакологический, юмористический, ритуальный, сакральный, эзотерический, оценочный, этический, толерантный, журналистский, новостной, рекламный, советский, повседневный, эпистолярный и др. В данной статье будет рассмотрена языковая специфика двух жанров эзотерического дискурса.

История вопроса. Нельзя не заметить, что процесс общественной реабилитации и легализации делает все более очевидными в медиапространстве дискурсы и тексты с иррациональной ментальной установкой: религиозный, мистический, философский, эзотерический, литературно-эзотерический, колдовской дискурс, а также различного рода эзотерические жанры, рекламу, гороскопы, церковно-религиозную публицистику и др. [см.: Nowożenowa 2013: 53].

Все эти речевые образования при всем их разнообразии и различиях могут быть объединены таким типом ментальной установки, как иррациональность: иррациональное сознание, мировоззрение предполагает существование областей недоступных разуму и постижимых только через интуицию, чувства, инстинкт, откровение, веру, прозрение. Оно стремится к исключению рационального, логического, реального из процесса понимания и объяснения многих событий и фактов окружающего мира; в нем преобладает стремление интуитивного, религиозного, мистического способа постижения действительности. «Иррациональное — это то, что не схватывается понятийным мышлением... Иррациональность, грубо говоря, представляет собой апелляцию к внелогическим методам мышления» [Сурков 2012: 152]. Показательны замечания исследователей о некоторых общих моментах в природе эзотерического и религиозного текстов: интуитивно-духовный метод познания сближает эзотерические тексты с текстами религиозными, в которых провозглашается, сообщается об истинах, не нуждающихся в каких-либо внешних, формально-логических доказательствах: «логичность и доказательность при изложении церковных догматов непринципиальны» [Мишланов, Худякова 2008]. В свою очередь, С. И. Кузьминская пишет «...любой текст, попадающий под определение эзотерический, в значительной мере предполагает иррациональное понимание сущности рассматриваемой проблемы» [Кузьминская 2014]. Необходимо также отметить, что несмотря на общность иррациональной установки, эти два типа дискурса характеризуются глубокими принципиальными различиями [см.: Nowożenowa 2013].

В связи с общественной значимостью данных дискурсов целесообразно проанализировать причины их появления и усиления, которые связаны, с одной стороны, с социально-политическими изменениями, произошедшими в России, с другой — с общецивилизационными процессами, свидетельствующими об активизации архаических форм сознания в определенных моменты развития общества.

Так, деидеологизация общественной жизни, приведшая к крушению коммунистической идеологии, вызвала своеобразный духовный вакуум. Именно эта «брешь» в общественном сознании начала заполняться конгломератом не всегда осознанных социумом религиозных, философских, эзотерических и разного типа мистических представлений. Можно сказать, что представители различных слоев российского общества, имеющие разный уровень образования, интеллектуального и духовного состояния, подготовленности и возможности принять новые формы ценностей, представлений о действительности, обратились к часто новым для них духовным сферам. Поэтому в российском обществе наблюдается своеобразный ренессанс церковной духовности, возврат и укрепление на общественной сцене основных религий: христианства, прежде всего православия, мусульманства, буддизма, католицизма, а также обращение к нетрадиционным религиям; активизация эзотерических и теософских течений, обращение к различного рода магическим, колдовским, парафилософским, парарелигиозным и паранаучным практикам [Лункин 2009: 335].

Кроме того, этот внутренний российский процесс поддерживается тем, что современное культурное сознание в целом «отмечено ослаблением традиционных рационалистических структур мышления и усилением иррационалистических мотивов и настроений» [Массовая культура 2004: 106]. Под натиском иррациональных настроений доказательные знания теряют свои позиции. Ученые констатируют, что, «действительно, наука и культура в последние десятилетия испытывают все более усиливающееся давление со стороны иррациональных — религиозно-мистических и эзотерико-магических концептов и представлений» [Чешко и др. 2011: 69]. Отмечается, что «на рубеже

60–70-х годов прошлого столетия обозначились первые признаки „магического ренессанса“, а в начале XXI века он уже превратился в одну из главных особенностей „нового культурного пространства“: не случайно постмодернизм все чаще характеризуется как „пространство неоархаики“» [Пелипенко, Хачатурян 2009: 35].

Диалектика духовного состояния российского общества проявляется и осознается именно через дискурсивные потоки. И в этом смысле иррациональный дискурс дает нам представление об особом ментальном состоянии российского общества. Чаще всего такой тип мышления связывается с религиозным дискурсом. Вместе с тем масштабы и последствия усиления иррационального начала в духовной жизни россиян не ограничиваются только религиозным дискурсом, частью иррационального дискурса является эзотерический дискурс. Эзотерический дискурс можно определить как совокупность вербальных высказываний и невербальных продуктов, возникающих в связи с общественно-речевыми практиками в области эзотерики, а также практиками, допускающими полностью или частично знания и убеждения эзотерики, принимающими эзотерическое объяснение человека и мира. Основными функциями эзотерического дискурса является изложение содержания эзотерического мировоззрения, пропаганда эзотерических взглядов на мир, поиски адептов, обслуживание эзотерических практик, использование эзотерики в целях манипуляции. Интерпретация мира в этом типе дискурса определяется эзотерической позицией субъектов дискурса, системой их ценностных эзотерических установок. *Эзотерический* понимается и определяется как тайный, скрытый, предназначенный для посвященных. Именно такое понимание предлагает Философский энциклопедический словарь: «Эзотерический (греч. — направленный внутрь) — предназначенный только для избранных, для специалистов и понятный только им» [Философский... 2010: 833]. Эзотеризм трактуется как философское мировоззрение субъективного познания природы, доступное лишь ограниченному кругу лиц. Энциклопедия социологии определяет этот термин следующим образом: «Эзотеризм (от греч. *esoterikos* — внутренний) — англ. *esoterism*; нем. *Esoterik*. Тайное, скрытое от посторонних глаз, учение, знание, предназначенное исключительно для посвященных (окультизм, мистика, теософия и т. д.)» [Социология 2003: 1229]. Эзотеризм противопоставляется научному познанию, он исходит из сакральных знаний язычества и культивируется во многих культурах как некое тайное знание на уровне теософии и философии древних и современных культур. В сферу эзотеризма (эзотерики) включаются также окультизм, магия, астрология, парапсихология, теософия и антропософия. Важно отметить, что эзотерика трактуется современной наукой как венауочное знание, не представляющее собой одну традицию или единую систему знаний.

Эзотерическое миропонимание обнаруживается в научном, философском, художественном, публицистическом и публичном массмедийном пространствах. Трансляция эзотерических смыслов происходит через текст. Наряду с «книжной» формой в пропаганде и распространении эзотерических взглядов принимают участие и массмедийные тексты. К первой разновидности, названной нами «книжной», надо отнести тексты, появившиеся в русской культуре в XIX в. и встречающиеся на протяжении XX и XXI вв. К ним можно отнести тексты Е. Блаватской, Г. Олькотта, А. Безант, Кришнамурти, Ауробиндо Гхоша, П. Успенского, Р. Штейнера, Е. Рерих, К. Кастанеды, Д. Андреева, Д. Судзуки, А. Уотса и др. Считается [Аблеев 2006; Кузьминская 2014], что тексты «Писем Махатм», «Тайная Доктрина», «Учение Храма», «Живая Этика», «Грани Агни Йоги» наиболее полно отражают идеи Сокровенной Мудрости. Исследователи также отмечают высокую степень присутствия в русском эзотерическом дискурсе переводной литературы [Ворожбитова, Романенко 2013], которая особенно усилилась в 90-е годы XX в. (на-

пример: «Учение Абрахама» Эстер и Джерри Хикс, серии книг Сан Лайта, Роберта Стоуна, «Жизнь без ограничений» Джо Витале, произведения Фрэнка Кинслоу, Ога Мандино и др.). В культуре XX–XXI вв. появились тексты эзотериков «новой» волны, неозотериков, труды российских эзотериков (таких как С. Лазарев, М. Норбиков, Н. Правдин, В. Зеланд, А. Левшинов, В. Шемчук и др.).

Однако наряду с «книжной» формой эзотерический дискурс активно проявляется в медиапространстве. Активно развивается эзотерическая публицистика. Появились такие периодические издания, как «Оракул», «Эзотера», «Эзотерические новости», «Астрология», «Магия и Жизнь», «Ваш талисман», «Апокриф», «Радуга», «Зеркало», «Милый Ангел», «Танец Орла», журналы «Рассвет сознания», «Аватар», «Вестник магии и колдовства», «Небесная подкова», «Мысль» и др. Эзотерический дискурс закрепился и на телевидении (эзотерические программы и каналы «Душа ТВ», «Грани Бытия», «Эзо-TV» и т. п.). Значительно расширяется эзотерический дискурс в интернет-пространстве. Мы насчитали около 130 эзотерических сайтов (например: эзотерический форум «Живое знание», «Медитурия — путешествия в медитации», «Математика Вселенной», сайты «Таролог», «Методика очистки эволюционного пути», «Магическое созвездие», «Техника Свободы», «Создай себя», «Астро-Оазис», блоги «UFO / Инопланетяне», «Семинары / Мастер-классы», «Мистификации», «Мифические существа», «Наука и эзотерика», «Оккультизм», «Параллельные цивилизации» и др.). В интернет-пространстве наблюдается большое количество сайтов, предлагающих гороскопы, нумерологию, предсказания, сонники и тайны снов, гадания, толкование имени, талисманы, приметы и др.

В этом сегменте медиапространства наблюдается своего рода сращение эзотерического дискурса с текстами массовой культуры и рекламы. Тексты, демонстрирующие сращение эзотерики и массовой культуры, некоторые исследователи называют псевдоэзотерическими, так как в них не выражается, а эксплуатируется эзотерическая идея. Как уже говорилось ранее, тиражирование идей эзотерики, которая проходит под лозунгом «Эзотерику — в массы!», безусловно, приводит к девальвации и банализации эзотерических идей. Массовая культура, как известно, касаясь даже самых сложных проблем веры, интуиции, идеалов, бытия, сознания, Вселенной и др., всегда идет по пути упрощения.

Основные методы исследования. Дискурс становится, и объектом, и методом анализа, объединяющим социокультурный, когнитивный и прагматический подходы ко всем видам употребления языка. Он выступает как своего рода диагностический инструмент и по отношению к языку (так как показывает возможность специализации языковых средств в определенной сфере относительно комплекса параметров), и к обществу, к различным проявлениям социокультурных состояний общества, а также к его ментальным установкам и типам общественного сознания. На факт взаимосвязи дискурсов с социокультурными и ментальными проявлениями социума указывают и Ж. Деррида, и М. Фуко, и А. Греймас, а также Т. ван Дейк, Н. Фэркло, Ю. С. Степанов и др., оперируя при этом такими понятиями, как знание, эпистема (М. Фуко), культурное знание (ван Дейк), ментальные модели (Н. Фэркло, Ван Дейк), сознание (М. Фуко, А. Греймас, Т. ван Дейк, Ю. С. Степанов), социальные практики (Н. Фэркло). В границах функционально-стилистической парадигмы эзотерический текст трактуется как коммуникативно-речевое произведение, определенное координатами стиля, дискурса, жанра. Он рассматривается через комплекс параметров: оппозиция «автор — адресат», в которой ведущей является категория автора, через авторское начало в тексте обнаруживаются такие ментальные категории, как тип сознания, виды познания, ценностные установки, мировоззренческие позиции, стереотипы, концепты, идеи и некоторые другие. Именно они создают содержательно-смысловое

и семантическое наполнение эзотерических текстов. Следующий параметр — это прагматические цели, установки, интенции речевого субъекта. В эзотерическом дискурсе реализуются специфические целеустановки. В отличие, например, от церковно-религиозного стиля [Розанова 2003: 343–360, Карасик 2004: 390], в котором такой установкой считается утверждение вероучения, а молитва представляет собой акт, реализующий самодовольное общение [Мишланов 2003: 290–302], эзотерический дискурс имеет иные цели. В их число входят поиск эзотерических знаков, символов, отсюда внимание к древним текстам; эзотерическая интерпретация реальности, презентация эзотерического мировоззрения, эзотерическая дидактика, призванная трансформировать сознание и соответствующее ментальные установки адресата. Для группы текстов, связанных с эзотерическими психическими практиками, типичной является убеждающая текстовая тактика: воздействие на адресата с целью показать ему пути самоусовершенствования.

Прагматические целеустановки, интенции эзотерического дискурса фиксируются в специфических жанрах. В соответствии с прагматическими целями жанровые разновидности эзотерических текстов можно разделить на три группы: 1) тексты, интерпретирующие и демонстрирующие эзотерическое знание и познание, тексты о мироздании (эссе, трактаты, послания, наставления); 2) тексты суггестивные, описывающие практики самоусовершенствования и пропагандирующие возможности и пути духовного перерождения (наставления, послания и некоторые другие, инструкции по духовным практикам); 3) тексты, указывающие на эзотерические знаки и символы (сонники, астрологические прогнозы, гороскопы, словари имен собственных, пророческие тексты). Жанровое разнообразие эзотерических текстов дополняют также мистические и оккультные тексты, прорицания, откровения, пророческие тексты (провидения и предсказания), гримуары, которые представляют собой учебники магии, инструкции по изготовлению амулетов, талисманов, вызову духов, астрологические прогнозы, эзотерическая публицистика, беллетристика и др.

Наконец, эзотерические тексты демонстрируют специфику состава языковых средств и их речевой организации. Еще раз подчеркнем, что в медиапространстве разного типа дискурсы фиксируются получателем именно через набор соответствующих языковых средств.

Анализ материала. Возможно, «главными» эзотерическими текстами, которые функционируют в массмедийном пространстве, являются гороскопы и эзотерическая реклама, так как именно они количественно преобладают и целенаправленно проецируют некоторые представления о действительности в массовое сознание социума.

Обратимся сначала к самому, пожалуй, популярному из них — гороскопу. Жанр астрологических гороскопов публикуется во многих российских современных газетах и журналах, прежде всего в журналах мод и женских журналах: «Elle», «Cosmopolitan», «Burda», «Крестьянка», «Лиза», «Комсомольская правда» и др. Они помещаются в интернет-порталах, существуют отдельные сайты, посвященные только эзотерическим прогнозам. Классическими примерами гороскопов могут быть следующие тексты:

ВЕСЫ — Текущее положение звезд свойственно для начала эмоционального разнообразия. Именно это сейчас и происходит в Вашем астрологическом доме семьи, жилья и чувств. Что ж, не стоит и упоминать, как много всего происходит в Вашей жизни, даже если эти события не столь очевидны для сторонних наблюдателей. Однако окажите себе услугу. Возьмите быка за рога и сами сделайте первый шаг. Если сможете самостоятельно во всем разобраться, у Вас будет реальной повод для гордости (URL: <http://horo.ukr.net>).

БЛИЗНЕЦЫ — *В ваших чувствах царит спокойствие и гармония. Четверг и пятница прекрасны для встреч и свиданий. Если вы были в ссоре с любимым человеком, то обязательно помиритесь. А воскресенье — просто райский день: в ваших отношениях полное взаимопонимание и единодушие* (URL: <http://www.astromeridian.ru>).

КОЗЕРОГ — *Постарайтесь сегодня провести немного времени на природе. Свежий воздух и природные красоты окажут на Вас расслабляющее действие — но в то же время, это взбодрит Вас и даст несколько идей на счёт того, чего Вы хотите от жизни. К тому же, занимаясь обычными житейскими проблемами, Вы сможете оставаться более приземлённым и уравновешенным. Вы пытались найти какое-то решение, и после времени, проведённого на свежем воздухе, Ваш разум (а вместе с ним и выбор) станет яснее* (URL: <http://orakul.com>).

«Классический» эзотерический гороскоп, помещенный в медиапространстве, декларирует знания о влиянии небесных тел на судьбу людей и их земные события, согласно которой их можно предсказать по взаимному расположению небесных тел. Таким образом, эзотерической целью гороскопа является сообщение и фиксация влияния расположения звезд на каждый знак зодиака, т. е. на представителей того или иного знака, и в связи с этим даны рекомендации для их поведения в определенном отрезке времени. Однако коммуникативная, прагматическая цель гороскопа в массмедийном пространстве иная — развлекательная. Массовая культура расставила иные акценты, изменила природу этого жанра. Многие исследователи относят астрологический прогноз к жанрам массовой литературы, рассчитанного на читателя-потребителя [см.: Бабаева 2003; Карпова 2004]).

Для эзотерических и квазиэзотерических текстов, к которым необходимо отнести гороскопы, а также эзотерическую рекламу, о которой мы будем говорить ниже, характерными являются особые стратегии называния, так как именно номинативные единицы позволяют построить другую, мистическую, эзотерическую реальность, о которой Ролан Барт пишет: «Эти тексты служат, чтобы заклинать реальность, именуя ее» [Барт 2000: 209]. Таким образом, первая характерная языковая черта гороскопов — это их лексическое наполнение: характер номинативных рядов в них определяется коммуникативно-прагматическими интенциями автора и тематической направленностью гороскопа (которую можно определить как предмет разговора, предмет коммуникации). Это, как правило, такие темы, как здоровье, карьера, новые знакомства, любовь, семейные отношения, финансы и т. п., т. е. все то, что лежит в сфере так называемых личных интересов человека. Можно встретиться с утверждением, что «астрологический прогноз как литература „мелкобуржуазного“ мира в концентрированном виде представляет идеи массовой литературы» [Карпова 2004: 253]. В целом это утверждение верно, однако в этой связи хочется вспомнить высказывание Эрнеста Хемингуэя о том, что «есть только три вещи, о которых следует писать: любовь, смерть и деньги». Представляется, что массовая литература и культура отличаются от «настоящей» не столько характером проблем, сколько способом их постановки и разрешения.

Языковые особенности гороскопа, которые несут на себе «тяжесть» реализации поставленных прагматических задач, обнаруживают специфические свойства не только на лексическом уровне, о которых речь шла выше, но и уровне композиционном и синтаксическом. Композиционно-речевое построение текста гороскопа отвечает целям данного жанра. Так, со стороны композиционного построения тексты гороскопов разделяются на две части: первая — это интерпретация влияния положения звезд на судьбу людей и события; вторая — это рекомендации, связанные с поведением людей. Для первой части прогнозов характерно будущее время (*у вас в судьбе произойдут значительные измене-*

ния, вас ждет финансовый успех, наблюдается повышение умственных возможностей и т. д.) и особая модальность возможности, которая оформляется с помощью модальных глаголов *может, можете* и модальных слов *возможно, может быть* и т. п. Например: *вы можете допустить неточности, вы можете отказаться от дополнительной работы, в вашей жизни может случиться что-то приятное, возможно, вас посетит теща.*

Краткость, ясность риторических приемов делает очевидным, доступным содержание гороскопа, не требующего от адресата интеллектуальных усилий, однако создающего некоторый психологический комфорт, проистекающий из общей комплиментарности текста и направленности содержания текста на личность читателя, что, в конечном итоге, способствует реализации в данном типе текстов развлекательной функции. Астрологический прогноз, реализуя фактор адресата, как правило, имеет возрастную, социальную или гендерную адресованность.

Другим жанром, активно функционирующим в медиапространстве, является эзотерическая реклама, обслуживающая колдовские иррациональные практики, деятельность магов, целителей, экстрасенсов и т. п. Примерами таких реклам могут быть следующие тексты:

Международная Академия Инновационной Парапсихологии.

Возможности человека безграничны, их просто необходимо разблокировать. Обучение магии у Михаила Карс, позволит вам, не только профессионально овладеть магическими техниками, но и научиться, более глубоко, проникать в суть выполняемых вами ритуалов.

Лаборатория практической магии.

Организация объединяет лучших Алтайских магов и целителей, которые ведут консультативно-практическую деятельность в круглосуточном режиме.

Магическая династия. Тайные знания древних. Возможности современности.

Прямая диагностика на фото, очно, через средства виртуальной связи Интернет. Простотой событийного ряда через карты. Прямое ясновидение. Вызов покойных. Медиум...

Я Вам помогу! Снятие слеза и порчи.

Помощь в решении семейных и личных проблем. Диагностика кармы. Бизнес прогноз. Предпродажная подготовка эзотерическим...

Магия, предсказание, гадание, снятие порчи.

Магия, Теософия, Карма, гипноз, гадания, также увидеть паранормальные силы, которые заложены в нас самих, это тоже видимое проявление Бога.

Стань сильнее колдовства и негативного воздействия!

Заочный тренинг — специализированный эзотерический курс Защиты от негативно-целенаправленного и бытового воздействия, для приостановления текущего влияния...

Дети до 10 лет консультируются за символическую плату.

Внимание: в июне состоятся посвящения с 50% скидкой в каналы: Св. Будда, Св. Моисей, Св. Мухаммед, Св. Иисус, Агни, Хум, Агни-Хум. Информация по телефону

Сеньорита Гуаццита.

Предсказания и определение причин Ваших проблем на Таро, Рунах, с помощью авторских методик. Коррекция ситуации. — Колдовство любое на заказ: любовная и денежная магия, открытие удачи, снятие негатива и постановка защиты, наказание врагов. — Лечение бесплодия. — Обо мне: <http://www.magic-gallery.com> — Медицинские консультации (акушерство и педиатрия). — Помогаю справиться с проблемными кожей и волосами и с лишним весом. — Гостей не консультирую.

Специализация: Эзотерика (Гадания онлайн, Магия, Биоэнергетика, Парапсихология, Фэн-шуй, Хиромантия, Толкование сновидений, Таро, Руны, Целители, Мистика, Нумерология, Экстрасенсы, Обереги, талисманы) Медицина (Фармация, Гомеопатия,

Педиатрия, Беременность и роды, Классическая медицина) Красота, Здоровье (Косметология, Нетрадиционная медицина, Здоровое питание, Спорт, Имидж и стиль, Восточная медицина, Рэйки, Аюрведа, Литотерапия, Ароматерапия).

Как видно из приведенных текстов, дискурсивный код совмещает в них черты рекламных манипуляций и проявляет иррациональные ментальные установки. Эти тексты имеют некоторые формальные признаки рекламы: слоган, рекламный девиз, сведения об услугодателе, информация об услуге, реквизиты. Однако иррациональный вектор отбирает для создания текста специфические языковые единицы. Так, в данных текстах отсутствует характерная для современной рекламы экспрессивная составляющая (экспрессивная лексика, языковая игра, фразеологизмы, жаргонизмы), а характер заимствований отличается от типичных для рекламы (как правило, в них отсутствуют англицизмы и американизмы).

Смысловое пространство эзотерического рекламного текста формируется тематическими цепочками номинативно-лексических средств (тезаурс дискурса / текста). Лексический состав текстов с очевидностью проявляет их иррациональный модус: *порча, сглаз, родовое проклятие, зеркальная защита, гадания, отворот, приворот, коррекция ауры, чакра, талисман-оберег, духовная чистка, руны, предсказания, колдовство, карма, астрал, аюрведа* и под. П. Б. Паршин замечает, что «в силу разнообразия лексической семантики выбор слов оказывается универсальным инструментом, с помощью которого осуществляются самые разные виды воздействия» [Паршин 2016].

Для данных текстов характерен особый концептуальный фон, который выражается через такие концепты, как *судьба, посвящение, любовь, болезнь, бизнес, деньги*. Процессы семантической изотопии, возникающие в дискурсе, вызывают в данных текстах изменение семантики слов и концептуальных смыслов, выражаемых фундаментальными философскими и религиозными понятиями (например: *Бог, вера, посвящение* и т. п.). Как правило, этот процесс ведет в сторону их девальвации. Так, в достаточно малом текстовом пространстве прагматика ситуации объединяет трансцендентные и бытовые смыслы: *алтайские маги и целители... ведут консультативно-практическую деятельность в круглосуточном режиме, ...состоится посвящение с пятидесятипроцентной скидкой в каналы в режиме св. Будды, св. Моисея и св. Иисуса... Диагностика кармы и бизнес-прогноз; Любовная, денежная магия.*

Эксплуатация эзотерического знания способствует насыщению эзотерической рекламы специальной терминологией: *медитация, нумерология, астрология, реинкарнация, магия, мистика, оккультизм, спиритуализм, каббала, теософия, антропософия, космоэнергетика, биоэнергетика, руны, таро, экстрасенсы, медиум, чакры* и др., что способствует созданию особой мистической тональности текстов [Новоженова 2016: 179].

