

ВІСНИК

**ЛУГАНСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО
УНІВЕРСИТЕТУ
ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА**

№ 17 (156) ВЕРЕСЕНЬ

2008

2008 вересень № 17 (156)

ВІСНИК

**ЛУГАНСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО
УНІВЕРСИТЕТУ**

ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА

ФІЛОЛОГІЧНІ НАУКИ

Заснований у лютому 1997 року (27)
Свідоцтво про реєстрацію:
серія КВ № 14441-3412ПР,
видане Міністерством юстиції України
14.08.2008 р.

Друкований орган
Видавництво Державного закладу
«Луганський національний університет
імені Тараса Шевченка»

Рекомендовано до друку на засіданні Вченої ради
Луганського національного університету
імені Тараса Шевченка
(протокол № 11 від 30 травня 2008 р.)

Виходить 2 рази на місяць

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ:

Головний редактор –
проф. Харченко С. Я.

Перший заступник головного редактора –

проф. Синельникова Л. М.

Заступник головного редактора –

проф. Ужченко В. Д.

Відповідальний секретар –

проф. Галич О. А.

Члени редколегії:

проф. Гриценко П. Ю.,

проф. Зеленько А. С.,

проф. Тараненко О. О.,

доц. Унукович В. В.

Засновник – Луганський національний університет імені Тараса Шевченка

Збірник наукових праць, ліцензований ВАК України за напрямками: педагогіка, історія, філологія, біологія
(Бюлетень ВАК України. – 1999. – № 4 (12))

Матеріали номера друкуються мовою оригіналу

EDITORIAL BOARD:

Editor-in-chief –

Prof. **Kharchenko S. Y.**

First Deputy –

Prof. **Sinelnikova L. M.**

Deputy –

Prof. **Uzhchenko V. D.**

Executive secretary –

Prof. **Galich O. A.**

Editor Board Members:

Prof. **Gritsenko P. Y.,**

Prof. **Zelenko A. S.,**

Prof. **Taranenko O. O.,**

Unukovich V. V.

Founder – Luhansk Taras Shevchenko National University

The collection of studies on Pedagogic, History, Philology, Biology licensed by the Higher Attestation Board of Ukraine (HAB)
(Bulletin HAB of Ukraine. – 1999. – No. 4 (12))

The materials are published in the original

Видавництво Державного закладу
«Луганський національний університет
імені Тараса Шевченка»:
вул. Оборонна, 2, м. Луганськ, 91011. Тел./факс: (0642) 58-03-20.
e-mail: mail@luguniv.edu.ua

© ДЗ «ЛНУ імені Тараса Шевченка», 2008

ВІСНИК
Луганського національного університету
імені Тараса Шевченка
(філологічні науки)

Коректор: Пономарьова Т. О.

Відповідальна за випуск:
доц. Розсоха В. О.

Підп. до друку 30.05.2008 р. Формат 60x84 1/8. Папір офсет.
Гарнітура Times New Roman. Друк ризографічний. Ум. друк. арк. 21,7.
Наклад 100 прим. Зам. № 88.

**Видавництво Державного закладу
«Луганський національний університет
імені Тараса Шевченка»**

вул. Оборонна, 2, м. Луганськ, 91011. Тел./факс: (0642) 58-03-20

КОММУНІКАЦІЯ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ



ЗМІСТ

Синельникова Л.Н. О содержании этого выпуска	7
--	---

Кафедра русского языкознания и коммуникативных технологий

Синельникова Л.Н. Коммуникативное пространство адресант-адресатных отношений в современном публицистическом тексте	10
--	----

Джинджолия Г.П. О связи стилистических значений со способами видения мира	25
--	----

Розсоха В.А. Коммуникативный потенциал крылатой латинской фразы « <i>Veni, vidi, vici!</i> » в виртуальном дискурсе	30
--	----

Соболева И.А. Медиа-стеб как реализация закона «карнавализации ценностей» в современном политическом дискурсе	38
--	----

Пономарёва Т.А. Особенности окказионального словообразования в современной поэзии	46
--	----

Минаева Э.В., Кандаурова Е. А. Концепт «Счастье» в русских пословицах и поговорках: гендерный аспект	52
---	----

Фролова В.В. Когнитивно-прагматические стратегии межличностного общения	57
--	----

Молодыхенко А. В. Значение сильной позиции для интерпретации публицистического текста	63
--	----

Масленников И. С. Приемы активизации межличностной обратной связи в общении	70
--	----

Унукович Е.А. Инаугурационное обращение как «сжатый» политический текст	78
<i>Кафедра всемирной литературы</i>	
Бахмач В.И. «Пока строка как уголь жжется ...» (Вероника Долина в посмертной судьбе Владимира Высоцкого)	89
<i>Наши гости</i>	
Синица И.А. (г. Киев) Культурология научного текста: уровни и средства актуализации	100
Компанцева Л.Ф. (г. Киев) Интернет-коммуникация: когнитивно-прагматические составляющие	107
Песорина Л.Н. (г. Измаил) Юмор как акт коммуникации	116
Колода Д.В. (г. Харьков) Средства создания диалогичности в поэтических текстах Юрия Левитанского	122
Кошман И.Н. (г. Луганск) О выражении функциональной семантико-синтаксической категории диалогичности (в русской публицистической речи Украины)	131
Васюкова Н.В. (г. Киев) Лингвокультурологические особенности рекламы воинской службы (к истории вопроса)	137
<i>Новации в учебном процессе</i>	
Синельникова Л.Н. Об эффективности мультимедийного лекционного курса (из опыта работы)	146
Розсоха В.А. Инновационные технологии как средство актуализации самостоятельной работы студентов-иностранцев	149

Рецензии

Синельникова Л.Н.

Т.Б. Трошева, О.Ю. Луковникова.

Объяснительный дискурс в его сферной парадигме:

Монография (Пермь, 2007) 153

Синельникова Л.Н.

Е.О. Клименко. Лингво- и социокультурный концепт

«management/менеджмент»:

российско-американские параллели. Монография

(Волгоград, ПН ИПД «Авторское перо», 2006) 158

Соболева И.А.

Жаргон в фокусе лексикографической «оптики»

Л.А.Ставицкой 166

Хроника

VII Международная научная конференция

«Предъявление мира в гуманитарных дискурсах

XXI века» (Луганск, 23.04. 2008) 172

Юбилеи

К юбилею А.М. Эмировой,

профессора Таврического национального университета

имени В.И. Вернадского 176

Адиле Эмирова.