Выбор слов и эквивалентных им сочетаний является наиболее освоенным языковым инструментом речевого воздействия в дискурсе. «Называть социальные явления — значит вызывать их к жизни», — писал в свое время известный социолог Б. Бурдьё [Бурдьё 1993]. Именно через номинацию явлений в тексте современные маги, целители, колдуны показывают свою власть над действительностью. Следуя мистической и эзотерической логике, события реальной жизни, фиксируемые эзотерической рекламой, определены «нерациональными» обстоятельствами: *сглазом, психоэнергетикой, негативным воздействием, родовым проклятием* и т. п. Убеждающая манипуляция проявляется в создании коммуникативных типажей, масок. Этой цели служат имена собственные (*Габриэла, Гиацинта, Жермена* и т. п.), использование статусных титулов и званий (*академик ясновидения и целительства, Магистр Высшей Магии Международного класса, потомственная колдунья, Сеньорита Гиацинта* и т. п.).

Результаты исследования. Генеральной когнитивной стратегией, которая осуществляется в подобного типа текстах, является стратегия онтологизации знаний, т. е. интеграция знаний адресанта в модель мира адресата. Она происходит при помощи вариативной интерпретации действительности [Баранов, Паршин 1986] и тактики навязывания пресуппозиции. В конечном результате это может привести к формированию новой картины мира у адресата, или, в случае неприятия предлагаемой интерпретации действительности, создает у него когнитивный и познавательный диссонанс, т. е. может выработать позитивное или негативное отношение у адресата к предмету сообщения.

Выводы. Тексты проанализированных двух жанров — гороскопа и эзотерической рекламы — свидетельствуют о формировании в массмедийном пространстве дискурсивных формаций, проявляющих социальные практики, ментальные установки и коммуникативные потребности современного российского общества. Эзотерическая реклама и гороскоп являются специфическими жанрами, создаваемыми на основе особой коммуникативно-когнитивной программы, включающей в себя иррациональные ментальные установки и прагматику массовой культуры. Эта программа обуславливает целенаправленный отбор речевых и языковых средств, направленный, в конечном итоге, на изменения как индивидуального, так и общественного сознания, или, в терминах когнитивной лингвистики, картины мира адресата.

Можно утверждать, что в современном медиапространстве укрепляется эзотерический дискурс, который использует достижения современной информационной индустрии, эксплуатирует положения и понятия религии и философско-интеллектуальных течений, а также использует приемы, методы и «идеалы» массовой культуры, демонстрируя речевую системность в отборе и качестве языковых средств для создания порядка дискурса.

ЛИТЕРАТУРА

Аблеев, Сергей. Махатмы и этический гнозис: формирование идейно-философской традиции антропокосмизма. Тула: Проект ММ, 2006.

Бабаева Е. В. Тексты гороскопов как отражение социальных ценностей и норм // Массовая культура на рубеже XX–XXI веков: человек и его дискурс / под ред. Ю. А. Сорокина, М. Р. Желтухиной; РАН, Ин-т языковедения. М.: Азбуковник, 2003. С. 212–220.

Баранов А. Н., Паршин П. Б. Языковые механизмы вариативной интерпретации действительности как средство воздействия на сознание // Роль языка в средствах массовой коммуникации. М.: ИНИОН, 1986.

Барт, Ролан. Мифологии: пер. с фр. М.: Изд-во Сабашниковых, 2000.

Бурдьё, Пьер. Социология политики: пер. с фр. М.: Socio-Logos, 1993.

Ворожбитова А. А., Романенко Л. Л. Эзотерический дискурс-ансамбль в системе дискурсивных процессов гносеологически ориентированной коммуникации российского социокультурно-образовательного пространства // Изв. Сочин. гос. ун-та. 2013. № 3 (26). С. 189–193.

Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. М.: Гнозис, 2004.

Карпова О. В. Астрологический прогноз как жанр массовой литературы: образ читателя-потребителя // Филология в системе современного университетского образования: матер. науч. конф. Вып. 7. М.: Ун-т рос. акад. образ., Фмлол. ф-т, 2004. С. 352–254.

Кузьминская С. И. Некоторые характеристики эзотерического дискурса // Universum: филология и искусствоведение: электрон. науч. журн. 2014. № 7(9). URL: <http://7universum.com/ru/philology/archive/item/1455>.

Лункин Р. Н. Новые религиозные движения в России: христианство и постхристианство в зеркале новых богов и пророков // Двадцать лет религиозной свободы в России / под ред. А. В. Малашенко, С. Б. Филатова; Моск. Центр Карнеги. М.: Рос. полит. энцикл., 2009. С. 329–394.

- Массовая культура: учеб. пособие / К. З. Акопян, А. В. Захаров, С. Я. Кагарлицкая и др. М.: Альфа-М, ИНФРА-М, 2004.
- Мишланов В. А. Молитва как речевой жанр // Прямая и непрямая коммуникация: сб. науч. ст. / под ред. В. В. Дементьева. Саратов: Колледж, 2003. С. 290–302.
- Мишланов В. А., Худякова Е. С. О жанровой специфике текстов церковно-религиозного стиля // Филологические заметки. Вып. 2008. Ч. 2. Речеведение и лингводидактика. URL: <http://philologicalstudies.org/dokumenti/2008/>.
- Новоженова З. Модальность и тональность в эзотерическом тексте // Категория модальности в речевой коммуникации: сб. науч. тр. / под ред. И. Ю. Куксы. Калининград: Изд-во Балт. федерал. ун-та им. И. Канта, 2016. С. 174–180.
- Паршин П. Б. Речевое воздействие // Единая коллекция ЦОР. 2006–2016. ФГАУ ГНИИ ИТТ «Информика». URL: <http://files.school-collection.edu.ru/dlrstore/4be4c290-3db5-c4ef-05a5-6aac-5078c5b3/1009689A.htm>.
- Пелипенко А. А., Хачатурян В. М. Когнитивные истоки «магического Ренессанса» // Человек. 2009. № 3. С. 35–44.
- Розанова Н. Н. Сфера религиозной коммуникации: храмовая проповедь // Современный русский язык: социальная и функциональная дифференциация / под ред. Л. П. Крысина; РАН им. В. В. Виноградова. М.: Языки слав. культуры, 2003. С. 343–363.
- Сурков Д. В. Мистический текст как результат рационализации мистического опыта // Философские науки: омск. науч. вестн. 2012. № 4(111). С. 152–155.
- Социология: энциклопедия / сост. А. А. Грицанов, В. Л. Абушенко, Г. М. Евелькин и др. Минск: Книж. дом, 2003.
- Философский энциклопедический словарь / гл. ред.: Л. Ф. Ильичёв, П. Н. Федосеев, С. М. Ковалёв, В. Г. Панов. М.: Сов. энцикл., 2010.
- Чешко В. Ф., Иванецкая Л. В., Глазко В. И. Постиндустриальная наука XXI века — рационализм versus иррационализм: эволюционно-философский аспект // Вестн. Рос. акад. естеств. наук. 2011. № 3. С. 68–77.
- Nowożenowa Z. Стили, жанры и дискурсы в коммуникативно-речевом пространстве современной России: иррациональный дискурс // *Odmiany i style współczesnego języka polskiego i rosyjskiego*. Katowice: Ofic. Wyd. Waław Walasek, 2013. S. 53–78.

REFERENCES

- Ableev S. R. Mahatm's and ethical gnosis: formation of ideological and philosophical tradition anthropocosmism [Makhatmy i eticheskiygnozis: formirovaniye ideyno-filosofskoy traditsii antropokosmizma]. Tula, 2006.
- Babaeva E. V. Texts of horoscopes as a reflection of social values and norms [Teksty goroskopov kak otrazhenie social'nyh tsennostey i norm] // Mass culture at the turn of XX–XXI centuries: man and his discourse [Massovaya kultura na rubezhe XX–XXI: chelovek i ego diskurs] / ed. by Y. A. Sorokin, M. R. Zheltukhina; RAS, Institute of Linguistics. Moscow, 2003. P. 212–220.
- Baranov A. N., Parshin P. B. Linguistic mechanisms of various interpretation of the reality as a means of affecting consciousness [Yazykovye mekhanizmy variativnoj interpretacii dejstvitel'nosti kak sredstvo vozdeystviya na soznanie] // Language role in communication media [Rol' yazyka v sredstvakh massovoi kommunikatsii]. Moscow: INION, 1986.
- Bart R. Mythology [Mifologii]. Moscow, 2000.
- Burd'e P. Sociology of Politics [Sotziologiya politiki]. Moscow: Socio-Logos, 1993.
- Cheshko V. F., Ivanitskaya L. V., Glazko V. I. Post-industrial science of XXI century — rationalism versus irrationalism: evolutionary and philosophical aspect [Postindustrial'naya nauka XXI veka: ratsionalizm versus irratsionalizm: evolyutsionno-filosofskij aspekt] // Bul. of the Rus. Acad. of Natural Sci. [Vestn. Ros. akad. jestestv. nauk]. 2011. No. 3. P. 68–77.

- Karasik V. I.* Linguistic Circle: Personality, concepts, discourse [Yazyikovoy krug: lichnost, kontseptyi, diskurs]. Moscow: Gnosis, 2004.
- Karpova O. V.* Astrological forecast as a genre of mass literature: image of a reader-consumer [Astrologicheskij prognoz kak zhanr massovoj literatury: obraz chitatelya-potrebatelya] // Philology in the system of modern university education [Philologiya v sisteme sovremennogo universitetskogo obrazovaniya]. 2004. Vol. 7. P. 352–254.
- Kuzminskaya S. I.* Some characteristics of esoteric discourse [Nekotorye harakteristiki ezotericheskogo diskursa] // Universum: Philology and art criticism: electronic scientific journal [Universum: Filologiya i iskusstvovedeniye: elektronii nauchnii zhurnal]. 2014. No. 7(9). URL: <http://7universum.com/ru/philology/archive/item/1455>.
- Lunkin R. N.* New religious movements in Russia: Christianity and post-Christianity in the mirror of new gods and prophets [Novye religioznye dvizheniya v Rossii: hristianstvo i posthristianstvo v zerkale novyh bogov i prorokov] // Twenty years of religious freedom in Russia [Dvadtsat' let religioznoi svobodi v Rossii] / Moscow Carnegie Center. Moscow: Ros. polit. entsikl., 2009.
- Mass culture* [Massovaya kul'tura: utcheb. posobie] / K. Z. Akopyan et al. Moscow, 2004.
- Mishlanov V. A.* Prayer as a speech genre [Molitva kak rechevoyzhanr] // Direct and indirect communication [Pryamaya i nepryamaya kommunikatsiya] / ed. by V. V. Dementiev. Saratov: College, 2003.
- Mishlanov V. A., Khudyakova E. S.* On genre specificities of church-religious texts' style [O zhanrovoy specifike tekstov tserkovno-religioznogo stilya] // Philological notes [Filologicheskiye zametki]. Is. 2008. Pt 2. URL: <http://philologicalstudies.org/dokumenty/2008/1.pdf>.
- Novozhenova Z.* Modality and tonality in the esoteric text [Modal'nost' i tonal'nost' v ezoterichskom tekste] // Category of modality in speech communication: proceedings [Kategoriya modal'nosti v rechevoi kommunikatsii] / ed. by I. Y. Kuksa. Kaliningrad, 2016. P. 174–180.
- Nowozhenova Z.* Styles, genres and discourses in speech and communication environment of modern Russia: irrational discourse [Stili, zhanry i diskursy v kommunikativno-rechevom prostranstve sovremennoj Rossii: irratsional'nyj diskurs] // Odmiany i style współczesnego języka polskiego i rosyjskiego. Katowice: Ofic. Wyd. Waclaw Walasek, 2013. S. 53–78.
- Parshin P. B.* Speech influence [Rechevoe vozdejstviye] // Unified collection of digital educational resources 2006–2016 FSSI GosNII ITT “Informika” [Yedinaya kolleksiya TER 2006–2016 FGAU GNII ITT «Informika»]. URL: <http://files.school-collection.edu.ru/dlrstore/4be4c290-3db5-c4ef-05a5-6aac-5078c5b3/1009689A.htm>.
- Pelipenko A. A., Hachaturyan V. M.* The cognitive origins of the “magic in the Renaissance” [Kognitivnye istoki «magicheskogo Rennessansa»] // Human [Chelovek]. 2009. No. 3. P. 35–44.
- Philosophical Encyclopedic Dictionary* [Filosofskiy entsiklopedicheskiy slovar] / ed. L. F. Ilicheva, P. N. Fedoseyev, S. M. Kovalev, V. G. Panov. Moscow, 2010.
- Rozanova N.N.* Scope of religious communication: temple sermon [Sfera religioznoj kommunikatsii: hramovaya propoved'] // Modern Russian language: social and functional differentiation [Sovremennyiy russkiy yazyk: sotsialnaya i funktsionalnaya differentsiatsiya] / ed. by L. P. Krysin; RAN them V. V. Vinogradov. Moscow, 2003.
- Sociology: an Encyclopedia* [Sotsiologiya: Entsiklopediya] // A. A. Gritsanov, V. L. Abushenko, G. M. Evelkin et al. Minsk, 2003.
- Surkov D. V.* The mystical text as a result of rationalization of mystical experience [Misticheskij tekst kak rezul'tat ratsionalizatsii misticheskogo opyta] // Philosophical sciences: Omsk Sci. Bul. [Filosofskie nauki]. 2012. No. 4(111). P. 152–155.
- Vorozhbitova A. A., Romanenko L. L.* Esoteric discourse-ensemble in the system of discursive processes of gnosiological-oriented communication of Russian socio-cultural and educational environment [Ezotericheskij diskurs-ansambl' v sisteme diskursivnykh protsessov gnoseologicheskii oriyentirovannoy kommunikatsii rossiyskogo sotsiokul'turno-obrazovatel'nogo prostranstva] // Sochi State Univ. Sci. Bul. [Izv. sochin. gos. un-ta]. 2013. No. 3. P. 189–193.

ТИПОЛОГИЯ МЕДИАРЕЧИ

УДК 811.161.1'271.12+811.161.1'27.16;
ББК 81.2Рус;
ГРНТИ 16.21;
КОД ВАК 10.02.01

Т. А. Милёхина
Харбин, КНР

НЕПОЛИТИЧЕСКИЙ ДИСКУРС В ПОЛИТИЧЕСКИХ ТОК-ШОУ

Татьяна Алексеевна Милёхина, доктор филологических наук, профессор кафедры русского языка факультета иностранных языков Харбинского политехнического университета.
150001, Китайская народная республика, Хейлунцзян, район Нанга, ул. Вест Даджи, 92.
E-mail: <http://www.hit.edu.cn>; tmilehina@yandex.ru.

Постановка проблемы. В последнее время в российском медиапространстве широкое распространение получили политические ток-шоу разного характера. В прямом эфире актуальные проблемы обсуждают политологи, депутаты, военные эксперты, ученые, писатели, журналисты, деятели культуры. Появление таких передач позволило зрителям услышать современную публичную речь, оценить ораторские способности политической, военной, культурной элиты, наблюдать речевое поведение медийных персон.

Общественно-политическое ток-шоу, по определению О. Н. Паршиной, — сложное речевое событие политической сферы, которому свойственны общественный характер, официальность и публичность [Паршина 2004: 26]. Однако возникновение всё новых и новых передач «разговорного» жанра, многие из которых (а сегодня можно сказать, что все) «идут в прямой эфир, то есть никак не редактируются по языку» [Лаптева 2000: 12], приводит к тому, что в публичном официальном пространстве, ограниченном определенной тематикой, появляются речевые эпизоды не публичного, межличностного общения. Актуальность изучения таких дискурсивных отрезков, выходящих за тематические рамки передачи, определяется тем, что они не только демонстрируют индивидуально-речевые особенности конкретного человека, общий уровень культурно-речевого состояния современного российского общества, но и во многом формируют этот уровень, поскольку именно речь СМИ напрямую воздействует на массы, вторгается в каждый дом, в личную сферу индивида [Прозоров 2005: 36]. В центре внимания в данной статье находится телевизионная речь, речевое поведение участников ток-шоу.

История вопроса. Телевизионные ток-шоу изучаются в современной научной литературе журналистами, политологами, лингвистами, культурологами. Журнали-

сты исследуют манипулятивные приемы воздействия на аудиторию [Кузин 2001], анализируют психологию телевизионной коммуникации [Матвеева и др. 2000]. Культурологи называют ток-шоу парадialogом, постмодернистской пародией на классический диалог [Поцелуев 2015]. Лингвистов интересует культура речи участников ток-шоу [Воронина 2014; Королькова 2001], жанровые особенности передачи [Могилевская 2006]. Дискурсивный анализ ток-шоу проводится как комплексное исследование типов участников, их целей, ценностей, стратегий [Салихов 2014], ролевого взаимодействия [Зинченко 2010].

Лингвистами отмечалось и отмечается, что «телеречь, живая речь носителей литературного языка» [Лаптева 2000: 19], — это речь, звучащая в публицистическом социальном пространстве [Солганик 2007: 26], в сфере информационно-эмоционального взаимодействия всего общества [Карасик 2010: 182], речь, в которую вовлекается почти неограниченное количество участников, по-разному ее интерпретирующих [Чернышова 2012: 196]. В связи с этим особое внимание привлекает то новое в телевизионной речи, что получило распространение в последнее время, а именно — существенное сближение телевизионной речи с речью спонтанной, разговорной, сближение публичного официального общения с неофициальным. Именно поэтому все чаще в политических ток-шоу появляются такие речевые фрагменты, которые содержат отступления разного характера от главной темы обсуждения, т. е. реплики, отдельные высказывания, дискурсивные отрезки, выходящие за тематические рамки передачи.

Описание методики исследования. Используется методика дискурсивного анализа, самого разностороннего и многообразного из всех методов, позволяющих анализировать процесс человеческого общения [Леонтович 2011: 104], метода, который «способствует активному вмешательству в социальные практики, которые он исследует и дает рекомендации в отношении того, как это следует сделать» [Blommaert 2005: 25].

На протяжении нескольких месяцев 2015–2016 гг. из телевизионных ток-шоу на разных каналах выписывались фатические эпизоды, которые были потом проанализированы. В статье используются материалы таких телевизионных шоу, как «Воскресный вечер с Владимиром Соловьёвым» (Вв), «Поединок» (П-к) канала «Россия», «Право голоса» (Пг), «Право знать» (Пз) канала ТВЦ, «Политика» (П-ка) Первого канала, «Большинство» (Б) канала НТВ.

Анализ материала. Как показывают наблюдения, отступления от центральной обсуждаемой проблемы бывают в том случае, когда участники ток-шоу отвлекаются от обсуждения основной проблемы и говорят о личностных характеристиках собеседников. В передачах участвуют живые люди, поэтому в дискуссии проявляются их личные симпатии и антипатии друг к другу.

Отступления от центральной обсуждаемой темы зачастую обусловлены гендерным фактором, играющим «заметную роль среди параметров, определяющих характер протекания, структуру и содержание диалога» [Крейдлин 2005: 9].

Как правило, большинство выступающих в студии — мужчины, поэтому присутствие женщин в аудитории политического шоу вызывает особые «гендерные» реакции выступающих. Вот только некоторые примеры из речи С. Михеева: *Майкл / следи за риторикой / женщины пугаются* (Вв 29.05.2016) и В. Жириновского: *Дайте даме слово // Единственная женщина в студии* (Вв 05.06.2016). Женщины понимают свое положение и подчеркивают его, в некоторых случаях намеренно педалируя свое гендерное право. Об этом свидетельствуют следующие слова Яны Тоом, депутата Европарламента от Эстонии: *Я просто не умею так разговаривать / Я начну свистеть / визжать / пла-*

кать / вам это нужно? Я думаю / нет. — Соловьёв. Подождите / подождите / Часть про плакать я предлагаю убрать / а визжать и свистеть / это очень интересно. — Тоом. Я со свистком в следующий раз приду / Я давно планирую // Сюда без свистка к вам ходить нельзя (Вв 29.05.2016).

Еще один способ обратить особое внимание на пол, а не на мнение участника телепрограммы, — сделать комплимент выступающей в эфире женщине. Комплименты женщинам, участницам передачи, могут быть комплиментами по сути дела, такими, как, например, в словах Я. Корэйбы, польского журналиста: *Дайте даме договорить / тем более что интересно говорит* (Пг 10.03.2016). Но встречаются также и комплименты женской красоте: Соловьёв. *Я знаю / как побороться за симпатии населения / сейчас вот покажем красивую женщину и все симпатии наши.* — Оксана Бойко, тележурналист Russia today. *На прошлой неделе в связи с взятием Пальмиры мне позвонил телеканал Аль-Джазира / попросил интервью / и всё интервью закрыл видео / то есть меня / лица не показали в принципе.* — Надеждин. *Это потому что / Оксан / на Вас паранджи не было / это ж арабский мир.* — Бойко. *Нет / я думаю / это для того / чтобы не показать Россию с человеческим / а тем более женским лицом.* — Надеждин. *Это ж Восток / Восток / Просто если б они Вас показали / как Вы выглядите / арабы больше не смотрели бы ни на что / только на Вас / **Вы очень красивая женщина.*** — Бойко. *Но это тоже форма убеждения / очевидно / мне в ней отказали...* (П-к 07.02.2016). В другой программе В Соловьёв, обращаясь к гостье из Украины, таким образом предлагает ей высказаться: *А можно дама скажет / которая ещё вдобавок умна и прекрасна* (Вв 21.02.2016). Обращаясь к спортсменке-фехтовальщице, ведущий сожалеет о том, что красавица выступает на соревнованиях в защитном шлеме, скрывая свое лицо (Вв 21.08.2016).

Комплименты женщинам-оппонентам иногда являются и средством завуалированной полемики. Например, высказывание украинского политолога В. Ковтуна содержит не только комплименты И. Яровой, но и несогласие с ее мнением: *Во-первых / я очень искренне рад / что госпожа Яровая / **авторитетный политик** / вновь обратилась к украинской тематике // Вот я её в этой студии уже ну как бы год не видел.* — Соловьёв. *Соскучились?* — Ковтун. *Ну конечно / **очень красивая женщина и авторитетная** / и к её мнению прислушиваются / Но оценки / которые даны / они собственно не соответствовали действительности* (Вв. 20.03.2016).

Чтобы хоть немного разрядить возникшее напряжение от столкновения различных мнений и точек зрения, опытные ведущие отвлекают спорщиков от сути спора, намекая на флирт в прямом эфире. Например: Соловьёв. *Борис Борисович / а Вы продолжите вашу с Оксаной интересную беседу / но после рекламы.* — Надеждин. ***Я не могу оторваться от Оксаны** / можно я продолжу.* — Соловьёв. *Ну я Вам дам рекламу / чтобы Вы во время рекламы / могли не отрываться.* — Надеждин. *Хорошо.* — Соловьёв. ***Я прервал ваш роман в самом разгаре / Борис с Вами активно кокетничал / не отвечая / тем не менее / на Ваш вопрос.*** — Надеждин. *Ну какие... / Я другое хотел сказать...* — Соловьёв. *Оправдывается // Какой Вы неприятный мужчина* (П-к 07.02.2016).

Однако гораздо чаще гендерный фактор, участие женщин в передачах обыгрывается не только в комплиментарном для них ключе. Высказывания женщин-политиков нередко могут подвергаться ироническим комментариям. Например, реакция В. Соловьёва на реплику Оксаны Бойко: *...всё / к чему прикасается Россия / превращается в оружие и я уверена / что через пару лет или может быть / месяцев / балет / водка / русские женщины / ракеты «Союз»... всё что угодно...* — Соловьёв. *Женщин попрошу не*

трогать. — Бойко. ... всё будет внесено в санкционный список как оружие и орудие Кремля. — Соловьёв. *Выдаёте секреты / подталкиваете к нехорошим идеям / Оксана // Они же вот сейчас за вами записывают и так список и опубликуют* (П-к 10.03.2016).

Мнение женщин-участниц телешоу часто становится поводом для шуток и юмористических интерпретаций, что демонстрирует не слишком серьезное восприятие их речи собеседниками-мужчинами. Приведем примеры таких ситуаций. Утверждение В. Кузьминой, политического обозревателя телеканала ТВЦ, о том, что *В принципе статистический обыватель / он что в Европе / что на Украине / что у нас / он крайне доверчив*, вызывает шутовскую ассоциативную реакцию Б. Надеждина: **Можно мне под 3 процента годовых дать кредит?** (Пг 19.04.2016). А слова Е. Пономарёвой, профессора МГИМО, просто подвергаются прямой обструкции того же Б. Надеждина: Пономарёва. *Я щас произнесу фразу / автора которой узнает любой человек / который где бы ни находился в мире / если кто-то решил утонуть / то спасти его не нужно.* — Надеждин. *Это Герасим.* — Пономарёва. *Нет / это не Герасим / это Путин.* — Надеждин. *Да? Вот чёрт!* — Пономарёва. *Дальше он сказал следующую вещь / Вы не смотрели / видимо / прямую линию.* — Надеждин. **Кого Вы с Му-му сравнили?** (Пг 21.04.2016).

Подобного рода отступления — неважно, являются ли они комплиментарными для участниц телепередач или в их основе насмешка, легкая или злая ирония, — с одной стороны, можно воспринимать как свидетельство недостаточно высокого уровня культуры в нашем обществе, поскольку характер передач не позволяет обсуждать личностные характеристики выступающих: предметом дискуссии должна быть только высказываемая точка зрения. Однако с другой стороны, гламурное этикетное поведение в эфире, возможно, выполняет функцию умиротворения, сглаживания конфликтов, как замаскированное под комплимент или шутку осуждение, явное несогласие с мнением его оппонента, даже виртуозная замена грубости в оценке противоположной позиции.

Иногда отступления могут быть связаны с обсуждением внешнего вида собеседника. В неполитических фрагментах дискурса объектом критики может стать внешность человека. Одна из таких ситуаций стала темой для словесной дуэли ведущего передачи А. Гордона и приглашенного участника Л. Гозмана. А. Гордон, обращаясь к украинскому гостю Евг. Белоножке, политобозревателю интернет-портала «Polonews», позволил себе следующую реплику: *Жень / извините / что я так вас обнюхал / но мне кажется / что ваша причёска щас / хотя очень модная на Украине / называется недочуб // Вы либо чуб / либо не чуб // Так вы объясните / вы-то кто / вы чуб или не чуб?*

В защиту Белоножки выступил Гозман, который весьма справедливо осадил ведущего: *Мне кажется / что неправильно / недостойно страны обсуждать / серьёзную проблему подменять насмешками над тем / как звучит фамилия человека / Мне кажется неправильно / недостойно страны смеяться над причёской приглашенного вами же человека сюда // Мне кажется / это неправильно.* Гордону пришлось защищаться: *Я просто хотел спросить / сколько часов в день он на эту причёску тратит* (П-ка 30.03.2016). Безусловно, целью реплики А. Гордона было явное унижение участника передачи, который представлял противоположные политические убеждения.

Чаще внешний вид гостей передачи или самого ведущего становится основой для шутовских замечаний, которые позволяют смягчить слишком обострившуюся дискуссию, а иногда снизить излишне пафосную речь выступающего. Этот прием — намеренно сниженное шутовское обыгрывание излишнего веса гостей эфира часто использует в своих передачах В. Соловьёв. Например, фермер А. Саяпин рассказывает о себе: *Если говорить обо мне / то я работаю только с натуральным продуктом.* —

Соловьёв. *По вам видно // Пышите здоровьем // Хотя некоторые вам завидуют. — Саяпин. Ну ничего / я себя хорошо чувствую / так что... Здесь закончил рязанскую сельхозакадемию заочно // Ну получил бумажку / что не идиот (Вв 17.04.2016).* Или еще пример юмористического подтрунивания над собой в диалоге В. Соловьёва и Е. Сатановского. Соловьёв. *Евгений Янович / при всём моём уважении / людей нашей с вами комплекции пытаются на фронт не отправлять / потому что если не дай бог / ранят / тяжело вытаскивать // Мы крупненькие / мы можем закрыть собой территорию / поэтому давайте на интеллектуальном фронте. — Сатановский. Наоборот // Меня можно использовать как бочковую бомбу. — Соловьёв. Ага! Запрещённое оружие! Майкл Бом будет выражать вам протест. — Сатановский. А почему нет? Сто пятнадцать килограмм / По крайней мере какой-нибудь бункер я собой пробью (Вв 21.02.2016).*

Предметом обсуждения может стать и одежда участника шоу. Так, например, В. Соловьёв, обращаясь к одной из участниц передачи, представительнице Украины, одетой в костюм красного цвета, сказал: *Я надеюсь / что Вы не в цвета Красной Армии сегодня одеты? Ваш дед воевал в Красной Армии / в какой армии? Ваш дед воевал в Красной Армии?* (Вв 20.03.2016). В этом примере Соловьёв грубо и некорректно разговаривает с приглашенной гостьей. Несмотря на то что его эмоции как ведущего понятны, такого рода высказывания граничат с оскорблением и безусловно должны быть оценены как недопустимые в эфире.

Довольно часты в политических ток-шоу отступления, связанные с языком, речью, словарем участников передач. «Метакоммуникация в самых общих чертах составляет ту часть общения, которая направлена на самоё себя, на общение в целом и его различные аспекты» [Макаров 2003: 197]. В ток-шоу оценивается яркий образный язык приглашенного гостя. Например, Д. Куликов, обращаясь к Е. Сатановскому, говорит: *Спасибо вам за содержательный / как всегда / разговор / Евгений Янович / и особое спасибо за ваш образный язык (Пз 30.01.2016).*

Участники дискуссии нередко обсуждают функционирование и значение тех или иных слов. Например, рассматривается употребление обращений *граждане* и *товарищи*, различия в значениях слов *менеджер* и *вождь*; обсуждается ударение в слове *феномен*. В. Милонов. *Ведь мы же говорим о чём / **граждане** коммунисты... — Г. Зюганов. **Товарищи!** — Милонов. **Товарищи** / хорошее слово / Давайте спросим / **Товарищи коммунисты** / хотят ли они с почестями похоронить человека? — В. Соловьёв. Поэтому здесь как раз фантастический **феномен** / хотя многим нравится **феномен**. — Зюганов. Мне **менеджер** не нравится / он был **вождь** и руководитель. — Соловьёв. **Вождей-то** как раз было много / а вот людей / которые могли бы создать новый тип государственности / найти людей / заставить их работать / с них спрашивать. — Зюганов. Правильно. — Соловьёв. Выстроит новую логику / вот таких в истории человечества единицы / потому что многие **вожди** не могли справиться с заказчиками... и вот этот опыт мы / к сожалению / не изучаем (Вв 24.04.2016).*

Отношение к заимствованным, иноязычным словам позволяет выступающим проявить свою политическую позицию. Вот, например, высказывание С. Багдасарова, директора Центра изучения стран Ближнего Востока и Центральной Азии: *Мне как-то посчастливилось или как сказать там / доверили важный момент ведения этой конференции... — Р. Балаян. Вы будете **модератором**. — Багдасаров. Я это слово не знаю до сих пор / скажем / что обозначает / но скажем по-советски / **ведушим** / значит (Пз 26.04.2016).*

Зачастую актуальным становится вопрос употребления грубых оскорбительных слов, и на это реагируют собеседники. Например, реакция З. Дзенцеловского, польского журналиста, на вопрос Александра Гришина, политического обозревателя газеты «Комсомольская правда»: *Скажите пожалуйста / когда вот такая откровенная пурга несётся от официальных высокопоставленных лиц / кого считают дебилами / нас или своё население? — Зигмунд Дзенцеловский. Это очень интересный вопрос / который / как мне кажется / оставит свой отпечаток в польско-российских отношениях / Я бы только не употреблял термин дебилы / потому что это как бы немножко грубо* (Б 08.04.2016).

Разумеется, несмотря на кажущуюся неуместность, неполитические фрагменты тесно связаны с политическим дискурсом, и часто именно тема передачи дает основание выступающим для того или иного отвлечения. Опытные ораторы, прекрасно владеющие языком, украшают свои выступления цитатами. Например, С. Караганов, отвечая на провокационный вопрос польского журналиста, иронизирует, используя в качестве цитаты слова героя американского фильма: *Так вот ответ очень простой // Подождём / посмотрим // Насчёт того / что Вы не отпустите (Украину. — Т. М.) / есть такой замечательный актёр / Клинт Иствуд / который говорит Make my day! Это знаменитая его фраза / которая заключалась / Ну давайте / ребята / вперед! Значит / вы давайте тогда / не отпускайте* (Пз 16.01.2016). Е. Сатановский также не упускает случая процитировать известного человека: *Пока что я знаю Уинстона Черчилля / которому я верю больше / чем тебе / который говорил / что американцы / они / конечно / всегда найдут верный путь / только они сначала переберут все неправильные варианты* (Вв 10.07.2016).

Некоторые участники не отказывают себе в удовольствии проиллюстрировать свою точку зрения анекдотом. Например, Е. Ямпольская, главный редактор газеты «Культура», обсуждая вопрос о Мавзолее В. И. Ленина, говорит: *Самое главное / люди же боятся / те / которым он был дорог / что это произойдёт случайно / в одночасье / ночью вынесут / закопают / всё // Помните анекдот про двух грузин / которые пришли после 1 ноября 61-го года в Мавзолей // Говорят / А тут лежал такой красивый / в усах / где? А его говорят / родственники забрали / А этот что беспризорник / у него родственников нет?* (Вв 24.04.2016). С. Багдасаров также позволяет себе аргумент в форме политической байки: *А то мне это зачастую напоминает известный советский анекдот: колебались ли вы от курса партии? Нет / я колебался вместе с курсом // Пора занимать жёсткую гражданскую патриотическую позицию* (Вв 10.07.2016).

Приглашенные на ток-шоу гости знакомят зрителей со своими биографиями, делятся личными впечатлениями. Такие реминисценции из прошлого характерны, например, для выступлений Л. Калашникова: *Я работал на Волжском автомобильном заводе / между прочим / в отличие от тебя / который сидел в Москве и тралялякает до сих пор здесь* (Пг 10.03.2016). Зарубежные гости также пользуются этим риторическим приемом.

Нередко участники передачи рассказывают о своей семье. Например, таким образом представляет себя как потомственного парламентария Б. Надеждин: *История российского парламентаризма практически история моей семьи // Вот Михал Михалыч Сперанский... был родной брат моего прапрадеда // Они росли в семье священника / их взяли во Владимирскую семинарию и фамилию дали там / у крестьян же не было фамилии раньше / Моему предку дали фамилию Надеждин / а ему дали фамилию Сперанский / это Надеждин по латыни / А в Первую государственную думу баллотиро-*

вался по спискам РСДРП / между прочим / мой уже прадед / Борис Надеждин / вот / видите / как? ...Так что у меня семейное дело / Раз в сто лет Надеждин избирается в Государственную Думу (Пг 27.04.2016). Вспоминает о своей семье, но уже с другой целью, и В. Соловьёв: Вы такой вопрос интересный задали / Я вот так подумал / на свою семью перенёс // Вот у меня отец был 50 лет в партии / Я деда обожал // Вот он этим значком / «50 лет в партии» гордился // Я что / должен вытирать ноги о его прошлое и плевать на его могилу? Нет / вот вы понимаете / для нас для всех это вопрос и семейной истории (Вв 24.04.2016).

В студии обсуждается речевое поведение участников, которое получает оценку не только российских, но и зарубежных зрителей. Вот как ее озвучивает, например, Ю. Кублановский: Я просто хочу рассказать... не прямо по нашей теме // Недавно я был в соборе Александра Невского в Париже... много лет там служит такой замечательный батюшка / отец Анатолий / я подошёл к нему после литургии к кресту и вдруг он говорит мне: «Пожалуйста / передайте Соловьёву от меня лично / чтобы не разрешал гостям ругаться между собой / спорить / кричать друг на друга / мы тут ничего не понимаем» (Вв 24.04.2016). Замечания «не по теме» делают и сами выступающие в студии. Приведем примеры высказываний, в которых комментируются нормы речевого этикета. С. Караганов. Знаете / я не могу Вас называть Якуб / мы не друзья в отличие пока / в отличие от моих старых коллег / к которым я могу даже обращаться и на... Но всё равно буду по имени отчеству ко всем обращаться / а по фамилии / учитывая сложные отношения России и Польши / было бы некрасиво / поэтому я Вас назову Якубом Войцеховичем (Пз 16.01.2016); И. Яровая. Вы заметили / я Николая на «вы» называю / а он меня на «ты» // Николай / что за фамильярность? — Н. Злобин: Я думал / что мы с тобой на «ты» / но будем на «вы» (Вв. 10.07.2016).

Одна из функций ведущего неполитического дискурса — регулирование речевого поведения участников передачи. Но часто эту функцию выполняют участницы телешоу, женщины. Например, вот какова реакция Яны Тоом на эмоционально жесткое выступление И. Коротченко: Я понимаю / что это такой мужской коллектив / да / но давайте как-нибудь / чуть-чуть попытаемся / но тем не менее хотелось бы попытаться призвать нас всех чуть-чуть снизить градус (Вв 29.05.2016). Или о том же — реплика О. Зиновьевой, президента международного общества Россия-Германия: Я хочу немножечко остудить пыл и накал дискуссии (Вв 05.06.2016).

Разумеется, главный регулятор речевого поведения участников шоу — ведущий. Соловьёв. Вот давайте так / Иосиф / вы интеллигентный человек и взрослый / вы отличаетесь от многих людей тем / кроме всего прочего / что находясь на телевидении / вы должны показывать пример / И вы / Дмитрий / тоже // Поэтому я очень прошу как одного / так и другого / вот прекратить это детское пойдём выйдем / разберёмся / дам в морду / я очень прошу вас чётко и убедительно показывать пример гражданам / как вести дискуссию / а не срывать в истерики и взаимные оскорбления / как вам / так и вам (Вв 21.02.2016). Страсти на политических ток-шоу такие, что участники не только перебивают друг друга, что абсолютно недопустимо, но и кричат одновременно, из-за чего телезрители не могут понять, кто что говорит. В последнее время стало наблюдаться осуждение такого поведения со стороны не только ведущих, но и самих участников: Я вас не перебивал; дайте мне договорить — подобные фразы стали частотными. Например, Л. Калашников: Дай договорить; Я договорю / можно Коль? Дай договорить / Я ж не перебивал тебя / когда ты говорил / Успокойся немножко (Пг 10.03.2016); или Н. Стариков: Николай / вы сегодня так эмоциональны / но я прошу набраться терпения

и послушать (Вв 10.07.2016). Выступающие начали включать свои извинения, например, Руслан Осташко: *Я щас скажу очень непопулярную в России вещь / да простят меня Украина жители / Это будет очень цинично / но для России будет очень выгодно / если на Украине сейчас произойдёт третий майдан* (Вв 21.02.2016); или С. Багдасаров: *И ещё есть у нас одна плохая вещь / я извиняюсь / я щас заканчиваю* (Вв 10.07.2016).

Негативное речевое поведение возникает, когда неполитический дискурс содержит прямые оскорбления, выходит за пределы допустимых правил общения. К сожалению, в студии звучат и прямые оскорбления по религиозным мотивам. Так, один из участников программы, Руслан Курбанов, вопрошает Е. Сатановского: *Что ж вы со мной один на один не вышли / что ж вы испугались / Евгений Янович? Я вызываю на дуэль Вас / один на один. — Сатановский. Я полагаю Вас пустым местом / На дуэль я с вами выйду / брат мусульманин / исключительно на «Калашниковых» // Вести исламистскую шпану в эфир / не самое лучшее. — Курбанов. Нет / давайте сионистскую* (Вв 30.07.2016).

При этом в эфире не допускается мат, но грубые оскорбления бывают. Например, такие выражения употребил в одной из передач известный режиссер И. Райхельгауз в адрес журналиста Д. Куликова: *Это такой же фейк / как распятый мальчик // Вы мерзвец / щас подойду и дам в рожу / так влеплю / что / ...Мерзкий тип! — Соловьёв. Дим / успокойтесь // Иосиф / на место / Все стойте. — Райхельгауз. Мерзавец / Демагог стоит / мракобес. — Куликов. Вы убийцу защищаете в эфире. — Райхельгауз. Вы / демагог / лжёте стране большой // Лжёте каждое воскресенье вот здесь // Я не закончил / щас выйдем туда* (Вв 21.02.2016). Как видим, участники передач допускают возможность и публично в прямом эфире угрожать оппонентам рукоприкладством. Любопытно, что такие речевые поступки позволяют себе именно творческая интеллигенция. Вслед за режиссером проявляет горячность в споре и писатель. М. Веллер в пылу спора с В. Третьяковым также (правда, с извинением) обещает оппоненту силовую расправу: *Не перебивайте // Ну что за парад уродов стоит // Тебе бы только время заедать / Ну что за седой болтун / ей богу // Пока в свой адрес не получит / не успокоится / урод // Простите великодушно / здесь говорить можно. — Третьяков. Это же портит атмосферу в стране. — Веллер. Вот ты и портишь // И не первый год. На такой агрессивный выпад В. Третьяков отвечает с достоинством: Мы с Вами не пили ни разу на брудшафт // Вы старше меня / поэтому я / увы / ничего по отношению к Вам сделать не могу // <...> Нет / я не буду стоять рядом с этим человеком. — Р. Балаян. Выдохните и возвращайтесь // Я предлагаю поставить точку и переходить к теме программы без выяснения отношений / потому что это всё за гранью всё // Ну просто какое-то сумасшествие* (Пг 16.05.2016). М. Веллер не считает нужным извиниться или как-то хотя бы прокомментировать ситуацию и как ни в чем не бывало продолжает высказывать свою точку зрения.

Результаты исследования. Как показал анализ телевизионной речи, представленной в политических ток-шоу, она настолько спонтанна и эмоциональна, что содержит не только речевые ошибки, перестройки фраз на ходу, что свойственно разговорной речи, но и речевые фрагменты, содержащие отклонения от темы дискуссии: обсуждается внешность, одежда участников передачи, их манера говорить, их вербальное и невербальное поведение, профессия, национальность, конфессиональная принадлежность, их семья и даже пол. Как видим, несмотря на то что в выборе тематических репертуаров существует определенная степень свободы необходимости [Дейк 2015: 56], свободным содержанием ток-шоу выступают личностные характеристики участников,

т. е. отступления говорящих от тех ролей в телешоу, которые они, как приглашенные участники, должны выполнять. На наш взгляд, обсуждение внешности, одежды, поведения участников возможно, только если речь идет о самом говорящем. Высказывать же свое мнение о других категорически нельзя. Оценка профессиональной деятельности оппонента возможна только в комплиментарной форме. Негативные характеристики свидетельствуют о низком уровне речевой культуры и не могут служить аргументом или обоснованным доводом. Не желательна, но допустима в публичном общении в очень усеченном объеме личностная информация о себе — о своей семье, своих доходах, своих впечатлениях. Наконец, запретная тема для многих национальных культур — профессиональная принадлежность, к сожалению, иногда тоже возникает, встречаются и прямые оскорбления.

Выводы. Таким образом, исследование показало, что телеречь в политических ток-шоу все больше сближается с устной спонтанной разговорной речью, а публичное официальное общение начинает включать в себя элементы неофициального. Зрителям предлагается возможность не только обсудить какую-либо политическую или общественную проблему, но и увидеть и услышать конкретных людей, их отношения, их эмоции и реакции. Шоу имитирует живое общение. И так же, как и в естественном общении, в нем обнаруживаются различные отношения между людьми.

В публичной коммуникации становится возможным проявление личных отношений, грубые несдерживаемые эмоции, прямые оскорбления. Рамки публичности раздвигаются, деформируются, и, по законам шоу, внимание зрителей и наибольшие рейтинги получают передачи, включающие в себя скандалы, ссоры, ругань, воспринимаемые массовым адресатом как естественные и потому допустимые, что очень опасно. Вызывает опасение не то, что в споре сталкиваются представители разных стран, демонстрируя свободу мнений, что, безусловно, завоевание последнего времени, но то, что транслируемая несдержанность речи, опасная уже по своей природе, начинает восприниматься телезрителями как норма речевого поведения.

ЛИТЕРАТУРА

- Воронина Л. А. Культура спора в публицистических телепередачах // Российская наука и образование: проблемы и перспективы. 2014. № 4(3) С. 88–90.
- Дейк, Тён ван. Язык. Познание. Коммуникация. М.: Прогресс, 2015.
- Зинченко Я. Р. «Роль» как средство структурирования дискурсивного пространства в формате политических ток-шоу // Учен. зап. УО ВГУ им. П. М. Машерова. 2010. Т. 10. С. 47–53.
- Карасик В. И. Коммуникативные тенденции: регистры, понятия, тональности, сферы // Дискурс, текст, когнитивия. Нижний Тагил: Н.-тагил. соц. пед. акад., 2010. С. 164–183.
- Королькова Э. А. О некоторых типах этико-речевых ошибок: на примере обществ.-полит. телевизионных ток-шоу // Молодой учёный [Казань]. 2001. № 6. Т. 2 С. 20–23.
- Кузин В. И. Психологическая культура журналиста. СПб.: С.-Петерб. гос. ун-т, 2001.
- Крейдлин Г. Е. Мужчины и женщины в невербальной коммуникации. М.: Языки славян. культуры, 2005.
- Лаптева О. А. Живая русская речь с телеэкрана: разговорный пласт телевизионной речи в нормативном аспекте. М.: Едиториал УРСС, 2000.
- Леонтович О. А. Методы коммуникативных исследований. М.: Гнозис, 2011.
- Макаров М. Л. Основы теории дискурса. М.: Гнозис, 2003.
- Матвеева А. В., Анিকেева Т. Я., Мочалова Ю. В. Психология телевизионной коммуникации. М.: Психология, 2000.

Могилевская Э. В. Ток-шоу как жанр ТВ: происхождение, разновидности, приемы манипулирования // *Relga*. 2006. № 15(137). URL: <http://www.relga.ru/>.

Паршина О. Н. Стратегии и тактики речевого поведения современной политической элиты России. Астрахань: Изд-во Астрах. гос. тех. ун-та, 2004.

Поцелуев С. П. Политический парадиалог // *Политическая концептология: журн. метадисциплинар. исслед.* [Ростов-н/Д]. 2015. № 4. С. 29–53.

Прозоров В. В. Другая реальность. Саратов: Лицей, 2005.

Салихов А. Ю. Типология дискурса: дискурс ток-шоу // *Lingua mobilis* [Челябинск]. 2014. № 5(51) С. 44–53.

Солганик Г. Я. О структуре и важнейших параметрах публицистической речи (языка СМИ) // *Язык современной публицистики: сб статей / сост. Г. Я Солганик. М: Флинта, Наука, 2007. С. 13–31.*

Чернышова Т. В. Медiateкст: введение в заблуждение как прием создания выразительности и как уловка // *Стилистика сегодня и завтра: медiateкст в прагматическом, риторическом и лингвокультурологическом аспектах. М.: МедиаМир, 2012. С. 194–201.*

Blommaert J. *A Critical Introduction*. Cambridge: Univ. Press, 2005.

REFERENCES

Blommaert J. *A Critical Itronduction*. Cambridge: Cambridge Univ.y Press, 2005.

Chernyshova T. V. Media text: misrepresentation as a technique of creating expression and as a ploy [Mediatekst: vvedeniye v zabluzdeniye kak priyom sozdaniya vyrazitel'nosti i kak ulovka] // *Stylistics today and tomorrow: the media text in pragmatic, rhetorical, and linguistic and cultural aspects* [Stilistika segodnya i zavtra: mediatekst v pragmaticheskom, ritoricheskom i lingvokulturologicheskom aspektah]. Moscow, 2012. P. 94–201.

Dijk, Teun van. *Language. Knowledge. Communication* [Jazyk. Poznanije. Kommunikatsija]. Moscow, 2015.

Karasik V. I. Communicative trends: registers, concepts, key areas [Kommunikativnyje tendentsii: registry, ponyatiya, tonal'nosti, sfery] // *Discourse, text, cognition* [Diskurs, tekst, kugnitsija]: collect. monog. Nizhny Tagil, 2010. P. 164–183.

Korolkova E. A. Some of the types of ethical-speech errors [O nekotoryh tipah rechevyh oshibok]: for example, social-political television talk shows // *Young scientist* [Molodoj utchonyj] [Kazan]. 2001. No. 6. Vol. 2. P. 20–23.

Kreidlin G. E. Men and women in nonverbal communication [Muzchiny i zhensh'sh'iny v neverbal'noj kommunikatsii]. Moscow, 2005.

Kuzin V. I. Psychological culture of a journalist [Psihologicheskaja kul'tura zhurnalista]. St Petersburg, 2001.

Lapteva O. A. Living Russian language on television: spoken plast televised speech in the normative aspect [Zhivaja russkaja rech s teleekrana: razgovornyj plast televizionnoj rechi v normativnom aspekte]. Moscow, 2000.

Leontovich O. A. Methods of communicative research [Metody kommunikativnyh issledovanij]. Moscow, 2011.

Makarov M. L. *Fundamentals of the theory of discourse* [Osnovy teorii diskursa]. Moscow, 2003.

Matveeva A. V., Anikeeva T. Y., Mochalova Y. V. The psychology of TV communication. Fundamentals of the theory of discourse [Psihologija televizionnoj kommunikatsii]. Moscow, 2000.

Mogilevskaya E. V. Talk shows as a genre for TV: the origins, varieties, methods of manipulation [Tok-shou kak zavr TV: proishozhdeniye, raznovidnosti, priyomy manipulirovaniya] // *Relga*. 2006. No. 15(137). URL <http://www.relga.ru/>.