Моё имя (фрагмент из книги воспоминаний)..... 178

Память

Памяти профессора русской филологии

Г.М. Чумакова (1918 – 2008) 183

Відомості про авторів 184

О СОДЕРЖАНИИ ЭТОГО ВЫПУСКА

Современный этап развития гуманитарного, и прежде всего лингвистического, знания характеризуется активным изучением коммуникационных сред – как традиционных, так и новых, назначение и содержание которых выявляет состояние общественного сознания в эпоху больших, «прорывных» перемен, характер отношений между людьми, живущими в нынешнее время, и теми, кто был причастен к прошлым состояниям культуры в её семиотических, текстовых и коммуникативных проявлениях.

Принципы и правила межличностной и публичной коммуникации, с одной стороны, имеют набор универсальных признаков, часто формулируемых в рекомендательной (желательной) модальности (например, постулаты П. Грайса или правила эффективного общения С. Блэка), с другой – проявляют вариативность, объясняемую разнообразием ситуаций общения, коммуникативных намерений субъектов речи, их социальным статусом и, наконец, состоянием языкового сознания общества, детерминированным (и детерминирующим) «картинами мира» носителя языка определённого времени.

Современное лингвопространство образует многоуровневую сферную парадигму, в которой происходит перераспределение сегментов актуальной членимости: функционально-стилистическая сфера делает очевидную уступку (в области правил и норм в том числе) коммуникативно-прагматической, которая, в свою очередь, оказывается зависимой от характера институциональных интеракций, отражающих формы социального взаимодействия представителей общественных групп, организаций, институтов с их жизненными ориентирами и действиями по управлению общественным сознанием.

Социальные интеракции формируются и транслируются СМИ, что превращает это пространство речевых (дискурсивных) действий в наиболее привлекательный для лингвистов сегмент наблюдений. Предмет наблюдения и инструментарий анализа многообразны, что представлено в статьях Л.Н. Синельниковой (адресант-адресатные отношения как прагматический инвариант современного публицистического текста, всё более ориентирующегося на целевого адресата), Г.П. Джинджолия (осознание стилистических значений не как абстрактных бессубъектных категорий, а как связанных со способами видения мира), И.А. Соболевой (медиа-стёб как вариант социального жаргона, специфически представляющего современный политический дискурс с его установкой на сценарность и театрализацию, требующих новых коннотативных и семантических средств), А.В. Молодыхенко (выявление новых функций сильных позиций текста, прокладывающих путь к подтексту, предтексту и – главное – к адресату), Е.А. Унукович (анализ «сжатого» политического текста на материале инаугурационного

обращения, проявляющего семантическую специализацию языковых средств).

Современные дискурсивные практики демонстрируют множество коммуникативных стратегий и тактик как в межличностном, так и в публичном общении. Обратная связь определяет, по сути, все особенности человеческого общения, нацеленного на понимание и взаимопонимание (статья И.С. Масленникова); неточные высказывания, отстранённость от адресата на когнитивном и эмоциональном уровнях создают сбой (шум, помехи) в общении, что может привести к дистанцированию от адресанта и к речевому (а затем и к поведенческому) конфликту между субъектами речи (статья В.В. Фроловой).

Психолингвистический аспект коммуникации может быть параметризован разными языковыми сигналами, выводящими на смысл сказанного. К числу сигналов повышенной энергичности относятся слова, репрезентирующие культурные концепты. Концепт «Счастье» занял одно из ведущих мест в концептуарии культурно значимых смыслов. Однако гендерное рассмотрение признаков этого концепта, проявляющих разное языковое сознание и коммуникативное поведение мужчин и женщин, не было предметом рассмотрения, и статья Э.В. Минаевой и Е. Кандауровой хотя бы частично восполняет этот пробел.

Поэтические коммуниканты (в переводе на язык прагматики – автор и читатель) являются участниками эстетически осложнённых функциональных ролей, исполняя которые они (каждый по-своему) участвуют в трансформации языковых категорий через нетривиальные номинации, «делание имён» – поэтический ноэзис, по терминологии Ю.А. Сорокина (см. статью «Поэтический текст и его коммуникативная тактика (попытка прогноза)» в Вестнике Российского университета Дружбы народов, 2007, № 3–4). Проблемам поэтической коммуникации посвящены статьи Т.А. Пономарёвой (Луганск) и Д.В. Колоды (Харьков).

Не менее важен для понимания протянутых во времени процессов поэтической коммуникации факт связи поэтов, их «переключки» в идеях, мировоззрении, чувствах и словах, образах (статья В.И. Бахмача).

Интернет-коммуникация в значительной мере остаётся *terra incognita* для лингвистических рефлексий и типологий. Тем значимее публикации, очерчивающие пути лингвистического (коммуникативно-прагматического, дискурсивного) движения по этому пространству коммуникаций (статьи Л.Ф. Компанцевой и В.А. Розсохи). Особо подчеркнём, что информация, содержащаяся в статье В.А. Розсохи «Коммуникативный потенциал крылатой латинской фразы «*Veni, vidi, vici!*» в виртуальном дискурсе», полезна для соединения научной интерпретации с учебной практикой, так как повышает мотивацию изучения латинского языка. Виртуальная личность пользуется ресурсами нескольких языков, в том числе латинизмами.

Мы благодарны нашим коллегам из Киева, И.А. Синице и Н.В. Васюковой, за статьи лингвокультурологического направления: лингвокультурология в оценке уровней и средств коммуникации занимает одно из приоритетных мест в современном гуманитарном знании.

Ставшие уже традиционными для тематического кафедрального Вестника рубрики «Новации в учебном процессе» и «Рецензии» пополнились новыми материалами, полезными, во-первых, для внедрения инновационных технологий в учебный процесс, во-вторых, для расширения информационного поля преподавателей через знакомство с исследованиями как отечественных, так и зарубежных филологов.

В настоящий Вестник включены три новые рубрики – «Хроника», «Юбилеи» и «Память», цель которых информировать о значимых для кафедры научных действиях и помнить о тех, кто был к ним так или иначе причастен.

Профессор Л.Н Синельникова

УДК 811.161.1'42

Л.Н. Синельникова

**КОММУНИКАТИВНОЕ ПРОСТРАНСТВО
АДРЕСАНТ-АДРЕСАТНЫХ ОТНОШЕНИЙ
В СОВРЕМЕННОМ ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ**

Дискурс – коммуникативное событие, проявляющее природу интерактивности через совокупность языковых составляющих, тем или иным образом соотносимых с когнитивными процессами в сознании коммуникантов, на которые оказывает влияние внеязыковая информация – знания о мире. Когнитивное направление в описании дискурса основывается на моделировании деятельности субъектов речи, выявлении механизмов интерактивности. Успешность коммуникации зависит от знаний общающихся относительно предмета речи, от установок адресанта и от того, как эти установки декодируются адресатом. Определение дискурса как «особого способа общения и понимания окружающего мира (или какого-то аспекта мира)» [19, с.15] фиксирует когнитивный параметр (понимание), совмещённый с интерактивным (способ общения).

Дискурс – социально отмеченная коммуникация, в нём через языковые формы разной природы передаются личностные и социальные характеристики коммуникантов, их фоновые знания и интенции. Дискурс-анализ с его нацеленностью на фиксацию разнообразных коммуникативных действий даёт возможность обозначить и описать множество категорий, сценариев, фреймов как фиксированных отношений между субъектами речи в повторяющихся (типичных) ситуациях общения. Толерантный, интолерантный, конфликтный, агрессивный, агональный дискурсы, дискурс дискредитации, оскорбления, комплимента и др. включают существенно значимый для коммуникации этический компонент, на основе которого выстраивается парадигма признаков аксиологической лингвистики, проявляющей себя в системе «адресант – адресат». Аксиологическая лингвистика, на наш взгляд, может обрести свой предмет при условии подхода к тексту как к коммуникативному событию.

Постановка проблемы. Дискурсивный подход к современному масс-медийному публицистическому тексту предполагает внимание к его прагматическим характеристикам, прежде всего к фактору адресанта и фактору адресата, а также к структурам и языковым средствам, обеспечивающим контроль за восприятием сказанного и его пониманием. «Укрупнение» фигуры адресата в масс-медийном тексте –

наиболее существенная и эволюционно значимая черта этого вида речевой деятельности.

Цель и задачи. Обозначить основные модели адресант-адресатных отношений в масс-медийном публицистическом тексте, выявить прямые и косвенные формы диалогичности.

Биокогнитивный подход к анализу письменного текста как дискурса ориентирует на существенные различия адресант-адресатных отношений в нём в сравнении с устным общением, поскольку «автор может только моделировать психологические, социальные характеристики слушающего, систему его ценностей, его намерения, как ближайшие, так и дальнейшие, его отношение к содержанию высказывания и возможные реакции на него. ... Отсутствие обратной связи принципиально меняет коммуникативную деятельность говорящего – она теряет свой автоматизм и спонтанность» [8, с.73-74]. Действительно, в ситуации устного общения диалогичность – органическое свойство речевого взаимодействия, а в условиях порождения письменного текста диалогичность создаётся искусственно, то есть моделируется. Но адресант и адресат и в письменном тексте остаются психологическими составляющими вербальной коммуникации. Адресант, исходя из замысла, кодирует некий смысл, задача адресата – раскрыть и понять этот смысл через декодирование вербальных знаков. Автор письменного текста прогнозирует процесс и результат понимания и включает этот прогноз в текст в виде структур предположения, оформленных в соответствующей модальности и с помощью множества языковых средств, регулирующих понимание и обеспечивающих его адекватность.

Особое положение в современной дискурсивной матрице занимает дискурс СМИ. Ставя под некоторое сомнение само существование этого дискурса, А.Е. Кибрик полагает, что, если бы удалось показать хотя бы в пределах одного медийного жанра процесс моделирования когнитивной структуры аудитории, можно было бы считать обоснованным понятие «дискурс СМИ» [10, с. 181-182]. По нашему мнению, к числу «сильных» аргументов, поддерживающих дискурсивный статус СМИ, относится проявленная во всех медийных жанрах когнитивная установка на приближение к адресату, как можно по большему количеству признаков совмещённость с ним, что отражается в организации медиа-текста, в его вербальном устройстве. Коммуникативная роль адресата активизируется через диалогизацию монолога, то есть через включение форм «разговора» с адресатом. При этом адресант-значимые категории предъясняются и как адресат-значимые по принципу аппликативности. Мотивационно-поведенческий и речевой «срез» адресата активно «прикладывается» к языковому образу адресанта – образуется некая кооперативная языковая личность, которую во многих видах и жанрах масс-медийного дискурса можно квалифицировать как целостную адресант-адресатную. Речевое

поведение адресанта может выходить за пределы параметров его языковой личности и «подтягиваться» к параметрам языковой личности адресата, его тезаурусу, лингвокультурным предпочтениям, психологии, мотивам и ожиданиям. В описании события, в его интерпретации адресант стремится идти «от человека», и языковой материал выбирается и компоуется в расчёте на адекватное восприятие, понимание и принятие сказанного. Адресатно-ориентированный «расчёт» является основным коммуникативным принципом современного масс-медийного дискурса. Учёт адресантом многих составляющих статуса адресата (возрастных, гендерных, культурно-образовательных, профессиональных) существенно конкретизирует и дополняет понятие «фактор адресата» и столь же существенно меняет содержание понятия «фактор адресанта».

Публичность в масс-медийном дискурсе всё больше синонимизируется с доступностью для вполне определённого, а не абстрактно-гипотетического адресата. Неслучайно возникло понятие «дискурсивные сообщества», участники которого «объединены одинаковыми ожиданиями в отношении формы и содержания коммуникативных действий» [13, с. 209]. Всё разнообразие механизмов снятия дистанции между адресантом и адресатом направлено на создание рецепции целевого адресата как читателя именно этого журнала, этой газеты и статьи. «Косвенные эксплицитные указатели адресованности составляют те его элементы, которые принадлежат к определённым лексико-семантическим, тематическим или ассоциативным рядам, полям или группам и идентифицируются как таковые заданным кругом читателей» [6, с. 60]. Тенденция к сегментации аудитории, к работе со своим адресатом способствует интеграции жанров в тип издания – газеты или журнала, которые ориентируются на конкретного адресата, на его языковое сознание и картину мира. В этом случае фактор адресата становится определяющим, и монологические тексты максимально приближаются именно к своему читателю и приобретают характер публицистических эссе как отрефлектированного типа отношений между миром адресанта, адресата и языком, их связывающим.