Parshina O. N. Strategy and tactics of verbal behavior of the modern political elite of Russia [Strategii i taktiki rechevogo povedeniya politicheskoy elity Rossii]. Astrakhan, 2004.

Potseluev S. P. Political Paradjanov [Politicheskij paradjaljg] // *Political conceptology* [Politicheskaja kontseptologija]: journ. of metadisciplinary research [Rostov-n/D]. 2015. No. 4. P. 29–53.

Prozorov V. V. Another reality [Drugaja real'nost']. Saratov, 2005.

Salikhov A. Yu. Typology of discourse: the discourse of the talk show [Tipologia diskursa: diskurs tok-shou] // *Lingua mobilis* [Chelyabinsk]. 2014. No. 5(51). P. 44–53.

Solganik G. J. On the structure and the vital parameters of the journalistic speech (language of media) [O strukyure i vazneyshih parametroh publitsisticheskoy rechi (jazyka SMI)] // *The Language of contemporary journalism* [Jazyk sovremennoj publitsistiki]. Moscow, 2007. P. 13–31.

Voronina L. A. The culture of arguing in a journalistic TV shows [Kul'tura spora v publitsisticheskikh peredatchah] // *Russian science and education: problems and prospects* [Rossiyskaya nauka i obrazovanie: problemy i perspektivy]. 2014. No. 4 (3) S. 88–90.

Zinchenko Y. P. “Role” as a means of structuring a discursive space in the format of political talk shows [«Rol'» kak sredstvo strukturirovaniya diskursivnogo prostranstva v formate politicheskikh tok-shou] // *The Sci. notes of UO VSU them P. M. Masherov* [Uchon. zap. UO VGU]. 2010. T. 10. S. 47–53.

УДК 81.23;
ББК 81.2-5;
ГРНТИ 19.41.41;
Код ВАК 10.01.10

.....

Лу Тинтин, Чжоу Синью
Пекин, Китай

ПОЛИТИЧЕСКОЕ ИНТЕРВЬЮ КАК ЖАНР ДИСКУРСА СМИ*

*Работа выполнена при финансовой поддержке проекта:
中国博士后科学基金第55批面上资助项目“政治语言学：理论与方法”
(2014M551283)。

.....

Лу Тинтин, кандидат филологических наук, старший преподаватель Второго пекинского университета иностранных языков (BISU), постдоктор Хэйлунцзянского университета. 10024, Китайская народная республика, Пекин, район Чао Ян, ул. Динфучжун Наньли, 1.

E-mail: lutingting0809@mail.ru.

Чжоу Синью, аспирант филологических наук, компания с ограниченной ответственностью “Trans-Asia Gas Pipeline Company Limited”.

100007, Китайская народная республика, Пекин, район Чао Ян, ул. Дунчжимэнь Бэйдацзе, 9.

E-mail: zhouxw0501@mail.ru.

© Лу Тинтин, Чжоу Синью, 2016

Введение. Средства массовой информации возникли и развивались как инструмент борьбы за политическую власть. Как отмечает Лю Хуажун, «начиная со дня своего рождения, в политику и политическую деятельность сразу же были вовлечены средства массовой информации как инструмент, средство, канал, а подчас даже как политика сама по себе» [Лю Хуажун 2001: 7]. В связи с бурным развитием технологий в области средств массовой информации взаимоотношения между политической коммуникацией и СМИ становятся все более тесными. СМИ играют огромную роль в политической сфере, оказывая влияние на международную обстановку. Политики все реже общаются с населением напрямую и все чаще делают это опосредованно, через такие СМИ, как печать, радио, телевидение, Интернет и др. Е. И. Шейгал рассматривала фактор СМИ как один из системообразующих признаков политического дискурса. «Особенностью политического дискурса на современном этапе является его опосредованность средствами массовой информации. СМИ являются важнейшим участником политической коммуникации, и исключение материалов СМИ из анализа значительно обеднило бы и исказило бы картину современного политического дискурса» [Шейгал 2004: 58]. Как отмечает В. И. Карасик, «особенность современного политического языка состоит в том, что средой его существования являются средства массовой информации» [Карасик 2002: 281]. Среди основных разновидностей политической коммуникации, предложенных А. П. Чудиновым, выделим политическую коммуникацию, которая осуществляется журналистами и при помощи журналистов. По мнению Чудинова, такая коммуникация также рассчитана на массовую аудиторию. Примерами могут служить интервью, аналитические статьи в прессе, написанные журналистами, политологами или политиками (часто при

помощи специалистов медиа). Журналисты в этом случае привлекают внимание аудитории к существующей проблеме, предлагают пути ее решения, сообщают об отношении к ней политических организаций и их лидеров, помогают политикам в реализации целей. Политически пассивные граждане воспринимают политическую информацию преимущественно в том виде, в каком она представлена в СМИ [Чудинов 2007: 36–37].

Справедливость этих слов подтверждается и речевой практикой китайских СМИ. Являясь непосредственным носителем и распространителем политически важной информации, современные китайские СМИ обладают огромной силой политического воздействия. Тесная и сложная взаимосвязь между СМИ и политикой не позволяет нам четко определить грань между политическим дискурсом и дискурсом СМИ. Акцентируя внимание на пересечении политического и дискурса СМИ, некоторые ученые используют такие термины, как политический дискурс СМИ (И. М. Кобозева, С. С. Резникова, К. В. Никитина, О. Ф. Автохутдинова, Ю. Ю. Черкасов), политический медиадискурс (А. А. Щипицына, С. В. Иванова), политический журналистский дискурс (О. В. Демидов), массмедийный политический дискурс (Л. А. Кудрявцева) и т. д. Как отмечает О. Ф. Автохутдинова, «политический дискурс СМИ — главный проводник политического воздействия на избирателей как в период предвыборных кампаний, так и в остальное время» [Автохутдинова 2007]. А. А. Щипицына определяет политический дискурс СМИ «как совокупность медиатекстов, относящихся к политической сфере общества» [Щипицына 2007]. С. В. Иванова рассматривает его как «медиадискурс политической направленности» [Иванова 2008]. Совершенно справедливо Л. А. Кудрявцева понимает массмедийный политический дискурс как «особый тип дискурса, который представляет собой не отдельную разновидность массмедийного или политического дискурса, а симбиоз, закономерный результат их эволюции, органически сочетающий их основные особенности и реализующийся, прежде всего, в текстах массмедиа различных жанров и различных политических нарративов» [Кудрявцева 2011].

Понятию политического интервью ученые дали разные толкования. Т. Ю. Мкртчян отмечает, что «политическое интервью может пониматься в широком и узком значении. Название „политическое интервью“ в широком аспекте обусловлено его политической тематикой, журналист может вести разговор о политике с любым человеком, мнение которого представляется ему интересным, актуальным. В узком плане политическое интервью-диалог — это разговор журналиста с политиком». Она принимает к сведению последнее понимание [Мкртчян 2004:17]. Узкое понимание принимает и Н. И. Лавринова, которая определяет его со стороны личности интервьюируемого и темы разговора. Она рассматривает политическое интервью «как разговор журналиста с политиком и о политике, который выступает особым текстом в системе института политического дискурса» [Лавринова 2010]. А. В. Прожога рассматривает политическое интервью «как жанр диалога, состоящий из своеобразных моделей вопросно-ответных единств». По ее мнению, «политическое интервью представляет собой целостный текст, объединенный общими намерениями» [Прожога 2002]. Она акцентирует свое внимание на особенностях диалогической конструкции, присущих политическому интервью. Однако определение интервьюируемого и темы разговора в работах исследователей отсутствует.

Несмотря на то что ученые разделяют политический дискурс и дискурс СМИ, их пересечение рассматривается как особый тип дискурса. Мы предлагаем называть политический дискурс, осуществляемый средствами медиатехнологий, политическим дискурсом СМИ. Его принадлежность к политике обусловлена целями

идеологического воздействия дискурса и участием профессиональных политиков в его создании. А журналистская составляющая проявляется в использовании всех технологических ресурсов СМИ для трансляции этого дискурса. Е. И. Шейгал среди жанров, в которых функционирует политический дискурс, выделяет интервью [Шейгал 2004: 25–26].

Статус политического интервью покажем схематически (см. рисунок).



Интервью позволяет сформировать такую коммуникацию, в которой граждане предстают в роли свидетелей, наблюдателей политических событий. М. В. Юрина рассматривает политическое интервью «как особое информационное поле политики, являющееся одним из типов политической коммуникации» [Юрина 2006]. В прагматической структуре интервью выступает жанром, где журналист выполняет роль медиатора — посредника между политиками и народом. По мнению Шейгал, эта роль в какой-то мере близка роли адресата-ретранслятора, но не вполне с ней совпадает. Коммуникативная задача адресата-ретранслятора заключается в получении сообщения и доведении его до действительного адресата. Медиатор отличается от ретранслятора, во-первых, тем, что далеко не всегда он является тем адресатом, которому политик-адресант намеренно передает сообщение для озвучивания массовой аудитории. Нередко журналист получает текст косвенным путем, выступая в активной роли «охотника за информацией». Во-вторых, процесс «ретрансляции» у медиатора, как правило, сопровождается его собственным вкладом в коммуникацию, и таким образом он выступает в роли соавтора политика. В зависимости от степени такого «соавторства» Шейгал выделила ряд ролей журналиста-медиатора. Для интервью, на наш взгляд, актуальны следующие роли:

- собственно ретранслятора (когда озвучивает напрямую высказывания политика);
- конферансье (когда его функция сводится к представлению политика и темы, с которой тот собирается выступать);
- интервьюера (когда, предоставляя слово политику, журналист контролирует ход коммуникации, выражает свою точку зрения) [Шейгал 2004: 58–59].

Понятие политического интервью и его типологические особенности. Политическое интервью являет собой способ общения политика с народом посредством ответов на вопросы журналиста. Цель политического интервью состоит в пропаганде политических представлений, в осведомлении об участниках политических процессов, в завоевании поддержки народа. Тем самым интервью с политиком в СМИ является в полной мере частью массовой политической коммуникации.

Российские исследователи называют интервью политическим в трех случаях: во-первых, если это разговор о политике с любым интересным журналисту собеседником, во-вторых, если это разговор журналиста с политиком и, в-третьих, если это разго-

вор с политиком и о политике. В тезаурусе Цыхай (китайском словаре-энциклопедии) и китайском словаре журналистики понятия «политического интервью», к сожалению, не найдено. Разделяя в целом представления российских ученых о политическом интервью, мы рассматриваем его как разговор с политиком и о политике, распространяемый посредством массмедиа.

Каковы основные черты политического интервью? Как отмечает Н. И. Лавринова, «своеобразие политического интервью обусловлено сочетанием в его характеристике признаков, свойственных и политическому дискурсу, и дискурсу СМИ, а также особенностями, присущими ему как диалогическому тексту» [Лавринова 2009: 68–71]. По мнению А. К. Михальской, «политическое интервью характеризуется как 1) высоко конвенциональный (социально „условный“) речевой жанр с жестким распределением речевых ролей непосредственных участников; 2) агональный речевой жанр — „поединок“, „диалог-спор“; 3) публичный речевой жанр, в котором и непосредственные участники речевой ситуации, и адресаты являются не отдельными индивидами, а „публичными персонами“, гражданами и в котором предметом речи являются исключительно общественно значимые явления; 4) вследствие своей публичности — высоко „формальный“ речевой жанр, требующий от партнеров четкого и постоянного соблюдения речевой этики и этикета, речевого „исполнения“ в границах элитарного типа соблюдения речевой культуры» [Михальская 2009: 67–68].

Политическое интервью реализуется с помощью медиатехнологий, следовательно, оно обладает основными жанрообразующими признаками дискурса СМИ. В работе «Исследование дискурса телевизионного интервью» Дай Шулань дискурс телевизионного интервью обладает такими характерными чертами, как подготовленность, контроль ведущего, массовое распространение и взаимодействие участников коммуникации [Дай Шулань 2009: 26–28]. В политическом интервью прослеживаются те же черты.

Учитывая вышесказанное, на наш взгляд, политическое интервью определяется следующими особенностями.

1. Подготовленность, которая проявляется в заблаговременной подготовке темы беседы, продумывании хода и цели интервью в рамках предварительно заданных статусно-ролевых отношений интервьюера и интервьюируемого политика, а также ограничения интервью во времени и пространстве.

2. Контроль ведущего за ходом интервью. Неравноправие участников интервью обусловлено двусубъектными моделями, где интервьюер посредством вопроса инициирует диалог и требует, в свою очередь, ответной реплики интервьюируемого политика. Во время интервью в целом доминирующее место занимает интервьюер, контролирующий весь процесс коммуникации, в частности, выбор темы разговора, смещение ролей говорящих и т. п.

3. Ориентация на массовую аудиторию. Американский социолог Дж. Краббе выделяет такие цели политической коммуникации при воздействии на адресата: 1) формирование точки зрения по различным вопросам у того, кто первоначально ее не имеет; 2) усиление позиции; 3) ослабление позиции; 4) изменение мнения адресата на противоположное; 5) отсутствие воздействия [цит. по: Фан Гуаньюй, Вэн Цуйпин 2011: 37]. Через СМИ политическое интервью берет на себя общественно политические функции: распространение политической информации, воздействие на общественное мнение, формирование образа политических партий и правительства, стабилизация политической обстановки и др.

4. Взаимодействие участников. В отличие от политической риторики, политическое интервью представляет собой диалогичную речь, состоящую из вопросительной реплики интервьюера, инициирующего диалог и ответной реплики интервьюируемого политика.

5. Драматургия. В политическом интервью массовая аудитория, как скрытое лицо коммуникации, играет роль контролера. Применительно к содержанию интервью возможные темы разговора, интересные для аудитории, подбирает интервьюер, который и задает вопросы от имени аудитории. В отношении формы интервью отличается устойчивыми и стереотипными выражениями. Стремясь к воспроизведению устной речи в СМИ, политическое интервью тем не менее представляет собой разговор искусственный, неестественный.

Обладая всеми дискурсивными чертами СМИ, политическое интервью отличается от иных диалогов следующими чертами.

1. Коммуникативная цель. Коммуникативной целью информационного диалога служит взаимный обмен информацией участников коммуникации. В процессе политического интервью интервьюер ставит целью донесение политической информации до массовой аудитории и уточнение позиций политиков, а целью политиков является воздействие на общественное мнение, формирование имиджа личности, политических партий и правительства.

2. Речевые роли коммуникантов. Говорящие и слушатели, инициирующие вопросы и ответные реплики, постоянно сменяют друг друга в ходе информационного диалога. Однако в политическом интервью сформирована модель вопросительной реплики интервьюера, инициирующей диалог и требующей ответной реплики интервьюируемого политика, в результате чего роли коммуникантов относительно зафиксированы.

3. Объем реплик коммуникантов. В ходе информационного диалога строгие ограничения объема реплик отсутствуют. В политическом интервью объем реплик у политика намного больше, чем у интервьюера.

4. Спонтанность темы разговора. Темы информационного диалога определяются информационными запросами аудитории. Для политического интервью выбор темы разговора, ее развертывание и переход с одной темы на другую контролирует интервьюер.

5. Правила смены ролей говорящих. В ходе информационного диалога в момент смены темы разговора говорящий вправе выбирать следующего участника диалога либо продолжать свое высказывание. Во время политического интервью смещение ролей говорящих контролирует интервьюер.

6. Ограниченность во времени и в пространстве. Время и место информационного диалога чаще всего закреплено. Наряду с этим политическое интервью проводится, как правило, в назначенном пространстве, например в студии звукозаписи, радиовещательной или телевизионной студии. Более того, политическое интервью по времени жестко регламентировано.

7. Драматургия. Информационный диалог представляет собой естественный разговор, тогда как сценарий политического интервью имеет строго заданный характер, он продумывается и заранее оговаривается.

Различия между политическим интервью и информационным диалогом можно представить следующим образом:

Признаки	Информационный диалог	Политическое интервью
Цель	Обмен информацией между коммуникантами	Цель интервьюера: донесение информации; цель политиков: достижение политических целей, в частности, пропаганда политических идей и т. п.
Речевые роли коммуникантов	Можно переключить	Зафиксированы
Объем реплик коммуникантов	Свободный	Объем реплик у политика намного больше, чем у интервьюера
Смена тем разговора	Свободна	Ограничена
Правила смены ролей говорящих	Гибкие	Контролируются интервьюером
Ограниченность во времени и в пространстве	Нет	Есть
Драматургия	Нет	Есть

Проанализируем интервью с Ли Хуэй, послом Китайской Народной Республики в России, в котором он обозначил позицию Китая по энергетическому сотрудничеству между Россией и Китаем. Текст состоит из нескольких вопросно-ответных единств, инициирующие — вопросные — реплики в которых принадлежат журналисту, ответные — приглашенному. Интервью во многом ритуализованно. Драматургия политического интервью очевидна: оно начинается с приветствия, завершается прощанием, вопросы предельно стандартны.

Журналист: *Господин Посол, не могли бы Вы рассказать об основной программе и содержании визита в Россию вице-преьера Госсовета КНР Чжан Гаоли?*

Ли Хуэй: *По приглашению заместителя председателя правительства Российской Федерации А. В. Дворковича заместитель премьера Госсовета КНР Чжан Гаоли с 29 августа по 1 сентября будет находиться с визитом в РФ. В программе визита два основных пункта. Во-первых, Чжан Гаоли вместе с вице-премьером А. В. Дворковичем будет председательствовать на 11-м заседании Китайско-российской комиссии по энергетическому сотрудничеству. Во-вторых, в Якутске (российская Республика Саха) Чжан Гаоли примет участие в церемонии начала строительства российского участка газопровода из России в Китай по восточному маршруту.*

В 2008 году по инициативе глав двух государств был создан переговорный механизм по энергетическим вопросам на уровне заместителей глав правительств — в настоящее время его называют Китайско-российской комиссией по энергетическому сотрудничеству. Все 6 лет с момента своего создания Комиссия неизменно руководствуется рыночными принципами и принципами всестороннего долгосрочного сотрудничества, взаимной выгоды и обоюдного выигрыша, работает по-деловому и с высокой эффективностью, что позволило добиться значительных результатов. Вице-премьеры двух стран уже провели 10 рабочих заседаний, были подписаны соглашения и меморандумы на межправительственном уровне и между компаниями о сотрудничестве во многих областях, таких как нефть, газ, уголь, электроэнергия, АЭС, ГЭС. Это при-

дало импульс постоянному повышению уровня энергетического сотрудничества двух стран.

Журналист: Как Вы оцениваете перспективы китайско-российского энергетического сотрудничества?

Ли Хуэй: Сотрудничество в энергетической сфере является важной составной частью практического сотрудничества двух стран, а также важным воплощением высокого уровня отношений всеобъемлющего стратегического взаимодействия и партнерства между Китаем и Россией. Энергетическое сотрудничество двух стран имеет чрезвычайно благоприятные перспективы для развития.

Во-первых, энергетическое сотрудничество между нашими странами имеет исключительно благоприятные географические преимущества. Китай и Россия являются близкими соседями и имеют общую границу, поэтому прокладывать трубопроводы для транспортировки энергоресурсов можно напрямую, нет необходимости удлинять маршрут через третью страну, что позволяет существенно сэкономить финансовые средства и уменьшить ненужные потери энергоресурсов.

Во-вторых, энергетическое сотрудничество наших стран имеет высокий уровень взаимодополняемости и носит взаимовыгодный характер. Россия является крупным производителем и экспортером энергоресурсов, занимает второе место в мире среди крупнейших стран-экспортеров нефти и первое — по объему экспорта природного газа. Кроме того, Россия обладает мощной базой в угольной сфере и атомной энергетике. Китай является крупным потребителем энергоресурсов, занимает первое место в мире по объему импорта нефти, а также вышел на второе место по потреблению сырой нефти и на третье — по потреблению природного газа.

В-третьих, лидеры Китая и России уделяют большое внимание сотрудничеству в энергетической сфере. Энергетическое сотрудничество является важной темой каждой встречи глав государств и многократно становится одной из важных составных частей китайско-российских совместных заявлений. По инициативе глав двух государств был учрежден механизм энергетических переговоров на уровне заместителей глав правительств — Китайско-российская комиссия по энергетическому сотрудничеству. Комиссия проводит регулярные заседания, занимается реализацией достигнутых главами двух государств договоренностей о сотрудничестве в энергетической области, координирует решение различных проблем, возникающих в процессе сотрудничества.

В-четвертых, две страны добились крупных положительных результатов в энергетическом сотрудничестве. В 2013 году Китай импортировал из России 24,35 млн. тонн сырой нефти, 27,28 млн. тонн угля, 3,5 млрд. киловатт-часов электроэнергии. Первая очередь Тяньваньской АЭС (1-й и 2-й энергоблоки), которая на сегодняшний день является крупнейшим проектом экономического и технического сотрудничества наших стран, уже запущена в эксплуатацию. Началось строительство второй очереди станции — 3-го и 4-го энергоблоков. В мае этого года в Шанхае во время саммита СВМДА в присутствии Председателя КНР Си Цзиньпина и Президента России В. В. Путина были подписаны соглашения по ряду крупных проектов китайско-российского сотрудничества. В том числе был подписан договор купли-продажи между Китайской национальной нефтегазовой корпорацией и российским ОАО «Газпром», по которому Россия в течение 30 лет будет поставлять природный газ в Китай по восточному маршруту. ОАО «НОВАТЭК» и КННК подписали контракт о поставках китайской стороне 3 млн. тонн сжиженного природного газа ежегодно. Кроме того, стороны пришли к единому мнению о проекте Тяньцзиньского нефтеперерабатывающего завода.

Очевидно, что энергетическое сотрудничество Китая и России имеет широкие перспективы. Оно способствует укреплению экономической базы для дальнейшего здорового развития отношений всеобъемлющего стратегического взаимодействия и партнерства Китая и России, вносит вклад в решение задачи по увеличению китайско-российского товарооборота до 200 млрд. долларов. (Отрывок из интервью посла Китайской Народной Республики в России Ли Хуэй агентству «Синьхуа». 1 сентября 2014 г.).

Стандартизирована и ответная часть интервью: ответ построен использованием композиционного деления целого на части. Целое обозначено гиперонимом в сочетании с ритуальным атрибутивом — *«благоприятные перспективы для развития»*, части (гипонимы) следуют один за другим, порядок отмечен вводными словами, представляющими собой порядковые числительные (*во-первых, во-вторых* и т. д.). Подобные конструктивные особенности характерны для деловой и научной речи.

Близость стилистики политического интервью в китайской газете к официально-деловому общению выражается и в использовании имен собственных. Как видим, обращения журналиста к политику включают а себя наименование должности интервьюируемого «господин Посол», «директор Лю», «губернатор Юань», и эти обращения повторяются на протяжении всего интервью, что подчеркивает высокий статус интервьюируемого.

Стилистика политического интервью в китайских газетах детерминирована установками, которые были обозначены на всекитайском рабочем совещании по пропаганде идеологии, состоявшемся в 2008 г., где товарищ Ху Цзиньтао потребовал от всех руководителей осознания значимости СМИ, а потому и умения стимулировать реальную работу посредством медийной пропаганды, повышения способности вести контакты с прессой.

При подготовке политического интервью в китайских СМИ необходимо соблюдать ряд правил.

1. Нельзя разглашать то, что носит конфиденциальный характер. Например, информацию, известную узкому кругу людей, нельзя разглашать в течение срока, установленного правовыми документами. Не допускается нарушение Закона «О защите государственной тайны» и других конфиденциальных положений. Необходимо контролировать речь, т. е. следить за тем, что можно сказать, что нельзя и в какой мере. Ст. 27 Закона КНР «О защите государственной тайны» (1998 г., исправленное изд. 2010 г.) предусматривает, что необходимо соблюдать соответствующие конфиденциальные Положения в следующих ситуациях: редактирование, публикация и издание периодических печатных изданий, книг, аудио- и видеопроизведений, электронных изданий, производство и воспроизведение радиопрограмм, телевизионных программ и фильмов, а также редактирование и публикация информации по сетям общественной информации (например, посредством Интернета и сети мобильной связи) и другими средствами массовой информации.

2. Важно обеспечить право массового населения на открытость, доступность и прозрачность директивной информации. Требование по обеспечению права массового населения на открытость, доступность и прозрачность директивной информации прописано в Положении «О раскрытии правительственной информации Китайской Народной Республики».

3. Необходимо гарантировать надежность опубликованной информации. В 2011 г. Канцелярия Главного управления по делам печати и публикации КНР приняла Положе-

ния об ответственности за распространение ложной информации. Положения включают в себя 5 пунктов, где ответственность за распространение ложной информации была предусмотрена в следующих сферах: основные правила для репортеров при интервью, должностные обязанности органов управления новостями, порядок решения и привлечения к ответственности юридических лиц при распространении ложной информации.