Сближению языковых личностей адресанта и адресата способствует обилие разговорно-диалоговых медийных программ, в которых отрабатываются и утверждаются интерактивные модели коммуникации. Многие из таких моделей переносятся и в письменные публицистические монологи, что даёт основание включать их в общее медийное диалоговое коммуникативное пространство. «Медийный ф-стиль (читай: функциональный стиль. – Л.С.) гораздо сильнее интегрирован с немаркированным бытовым ф-стилем» [10, с. 181], и адресант как в устном, так и в письменном формате общения настроен на «подстройку» к адресату (исключение составляют интеракции конфликтного, фронтального, конфликтного характера), то есть на

взаимодействие с ним через создание общего пространства идентификаций.

Адресат влияет на порождение любого текста. В публицистическом тексте адресат активно эксплицируется. Медиа-текст последовательно диалогичен как с формальной точки зрения, так и с содержательной. В разные типы межсубъектных отношений может входить адресация, представляющая собой категорию наиболее очевидного взаимодействия. Основная цель СМИ-дискурса – формирование в сознании адресата особой регулятивной модели мира, и функциональное назначение языковых единиц ориентировано на смысл, который должен стать достоянием адресата. Психолингвистический подход к проблеме понимания ориентирует на то, что «понимание текста происходит как погружение содержания текста в мой собственный социальный опыт» [18, с. 104].

Автор медиа-текста моделирует такие условия протекания коммуникации, которые способствуют сближению с адресатом. Тезис о том, что референция зависит от намерений говорящего и ожиданий слушающего [16], имеет отношение как к видам информации в масс-медийном тексте, так и к её распределению [11], [12]. Референциальный выбор обуславливается дискурсивным уровнем отношений между адресантом и адресатом. Одна из задач и возможностей дискурс-анализа – рассмотрение особенностей структурирования информации с учётом особенностей её восприятия адресатом. Уже в описании события адресант задаёт определённые прагматические параметры, устраняющие монологизм подачи информации. Используются те языковые средства, которые создают эффект присутствия в пространстве события не только адресанта, но и адресата. Слова *согласитесь, сами рассудите, взвесьте, обратитесь к фактам* и под. выполняют роль маркеров наблюдаемости события (в теории нарратива такого рода повествование обозначено как монтажный приём). Адресант организует монологическое повествование как когнитивный процесс, в котором экстралингвистическая реальность соотносится с объёмом знаний адресата и с его возможными, точнее, планируемыми оценками.

«Фактор адресата» получает дополнительное измерение в форме соучастия в интерпретации по принципу прагматического контроля со стороны адресанта. *Помните, лет 15 назад у нас прошёл фильм... Посмотрите сами... Представляете, зрелище какое... Вы заметили... Не можете не признать* и под. рассредоточиваются по тексту и не отпускают адресата, держат его в общем с адресантом коммуникативном пространстве.

В ситуации устного общения диалогичность – органическое свойство речевого взаимодействия, протекающего в режиме «здесь и сейчас». В письменном тексте реплицированный диалог моделируется, то есть создаётся искусственно. Но моделирование соответствует природе объекта, и включаемые в письменный медиа-текст

микродиалоги являются носителями «живых» реакций адресата, они эксплицируют обратную связь с ним. Начиная монолог микродиалогом, автор заявляет важность интеракциональных речевых действий. Имитация полемики с адресатом, представление его мнения через прямую речь и разные формы косвенной речи – всё это не просто «форматные трюки», связанные с «как бы» диалогом, а средства воплощения реальности, в которой пребывают как адресант, так и адресат. Это, в частности, подтверждается активностью приёма включения в монолог вопросно-ответного блока, эксплицирующего обратную связь. Пример: *«Мне резонно возразят: а разве выпускники других вузов работают по специальности? Нужно ли стране столько юристов, экономистов и пиарщиков? Многие ли из выпускников журфака занимаются журналистикой? (Отвечу: с моего курса – примерно половина, и это ещё приличный КПД.)»* (Дмитрий Быков, Остановить крысолова // Огонёк, 2005, № 38).

В публицистический монолог включаются сегменты, стимулирующие обратную связь с адресатом и прогнозирующие возможную его реакцию на сказанное. Показательный пример: *«И если там, куда вы доплыли, и впрямь живёт ваше предназначение, происходит чудо. Не каждый день, но происходит! Правда, правда!»* («Бульвар Гордона», 2007, № 14). *Правда, правда!* имитирует диалогическую устность и, следовательно, реальность *другого*. Автор подчёркивает кооперативное взаимодействие с адресатом, моделируемым как заинтересованный собеседник.

С активизацией «фактора адресата» связано увеличение в медиатекстах объёма и функций всех форм диалогичности. Диалогичность монолога представлена в разных формах включения в процесс мысли *другого*. Делается расчёт на реакцию гипотетического адресата, стимулируемую такого рода включением. Маркером адресант-адресатной когнитивной потребности разобраться в положении дел являются вопросы, которые рассредоточиваются по тексту, часто выносятся в его название. Имитируя незнание, недоумение, сомнение и т.д., автор с помощью вопроса стремится активизировать мысли адресата и в ответе на вопрос разделить с ним власть над найденным решением и речевым событием. Вопросы приобретают функцию коммуникативов именно по этому параметру – по связи с проблемами целевого адресата. Автор задаёт «нужные» вопросы и предлагает «нужные» ответы, но сама природа вопросно-ответного диалога позволяет консолидировать позиции, сближать оценки адресанта и адресата. Происходит некое «мотивационное привнесение» – выдвижение объединяющих положений на пути к истине. «Именно то, что изолирует два сознания, две одинаковые души, преодолевается, когда они задают друг другу вопросы и отвечают на них» [15, с. 87] – эту оценку вопросительности можно отнести как к контактной вопросительности, так и к когнитивной роли вопросов в письменном тексте. С помощью вопросов адресат вовлекается

в мыслительный процесс, ему предоставляется психологически и этически значимое право размышлять и рассуждать вместе с адресантом.