4. Требуется отстаивать права и интересы политических партий либо органов, пропагандировать их положительные стороны и формировать имидж личности, политических партий и органов. В п. 3 ст. 7 Решения об укреплении способности управления партией, выданного ЦК КПК (2004 г.), предусмотрено следующее: «Необходимо твердо держать в руках общественные мнения, правильно ими руководствоваться, отстаивать принцип партийного контроля над средствами массовой информации, повышать способность руководствоваться общественными мнениями, быть иницилирующей в работе по общественным мнениям, придерживаться принципа сплоченности, стабильности, воодушевленности и приоритета пропаганды положительной стороны, направлять средства массовой информации в сторону повышения политического сознания, знания общего дела и социальной ответственности, улучшить работы по пропаганде посредством телевидения и радио, воплощая позиции партии и ожидания народа с целью повышения привлекательности и силы власти».

Выводы. Подводя итог вышеизложенному, можно констатировать, что политическое интервью вписывается в контекст общественно-политических китайских СМИ и обретает свойства массмедийности. Важнейшие его особенности можно сформулировать следующим образом.

1. Цель политического интервью заключается в рассмотрении, объяснении и пропаганде определенной политической идеи. Вместе с этим интервьюируемый политик ставит целью сформировать имидж партии, которую он представляет.

2. Интервьюером чаще всего выступает журналист, задача которого состоит в контроле за сменой ролей коммуникантов. Политик же в таком интервью стремится завоевать инициативу.

3. Интервьюер стремится к тому, чтобы дискурс интервьюируемого политика был воспринят адресатом. Политик, в свою очередь, рассчитывает на предоставление ему возможности обозначить свою позицию.

4. Конечная цель китайского политического интервью состоит в объяснении и трансляции идей руководителей, формировании взаимопонимания с аудиторией, ее согласия по основным векторам политической деятельности, борьбе за сохранение стабильности страны и отстаивании интересов страны в международной арене.

ЛИТЕРАТУРА

Автохутдинова О. Ф. Дискурс политической толерантности в региональных СМИ в период выборов // Изв. Урал. ун-та. Сер. 1. Проблемы образования, науки и культуры. 2007. № 52. С. 113–123.

Дай Шулань. Исследование дискурса телевизионного интервью. Пекин, 2009.

Иванова С. В. Политический медиа-дискурс в фокусе лингвокультурологии // Полит. лингвистика. 2008. № 1. С. 29–33.

Карасик В. И. Язык социального статуса. Волгоград: Перемена, 2002.

Кудрявцева Л. А. Массмедийный политический дискурс Украины: особенности «послемайданного» периода // Язык и дискурс средств массовой информации в XXI веке / под ред. М. Н. Володиной. М.: Акад. Проект, 2011. С. 30–43.

Лавринова Н. И. Текстобразующие характеристики политического интервью // Вестн. Помор. ун-а. Сер. Гуманитарные и социальные науки. 2009. № 5. С. 68–71.

Лавринова Н. И. Текстовая актуализация речевого поведения коммуникантов в политическом интервью: на материале современного английского языка: автореф. дис. ... канд. филол. наук. СПб., 2010.

Лю Хуажун. СМИ и политика. Пекин, 2001.

Михальская А. К. Политическое интервью как речевой жанр // Риторическая культура в современном обществе: тезисы IV Междунар. конф. по риторике. М.: Ин-т рус. яз. им. А. С. Пушкина, 2009.

Мкртчян Т. Ю. Речевое поведение журналистов в политическом теле- и радиоинтервью: на матер. рус. и англ. яз.: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Ростов-н/Д, 2004.

Прожога А. В. Реализация причинно-следственных отношений в неофициальном и официальном диалоге: на материале английского языка: дис. ... канд. филол. наук. Саранск, 2002.

Фан Гуаньюй, Вэн Цуйпин. СМИ в аспекте социологии // Сианьская гуманитарная наука. 2011. № 3. С. 36–39.

Чудинов А. П. Политическая лингвистика. М.: Флинта, Наука, 2007.

Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса. М.: Гнозис, 2004.

Щипицына А. А. Соотношение дескриптивных и оценочных прилагательных в британском политическом медиа-дискурсе // Полит. исслед. 2007. № 2. С. 93–99.

Юрина М. В. Коммуникативные стратегии партнеров в политическом интервью: на матер. современной прессы ФРГ: дис. ... канд. филол. наук. Самара, 2006.

REFERENCES

Avtohutdinova O. F. The Discourse of political tolerance in regional media during the election period [Diskurs politicheskoy tolerantnosti v regional'nyh SMI v period vyborov] // News of the Ural state University: education, science and culture. [Izv. Ural. un-ta. Ser. 1. Problemy obrazovaniya, nauki i kul'tury]. 2007. No. 52. P. 113–123.

Chudinov A. P. Political linguistics [Politicheskaya lingvistika]. Moscow, 2007.

Dai Shulan. The study of discourse in TV interviews [Issledovanie diskursa televizionnogo interv'yu]. Beijing, 2009.

Fang Guangyu, Wong Cuiping. Media in aspect of sociology [SMI v aspekte sociologii] // Humanities XI'an [Sian'skaya gumanitarnaya nauka]. 2011. No. 3. P. 36–39.

Ivanova S. V. Political media discourse in the focus of cultural studies [Politicheskij media-diskurs v fokuse lingvokul'turologii] // Political linguistics [Polit. lingvistika]. 2008. No. 1. P. 29–33.

Karasik V. I. The Language of social status [Yazyk social'nogo statusa]. Volgograd, 2002.

Kudryavtseva L. A. Political discourse of mass media of Ukraine: features of “polemizing” period [Massmedijnyj politicheskij diskurs Ukrainy: osobennosti «poslemajdannogo» perioda] // The language and discourse of the mass media in the XXI century [Yazyk i diskurs sredstv massovoj informacii v XXI veke / pod red. M. N. Volodinoj]. Moscow, 2011.

Lavrinoва N. I. Text-formation characteristics of a political interview [Tekstobrazuyushchie harakteristiki politicheskogo interv'yu] // Pomor Univ. Bul. Ser. of Humanities and social Sciences [Vestn. Pomor. un-ta. Ser. Gumanitarnye i social'nye nauki]. 2009. No. 5. P. 68–71.

Lavrinoва N. I. Textual actualization of the verbal behavior of communicants in a political interview: on a material of modern English [Tekstovaya aktualizaciya rechevogo povedeniya kommunikantov v politicheskom interv'yu: na materiale sovremennogo anglijskogo yazyka: author. dis. ... kand. phylol. nauk]. St Petersburg, 2010.

Liu Huarong. The media and politics [SMI i politika]. Beijing, 2001.

Michalskaja K. A. Political interview as a speech genre [Politicheskoe interv'yu kak rechevoj zhanr] // Rhetorical culture in modern society: abstracts of IV Intern. conf. on rhetoric [Ritoricheskaya kul'tura v sovremennom obshchestve: nezisy IV Mezhdunar. konf. po ritorike]. Moscow, 2009.

Mkrtchyan T. J. Verbal behavior of journalists in political TV and radio interviews: on a material of Russian and English languages [Rechevoe povedenie zhurnalistov v politicheskom tele- i radiointerv'yu: na materiale russkogo i anglijskogo yazykov: authoref. dis. ... kand. phylol. nauk]. Rostov-n/D, 2004.

Prozhoga A. V. Realization of the cause-effect relations in informal and formal dialogue: the English language [Realizaciya prichinno-sledstvennyh otnoshenij v neoficial'nom i oficial'nom dialoge: na materiale anglijskogo yazyka: dis. ... kand. phylol. nauk]. Saransk, 2002.

Sheigal E. I. Semiotics of political discourse [Semiotika politicheskogo diskursa]. Moscow, 2004.

Schipitsyna A. A. Correlation of descriptive and evaluative adjectives in British political media discourse [Sootnoshenie deskriptivnyh i ocenochnyh prilagatel'nyh v britanskom politicheskom media-diskurs] // Political studies [Polit. issled.]. 2007. No. 2. P. 93 — 99.

Yurina M. V. Communicative strategies of partners in political interviews: the case of modern presses of Germany [Kommunikativnye strategii partnerov v politicheskom interv'yu: na materiale sovremennoj pressy FRG: dis. ... phylol. nauk]. Samara, 2006.

..... **РЕЦЕНЗИИ**

УДК 81.13;
ББК 81.2Рус-5;
ГРНТИ 16.21.21;
Код ВАК 10.01.10; 10.02.01
.....

Т. И. Краснова
Санкт-Петербург, Россия

**ОБ ОПЫТЕ
МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОГО
АНАЛИЗА
РЕГИОНАЛЬНОГО МЕДИАПОЛЯ**

Рец. на кн.: Новгородское
медиаполе: опыты
лингвистических исследований:
кол. моногр. / под ред.
Т. В. Шмелевой. В. Новгород:
Новгор. гос. ун-т им. Ярослава
Мудрого, каф. журн., 2015. 223 с.

.....
Татьяна Ивановна Краснова, доктор филологических наук, доцент кафедры речевой коммуникации Санкт-Петербургского государственного университета.
199004, Санкт-Петербург, 1-я линия В.О., 26, к. 703.
E-mail: taikrasnova@yandex.ru.

© Краснова Т. И., 2016

Рецензируемая книга вышла в 2015 г. в издательстве ФГБОУ «Новгородский государственный университет им. Ярослава Мудрого» и содержит результаты исследований, проведенных на кафедре журналистики университета в 2010–2014 гг. в рамках двух проектов, поддержанных РГНФ. Один из проектов назывался «Стилистический портрет новгородских медиа: образы автора и адресата», другой носил название «Мониторинг регионального медиаполя как ресурс медиалингвистики». Новгородское медиаполе понимается авторами как «символическое пространство, объединяющее все составляющие коммуникации» (с. 5). Интерес к этому исследованию возрастает по мере ознакомления с его содержанием и своеобразным решением поставленных в нем задач, одной из которых выступает так называемый дискурсивный анализ. Во Введении говорится, что предмет исследования рассматривается в книге в новом для лингвистики аспекте — в русле направления *медиалингвистика*, и при этом с трех сторон, обозначенных как «портретирование», «мониторинг» и «дискурсивный анализ» новгородских медиа. Исходное положение осложняется тем, что авторский коллектив, рискнувший объединиться с заданной целью для анализа региональных СМИ, неоднороден. В проектах участвуют не только ученые (филологи, историк, философ, психолог), но и магистранты, практики журналистики. Возможно, поэтому схождение проектов в заданном медиалингвистикой междисциплинарном единстве стало не только актом научной смелости коллектива, но и процессом проблематичным, обусловившим неоднозначный результат.

Медиалингвистика понимается авторами как новое интегративное направление с опорой на теоретические положения диссертации Т. Г. Добросклонской [Добросклонская 2000; 2008], подтвержденные в ходе изучения британских СМИ с учетом трудов англо-саксонских исследователей,

в частности Дж. Корнера с его программными идеями о медиалингвистике. В расчет берется «растущее значение массмедиа» и медиацентричность социальной и культурной жизни общества. Авторы монографии констатируют: в нашей стране сила и перспективность этого «особого научного направления» заключается в том, что, являясь наследницей традиционных у нас стилистических исследований языка СМИ, медиалингвистика активно обращается к современным течениям в изучении текстов массовой коммуникации (они указываются на с. 19–20). Поскольку в этом ряду указана и «теория дискурса», то необходимо сделать одно принципиальное уточнение.

Именно вхождение в поток исследований под названием «дискурсный анализ» и сообщило медиалингвистике все те достоинства, о которых говорится. Достаточно упомянуть работу Т. ван Дейка «Становление дискурсного анализа», где годы его зарождения (середина 1960-х) и развития (70–80-е годы) сопровождаются мотивацией и разбором предпосылок дискурс-анализа, зародившегося на стыке наук: называются структурализм и семиотика, прагматика и социалингвистика, психалингвистика и когнитивная психология, лингвистика текста и когнитивная лингвистика [Дейк 1989: 113–121; см. также: Серио 1999: 12–53], т. е. ровно те, которые сообщили медиалингвистике статус «нового и приоритетного направления» исследований. Медиалингвистика — это лингвистика медиадискурсов (включая медиатекст). Претендуя на автономность языковой отрасли, на самом деле она составляет особое направление медийного речеведения, и свой статус завоевала, опираясь на функционально-стилистическую концепцию речи и междисциплинарную теорию дискурс-анализа.

Коллективная монография состоит из Введения и трех глав. Во Введении указывается, чем призвана заниматься медиалингвистика в рамках регионалистики, а в гл. 1 «Методология лингвистических исследований» дается представление о теоретических основах анализа. Ключевые понятия этой области исследований (медиа-системы, медиаповедение, включающее в себя медиапроизводство и медиапотребление) проявляются через медиатексты и медиадискурсы (с. 20). По оглавлению книги видно, что дискурсивный анализ должен входить в задачу всех авторских частей рецензируемой монографии (гл. 3). Вместе с тем термины *дискурс* и *дискурсный анализ* восприняты авторами прежде всего как «модные» слова, хотя и прочно вошедшие в терминосистему медиалингвистики (с. 41–42). Дискурс в монографии понимается своеобразно («инструмент медиалингвистики», с. 42), а само слово в качестве удобного дескриптора породило в книге около 28 производных наименований. Однако начнем с бесспорных положительных сторон представленной монографии.

1. При разноплановости новгородского медиаполя авторы сохраняют единство аналитического подхода, в центре которого — субъекты и их взаимодействие. Заданная во Введении установка — наряду с л и н г в и с т и ч е с к и м исследованием изданий отмечать различные с о ц и а л ь н ы е характеристики медиаполя на фоне общих т е н д е н ц и й жизни медиа (их выделено около десяти) — объясняется вниманием исследователей к целевой аудитории региональных СМИ (появление новых медиа основано на все большем ее сегментировании). Целевая аудитория как составляющая дискурса в предмете анализа определила главный вопрос при обсуждении концепций медиа. Для анализа в монографии отобраны и подробно характеризуются восемь разных изданий — печатных или интернет-«медиаинституций» — с атрибутами их официальной, содержательно-смысловой и адресатной идентификации.

2. По методам анализа описание новгородских СМИ делится на части, в одной из которых (гл. 2) доминирует стилистический анализ, а в другой (гл. 3) представлен так

называемый дискурсивный анализ. Сразу отметим, что в целом, по лингвистическим выкладкам в разделах, данная монография находится в лоне стилистики и продолжает ее традиции в духе комплексных лингвостилистических исследований СМИ (ср., напр.: Системно-стилистическая характеристика газеты. Екатеринбург, 1993). В гл. 2 в языковых характеристиках, названных «штрихами к портрету» представителей регионального медиаполя, преобладают категории коммуникативно-стилистические: *стилистический прием, стилистическая дифференциация, стилистические черты, стилистика диалога, ономастическая стилистика, образ автора, мы-коммуникация и я-коммуникация, апелляция к адресату, образ адресата*. В гл. 3 (названной «зеркалом» дискурсивного анализа) доминируют жанровый и содержательно-тематический подходы (контент-анализ, контекст-анализ, статистический анализ, элементы лингво-смыслового анализа) с преобладанием современных категорий поэтики и медиастилистики: *учредители, институции, автор, адресат, жанр, тема, мотив, проблема, факт, тематика, сюжет, конфликт, событийность, герой, персонаж, стиль, дискурс, интенция, пресуппозиция, номинация, ключевые слова* и др.

3. Авторы видели свою аудиторию широким сообществом не только специалистов по языку медиа, но и журналистов, и это в значительной мере определило неоднородный характер научного изложения. Наряду с новой терминологией (*дискурс, дискурсивная модель, дискурсивное пространство*) в изложение включены образные наименования метафорико-метонимического свойства (*портрет, штрихи к портрету, зеркало дискурсивного анализа, принцип матрешки; культурный дискурс, городской дискурс* и т. п.). Главным методом получения результатов исследования назван м о н и т о р и н г продукции редакций газет и интернет-изданий: «систематическое наблюдение за каким-либо процессом с целью фиксировать соответствие (или несоответствие) результатов первоначальным предположениям» [Крысин 2007]. За единицу времени принят месяц. Кроме систематического мониторинга использовался метод выборочного мониторинга для отслеживания текстов с обсуждением одной темы.

В гл. 2 «Штрихи к портрету новгородских медиа» (с. 22–101) основные ориентиры и одновременно стратегии в изучении медиаполя получили наименования *портретирование, ономастические штрихи, коммуникативные штрихи*. В методологическом разделе с заголовком «Портретирование» (с. 22–41) излагаются причины подхода к анализу медиаполя с точки зрения названной стратегии. Указываются труды (статьи, книги, диссертации), в которых термин *портрет* получал толкование в разных модификациях: *языковой портрет, речевой портрет; портрет конкретного говорящего*. Предложена типология объектов портретирования, коих выделено три: человек, культурное пространство и словесный портрет как «портрет» текста, жанра, слова. В связи с последним отметим, что семасиологические исследования в духе «портретирования» известны в лексикографии; ср.: «лингвистическое портретирование как особая методика синхронного описания лексем в лексикографии» [Бабаева 1998: 94]. Уточним, что впервые термин *портретирование* использовал А. К. Жолковский [Жолковский 1964] и гораздо раньше срока, предполагаемого в рецензируемой монографии (указан 1989 г.).

Авторы поясняют: стратегия портретирования (персонального, пространственного, текстового) состоит в том, что «для каждого из портретируемых объектов вырабатывается особый набор параметров» (с. 25). Далее читатель получает ориентацию на два главных параметра региональной характеристики медиаполя — ономастический и коммуникативный. О н о м а с т и ч е с к и е штрихи региональных медиа в разделе 2.1 выявляют «стилистический портрет именуемых ими реалий» (Т. В. Шмелева): ана-

лизируются названия бумажных и электронных газет и журналов, их стилистический потенциал. Жаль, что в процесс анализа не включена концепция кода как следа дискурсивных практик в тексте (идеологический, символический коды). Можно показать влияние идеологии на имя газеты [Кравец 2002], выяснить, почему устойчиво название газеты «Приильменская правда» и в советский, и в нынешний период.

4. К о м м у н и к а т и в н ы е штрихи портрета регионального медиаполя (раздел 2.2; Т. Л. Каминская) заключаются в образах автора и адресата — стилиобразующих категориях группового портрета новгородских медиа. К свойствам автора относятся: выявленность в тексте, роли автора, степень сложности авторского начала. Авторские роли выводятся из сведений по текстам. Обсуждаются явления имитации авторства, деперсонализации, стилистический «эффект отсутствия», удельный вес в тексте. Образ адресата также рассматривается как важнейшее начало медиатекста, определяющее его стилистику. Наблюдается действие стилистической дифференциации адресата, что характерно для властного учредительства (с. 36). Отмечается новая практика участия адресата в информационном потоке, где роль журналиста сводится, скорее, к роли инициатора или модератора общественного диалога (с. 37). Указываются наиболее частотные стратегии читателей-комментаторов в социальных сетях: уточнение, верификация, опровержение.

5. Для работников медиа особенно интересен раздел 2.3 «Портреты журналистов», где представлена многоплановая характеристика индивидуальных стилей журналистов С. Брутмана, А. Корякова, А. Коткина. Такой опыт позволил сделать ряд заключений общего характера о собственно публицистике, роль которой в журналистике подвергается сомнению. Изучение интернет-фактуры в рецензируемом исследовании, с одной стороны, говорит о подвижности межсубъектного взаимодействия в новгородских СМИ, а с другой — дает понимание проблем изучаемого медиаполя.

6. Рецензируемая книга подтверждает существующую в научных кругах гипотезу: для исследователей стал предпочтительным выход в макротекст, в открытое коммуникативное пространство. Например, «текстовое портретирование» предполагает исследование отдельных медийных жанров, тематических совокупностей, изданий как гипертекстов. Но ведь это переход к анализу более высокого уровня коммуникации с синтезом коммуникативных практик — текстовой, социальной, событийной, т. е. выход на уровень *дискурса*. Именно тогда внимание ученых может сосредоточиться на п о д в и ж н ы х аспектах коммуникации как процесса. В гл. 2 отношение описания СМИ к дискурс-анализу открыто не выявлено. Безусловно, термины *стиль*, *текст* и *дискурс* не являются синонимами, но взаимодействующие научные направления могут существовать, поддерживая друг друга. Существующая традиция стилистического анализа не только не должна быть противопоставленной дискурсивному анализу, а, наоборот, может ему содействовать, поскольку само понятие дискурс относится к использованию языка в интеракции.

7. Наиболее проблематичной нам представляется гл. 3 «Новгородское медиаполе в зеркале дискурсивного анализа». Она состоит из восьми авторских разделов: (3.1) «Дискурсивная модель медиаполя», (3.2) «Новостной дискурс», (3.3) «Городской дискурс», (3.4) «Дискурс культуры», (3.5) «Исторический дискурс», (3.6) «Религиозный дискурс», (3.7) «Экологический дискурс», (3.8) «Конфликтный дискурс». Разграничение опирается на тематическую и интенциональную основы совокупностей текстов, «каждый из которых идентифицируется как языковой коррелят определенной социокультурной практики» [Клушина 2008: 28; с. 42]. Опорным выступает понятие «гипертекст». Оно

инициирует понимание авторами дискурса как совокупности медиатекстов «на тему» (на тему истории, на тему религии, на тему города, на тему экологии, на тему праздника и т. д.). Это позволяет авторам выделить так называемый *тематический дискурс*, который, как «матрешка» (сравнение принадлежит авторам, с. 103), включает в себя дискурсы второго порядка. Здесь отметим очевидное: мода на дискурсивные исследования привела к терминологической эклектике [см.: Клушина 2013]. В описании новгородского поля по указанным разделам преобладают категории медийной поэтики и жанра. В то же время говорится о степени дискурсивности новости (т. е. переноса темы на другие жанровые тексты), о дискурсообразующем сюжете и дискурсообразующих эпизодах. Понятие «дискурс» связывается с лингвистическим термином *детерминанта*. Выделено шесть соотносимых с параметрами речи детерминант: сфера (институциональная детерминанта), фактура (фактура печати, радио, ТВ), автор, жанр, тема, отдельные смыслы текста (например, детерминанта конфликта). Внутри разделов наименования множатся, включая *субдискурсы*, *мини-дискурсы*, а также имена типа *субдискурс разбитого автомата*. Похоже, с дискурсом отождествляется любая конкретизированная субъектом речь (по Э. Бенвенисту, «речь, присвоенная говорящим»).

8. Своеобразным достижением аналитической разработки выступает понятие «медийный сюжет». Под медийным сюжетом предлагается понимать линию отражения в медиасфере ситуации / события социальной или культурной жизни региона, формирующую «пучок» текстов, который составляет субдискурс» (субдискурс одного визита, субдискурс одного происшествия и т. п.; с. 104). Медийный сюжет тяготеет к дискурсивному развертыванию и может пронизывать тексты разных жанров, сохраняющие тот же конкретный повод или его развитие. При этом «отражательная» природа медийного сюжета не делает его простым отражением реальности (зеркало может быть и кривым).

Привлекает внимание раздел 3.1 «Дискурсивная модель медиополя». Назвать выявленную дробную структуру моделью медиополя можно лишь условно, однако в графической схеме (с. 103) есть существенный смысл для общего видения проблемы анализа. В схеме отображены две дуги охвата медиополя, покрывающие все разновидности обозначенных дискурсов. Первая, внешняя, дуга охвата — это всеобъемлющий новостной дискурс. Вторая, внутренняя, дуга охвата — это факультативный конфликтный дискурс: он обнимает другие образования медиадискурса. Таким образом, указаны главные черты всей дробной сферы медиополя — охватывающие медиа новостная и конфликтная составляющие дискурсов.

Если идти далее по гл. 3, мы бы выделили раздел 3.2. «Новостной дискурс» (с. 116–138; автор О. А. Ларина), который содержит анализ результатов мониторинга новостной продукции новгородских медиа. Вообще к новостному дискурсу в книге приковано самое пристальное внимание. Подраздел на с. 130–138 начинается с характеристики «новости» как жанра и самостоятельного типа медиатекста, дается представление о внутрижанровых модификациях новости (жанровых видах). Далее жанрово-новостной аспект затемняется, дается необычно широкое понимание новости, свойственное обыденному сознанию и удобное в журналистской практике: «Если есть что нового сообщить миру — это новость». И тогда в ранг новости возводятся многообразные публикации с сегментом «новость». Основная терминология: *новость-комментарий*, *новость-мнение*, *новость-анонс*, *новость-фоторепортаж*, *новость-видеофакт*, *протоновость*, *квазиновость*, *новость-фальшивка*. К сожалению, по лингвистике новостных текстов даются минимальные замечания. Лингвистической составляющей анализа

явно не хватает, акценты делаются на нелингвистические «параметры»: актуальность, новизна, масштаб события, значимость для адресата. Но, строго говоря, это свойства не текстов (знаков), а референтов (свойства событий, являющихся референтами новостных сообщений) [Мишланов 2015: 127].