Автор стремится создать оптимально благоприятные условия для принятия информации через кооперативное взаимодействие с адресантом. Наиболее показательны *я – ты – мы*-отношения, которые, по мнению А. Вежбицкой, относятся к «семантическому алфавиту» идей и сущностей. Личные местоимения – способ установления размера дистанции между адресантом и адресатом. В современном масс-медийном тексте авторское *я* динамично коррелирует с читательским *ты* и *вы* и чаще всего стремится трансформироваться в *мы*. *Мы*-отношения – «сильный» сигнал иллюкативной установки на совместность (внедискурсивное толкование семантики *мы* как *я и другие* не подчёркивает этого прагматического значения). При переходе от *я* к *мы* происходит не просто смена субъекта, а превращение *мы* в полнозначное слово с лексическим значением нераздельной совместности. *Мы знаем, понимаем, помним* и под. очевидно выигрывают в сравнении с *я знаю, понимаю, помню*, если иметь в виду установку медиа-текста на «прагматизацию правды» (Н.Д. Арутюнова).

Формы эмоционального проявления автора масс-медийного монолога разнообразны. В социальной психологии выделяются две основные группы чувств: 1) конъюнктивные – объединяющие чувства, которые сближают людей и выявляют готовность к сотрудничеству, к совместным действиям и 2) дизъюнктивные – разъединяющие людей, свидетельствующие о том, что другая сторона воспринимается как неприемлемая, иногда даже как фрустрирующий объект, по отношению к которому не возникает желания к сотрудничеству [2, с. 76]. В современном масс-медийном тексте автор может проявлять как конъюнктивные, так и дизъюнктивные чувства в зависимости от обсуждаемой проблемы и характера адресата, с которым через общие оценки он стремится установить доверительные межличностные отношения. Моделируя формы гипотетической обратной связи, адресант может представлять их в тексте в виде поддержки, одобрения, похвалы или, напротив, в виде критики, недоверия, контраргументов и под. В имеющей универсальный характер оппозиции «свой – чужой» чувства занимают основное место: «свой» располагается на шкале «хорошо», «чужой» – на шкале «плохо» [14]. Аксиологическую основу «своего» адресата организуют положительные чувства, «чужого» – отрицательные. Это противопоставление конституирует толерантные, эмпатические тексты в противовес интолерантным и агрессивным.

Эмоции в теориях коммуникации и в многочисленных практических рекомендациях по организации успешного общения квалифицируются как основа «подстройки» под личность собеседника. Через эмоции, точнее, через психологически грамотно представленную в письменном тексте эмоционально-оценочную позицию адресанта прокладывается путь к изменению установок, представлений и

переживаний адресата, который в этом случае становится прямым объектом речевого воздействия. Адресант выбирает те эмоции, которые позволяют установить быстрый баланс в понимании обсуждаемой темы. Эмоции опасности, страха, вины, радости, сочувствия, интереса, симпатий и др. влияют на восприятие информации и формируют психологическую готовность к её принятию. В коммуникативном пространстве вербального воздействия на адресата эмоции нередко оказываются носителями интриги как категории манипулирования, которая обладает большой организующей или дезорганизующей силой [17], [21].

В публицистическом тексте адресат – это Значимый Другой, на которого направлены все речевые действия адресанта. Дискурсивные слова *собственно, фактически, то есть, иначе говоря, всё-таки, мол, дескать* и под. являются дискурсивными маркерами, они реализуют прагматическую по своей сути идею имплантов (внедряемости), цель которых ввести через «маленькие» слова адресата, незаметно связать с ним авторское слово и тем самым поддержать коммуникативный статус высказывания. Поскольку большинство слов-имплантов активны именно в разговорной речи, осуществляемой при непосредственном присутствии собеседника, и в письменном тексте они способствуют поддержанию прагматической пресуппозиции, объединяющей адресанта и адресата. Слова-импланты по-своему проявляют установку адресанта на искренность отношений с адресатом. Искренность в этом случае понимается как истинное намерение автора согласовать с адресатом иллокутивный акт. Такое понимание искренности согласуется с максимой качества Грайса: не говори того, что сам считаешь ложным, Эта максима, относясь к сфере этики, имеет и лингвистические «опоры», в нашем случае – в виде выстраивания коммуникативных отношений с адресатом с целью органического вовлечения его в мыслительный процесс, представленный в обеспечивающих совместность вербальных средствах.

Нередко адресант корректируют сказанное на «глазах» у квазисобеседника, имитирует обмолвку, уточняет сказанное, при этом выполняется важная прагматическая установка – исключить неправильное толкование и понимание, повысить вес передаваемой информации, рождающейся в условиях открытого размышления. Комментирование адресантом собственных речевых действий, рефлексия по поводу того или иного выражения, по сути, обращены к адресату. *Чуть не сказал... скажу иначе... оставим так, как сказано...* – все эти «невольные» высказывания, имитирующие спонтанное мышление, проявляют стремление адресанта соединиться с языковым сознанием адресата. Различие дискурсов по модусу «устный – письменный» очевидно нейтрализуется. Приём оговорки может приобретать характер риторического в том случае, когда автор через разные номинации включает в текст амбивалентные оценки – нейтральную и резко

отрицательную: «... по стакану за дуракратию. Т.е. я, конечно, хотел сказать – за демократию. Или за что всё-таки? ... Одно только и утешает, что его подельники... или как там политкорректнее... партнёры, которые получали управленческий опыт под его чутким руководством, все при деле. ... Это Кириленко фантазировал... виноват, фонтанировал идеями... Весьма оптимистично... виноват, асимметрично! ... НАТО бы... тьфу ты, чёрт... надо бы Кирилыча ещё в Грузию командировать на повышение квалификации по вопросу визового режима (Критикан Политиканов, Золотые зубы премьера // Еженедельник 2000, 20 июня 2008 г.).

Успех обратной связи зависит от меры совпадения кодов отправителя информации и её получателя. Адресант кодирует смыслы отнюдь не только в соответствии со своим мировосприятием и содержанием своего языкового тезауруса, но и проецирует его на сферу языкового сознания адресата. Этим в значительной мере объясняется обилие в современном публицистическом тексте «сниженных» языковых средств, в том числе жаргонизмов. Литературный код делает явную уступку кодам референтных групп как целевому адресату. Стремление создать общее коммуникативное поле с адресатом всё более деформирует представление об эталонной публичной речи. В коммуникативной цепочке: *кто, что* и *кому* сказал, *кто* и *кому* сливаются во имя *зачем*, то есть во имя получения необходимого результата – воздействия на получателя информации. Показательна тенденция к «раскавычиванию» многих неузуальных лексических единиц – знак того, что адресант нацелен на уравнивание своего социального статуса с социальным статусом адресата: *«Зевающего перед сном зрителя разводят в «три напёрстка», как на привокзальной площади, у всех на виду... И народ ведётся по-детски»* («Литературная газета», 2007, № 7). Соотношение закавыченности и раскавыченности одних и тех же слов, не разделённое временным интервалом, можно связать с проявлением концепта *правильности* в условиях «режима с обострением». Анализ этого концепта Н.Д. Арутюнова начинает с такого рассуждения: «Правила и прескрипции нужны, чтобы регулировать движение людей по дорогам жизни. Экстенционал этого понятия образован областью действий – ментальных и реальных, оцениваемых по их отношению к норме. Это отношение нестабильно, ибо нестабильна сама норма. Можно заведомо утверждать, что концепт *правильности* не имеет твёрдой опоры. Его расшатывают по крайней мере следующие три фактора: 1) конвенциональность норм и правил; 2) наличие разных систем правил, прилагаемых к разным аспектам одного действия; 3) возможность выбора действия (хода) в рамках одной системы правил (принцип игры).... Связь с целью имеет фундаментальное значение для развития понятия *правильности*» [3, с. 578]. «Извинительные» кавычки и их отсутствие демонстрируют борьбу узуса и нормы в сознании одного и

того же носителя языка с креном в сторону демократического адресата, не отягощённого грузом кодификаций.

Желанием адресанта избежать неправильной оценки подаваемой информации объясняется повышенное внимание к значению ключевых слов текста. Адресант стремится учесть тот набор общественно-политических и моральных ценностей, которые актуальны именно на данный момент и именно для данного адресата. Можно в этой связи обратить внимание на приём лексикографической интерпретации слова. Разное понимание мешает аттракции. Только одинаково понимаемое сближает. Этим объясняется лексикографическая активность авторов медиа-текстов. Показателен сам перечень слов, получающих толкование с акцентом на «выгодных» для целевого адресата признаках: *свобода, справедливость, легитимность, демократия, цивилизованный, федерализм, сепаратизм, рейдерство* и др.

С позиций «фактора адресата» могут быть рассмотрены многие образные средства масс-медийного текста. «Именно в тропе идеология осуществляет ту разметку социальной среды, которая позволяет коллективу и индивиду обживать социальное пространство» [К. Гирц. Цит. по: 20, с. 140]. Идеологически ориентированные тропы, закреплённые в языковом узусе, организуют прагматику текста [20, с. 140]. Важно отметить, что в тропе «обживание социального пространства» происходит в варианте авторского словопреобразовательного креатива, основывающегося на стилистическом «балансе» между книжным и разговорным как разными денотативными сферами. Ср.: *ириска сочувствия, геронтологическая лабуда* (примеры из газет).

Вербальная «упаковка» информации предполагает наличие у читателя определённого предварительного знания, общего пресуппозиционного поля, сформированного в результате пребывания в общем социально-культурном и языковом контексте. Обобщённый масс-медийный адресат в стилистическом разрезе многообразен, целевой адресат определённого издания по большей части конкретизирован и имеет свой стилистический вектор. Расширение сферы функционирования «сниженных» языковых средств, прежде всего жаргонизмов, с одной стороны, проявляет факт появления нового (постсоветского) адресата, интегрировавшего все стилистические пласты языка, с другой, СМИ активно участвуют в формировании такого адресата.

Адресат в той или иной форме «присутствует» во всех сегментах масс-медийного текста. По вектору установления доверительных отношений с адресатом располагаются фатические (контактоустанавливающие) средства, которые соотносятся с фазами общения и с этапами управления восприятием адресата. Фатическая функция языковых средств состоит в поддержании определённых социальных отношений, именно тех, которые сближают адресанта и

адресата. Уже заголовок подготавливает адресата к принятию информации от «своего» адресанта (например, «Многообещающая социалка» – разговорная номинация, маркированная суффиксом -к (а), «Прихватизированные инициативы» – оценочное окказиональное образование, акцентирующее внутреннюю форму «хватать», «За Европу ответит» – отсылка к жаргонному выражению «отвечать за базар», «Приехал, увидел, заложил» – замена последнего слова книжного выражения жаргонным словом, «Герб накрылся флагом» – эксплуатируется амбивалентная – связанная с литературным языком и жаргонной номинацией – семантика слова «накрылся»). «Жаргонизация языка становится для журналиста прежде всего средством иронии, а также самоидентификации с той частью аудитории, которая легко отстает от норм русского литературного языка» [4, с. 60].

В подавляющем большинстве масс-медийных заголовков информирование о теме уступает место установке на воздействие и регулирование поведения потенциального адресата (например, «Не простим», «Давайте сядем вместе», «Может ли Украину спасти патриотическая идея. О чём мы?») и свидетельствует о задаваемом уже в названии текста типе прагматических отношений. В воздействующих целях в структуру заголовка инкорпорируются призывы, лозунги, преобразованные фразеологизмы, интертекстуальные отсылки в виде аллюзий и т.д. – всё это, проявляя позицию адресанта, по форме и содержанию согласуется с ожиданиями целевого адресата, с его сознанием.

Особой силой воздействия на адресата обладает аргумент. По сути, все приёмы, о которых шла речь выше, соответствуют природе аргумента, если аргументацию рассматривать не в строго логическом, а в риторическом и прагматическом аспектах. Аргумент – это один из способов убеждения адресата и побуждения его к действию. Аргументация – особый коммуникативный сегмент публицистического текста. С одной стороны, аргумент проявляет позицию и особенности мышления автора, с другой – воздействует на адресата. Аргументацию в масс-медийном дискурсе можно отнести к виду коммуникации с доминирующей воздействующей функцией. Место аргумента в масс-медийном тексте, способ его ввода и, наконец, языковая форма – всё это укладывается в прагматические адресант-адресатные модели отношений. Контекстная семантика аргументации имеет двустороннюю связь: она вытекает из темы текста, ответственность за раскрытие которой несёт адресант, и коррелирует с особенностями социального статуса целевого адресата, то есть выбор аргумента во многом определяется социально-культурными факторами и факторами ментальности адресата. Аргумент вырастает из объединяющей определённую группу людей культурной и социально-политической среды и основывается на системе ценностей, актуальных для целевого адресата. «Аргументация – это определённая человеческая деятельность, протекающая в конкретном социальном

контексте и имеющая своей конечной целью не знание само по себе, а убеждение в приемлемости каких-то положений» [9, с. 255]. Аргументация всегда внутренне диалогична фактом адресатно ориентированного выбора типа аргумента, прагматической установкой на убеждение в одной позиции, предполагающем отвержение, «отстройку» от другой. Аргументативная активность свидетельствует о беспокойстве адресанта относительно ценностных установок разных групп читателей. Дискурсивная ситуация убеждения (или переубеждения) организуется с целью сближения позиций, и в этом случае уходят прямые призывы и общие декларации, и автор, сохраняя ситуацию бене-фактивности (выбора), старается «приспособить» аргументы к ожиданиям адресата, объединённого общими социальными заботами и общей культурно-языковой средой. Аргумент к цитате, афоризму, факту основывается на системе ценностей и знаниях такого обобщённого адресата. Несколько примеров: *«Вот ведь парадокс, или, по-нашему – хотели как лучше... Экологи хотели как лучше»*, *«После этого можно уже и не спешить ни с конституционными изменениями, ни с новой коалицией. Зачем? Лучшее – враг хорошего»* («Еженедельник 2000»).