Раздел 3.3 «Городской дискурс» (с. 138–162) представлен множеством дискурсов: внутри разделов наименования дискурса множатся как таксоны. В подразделах характеризуются субдискурс *городской среды*, субдискурс *горожан*, а также эпизодически появляющийся субдискурс *праздника*. Внутри описания встречаются *ландшафтный дискурс*, субдискурс *памятника*, *допраздничный*, *репортажный* и *послепраздничный* дискурсы, *мини-дискурсы* и пр. Внимание уделяется героям журналистских материалов (нюсмейкер, медиаперсона, герой, антигерой, персонаж) и причинам его выбора. Основная терминология описания: *медийный сюжет*, *городской язык* (въездные знаки, граффити, надписи на стенах), *пресуппозитивная информация*, «*бренди́рование города*» как *практика*, *инфоповод*, *мотив*, *комментарий*, *оценка*, *тема идентичности*, *жанры*, *заголовки*, *номинации*, *ключевые слова*.

Раздел 3.4. «Дискурс культуры» (с. 162–171) содержит количественные данные (культурные мероприятия, статистика). Авторы отмечают: адресат данных публикаций немногочислен. По жанровой составляющей публикации весьма разнообразны и представлены всеми группами — от информационных до художественно-публицистических. Основная терминология в разделе: *культурный запрос аудитории*, «*массовизации*» культуры, *симбиоз культур*, *ответный отклик аудитории*, *число инфоповодов*, *негатив в комментариях*, *интернет-пользователи*.

Интересны и другие разделы гл. 3, на которых в небольшой рецензии сложно остановиться. Реферативностью страдает раздел «Конфликтный дискурс» (3.8), конспективностью — разделы «Исторический дискурс» (3.6) и «Религиозный дискурс» (3.7). Обратимся к замечаниям, которые носят обобщающий характер.

К сожалению, в подразделах гл. 3 много декларативного, и сказанное приходится брать на веру: утверждениям не сопоставлены примеры; лингвистический анализ либо отсутствует, либо минимален. Изложение порой имеет вид тезисов к конференции. Скорее, это план к перспективному анализу медиаречи по жанрам, темам, дискурсам.

Если говорить о дискурсивной совокупности текстов, то образуются они скорее не по ключевому слову (*история*, *культура*, *религия* и т. п.), а по концепту: слова *религия* в материале может и не быть. Кроме того, дискурс не обязательно равен совокупности текстов, он их пронизывает; в тексте может быть несколько дискурсов.

Теория стилистики заложила основы для изучения разных сфер функционирования языка. В части изучения экстралингвистических оснований выделения функционального стиля она тесно смыкается с теорией дискурса, но не дублирует ее. Поэтому дискурс и его анализ не сводится к стилистическому (по Ю. С. Степанову, это стилистика + идеология). Но в книге нет отношения к концепции кода как следа дискурсивных практик в тексте (Чепкина 2001). При этом код идеологии — один из базовых для журналистики, он всегда тесно связан с политикой. Идеологические коннотации присутствуют в любом высказывании, но они часто трудноуловимы: идеологическое обычно выдается за естественное, культурное, национальное.

В фундаментальных теориях дискурс рассматривается как объект, требующий особой методики описания, так как дискурс имеет собственные закономерности формирования, которые невозможно выявить с помощью традиционных методик языкового

и текстового анализа. В книге же описаны, скорее, стилевые показатели медиа, типичные для современной культурно-речевой ситуации в российских СМИ.

К сожалению, понятие «дискурс» приобретает все более гибридный, многофункциональный характер. Происходят своего рода «маркетинговые» манипуляции, которые превращают термин в механический инструмент и стимулируют его неспецифическое употребление. Тем самым создаются новые стереотипы, серьезно дискредитирующие понятие «дискурс». В монографии главным, на наш взгляд, оказался критерий удобства использования слова. Наименования дискурса играют роль метки (дескриптора). А ведь дискурс нужно рассматривать как *я в л е н е* или «образование из совокупности разных факторов (сторон явления), будь то знаковая сторона, структурная, когнитивная или социальная» [Островская 2013: 30].

В монографии наблюдается своеобразная эклектика словоупотребления в передаче специальных понятий. С одной стороны, авторы стараются быть понятыми со стороны практиков-журналистов, с другой стороны, ориентация на специалистов не строгая, лингвистические термины вводятся в необычный для них контекст (*квантитативный анализ, детерминанта, пресуппозиция*).

Попытка представить в самом общем виде типологию факторов, которые определяют выдвижение и становление «медиалингвистики» как нового направления в современном языковедении, осложнена тем, что в монографии не интегрированы, существуют отдельно нелингвистическая и лингвистическая составляющие (пожалуй, исключение составляет гл. 2). В большей доле характеристик регионального медиаполя преобладает не лингвистический, а содержательно-тематический анализ (контент-анализ). Пропорции приоритетов хорошо видны и по списку литературы.

Конечно, процесс региональной коммуникации, как показывают авторы, является весьма сложным и неоднозначным. В него вовлечены социальные, политические, региональные, историко-культурные и ряд других факторов, в том числе многообразные связи через Интернет, использование прямой и косвенной эвиденциальности в качестве средства манипуляции сознанием потребителей информации. Говоря о неоднородности полученных результатов, приходится признать, что они были ожидаемыми. Иными словами, читателю предполагалось дать весьма информативную по региональному охвату группировку различных факторов, включенных в процесс описания новгородских медиа и, разумеется, связанных с языком: среди них факторы местные политические, социально-психологические, исторические, экологические и др.

Заметим, что для привычных лингвистических исследований ограничение предмета анализа, углубленного в текст, составляет условие для получения эффективного результата. В данном случае ограниченность не адекватна обычному предмету лингвистики: изучаемое «поле» слишком широко для текстового подхода и создает его участникам труднорешаемую проблему — поиск адекватной конфигурации исследуемого, которая оправдала бы подзаголовок: «Опыты лингвистических исследований».

Главное достоинство монографии состоит в том, что в фокусе исследования оказывается разнородное множество феноменов, входящих в компетенцию медиалингвистики, изучающей контексты коммуникации и принципы, регулирующие речевое общение. Подтверждается интердисциплинарность направления. При этом лингвисты, историки, философы, психологи могут сохранять свое изначальное исследовательское поле, но с приоритетом лингвистики. В центре изучения в любом ракурсе остаются субъекты и их взаимодействие (интеракция), объемное по своей интегративной ментально-речевой структуре дискурсивное развертывание.

Многофокусность исследований подтверждает множественность классификаций и систем субкатегорий дискурса. При этом «теория коммуникации, теория стиля, теория текста, теория дискурса являются не конкурирующими, взаимоисключающими, а взаимодействующими научными направлениями и могут сосуществовать, не отрицая друг друга» [Тошович 2013: 35].

Авторы отмечают необходимость накопления эмпирического материала, который послужил бы гарантией реалистичности выдвигаемых концепций (с. 21, 207). Целиком поддерживаем данное положение. Именно недостаток эмпирических выкладок с лингвистическими демонстрациями специфики совокупных текстов обусловил появившиеся у нас сомнения в адекватности анализа, обозначенного в отдельных частях монографии как «дискурсивный» в медиалингвистике.

ЛИТЕРАТУРА

Бабаева Е. Э. Кто живет в вертепе, или опыт построения семантической истории слова // *Вопр. языкозн.* 1998. № 3. С. 94–106.

Дейк, Тён ван. Язык. Познание. Коммуникация. М.: Прогресс, 1989.

Добросклонская Т. Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ: современная английская медиаречь. М.: Флинта, Наука, 2008.

Добросклонская Т. Г. Теория и методы медиалингвистики: автореф. дис. ... д-ра филол. наук. М., 2000.

Жолковский А. К. Предисловие // *Машинный перевод и прикладная лингвистика.* 1964. Вып. 8. С. 3–16.

Клушина Н. И. Стилистика публицистического текста. М.: МедиаМир, 2008.

Клушина Н. И. Зона пересечения стилистики и дискурсологии // *La Table Ronde.* Вып. 2. Лингвистика дискурса и перспективы ее развития в парадигме современной славистики. Минск: РИВШ, 2013. С. 26–28.

Кравец Т. И. Название газеты: ономаσιологический и стилистический аспекты: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Екатеринбург, 2002.

Крысин Л. П. Толковый словарь иноязычных слов. М.: Языки слав. культуры, 2007.

Мишланов В. А. Медиалингвистика в ряду традиционных направлений языкознания // *Медиалингвистика.* 2015. № 3(9). С. 115–129.

Островская Т. В рамках парадигмы «язык-речь-текст» стало тесно // *La Table Ronde.* Вып. 2. Лингвистика дискурса и перспективы ее развития в парадигме современной славистики. Минск: РИВШ, 2013. С. 32–33.

Серво П. Как читают тексты во Франции // *Квадратура смысла: французская школа анализа дискурса:* пер. с фр. и португал. М.: Прогресс, 1999. С. 12–53.

Тошович Б. Сильные и слабые стороны современных работ по дискурс-лингвистике // *La Table Ronde.* Вып. 2: Лингвистика дискурса и перспективы ее развития в парадигме современной славистики. Минск: РИВШ, 2013. С. 35–36.

Чепкина Э. В. Русский журналистский дискурс: текстопорождающие тактики и коды (1995–2000): автореф. дис. ... д-ра филол. наук. Екатеринбург, 2001.

REFERENCES

Babaeva E. Who lives in a cave, or experience in building semantic word history [Kto zhivoyt v vertepe, ili opyt postroyeniya semanticheskoy istoriyi slova] // *The questions of Linguistics [Vopr. jazykozn.].* 1998. No. 3. P. 94–106.

Chepkina E. Russian journalistic discourse: generation text tactics and codes (1995-2000) [Russky zhurnalistskiy diskurs: tekstoporozhdayuschiye praktiki i kody: avtoref. dis. ... d-ra filol. nauk]. Yekaterinburg, 2001.

Deik, Teun van. Language. Cognition. Communication [Jazyk. Poznanie. Kommunikatsija]. Moscow, 1989.

Dobrosklonskaya T. Media linguistic theory and methods [Teoriya i metody medialingvistiki]. Moscow, 2000.

Dobrosklonskaya T. Media linguistic: a systematic approach to language learning media: modern English media discourse [Medialingvistika: sistemny podchod k izucheniyu yazyka SMI: sovremennaya angliyskaya mejiarech]. Moscow, 2008.

Klushina N. Journalistic Style text [Stilistika publitsicheskogo teksta]. Moscow, 2008.

Klushina N. Zone crossing style and discourse [Zona peresecheniya stilistiki i diskursology] // La Table Ronde. 2. Minsk, 2013. P. 26–28.

Kravets T. Newspaper name: onomasiologic and stylistic aspects [Nazvaniye gazety: onomasiologicheskyy i stilisticheskyy aspekty: avtoref. dis. ... kand. filol. nauk]. Yekaterinburg, 2002.

Krysin L. Dictionary of foreign words [Tolkovaniye inozazychnyh slov]. Moscow, 2007.

Mishlanov V. Media linguistic in a number of traditional areas of Linguistics [Medialingvistika v ryadu traditsyonny napravleny] // Medialingvistika. 2015. No. 3 (9). P. 115–129.

Ostrovskaya T. Within the paradigm of “language-speech-text” has become closely [V ramkah paradigmy yazyk-rech-tekst stalo tesno] // La Table Ronde. 2. Minsk, 2013. P. 32–33.

Serio P. Reading texts in France [Kak chitajut teksty vo Frantsii] // Quadrature meaning: the French school of discourse analysis [Kvadratura smysla: frantsuzskaya cshkola analiza diskursa]. Moscow, 1999. P. 12–53.

Toshovich B. Strengths and weaknesses of contemporary work on discourse Linguistics [Silnyje i slabyje storony covremennyh rabot po diskurs-lingvistike] // La Table Ronde. 2. Minsk, 2013/ P. 35–36.

Zzholkovsky A. Foreword [Predisluvije] // Machine translation and applied linguistics [Mashinnyj perevod i prikladnaja lingvistika]. 1964. No. 8. P. 3–16.

..... ХРОНИКИ

УДК 81-13;
ББК 81.2-5;
ГРНТИ 16.01.13;
КОД ВАК 10.01.10

.....

**«ЯЗЫК В КООРДИНАТАХ
МАССМЕДИА»: ИТОГИ
КОНФЕРЕНЦИИ**

Ранней осенью 2016 г. с 6 по 9 сентября в морской столице Болгарии Варне прошла I Международная научно-практическая конференция «Язык в координатах массмедиа». Организаторами этого события стали Шуменский университет им. Епископа Константина Преславского, Институт «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций» при Санкт-Петербургском государственном университете и Комиссия по медиалингвистике при Международном комитете славистов. В фокусе конференции — актуальное состояние и перспективы исследований, посвященных функционированию славянских языков в массмедиа.

На пленарном заседании с докладами выступили Лилия Дускаева (Россия) «Язык в координатах массмедиа: важнейшие исследовательские подходы», Минка Златева (Болгария) «Как влияние медиалингвистиката на „галванизиращия кръговрат“ между ПР и журналистиката?», Иванка Мавродиева (Болгария) «Бренд журналистика, онлайн меди и социални мрежи» и Елка Добрева (Болгария) «Медиите в метафоричното огледало на криминалната литература».

В рамках конференции состоялось 10 панельных дискуссий.

© Казак М. Ю., Чернышова Т. В., Ивченков В. И., Власова Е. Г., Васильева В. В., Цветова Н. С., Коньков В. И., Тодорова Р., Добросклонская Т. Г., Павловская Н. Ю., 2016

I панель

«МЕДИАТЕКСТ: СТРУКТУРА, КОМПОЗИЦИЯ, ВЕКТОРЫ ОБНОВЛЕНИЯ»

Председатель — *Мария Юрьевна Казак* (Белгород, Россия)

Мария Юрьевна Казак, доктор филологических наук, профессор кафедры журналистики Белгородского государственного национального исследовательского университета.
308015, Белгород, ул. Победы, 85.
E-mail: kazak@bsu.edu.ru.

Панель оказалась насыщенной как по количеству участников, так и по проблематике представленных докладов. Очное участие приняли 18 ученых из Болгарии, Украины, Польши, Литвы, Финляндии, разных регионов России. Содержательной доминантой выступлений на трех заседаниях явилась медиалингвистическая и медиадискурсивная тематика. Об эстетических, аксиологических, экспрессивных сторонах текстов СМИ шла речь в выступлениях М. Ю. Казак (Россия), Э. Г. Шестаковой (Украина), В. В. Антроповой (Россия), В. Аврамовой (Болгария), В. В. Федорова (Россия). Актуальные проблемы типологии медиадискурсов освещались в докладах И. Лое (Польша), Н. Г. Нестеровой (Россия), А. А. Волковой (Россия). Особое внимание было уделено медийным практикам в новых медиа — выступления А. Беловодской (Литва), Л. Мокробродовой (Финляндия), А. А. Колосовой (Россия), М. В. Загидуллиной (Россия). Рассмотрение общих и частных вопросов медиалингвистики и медиатекстов нашло отражение в докладах А. Герцова (Болгария), О. Я. Гойхмана (Россия), Т. А. Демешкиной (Россия), А. А. Селютина (Россия), О. И. Шарафутдиновой (Россия), Н. В. Муравьевой (Россия). Обсуждение научных проблем проходило на болгарском, русском, польском языках, в обстановке полного взаимопонимания.

II панель

«ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ ЯЗЫКОВЫХ СРЕДСТВ В СЛАВЯНСКИХ МАССМЕДИА»

Председатель — *Наталья Юрьевна Павловская* (Минск, Беларусь)

Наталья Юрьевна Павловская, доктор филологических наук, профессор кафедры белорусского языка и литературы Минского государственного лингвистического университета.
220034, Белоруссия, Минск, ул. Захарова, 21.
E-mail: n.pavlovskaya@tut.by.

В рамках работы было прослушано 23 доклада на болгарском, русском, ан-

глийском языках, подготовленных исследователями из Болгарии, России, Беларуси, Норвегии, Словакии, Чехии, Сербии. В центре внимания выступающих были вопросы реализации и речевой специфики современной массовой коммуникации, механизмы порождения медиатекстов, их обусловленность активной динамикой современного общества, трансформированием массмедиа и качественным усложнением генерируемого ими дискурса.

Дискуссия, развернувшаяся по итогам прослушанных докладов, обнаружила не только спектр актуальных, требующих решения проблем, но и общую глубокую заинтересованность в выработке общих стратегий исследовательского потенциала разных славянских медийных школ.

III панель

«ЭСТЕТИКА МЕДИАРЕЧИ»

Председатель — *Наталья Сергеевна Цветова* (Санкт-Петербург, Россия)

Наталья Сергеевна Цветова, доктор филологических наук, доцент, профессор кафедры речевой коммуникации Санкт-Петербургского государственного университета.

199004, Санкт-Петербург, 1-я линия В. О., 26, к. 703.

E-mail: cvetova@mail.ru.

В панельной дискуссии участвовали исследователи из Санкт-Петербурга (В. И. Коньков, Н. С. Цветова, Ю. М. Коняева, Н. А. Прокофьева), Москвы (Е. Н. Басовская), Вены (Э. Хоффманн), Томска (И. А. Поплавская, Т. Е. Арсеньева), Екатеринбурга (И. А. Ахьямова, М. А. Беляева). Значительность состоявшегося научного диалога определялась его междисциплинарным характером. Выступавшие исследователи активно занимаются не только медиалингвистикой, но и историей литературы и журналистики, культурологией.

В базовом докладе Н. С. Цветовой была предпринята попытка обозначить дискуссионное поле, сформированное, по убеждению докладчика, под влиянием мировой и национальной риторических традиций, обусловленное речевой ситуацией в современном медийном пространстве.

Участники дискуссии на конкретном и весьма разнообразном речевом материале продемонстрировали сложность,

многоуровневость процесса эстетизации медиаречи.

Главным результатом можно считать признание научного статуса обсуждаемой проблемы, позволившее продуктивно рассуждать об исследовательских перспективах и конфликтных зонах.

IV панель
«МЕТОДИКИ ЛИНГВОЭКСПЕРТНОГО АНАЛИЗА МЕДИАТЕКСТОВ»

Председатель — **Виктория Владимировна Васильева** (Санкт-Петербург, Россия)

Панельная дискуссия прошла с участием представителей МГУ, Шуменского университета, Православного университета г. Тольятти и др.

Дискуссия шла в направлении решения трех групп вопросов: 1) границы экспертной компетентности, 2) специфика экспертизы медиапродуктов различных форм коммуникации, 3) разработка лингвистического инструментария юридической экспертизы с привлечением сопредельных областей знания. Свои соображения по этим вопросам высказали Е. С. Кара-Мурза, Т. В. Чернышова, В. В. Васильева, А. П. Чудинов, М. А. Венгранович и др. Участники были единодушны в том, что в ходе выполнения лингвистической экспертизы медиатекстов происходит адаптация собственно лингвистических методов исследования к экспертным задачам. При этом последние достижения медиалингвистики получают практическую актуализацию, а решение исследовательских задач ставит перед лингвистом-экспертом ежедневные вопросы, поскольку с расширением влияния медиальности на общественные процессы появляются новые виды речевых правонарушений.

Виктория Владимировна Васильева, кандидат филологических наук, доцент кафедры речевой коммуникации Санкт-Петербургского государственного университета.

199004, Санкт-Петербург, 1-я линия В. О., 26, к. 703.

E-mail: v.v.vasilieva@spbu.ru.

V панель
«РЕЧЕВЫЕ ПАРАМЕТРЫ ПОЛИТИЧЕСКОГО МЕДИАДИСКУРСА»

Председатель — *Владимир Иванович Коньков* (Санкт-Петербург, Россия)

Владимир Иванович Коньков, доктор филологических наук, профессор кафедры речевой коммуникации Санкт-Петербургского государственного университета.

199004, Санкт-Петербург, 1-я линия В. О., д. 26, к. 703.

E-mail: v_konkov@mail.ru.

Панель была посвящена разработке лингвистической теории политического медиадискурса. В. И. Коньков (СПбГУ) в докладе «Политический медиадискурс: объем и содержание понятия» обозначил базовые категории исследуемого объекта и раскрыл их содержание.

Т. И. Попова (СПбГУ) в докладе «Интервью с политиком с точки зрения персонального и институционального дискурсов» показала, как комбинация вопросов из персональной и профессиональной сферы позволяет аудитории прогнозировать принятие политиком тех или иных решений. П. Адамка (Университет им. Константина Философа в Нитре, Словакия) посвятил свой доклад характеру позиционирования лидера российской оппозиции в словацком медиапространстве.

Были заслушаны также доклады Л. П. Ивановой (Национальный педагогический университет имени М. П. Драгоманова, Киев, Украина) «Медиатексты в лингвоимагологическом аспекте» и А. И. Едличко (МГУ) «Актуализация темы политического протеста в новостном интернет-дискурсе». Совместный доклад А. И. Едличко и Ю. О. Тумановой (МГУ) был посвящен деонимизации имен собственных в современном политическом медиадискурсе.

Т. И. Сурикова (МГУ) проанализировала в своем докладе интенциональные возможности политической терминологии в дискурсе СМИ. П. Янева (Софийски университет «Св. Климент Охридски», Бельгия) дала анализ категории политической корректности.

Е. В. Каблуков (Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина) исследовал

особенности конструирования в российском медиадискурсе концепта «информационная война». Ю. Г. Чернышов (АлтГУ) показал в своем сообщении, как несоответствие речевого поведения политика его социальному статусу приводит к краху политической карьеры.

VI панель
«ЛИНГВИСТИКА ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОГО ТЕКСТА»

Председатель — **Виктор Иванович Ивченко** (Минск, Беларусь)

Виктор Иванович Ивченко, доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой стилистики и литературного редактирования Института журналистики Белорусского государственного университета.

220004, Республика Беларусь, Минск, Кальварийская ул., 9, к. 407.

E-mail: diskurs03@mail.ru.

Панельная дискуссия была представлена обширной тематикой, которая касалась проблем как частного, так и общего, основополагающего, характера. Заинтересованный разговор шел об онтологическом статусе лингвистики публицистического текста и закономерном глубоком внедрении ее в сферы медиалингвистики и дискурсного анализа СМИ (В. И. Ивченко). Обсуждению подлежали вопросы о новых формах композиционной и лингвостилистической организации медиатекста (Т. Д. Орлова), о методике проведения контент-аналитических исследований, что блестяще продемонстрировала Л. Свитич на примере социалингвистического рассмотрения отражения семейных ценностей в печати. Исследовательский взгляд О. И. Десюкевич был обращен на проявление эвфемизации в публицистической речи, в частности на использование социальных эвфемизмов в рамках различных интерактивных стилей. Л. П. Саенковой на материале авторской колонки «Кинодом» в газете «СБ. Беларусь сегодня» были выявлены новые аспекты изучения медиатекста как феномена культуры. Тщательному анализу подверглись медийная ситуация «награждение» (И. И. Минчук), заголовки о террористических актах на страницах болгарских газет (Н. Стойкова), представлено исследовательское видение медиадискурса городской газеты

«Кузнецкий рабочий», г. Новокузнецк (И. А. Пушкарева). Результатом заседания явилось решение о проведении последующих дискуссий в рамках дискурсного анализа СМИ.

VII панель
“NEWS DISCOURSE IN THE FOCUS OF MEDIA LINGUISTICS”

Председатель — *Татьяна Георгиевна Добросклонская* (Москва, Россия)

Татьяна Георгиевна Добросклонская, доктор филологических наук, профессор кафедры лингвистики, перевода и межкультурной коммуникации факультета иностранных языков и регионоведения МГУ им. М. В. Ломоносова.
119899, Москва, Ломоносовский пр., 31.
E-mail: tatdobro@mail.ru.

Специально для привлечения зарубежных участников в рамках конференции «Язык в координатах массмедиа» была организована панельная дискуссия на английском языке «Новостной дискурс в объективе медиалингвистики». Для обсуждения предлагался широкий круг актуальных тем, включая: 1) новости в общей системе массмедийного дискурса, 2) процесс создания и распространения новостей, критерии новостной ценности, информационная модель, 3) лингвомедийные и форматностилистические свойства новостных текстов, 4) национально-культурная специфика и тематическая организация новостного дискурса, 5) новости как важнейший фактор информационного влияния в мировом медиапространстве.

С докладами выступили руководитель секции профессор факультета иностранных языков и регионоведения МГУ Т. Г. Добросклонская, которая рассказала об использовании информационной модели как инструмента для анализа новостного дискурса; доклад представителя Высшей школы журналистики и массовых коммуникаций СПбГУ Е. В. Ягуновой был посвящен проблемам определения гомогенности и гетерогенности русскоязычных интернет-текстов.

Большой интерес и целый ряд вопросов вызвал совместный доклад преподавателей факультета журналистики Университета дружбы народов А. А. Ко-

лосовой и Н. В. Поплавской, в котором был представлен подробный, прекрасно иллюстрированный анализ образа России в современной британской качественной прессе. Прекрасно выступили представители организатора конференции Шуменского университета имени Константина Преславского: С. Недельчева рассказала о мультимодальности новостных текстов, посвященных проблемам миграции, Д. Чешмеджева-Стойчева — об особенностях медиарепрезентации темы терроризма в новостном дискурсе.

С яркими докладами выступили представители Измирского университета (Турция): проф. А. Симбер раскрыла очень интересную и малоисследованную тему — изучение речи приглашенных иностранных актеров в современном кинодискурсе, Д. Бахар сосредоточила внимание на роли индивидуальных образов в рекламных плакатах. Как видим, темы выступлений участников из Турции не были непосредственно связаны с новостным дискурсом, но именно организация панельной дискуссии на английском языке позволила им принять участие в конференции, что, безусловно, стало положительным опытом, который следует учесть при организации будущих международных мероприятий. Проведение секции на английском языке позволит расширить круг зарубежных участников и даст возможность исследователям языка СМИ из других стран рассказать о своих достижениях.

VIII панель

«МЕДИАТЕКСТ В МЕТОДИЧЕСКОЙ РАБОТЕ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ»

Председатель — *Татьяна Владимировна Чернышова* (Барнаул, Россия)

В ходе работы секции заслушано шесть докладов, в которых были представлены результаты исследований девяти участников конференции из трех стран — России, Болгарии и Сербии.

Татьяна Владимировна Чернышова, доктор филологических наук, профессор, заведующая кафедрой общей и прикладной филологии, литературы и русского языка Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Алтайский государственный университет».

656049, Барнаул, пр. Ленина, 61.

E-mail: labrlexis@mail.ru.

Проблемам медиаобразования посвящены пять докладов: Т. В. Чернышова (Алтайский государственный университет, г. Барнаул, Россия) поделилась с участниками панельной дискуссии своим опытом использования медиатекстов в процессе преподавания новой дисциплины лингвистического цикла — «Лингвоконфликтологии». Применению медиатекстов в вузовском обучении русскому языку как иностранному были посвящены два доклада: И. Костадиновой и К. Петровой (Шуменский университет им. Епископа Константина Преславского, Болгария); Н. Г. Нестеровой и С. В. Фащановой (Томский государственный университет, Россия). В докладе Ю. Н. Михайловой (Уральский федеральный университет, Россия) на примере региональных интернет-форумов рассмотрены тематические сферы, отражающие ценностные ориентиры наших современников.

Специалисты Института экспериментальной фонетики и языковой патологии (Белград, Сербия) Миряна Совил и коллектив авторов в составе Silvana Panišić, Vanja Nenadović, Miško Subotić представили два доклада на стыке речевой коммуникации, психологии и педагогики.

IX панель

«ТРАВЕЛОГ КАК ТИП МЕДИАТЕКСТА»

Председатель — *Елена Георгиевна Власова* (Пермь, Россия)

Панельная дискуссия была посвящена обсуждению актуальных подходов к анализу травелогов, под которыми понимаются разные по своим жанрово-стилистическим и коммуникативным характеристикам тексты, описывающие реальные путешествия, — от художественной публицистики до записей в блогах. Основное направление дискуссии было связано с характеристикой экстралитературных факторов, влияющих на текстообразование травелогов, в частности, способа

Елена Георгиевна Власова, кандидат филологических наук, доцент кафедры журналистики и массовых коммуникаций Пермского государственного национального исследовательского университета.

614990, Пермь, ул. Букирева, 15.

E-mail: Elena_vlasova@list.ru.

передвижения, цели путешествия, бэкграунда автора, коммуникативной среды травелога. В связи с этим обсуждались обстоятельства формирования дорожных дискурсов, локальных травелогов, нарративных стратегий и других устойчивых структур, которые складываются в связи с особенностями функционирования травелогов в медиасреде.

В работе дискуссионной панели приняли участие ученые из Санкт-Петербурга, Перми, Екатеринбурга, Новосибирска и Харькова.

Х панель

«PR И РЕКЛАМА»

Председатель — *Румяна Тодорова*
(Шумен, Болгария)

Заседание панели «PR и реклама» проходило в течение двух дней (6 и 7 сентября).

Изначально были заявлены 18 докладов, тематическое поле которых соответствовало теме дискуссии. 12 работ должны были быть представлены в ходе рабочей сессии, остальные авторы сообщили, что не смогут принять очное участие в конференции. Помимо заявленных участников на заседании присутствовали два человека, перешедших из других групп и принимавших активное участие в дискуссиях. Обсуждение в основном касалось представленных докладов, но прозвучали и вопросы, напрямую не соотносившиеся с темами докладов, а возникшие в связи с темой панели. Это позволило осветить проблематику панели в разных аспектах и сравнить подходы представителей разных европейских школ.

Румяна Тодорова, доктор филологических наук, профессор, заведующая кафедрой английского языка гуманитарного факультета Шуменского университета им. Константина Преславского. 9712, Болгария, Шумен, Университетская ул., 115, к. 310.

E-mail: r_todorova@yahoo.com.

В завершение конференции состоялась пленарная дискуссия «Место медиалингвистики в ряду языковедческих дисциплин», на которой были заслушаны доклады Т. Г. Добросклонской «Медиалингвистика в общей структуре современного языкознания», В. В. Абашева «Потенциал междисциплинарности в современной филологии», В. И. Ивченкова «Медиалингвистика и медиариторика: точки соприкосновения», А. П. Чудинова «Политлингвистика и медиалингвистика: грани взаимодействия и статус в языкознании», а также подведены итоги конференции. Особенно отмечались актуальность затронутых в рамках дискуссий проблем и продуктивность подходов, предложенных для их решения.

АННОТАЦИИ

М. А. Кормилицына, О. Б. Сиротинина
Саратов, Россия

САРАТОВСКАЯ ЛИНГВИСТИЧЕСКАЯ ШКОЛА «ИЗУЧЕНИЕ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ РУССКОГО ЯЗЫКА»

В статье рассмотрена история формирования Саратовской лингвистической школы, отмечается, что уже многие поколения школы вносят вклад в медиалингвистику. Определяются принципиальные отличия саратовской школы изучения функционирования русского языка от других, близких по затрагиваемым проблемам. Основным принципом ученых Саратовской школы является формулирование гипотез и доказательств своей правоты всегда на основе фактов речи (индукции), а не на поиске доказательств своей точки зрения. Для ученых школы важно зафиксировать реальную речь без ее «выпрямления» в угоду какой-то концепции, гипотезе, т. е. стремление идти от конкретного материала, обобщая факты, а не подгоняя их под заданную идею. Значимы проведенные в рамках школы исследования речевых фактов и их места в системе языка, а также широкое понимание речи с учетом роли речевых фактов в дискурсе, особенностей адресанта и адресата речи, типа общения и всех его условий (вид СМИ, тип издания, телеканал, жанр). Изучается отношение речи в СМИ к кодифицированной норме, моде и т. д. Существенным является учет частотности факта или явления, поэтому нередко применяется количественная оценка употребительности.

К л ю ч е в ы е с л о в а: *Саратовская школа, функционирование языка, речь, принципы изучения, факты, факторы, тенденции, адресат, идиостиль, коммуникативная компетентность.*

Маргарита Анатольевна Кормилицына, зав. кафедрой русского языка и речевой коммуникации Института филологии и журналистики Саратовского национального исследовательского государственного университета им. Н. Г. Чернышевского. 410012, Саратов, Астраханская ул., 83, корп. XI.
E-mail: rusyazsgu@mail.ru.

Ольга Борисовна Сиротинина, профессор кафедры русского языка и речевой коммуникации Института филологии и журналистики Саратовского национального исследовательского государственного университета имени Н. Г. Чернышевского. 410012, Саратов, Астраханская ул., 83, корп. XI.
E-mail: rusyazsgu@mail.ru.

Г. С. Куликова, И. В. Прозорова
Саратов, Россия

РАДИОПЕРЕДАЧА «СЛУЖБА РУССКОГО ЯЗЫКА» КАК ОДИН ИЗ ВАРИАНТОВ СОЦИАЛЬНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ САРАТОВСКИХ ЛИНГВИСТОВ

В статье рассмотрен факт практического внедрения исследований Саратовской школы изучения русского языка — участие ее лингвистов в работе радиопередачи «Служба русского языка» на саратовском радио. Названы ее участники в качестве экспертов, охарактеризованы ее отличия от подобных передач на других радиостанциях. Показано, что фактически она превратилась в своеобразный клуб любителей русской словесности. Представлены типичные обсуждаемые проблемы и вопросы радиослушателей. Охарактеризована социальная роль передачи. Передача, как и подобные ей, но в еще большей степени — свидетельство неугасающего интереса к родному языку во всей его сложности, а не только к его нормам. Утверждается собственно научная роль этой передачи — выяснение и проверка того, что заполняет речевое сознание носителей языка.

К л ю ч е в ы е с л о в а: радиопередача, русский язык, нормы, заимствованные слова, этимология.

Галина Сергеевна Куликова, кандидат филологических наук, доцент кафедры русского языка и речевой коммуникации Института филологии и журналистики Саратовского национального исследовательского государственного университета им. Н. Г. Чернышевского. 410012, Саратов, Астраханская ул., 83, корп. XI.

E-mail: kulikova.gs@gmail.com.

Инна Валериевна Прозорова, кандидат филологических наук, руководитель Киностудии Саратовского национального исследовательского государственного университета им. Н. Г. Чернышевского. 410012, Саратов, Астраханская ул., 83, корп. XI.

E-mail: inna_prozorova@mail.ru.

Т. В. Харламова
Саратов, Россия

ЖИЗНЬ МИФА В СОВРЕМЕННОМ ПОЛИТИЧЕСКОМ МЕДИАДИСКУРСЕ США И ВЕЛИКОБРИТАНИИ

В статье раскрываются механизмы идеологической борьбы в западных СМИ, рассматриваются вопросы конструирования новой действительности и мифологизации политического медиадискурса США и Великобритании. Современное дискурсивное пространство заполнено мифами разного рода, которые отражают стандартизированные упрощенные представления о действительности, событиях или людях. В американских и британских СМИ миф выступает как средство воздействия на массовое сознание

и инструмент формирования негативного образа России. Зарубежные СМИ пытаются развенчать мифы, созданные, по их мнению, в России. В результате происходит переписывание российских «мифов» и создание новых западных мифов о России. В зарубежной прессе важное значение придается дегероизации центрального героя мнимых, с их точки зрения, российских мифов, которым является глава государства В. В. Путин. Особое внимание в статье уделяется модели создания западного мифа путем развенчания российского мифа, а также различным языковым средствам, которые нацелены на разграничение мифологической и реальной действительности и продвижение своего собственного взгляда на существующую ситуацию. Разнообразные способы развенчания мифов (эксплицитные и имплицитные) отражают существование непрерывной борьбы за информационное пространство и стремление к формированию определенных ценностных и смысловых ориентиров общества.

К л ю ч е в ы е с л о в а: медиадискурс, миф, дискурс-анализ, политический дискурс.

Татьяна Валериевна Харламова, кандидат филологических наук, зав. кафедрой романо-германской филологии и переводоведения Саратовского национального исследовательского государственного университета им. Н. Г. Чернышевского. 410012, Саратов, Астраханская ул., 83, корп. XI.

E-mail: kharlamovav@yandex.ru.

Е. В. Уздинская
Саратов, Россия

ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ ДИСКУРСИВОВ С ПРОТИВИТЕЛЬНОЙ СЕМАНТИКОЙ В ГАЗЕТНОМ ТЕКСТЕ

Статья посвящена анализу функционирования дискурсивов с противительной семантикой в газетном тексте. Рассматриваются особенности семантики противительных дискурсивов, с которыми могла бы быть связана высокая активность подобных слов в газетных текстах. Содержащееся в семантике дискурсивов указание на несоответствие с ожиданиями, отступление от нормы, преодоленное препятствие позволяет журналисту привлекать внимание читателя к публикации, держать его в состоянии постоянного эмоционального напряжения и формировать то восприятие действительности, которое нужно автору. В еще большей степени формированию образа действительности способствует возможность противительных дискурсивов маркировать один из противопоставляемых компонентов как более ценный и важный. При этом одна и та же ситуация, одна и та же мысль может быть представлена с диаметрально противоположными знаками, в зависимости от позиции автора.

К л ю ч е в ы е с л о в а: дискурсивы, противительная конструкция, газетный текст, нарушение ожидания, позиция автора.

Елена Владимировна Уздинская, кандидат филологических наук, доцент кафедры русского языка и речевой коммуникации Саратовского национального исследова-

тельского государственного университета им. Н. Г. Чернышевского. 410012, Саратов, Астраханская ул., 83, корп. XI.

E-mail: levitzky@mail.ru.

Ю. М. Коняева

Санкт-Петербург, Россия

РЕЧЕВОЙ ЖАНР «ТВОРЧЕСКИЙ ПОРТРЕТ» В АСПЕКТЕ КАТЕГОРИИ ПЕРСОНАЛЬНОСТИ

Развитие текстогенристики требует обратиться к проблеме жанровых категорий, позволяющих определить существенные, т. е. категориальные, признаки текстотипа. Настоящая статья посвящена описанию поля жанровой категории персональности, представленной в журналистских текстах, созданных в речевом жанре творческого портрета. Категория персональности является референтной в этом жанре. В статье описана система композиционно-текстовых, языковых и визуальных средств, позволяющих передать предметное поле речевого жанра творческого портрета. Жанрово-семантическое поле персональности представлено по крайней мере тремя микрополями: 1) номинации персоны, 2) дескрипции персоны, 3) указателей на ее действия. На примере текстов о писателях показана организация, композиция, комбинаторика языковых средств в текстах, воплощающих различные коммуникативные сценарии: посвящение «герою события», юбилейное посвящение, некролог.

К л ю ч е в ы е с л о в а: творческий портрет, категория персональности, микрополе, интенциональность, коммуникативный сценарий.

Юлия Михайловна Коняева, кандидат филологических наук, старший преподаватель кафедры речевой коммуникации Санкт-Петербургского государственного университета. 199004, Санкт-Петербург, 1-я линия В. О., 26.

E-mail: yulia.konyaeva@gmail.com.

М. И. Конюшкевич

Гродно, Беларусь

ДВУЯЗЫЧНОЕ МЕДИАПРОСТРАНСТВО Статья первая. БЕЛОРУСИЗМЫ В РУССКОЯЗЫЧНЫХ ТЕКСТАХ БЕЛОРУССКИХ СМИ

В статье рассматривается двуязычное медиапространство Беларуси, в котором государственные белорусский и русский языки заявлены как равноправные и функционируют даже в пределах одного печатного издания. Белорусско-русское двуязычие характеризуется: а) близкородственностью (высокой долей в обоих языках омолекс и паралекс), б) асимметрией (доминированием русского языка) и в) неоднородностью: неравное количество пассивных билингвов (большинство)

и активных (меньшинство) обеспечивает успешность общения без переключения кодов. Тем не менее так называемая *трасянка* (смешанная белорусско-русская речь, заметная в устном общении населения Беларуси) печатному медиатексту не свойственна: включение элементов белорусского языка в русскоязычный газетный текст информативно, коммуникативно и прагматически обоснованно. Белорусизмы в русскоязычном медиадискурсе выполняют функции: а) манифестантов национальной идентичности белорусов, б) маркеров стилизации этнического колорита, в) способа точного представления белорусских реалий (белорусский ономастикон), г) средства приращения смыслов и различных коннотаций; д) приема для создания комических, пейоративных или мелиоративных эффектов.

К л ю ч е в ы е с л о в а : *двуязычие, русский язык, белорусский язык, медиатекст.*

Мария Иосифовна Конюшкевич, доктор филологических наук, профессор кафедры журналистики Гродненского государственного университета им. Янки Купалы. 230022, Гродно, ул. Ожешко, 22, к. 319.

E-mail: marikon9@mail.ru.

Т. А. Ненашева, Э. Н. Меркулова

Нижний Новгород, Россия

К ВОПРОСУ О РОЛИ ПРОЗВИЩНОЙ НОМИНАЦИИ В СОЗДАНИИ ОБРАЗА ПОЛИТИКА

В статье исследуется роль прозвищ в создании имиджа политика. Исследование проведено на материале прозвищ, которые были даны американскому бизнесмену и политическому деятелю Дональду Трампу. Изучены мотивационные признаки прозвищ, лежащие в основе номинации, способы словообразования и стилистические приемы, создающие экспрессивно-оценочный потенциал прозвищ. Сравнение современных прозвищ с прозвищами политиков прошлого выявило преобладающую тенденцию к созданию в прессе многочисленных пейоративных единиц вторичной номинации. Исследование также показало, что один и тот же признак может служить основанием создания противоположных по знаку оценки полионимических прозвищ, которые создают два различных образа. Сделан вывод о том, что референтная закреплённость определенных признаков за эпонимом путем создания многочисленных полионимов является фактором формирования образа политика.

К л ю ч е в ы е с л о в а : *прозвища, референция, мотивационный признак, аллюзия, образ политика.*

Татьяна Александровна Ненашева, кандидат филологических наук, доцент департамента прикладной лингвистики и иностранных языков факультета гуманитарных наук национального исследовательского университета Высшая школа экономики, Нижегородский филиал НИУ ВШЭ. 603095, Нижний Новгород, Львовская ул., 1в, к. 106.

E-mail: tnenasheva@hse.ru.

Эдита Николаевна Меркулова, кандидат филологических наук, доцент департамента литературы и межкультурной коммуникации факультета гуманитарных наук национального исследовательского университета Высшая школа экономики, Нижегородский филиал НИУ ВШЭ. 603095, Нижний Новгород, Львовская ул., 1в, к. 106.

E-mail: emerkulova@hse.ru.

А. И. Матяшевская

Саратов, Россия

УПОТРЕБЛЕНИЕ СНИЖЕННЫХ СЛОВ И ВЫРАЖЕНИЙ В РУССКОЙ ВЕРСИИ ГАЗЕТЫ «МЕТРО»

В статье анализируются некоторые факты употребления сниженных слов и выражений в российской версии газеты «Метро». Выявлены источники, условия, функции и этнокультурная специфика такого использования. Как и в ранее рассмотренных нами газетах, на страницах «Метро» преобладает употребление сниженной лексики в контактоустанавливающей (создание взаимопонимания между журналистом и читателями) и оценочной функциях. Высокая политизированность материалов отличает российскую газету «Метро» от ее британской версии. При этом журналисты российской «Метро» нередко навязывают аудитории собственные мнения и взгляды, используя сниженную лексику в качестве инструмента вербальной агрессии. Насыщенность газетного текста сниженными словами и выражениями становится привычной для читателей, формирует речевую моду, тем самым негативно влияя на состояние русского языка.

К л ю ч е в ы е с л о в а: *медиалингвистика, язык СМИ, сниженная лексика, речевая культура, нарушения нормы.*

Ангелина Игоревна Матяшевская, кандидат филологических наук, доцент кафедры английского языка и межкультурной коммуникации Саратовского национального исследовательского государственного университета им. Н. Г. Чернышевского. 410012, Саратов, Астраханская ул., 83, корп. XII.

E-mail: angelinacaribe@gmail.com.

З. Л. Новоженова

Гданьск, Польша

ЖАНРЫ ЭЗОТЕРИЧЕСКОГО ДИСКУРСА В МАССМЕДИЙНОМ ПРОСТРАНСТВЕ

В статье рассматривается проблема появления и укрепления в медиапространстве дискурсов, сформированных иррациональными ментальными установками социума. Особое внимание уделяется эзотерическому дискурсу. Дискурс оценивается как диагностический инструмент и по отношению к языку (так как он фиксирует специализацию

языковых средств относительно комплекса параметров), и по отношению к социокультурным состояниям общества, его ментальным установкам и типам общественного сознания. В качестве примеров текстов эзотерического дискурса в статье анализируются астрологические прогнозы и эзотерическая реклама. Специфическими со стороны их речевого построения признаются особые стратегии называния, которые наряду с другими речевыми стратегиями позволяют адресанту формировать новую картину мира у адресата. Анализ текстов данного дискурса демонстрирует их речевую системность в отборе и качестве языковых средств для создания порядка дискурса.

К л ю ч е в ы е с л о в а: *эзотерический дискурс, массмедийное пространство, гороскоп, эзотерическая реклама, картина мира.*

Зоя Леонидовна Новожёнова, доктор филологических наук, профессор кафедры восточнославянского языкознания и переводоведения Гданьского университета. 80-308, Гданьск, ул. Вита Ствоша, 51.

E-mail: zln@o2.pl.

Т. А. Милёхина
Харбин, Китай

НЕПОЛИТИЧЕСКИЙ ДИСКУРС В ПОЛИТИЧЕСКИХ ТОК-ШОУ

В статье на материале современных политических ток-шоу анализируются причины, цели и функции фрагментов неполитического дискурса. В самом общем виде причиной появления такого рода отступлений выступает общая демократизация социальной жизни, сближение телевизионного общения с реальным, всё большее распространение в публичном медиапространстве разговорной речи. Конкретной причиной, как правило, является невозможность аргументировать свою позицию допустимыми в политическом дискурсе языковыми средствами. В политической дискуссии участники передачи дискредитируют высказываемое оппонентом мнение с помощью переноса объекта дискуссии с обсуждаемой темы на личность оппонента, его внешность, характер, национальность, профессиональную принадлежность.

К л ю ч е в ы е с л о в а: *телевизионная речь, политический дискурс, публичное общение, неофициальное общение, культура речи.*

Татьяна Алексеевна Милёхина, доктор филологических наук, профессор кафедры русского языка факультета иностранных языков Харбинского политехнического университета. 150001, Китайская народная республика, Хейлунцзян, район Нанга, ул. Вест Даджи, 92.

E-mail: <http://www.hit.edu.cn>; tmilehina@yandex.ru.

Лу Тинтин, Чжоу Синью

Пекин, Китай

ПОЛИТИЧЕСКОЕ ИНТЕРВЬЮ КАК ЖАНР ДИСКУРСА СМИ

В статье предпринимается попытка рассмотреть политическое интервью как часть контента политико-идеологических СМИ. Цель политического интервью — объяснение и пропаганда определенной политической идеи. Политик также ставит своей целью сформировать образ партии, которую представляет. Интервьюером выступает журналист, задача которого — следить за сменой ролей коммуникантов. Политик в таком интервью старается завоевать инициативу. Интервьюер стремится к тому, чтобы дискурс интервьюируемого политика был воспринят адресатом. Политик рассчитывает на то, что ему будет предоставлена возможность обосновать свою позицию. Конечная цель политического интервью состоит в достижении взаимопонимания с аудиторией по основным вопросам, связанным с проблемами внутренней и внешней политики.

К л ю ч е в ы е с л о в а: политическое интервью, политический дискурс, СМИ, типологические особенности, бытовой диалог.

Работа выполнена при финансовой поддержке проекта: 中国博士后科学基金第55批面上资助项目“政治语言学：理论与方法”（2014M551283）。

Лу Тинтин, кандидат филологических наук, старший преподаватель Второго пекинского университета иностранных языков (BISU), постдоктор Хэйлунцзянского университета. 10024, Китайская народная республика, Пекин, район Чао Ян, ул. Динфучжун Наньли, 1.

E-mail: lutingting0809@mail.ru.

Чжоу Синью, аспирант филологических наук, компания с ограниченной ответственностью “Trans-Asia Gas Pipeline Company Limited”. 100007, Китайская народная республика, Пекин, район Чао Ян, ул. Дунчжимэнь Бэйдацзе, 9.

E-mail: zhouxw0501@mail.ru.

Т. И. Краснова

Санкт-Петербург, Россия

ОБ ОПЫТЕ МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОГО АНАЛИЗА РЕГИОНАЛЬНОГО МЕДИАПОЛЯ

Рец. на кн.: *Новгородское медиаполе: опыты лингвистических исследований*: кол. моногр. / под ред. Т. В. Шмелевой. В. Новгород: Новгор. гос. ун-т им. Ярослава Мудрого, каф. журн., 2015. 223 с.