С адресатом связано и такое свойство современных масс-медийных текстов, как интертекстуальность. Отсылки к другому тексту – один из способов реализации иллюкативных установок адресанта, но при этом очевидна его ориентированность на знание адресата, его интеллектуальный и культурный уровень. Частотность отсылок к определённому тексту также по-своему характеризует состояние общественного сознания (так, по нашим наблюдениям, наибольшей популярностью в украинских масс-медиа в настоящее время пользуются произведения Ильфа и Петрова и других сатириков), реминисцентная нагрузка идеологем советского времени, определяющая характер интертекстуальности 90-х годов прошлого века, практически сошла на нет.

Заметно изменились в масс-медийном тексте прагматические характеристики чужой речи. Чужая речь в виде прямой, несобственно-прямой речи и несобственно-прямого диалога проявляет не столько отличия индивидуальных речевых систем, сколько стремление автора приблизить к себе адресата и, соответственно, самому приблизиться к нему через общий стиль общения. Взаимодействие речи адресанта и речи адресата в несобственно-прямой речи происходит с акцентом на языковых предпочтениях второго. Фиксируется одинаковая направленность на «сниженное» слово, которое нередко оказывается носителем речевой интерференции – неразличимости чужого и своего. Субъектно-экспрессивная многоплановость публицистического монолога, перемещение сфер речевого сознания перестаёт осознаваться как таковое – автор и адресат сливаются в интегрированную языковую личность. Приведём соответствующие этому тезису примеры авторского

монологического стиля: «У «дочи» в дальней коробочке пылятся пенсионная книжка и ветеранская медалька, узнав о чём я офигел, потому что встречал медалистку в час ночи в клубе «Китайский лётчик Джао Да. ... И не проще ли платить больше действительно старым, чем размазывать тонким слоем всем? Ах, ничего из ответов не вижу, и бедное ухо оглохло. Сурик и блёклая охра банальностей сводятся к тому, что в 55 лет пенсионерки-де могут нянчиться с внуками (что, не нянчатся?), а мужчинам и в 50 не найти работы (то-то они шустряют по кадровым агентствам!). ... Пора признать вредной чушью все эти разговоры о возрастной безработице и тэ дэ. Безработица для тех, кто не хочет искать работу, кто вял, пьян, груб, хмур, кому в лом отрывать задницу от дивана и морду от телика, кто не согласен меняться и ничего в своей жизни менять. ... Они «не миллионеры», чтобы тратить деньги попусту. То есть на: квартиру, газеты, транспорт, развлечения, врачей, моду и прочую нематериальную хрень» (Дмитрий Губин, *Ими мы не будем* // Огонёк, 2003, № 21). Как видим, стилистическое двуголосие (автор – адресат) практически превращается в одноголосие, в котором растворяется несобственно-прямая речь. «Сигналы» языковой картины мира адресата являются одновременно и «сигналами» языковой личности самого автора.

Резюмируем наши наблюдения:

- Характерной чертой современных масс-медийных текстов является выдвигание в фокус внимание адресата (по большей части – целевого), латентный диалог с которым всё больше моделируется как актуальный.

- Предлагая свой взгляд на то или иное положение вещей, адресант стремится представить его в такой форме и с помощью таких средств и приёмов, которые способствуют общности, солидаризации с адресатом через общие речемыслительные процессы.

- Планируемый адресантом перлокутивный эффект по большей части связывается с психологическими характеристиками адресата, его языковым сознанием, следствием чего является активизация со стороны адресанта когнитивно-лингвальных действий диалогического характера.

- Для установления доверительных отношений с адресатом адресант использует возможности семантики и экспрессии слова, согласует стилистический выбор с языковой картиной мира адресата.

Адресант использует широкий набор коммуникативно-релевантных структур для привлечения внимания адресата и для контроля за его ментальным состоянием.

- Культивируемые адресантом средства интимизации и доверительности трансформируют публичное общение в межличностное.

- Знаки из сознания адресата – стереотипы, идеологемы, мифологемы, привычные и ходовые номинации включаются в код авторского текста, который в связи с этим по «фактору адресата» приобретает признаки гипертекста.

- Системная мотивированность в использовании языковых средств подчиняется (уступает место) речевой (коммуникативной) мотивированности, что с исследовательских позиций объединяет лингвопрагматику и неориторику. «Пристройка» к адресату, к его когнитивно-психологическим и языковым предпочтениям – тот иллюкативный параметр, который в значительной степени определяет выбор языковых форм выражения мысли. Адресант-адресатные отношения по признаку их близости могут быть охарактеризованы как метатроп масс-медийного текста.

- Установка на кооперацию с адресатом, использование «сигналов» его языковой картины мира смещает представление о типах речевой культуры – элитарном, среднелитературном и литературно-разговорном (О.Б. Сиротинина). В масс-медийном дискурсе названные типы синтезируются. При этом адресант склонен нарушать идентичность своей языковой личности в пользу языковой личности адресата.

- Субъект-объектные отношения (автор об адресате) всё более оттесняются субъект-субъектными (автор объединяется с адресатом), что повышает степень манипулятивности масс-медийного текста, поскольку адресат незаметно, но прочно «втягивается» в дискурсивную ситуацию и начинает пребывать в «да-позиции», широко культивируемой в НЛП-технологиях.

- Эволюция языка – это и эволюция форм общения, которая происходит в направлении более выгодных альтернатив. Одна из таких альтернатив – активизация «фактора адресата». Дискурсивные практики, нацеленные на «укрупнение» адресата и осуществляемые в виде масс-медийных текстов, создают эффект коммуникативной реальности и проявляют живую сферу функционирования языка, оказывая тем самым планируемое влияние на общественное сознание.