В рецензии представлен подробный анализ коллективной монографии, которая отнесена авторами к опыту лингвистических исследований. Согласиться с такой характеристикой исследования можно лишь с оговорками. Читателю предлагается информативная по разным аспектам исследования содержания группа материалов и ме-

тодических выкладок, так или иначе связанных с языковым и неязыковым анализом деятельности региональных СМИ. Книга включает в себя разноплановое описание текстов политической, социально-психологической, исторической, экологической, культурной тематики. Широта подхода, подразумевающего институциональный и авторский, жанрово-тематический лингвистический аспекты наблюдений в новгородском медиаполе, должна была привлечь участников междисциплинарного исследования к решению изначально трудной, дискуссионной задачи — дать такую предметно-методологическую конфигурацию описания материала, которая соответствовала бы охвату большого медиаполя в русле медиалингвистики, «в зеркале дискурсивного анализа». Полученные результаты можно считать интересным коллективным опытом междисциплинарного подхода к анализу региональных СМИ, но трудно считать опытом именно лингвистических исследований; скорее, это их многообещающий ресурс в аспектах дискурс-анализа.

К л ю ч е в ы е с л о в а: региональное медиаполе, медиалингвистика, текст, жанр, тематика, дискурсивный анализ.

Татьяна Ивановна Краснова, доктор филологических наук, доцент кафедры речевой коммуникации Санкт-Петербургского государственного университета. 199004, Санкт-Петербург, 1-я линия В. О., 26, к. 703.

E-mail: taikrasnova@yandex.ru.

«ЯЗЫК В КООРДИНАТАХ МАССМЕДИА»: ИТОГИ КОНФЕРЕНЦИИ

В сентябре 2016 г. состоялось значимое для всего мира медиалингвистики событие — была организована I Международная научно-практическая конференция «Язык в координатах массмедиа». В конференции приняли участие 200 ученых из славянских стран — Болгарии, России, Белоруссии, Польши, Украины, Сербии, Чехии, Словакии. В рамках мероприятия развернулась интереснейшая дискуссия вокруг проблематики медиалингвистики. Многие участники отметили высокую эффективность состоявшегося общения.

К л ю ч е в ы е с л о в а: массмедиа, медиатекст, языковые средства, эстетика речи, лингвистическая экспертиза.

Мария Юрьевна Казак, доктор филологических наук, профессор кафедры журналистики Белгородского государственного национального исследовательского университета. 308015, Белгород, ул. Победы, 85.

E-mail: kazak@bsu.edu.ru.

Татьяна Владимировна Чернышова, доктор филологических наук, профессор, заведующая кафедрой общей и прикладной филологии, литературы и русского языка Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Алтайский государственный университет». 656049, Барнаул, пр. Ленина, 61.

E-mail: labrlexis@mail.ru.

Аннотации

Виктор Иванович Ивченко, доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой стилистики и литературного редактирования Института журналистики Белорусского государственного университета. 220004, Республика Беларусь, Минск, Кальварийская ул., 9, к. 407.

E-mail: diskurs03@mail.ru.

Елена Георгиевна Власова, кандидат филологических наук, доцент кафедры журналистики и массовых коммуникаций Пермского государственного национального исследовательского университета. 614990, Пермь, ул. Букирева, 15.

E-mail: Elena_vlasova@list.ru.

Виктория Владимировна Васильева, кандидат филологических наук, доцент кафедры речевой коммуникации Санкт-Петербургского государственного университета. 199004, Санкт-Петербург, 1-я линия В. О., 26, к. 703.

E-mail: v.v.vasilieva@spbu.ru.

Наталья Сергеевна Цветова, доктор филологических наук, доцент, профессор кафедры речевой коммуникации Санкт-Петербургского государственного университета. 199004, Санкт-Петербург, 1-я линия В. О., 26, к. 703.

E-mail: cvetova@mail.ru.

Владимир Иванович Коньков, доктор филологических наук, профессор кафедры речевой коммуникации Санкт-Петербургского государственного университета. 199004, Санкт-Петербург, 1-я линия В. О., д. 26, к. 703.

E-mail: v_konkov@mail.ru.

Румяна Тодорова, доктор филологических наук, профессор, заведующая кафедрой английского языка гуманитарного факультета Шуменского университета им. Константина Преславского. 9712, Болгария, Шумен, Университетская ул., 115, к. 310.

E-mail: r_todorova@yahoo.com.

Татьяна Георгиевна Добросклонская, доктор филологических наук, профессор кафедры лингвистики, перевода и межкультурной коммуникации факультета иностранных языков и регионоведения МГУ им. М. В. Ломоносова. 119899, Москва, Ломоносовский пр., 31.

E-mail: tatdobro@mail.ru.

Наталья Юрьевна Павловская, доктор филологических наук, профессор кафедры белорусского языка и литературы Минского государственного лингвистического университета. 220034, Белоруссия, Минск, ул. Захарова, 21.

E-mail: n.pavlovskaya@tut.by.

ABSTRACTS

M. A. Kormilitsyna, O. B. Sirotinina

Saratov, Russia

SARATOV LINGUISTIC SCHOOL "STUDY OF THE RUSSIAN LANGUAGE FUNCTIONING"

The article describes the history of Saratov linguistic school, it states that many generations of linguists of that school contributed to the development of mediallynguistics. Fundamental differences of studying the functioning of the Russian language in Saratov linguistic school from others with similar scientific interests are determined. The basic principle of Saratov linguistic school is formulating hypotheses and evidence to back it are always based on the speech facts (induction), rather than on simply finding evidence of certain point of view. Capturing it without fitting to some kind of concept or hypothesis is of utmost importance, there is a desire to start with the particular material, summarizing the facts, rather than adjusting them to a given idea. Meaningful conducted The study of speech facts and their place in the system of language are very significant, as well as the broad understanding of speech, taking into account the role of the speech facts in the discourse, peculiarities of the sender and the addressee, the type of communication, and all its terms and conditions (type of media, the type of publication, channel, genre). We study the relationship of speech in the media to the norm, trends and so on. It is essential to take into account the frequency of the fact or phenomenon, that is why quantitative assessment of usage is often performed.

Key words: Saratov linguistic school, functioning of language, speech, principles of analysis, trends, addressee, idiosyle, communicative competence.

Margarita Anatolievna Kormilitsyna, Doctor of Philology, Head of the Department of Russian Language and Speech Communication of Institute of Philology and Journalism of Saratov National Research State University named after N. G. Chernyshevsky. 410012, Saratov, Astrakhanskaya St., 83, build. XI.

E-mail: rusyazsgu@mail.ru.

Olga Borisovna Sirotinina, Doctor of Philology, Professor of Russian language and verbal communication in Saratov National Research State University named after N. G. Chernyshevsky. 410012, Saratov, Astrakhanskaya St., 83, build. XI.

E-mail: rusyazsgu@mail.ru.

G. S. Kulikova, I. V. Prozorova

Saratov, Russia

**RADIO PROGRAM “THE RUSSIAN LANGUAGE SERVICE”
AS ONE OF THE EXAMPLES OF SOCIAL AND PRACTICAL ACTIVITIES
OF SARATOV LINGUISTS**

The article provides an overview of the practical application of Saratov scientific school research of the Russian language — its linguists are taking part in the broadcast “The Russian language Service” of the Saratov radio. In the paper its participants are named as experts and differences from similar programs on other radio stations are defined. In fact it has become a kind of fan club of Russian literature lovers. The article presents some issues and questions of the audience that are typically discussed. It also assesses the social importance of the radio program. This radio program outperforms its competitors and becomes the proof of undying interest in the native language in all its complexity, not only in its norms. The article highlights the scientific significance of this program: one of its aims is figuring out the details and estimating the composition of native speakers' verbal consciousness.

Key words: radio program, the Russian language, norms, loan words, etymology.

Galina Sergeevna Kulikova, Candidate of Philology, Associate Professor of the Department of Russian language and verbal communication of the Institute of Philology and Journalism at Saratov National Research State University named after N. G. Chernyshevsky. 410012, Saratov, Astrakhanskaya St., 83, build. XI.

E-mail: kulikova.gs@gmail.com.

Prozorova Inna Valerievna, candidate of philological sciences, head of the National Research studio of Saratov State University named after N. G. Chernyshevsky. 410012, Saratov, Astrakhanskaya St., 83, build. XI.

E-mail: inna_prozorova@mail.ru.

T. V. Kharlamova

Saratov, Russia

**LIFE OF MYTH IN MODERN POLITICAL MEDIA DISCOURSE
OF THE US AND GREAT BRITAIN**

The article deals with the mechanisms of ideological struggle in the Western media, problems of shaping a new reality and mythologization of political media discourse of the US and UK Contemporary discourse is full of different myths that reflect a standardized simplified image of the reality, events and people. In American and British media, the myth acts as a means of influencing collective conscience and an instrument of creating a negative image of Russia. The foreign media are trying to debunk myths created, in their opinion, in Russia. As a result, there is a process of rewriting Russian “myths” and creating Western myths about Russia. The foreign press attaches utmost importance to

deglorification of the main character of the supposed Russian myths, the head of the state V. Putin. The focus is on the model of creating a Western myth by demolishing the Russian one, as well as linguistic means aimed at debunking myths and promoting one's own view on the existing situation. Different means of myth dispelling (explicit and implicit) reflect the existence of a continuous struggle for the media landscape and the desire to create certain values and semantic cues of the society.

Key words: media discourse, myth, discourse analysis, political discourse.

Tatyana Valerievna Kharlamova, Doctor of Philology, Head of the Chair of Romance-Germanic Philology and Translation Studies, Saratov National Research State University named after N. G. Chernyshevsky. 410012, Saratov, Astrakhanskaya St., 83, build. XI.

E-mail: kharlamovatv@yandex.ru.

E. V. Uzdinskaya

Saratov, Russia

DISCOURSE MARKERS WITH ADVERSATIVE SEMANTICS IN THE NEWSPAPER TEXT: THEIR POTENTIAL AND ITS REALIZATION

The article analyses the functioning of the discourse markers with adversative semantics in the newspaper text. It explores the semantics of adversative discourse markers and suggests that it causes the wide usage of these words in the newspaper texts. The semantics of discourse markers that contains the reference to the falling short of expectations, the deviation from the norm and overcoming obstacles allows the journalist to attract the reader's attention to the publication, to keep him on the edge of his seat and shape the perception of reality that the author desires. Another peculiarity of adversative discourse markers is even more important for the reality perception: when they are used with one of the contrasting components, this component appears to be more valuable and important. As a result, the same idea can be presented from diametrically opposite sides depending on the point of view of the author.

Key words: discourse markers, adversative construction, newspaper text, defeated expectations, the author's opinion.

Elena Vladimirovna Uzdinskaya, Candidate of Philology, Associate Professor of the Department of the Russian Language and Verbal Communication, Saratov National Research State University named after N. G. Chernyshevsky. 410012, Saratov, Astrakhanskaya St., 83, build. XI.

E-mail: levitzky@mail.ru.

Yu. M. Konyaeva
St Petersburg, Russia

**SPEECH GENRE “CREATIVE PORTRAIT”
IN THE ASPECT OF PERSONALITY CATEGORY**

Development of text genre studies demands to address a problem of the genre categories allowing to define essential, i. e. categorial, signs of a type of text. The article is devoted to the description of the field of genre personality category presented in the journalistic texts created in a speech genre “Creative portrait”. The personality category is referent in this genre. In the article the system of the composite and text, language and visual means allowing to transfer the subject field of a speech genre “Creative portrait” is described. The genre and semantic field of a personality is presented at least by three microfields: 1) the nomination of the person, 2) descriptions of the person, 3) indexes on its actions. On the example of texts about writers the organization, composition, combination theory of language means is shown in the texts embodying various communicative scenarios: dedication to “the hero of an event”, anniversary dedication, obituary.

Key words: creative portrait, personality category, microfield, intentionality, communicative scenario.

Yulia Mikhailovna Konyaeva, Candidate of Philology, Senior lecturer of the Department of Speech Communication, St Petersburg State University. 199004, Saint Petersburg, 1st Line of Vasilievsky Island, 26, r. 703.

M. I. Konushkevich
Grodno, Belarus

BILINGUAL MEDIASPACE
Article one. BORROWINGS FROM THE BELARUSIAN LANGUAGE
IN RUSSIAN TEXTS OF THE BELARUSIAN MASS MEDIA

The article deals with the bilingual mediaspace of Belarus, in which the state Russian and Belarusian languages are equal and function even within one printed edition. The Belarusian-Russian bilingualism is characterized by a) close relationship (the high rate of omolexes and paralexes in both the languages), b) asymmetry (the predominance of the Russian language) and c) heterogeneity: unequal amount of passive (the majority) and active (the minority) bilinguals ensures the success of communication without changing codes. Nevertheless so-called “trasjanka” (mixed Belarusian-Russian language, used in oral communication of the Belarusian population) isn’t common in printed mediatext: the use of the elements of the Belarusian language in the Russian newspaper text is informative, communicative and pragmatically proved.. Belarusisms in the Russian media discourse fulfill the functions of a) the demonstrators of national identification of Belarusians, b) the markers of ethnic colouring stylization c) the way of exact presentation of Belarusian realia (Belarusian onomasticon),

d) the means of adding the meanings and different connotations e) the method of creating comic, pejorative or reclamative effects.

Key words: bilingualism, the Russian language, the Belarusian language, mediatext.

*Maria Iosifovna Koniushkevich, Doctor of Philology, Professor of the Chair of Journalism, Yanka Kupala Grodno State University. 230022, Grodno, Ozheshko St., 22, r. 319.
E-mail: marikon9@mail.ru.*

T. A. Nenasheva, E. N. Merkulova
Nizhny Novgorod, Russia

THE ROLE OF NICKNAMING PRACTICES IN CREATING THE IMAGE OF A POLITICIAN

This article examines the role of nicknames in creating the image of a politician. The research was conducted on the material of the nicknames that were given to an American businessman and politician Donald Trump. The sources of nicknaming and motivational criteria were studied, as well as the derivational patterns and stylistic devices that create an affective and emotional meaning of the nicknames. Comparison of modern nicknames with nicknames of politicians of the past revealed a predominant tendency of mass media to create numerous pejorative units of secondary nomination. The study also showed that the same feature can underlie nicknames with the opposite evaluative meanings, thus aiming to construct two polar images. It is concluded that creation of numerous synonymic nicknames that highlight certain features, real or ascribed to a politician, is used by mass media to form a desired politician's public image.

Key words: nicknames, reference, motivational feature, allusion, image of a politician.

Tat'jana Aleksandrvna Nenasheva, Candidate of Philology, Associate Professor of the Applied Linguistics and Foreign Languages Department, Faculty of Humanities, National Research University Higher School of Economics, Nizhny Novgorod branch. 603095, Nizhny Novgorod, Lvovskaya St., 1v, r. 106.

E-mail: tnenasheva@hse.ru.

Edita Nikolaevna Merkulova, Candidate of Philology, Associate Professor of the Literature and Intercultural Communication Department, Faculty of Humanities, National Research University Higher School of Economics, Nizhny Novgorod branch. 603095, Nizhny Novgorod, Lvovskaya St., 1v, r. 106.

E-mail: emerkulova@hse.ru.

A. I. Matyashevskaya

Saratov, Russia

THE USAGE OF SUBSTANDARD WORDS AND PHRASES IN RUSSIAN VERSION OF NEWSPAPER “METRO”

The article presents the analysis of some examples of substandard vocabulary in Russian version of the newspaper “Metro”. The sources, conditions, functions and cultural differences of its usage are identified. As we have previously observed in some other newspapers, the main functions of substandard vocabulary usage in “Metro” is achieving mutual understanding between the journalist and the audience and evaluation and criticism. Highly politicized materials distinguish Russian version of the newspaper from the British one. However it should be noted that Russian version of “Metro” forces its own views and opinions on its readers, using substandard vocabulary as a tool of verbal aggression. The newspaper that is filled with substandard vocabulary becomes familiar to its readers, it affects the trends in speech and thus has a negative impact on the Russian language as a whole.

Key words: medialogistics, media language, speech culture, substandard vocabulary, violation of the norm.

Angelina Igorevna Matyashevskaya, Candidate of Philology, Associate Professor of the Department of English Language and Intercultural Communication, Saratov National Research State University named after N. G. Chernyshevsky. 410012, Saratov, Astrakhanskaya str., 83, build. XII.

E-mail: angelinacaribe@gmail.com.

Z. L. Novozhenova

Gdansk, Poland

ESOTERIC DISCOURSE GENRES IN THE SPACE OF MASS MEDIA

In the article the author describes appearance and growth of such discourses in the media landscape, which were formed by irrational mental orientation of society. Special focus is on esoteric discourse. Discourse is regarded as a diagnostic tool either towards language (as it establishes specialization of its means on the basis of set of parameters), or towards sociocultural state of society, its mental orientation and forms of social conscience. The analysis is made on the basis of such texts belonging to esoteric discourse, as astrological forecast and esoteric advertising. Among specific features of their linguistic arrangement there are particular strategies of naming, which — along with other linguistic strategies — let the addresser form the new addressee's worldview. The analysis shows also these texts' systemacity in selection and quality of language means, which create the discourse's order.

Key words: esoteric discourse, mass media space, horoscope, esoteric advertising, addressee's worldview.

Zoya Leonidovna Novozhenova, Doctor of Philology, Uniwerstet Gdański. Poland, 80-308, Gdańsk, Wita Stwosza St., 51.
E-mail: zln@o2.pl.

T. A. Milekhina

Harbin, China

UNPOLITICAL DISCOURSE IN PUBLIC POLITICAL TALK SHOW

The article on the modern political talk show analyzes the deviation from the topic of discussion, fragments of political discourse. In General terms, the cause of such deviations on the General democratization of social life, the convergence of television communication with the real, increasingly common in the public media conversation. Specific cause usually is the inability to argue their position acceptable in the political discourse of linguistic tools. In the political debate the program participants expressed discrediting opponent's opinion by transferring the object of discussion on the topic in the opponent's personality, his appearance, character, nationality, religious affiliation.

K e y w o r d s: *television speech, political discourse, public communication, informal communication, culture of speech.*

Tatyana Alekseevna Milekhina, Doctor of Philology, Professor of Russian language, faculty of foreign languages, Harbin Institute of Technology. 92 West Dazhi Street, Nangang District, Harbin, 150001, Heilongjiang, China.

E-mail: <http://www.hit.edu.cn>; tmilekhina@yandex.ru.

Lu Tingting, Zhou Xingwu

Beijing, China

POLITICAL INTERVIEW AS A PECULIAR GENRE OF POLITICAL MASS MEDIA DISCOURSE

This paper attempts to examine the concept of political discourse as a part of political and ideological mass media content. The purpose of the political interview is promotion and explanation of a policy, a political idea. In addition, the politician aims at forming an image of the party represented by him. The interviewer is often a journalist whose task is to change the roles of communicants. In such a discourse, the politician strives for gaining initiative. The interviewer aims at the perception of the interviewed politician's discourse by the addressee. The politician counts upon the opportunity to represent his stance in its entirety. The ultimate purpose of the political interview is to form common ground with the audience, to have the audience agree on the main targeted focus of the political activity, to maintain the internal stability of the country and defend national interests in the international arena.

Key words: *political interviews, political discourse, mass media, main characteristics, ordinary dialogue.*

This research is supported by the project: 中国博士后科学基金第55批面上资助项目“政治语言学：理论与方法”（2014M551283）。

Lu Tingting, Doctor, lecture, Beijing International Studies University, Heilongjiang University. 10024, 1 Dingfuzhuangnanli Road, Chao yang district, Beijing.

E-mail: lutingting0809@mail.ru.

Zhou Xingwu, Master, LLC “Trans-Asia Gas Pipeline Company Limited”. 10007, 9 Dongzhimenbendajia Road, Chao yang district, Beijing, China.

E-mail: zhouxw0501@mail.ru.

T. I. Krasnova

Saint Petersburg, Russia

ON THE EXPERIENCE OF THE MULTIDISCIPLINARY ANALYSIS OF REGIONAL MEDIA-FIELD

Rev. of the textbook: *Novgorod media-field: experiences of linguistic studies: col. monogr.* / ed. by T. V. Shmeleva. V. Novgorod: NovGU, 2015. 223 p.

In reviews submitted a detailed analysis of the collective monograph, which the authors attributed to the experience of linguistic studies. Agree with this characterization studies can only with reservations. The reader is informative on different aspects of the study content material group and methodological assumptions, one way or another connected with linguistic and no-linguistic analysis of regional mass media. The book includes a diverse political texts description, socio-psychological, historical, environmental, cultural topics. Latitude approach involving institutional and architectural, genre-themed and linguistic aspects of the observations in Novgorod media-field, was to engage participants in interdisciplinary research to address initially difficult discussion task is to give such subject-methodological descriptions of the configuration of the material, which would be consistent with the coverage of a large media-field, in line with the media Linguistics, “in a mirror, discursive analysis”. Results can be considered an interesting collective experience of an interdisciplinary approach to the analysis of regional media, but it's hard to believe it is linguistic research experience; rather, it is their budding resource in aspects of discourse analysis.

Key words: *regional media-field, media Linguistics, text, genre, theme, discursive analysis.*

Tatyana Ivanovna Krasnova, Doctor of Philology, Associate Professor of speech communication at St Petersburg State University. 199004, Saint Petersburg, 1st Line of Vasilievsky Island, 26, r. 703.

E-mail: taikrasnova@yandex.ru.

“LANGUAGE IN THE COORDINATES OF MASS MEDIA”: CONFERENCE SUMMARY

In September 2016 it took significant for the media linguistics world event was held I International scientific-practical conference “Language in the coordinates of mass media”. The conference was attended by 200 scientists from the Slavic countries Bulgaria, Russia, Belarus, Poland, Ukraine, Serbia, the Czech Republic and Slovakia. The event unfolded an interesting discussion around media linguistics issues. Many participants noted the high efficiency of communication.

Key words: mass media, media text, language resources, speech aesthetics, linguistic expertise.

Maria Yurievna Kazak, Doctor of Philology, Professor of the Journalism Department, Belgorod State National Research University. 308015, Belgorod, Pobeda St., 85.

E-mail: kazak@bsu.edu.ru.

Tatyana Vladimirovna Chernyshova, Doctor of Philology, Professor, Head of the Department of General and Applied philology, literature and Russian language, Federal State Educational Institution of Higher Education “Altai State University”. 656049, Barnaul, Lenina Ave., 61.

E-mail: labrlexis@mail.ru.

Viktor Ivanovich Ivchenkov, Doctor of Philology, Professor, Head of Stylistics and literary editing Institute of Journalism of the Belarusian State University. 220004, Republic of Belarus, Minsk, Kalvariyskaya St., 9, r. 407.

E-mail: diskurs03@mail.ru.

Elena Georgievna Vlasova, Candidate of Philology, Associate Professor at Perm State National Research University, Department of Journalism. 614990, Perm, Bukireva St., 15.

E-mail: Elena_vlasova@list.ru.

Viktoria Vladimirovna Vasilieva, Candidate of Philology, Associated Professor of the Department of Speech Communication. 199004, Saint Petersburg, 1st Line of Vasilievsky Island, 26, r. 703.

E-mail: v.v.vasilieva@spbu.ru.

Natalia Sergeevna Tsvetova, Doctor of Philology, Professor, Department of speech communication. 199004, Saint Petersburg, 1st Line of Vasilievsky Island, 26, r. 703.

E-mail: cvetova@mail.ru.

Vladimir Ivanovich Konkov, Doctor of Philology, Professor Chair of speech communication of St Petersburg State University. 199004, Saint Petersburg, 1st Line of Vasilievsky Island, 26, r. 703.

E-mail: v_konkov@mail.ru.

Rumyana Todorova, Doctor of Philology, Professor, Yead oh the English Study Department Shumen University. 115, Universitetska St., 9712, Shumen, Bulgaria, r. 310.

E-mail: r_todorova@yahoo.com.

Tatiana Georgievna Dobrosklonskaya, Doctor of Philology, Professor at the Department of linguistics, translation and intercultural communication of the Faculty of foreign languages and area studies of the Moscow State Lomonosov University. 119899, Moscow, Lomonosov Pr., 31.

E-mail: tatdobro@mail.ru.

Abstracts

Natalia Yur'jevna Pavlovskaya, Doctor of Philology, Professor at the Department of Belarussian language and literature of the Minsk State Linguistics University. 220034, Belarussia, Minsk, Zakharova St., 21.

E-mail: n.pavlovskaya@tut.by.

Макет: *С. Е. Курочкин*
Оформление обложки: *П. Ч. Хан*
Верстка: *Е. П. Смирнова*

Подписано в печать 07.12.2016.
Формат 60x84/8. Гарнитура CharterTC. Печ. л. 15.
Тираж 50 экз. Заказ 100.

Отдел допечатной подготовки
Института «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций»
Санкт-Петербургского государственного университета
199004, Санкт-Петербург, 1-я линия В. О., д. 26.