- Архитектоника отношений «я – другой» существенно меняется. Амбивалентность авторской интенции *я-для-себя, другой-для меня, я-для-другого* [5, с. 94] получает дополнительную параметризацию через наложение одной модели на другую, их синтез, проявляемый в характере языка публицистики.

- Прагматическая характеристика современного масс-медийного текста (экспрессивность языковых единиц, стилистическая тональность и т.д.) определяется не только по отношению к автору, но и по отношению к адресату, а в ряде случаев есть необходимость в осмыслении интегрированной языковой личности.

Дискурсивная открытость к обмену мыслями с адресатом в итоге приводит к тому, что весь публицистический текст становится некой гарантией общности адресант-адресатных интерпретаций. В некоторых случаях проявляется своеобразная «избыточность» адресата, то есть затухание языковой личности автора монолога в пользу значительной степени проявленности языковых предпочтений целевого адресата. В пространстве такого рода асинхронности накапливаются

изменения в области нормы – прежде всего стилистической. Расхождение между адресантом и адресатом минимизируется, их связи уплотняются через совмещённость языковых сознаний, что создаёт особую структуру и семантику масс-медийного текста, в котором акцент делается не на *я*, а на *другом*. Приближенность к адресату – признак современных публичных дискурсов – как устных, так и письменных, которые в целом проявляют тенденцию к демократизации всех форм и жанров общения. Эта тенденция очевидна в общении теле-и радиожурналистов с молодёжной средой. Но полная идентификация с языковым сознанием целевого адресата, который моделируется по признакам свободного от литературных норм общения, таит опасность полного забвения этих норм. «Демократизация языка СМИ, какие бы она ни имела негативные последствия, – это данность, отражение объективного хода вещей. Этот процесс адекватен нашей эпохе. ...Адекватен снижению уровня школьного и университетского образования, ответственности за печатное и устное слово. ... Возможно, именно язык СМИ играет наибольшую роль в развитии языка. ... И как бы ни боролись пуристы за искоренение и не ласкающей их слух лексики, и противоречащих нынешним правилам грамматики, но всё шире распространяющихся в живом языке оборотов, то и другое есть развитие языка. Да, отнюдь не линейное и очень противоречивое. Но развитие всегда противоречиво. То, что сегодня кажется нарушением законов языка, завтра, возможно, будет считаться его нормой. Если бы свою печать на литературном языке не оставляла каждая новая эпоха, то мы пользовались бы до сих пор языком эпохи классицизма» [1, с. 86]. И всё-таки соблюдение традиций публичного общения предполагает разделение социально-речевых статусов и разумный баланс между средствами кодифицированного литературного языка и его периферией. Ложная социальная идентификация столь же опасна, как и резкое отделение «себя» от «другого».

Обширное когнитивное пространство автора масс-медийного текста в процессе контакта с адресатом должно стать достоянием последнего. Эта непростая задача выполнима лишь при условии наличия у пишущего разных видов компетентности – коммуникативной и процедурной, то есть умения сопоставлять свой тезаурус, свои знания социально значимых событий с тезаурусом и картиной мира адресата. Для современной публицистики характерен поиск способов установления контактов с адресатом, новых эффективных моделей влияния и интимизации отношений, способствующих пересечению объединяющего знания и понимания.

Литература

1. Аветисян Н.Г. Язык СМИ как фактор развития языка // Филологические науки. Сер. 19. Лингвистика и межкультурная

коммуникация. – 2002. – № 4. **2. Андреева Г.М.** Социальная психология. – М., 2004. **3. Арутюнова Н.Д.** Язык и мир человека. – М., 1999. **4. Басовская Е.Н.** Обезглавливание через озаглавливание // Русская речь. – 2003. – № 4. **5. Бахтин М.М.** К философии поступка // Философия и социология науки и техники. Ежегодник 1984-1985. – М., 1986. **6. Воробьева О.П.** Реализация фактора адресата в художественном тексте в аспекте лингвокультурной традиции // Филологические науки. 1992. – № 1. **7. Гирц К.** Идеология как культурная система // НЛО. – 1989. – № 29. **8. Глыбин В.В.** Письменная и устная речь в свете биокогнитивного подхода // Речевая деятельность. Языковое сознание. Общающиеся личности. XV Международный симпозиум по психолингвистике и теории коммуникации. – Москва – Калуга, 2006. **9. Ивин А.А.** Логика. – М., 1999. **10. Кибрик А.А.** О смысле понятия «Дискурс СМИ» // Язык средств массовой информации как объект междисциплинарного исследования. – М., 2008. **11. Лузина Л.Г.** Распределение информации в тексте: когнитивный и прагматический аспекты – М., 1996. **12. Лузина Л.Г.** Виды информации в дискурсе // Дискурс, речь, речевая деятельность. – М., 2000. **13. Пастухов А.Г.** Медиа-тексты в дискурсивных сообществах // Язык средств массовой информации как объект междисциплинарного исследования. – М., 2008. **14. Пеньковский А.Б.** О семантической категории чуждости в русском языке // Проблемы структурной лингвистики 1985-1987. – М., 1989. **15. Розеншток-Хюсси О.** Как язык устанавливает отношения // Риторика. Специализированный проблемный журнал. – 1995. – № 1. **16. Серль Дж. Р.** Референция как речевой акт // Новое в зарубежной лингвистике. – М., 1982. – Вып. 13. **17. Скрипкина Т.П.** Психология доверия. – М., 2000. **18. Сорокин Ю.А., Тарасов Е.Ф., Шахнарович А.М.** Теоретические и прикладные проблемы речевого общения. – М., 1979. **19. Филипс Л., Йоргенсен М.В.** Дискурс-анализ. Теория и метод. – Харьков, 2004. **20. Фрумкина Р.** Люблю отчизну я, но странною любовью... // Новый мир. – 2002. – № 3. **21. Экман П.** Психология лжи. – М., 2000.

В статье дана характеристика интерактивных отношений, моделируемых адресантом масс-медийного текста в целях оптимального воздействия на адресата, создания поля совместности – когнитивной, психологической и языковой.

Ключевые слова: масс-медийный текст (дискурс), адресант, адресат, обратная связь, диалогичность, аксиологическая лингвистика.

У статті надається характеристика інтерактивних відносин, які моделюються адресантом мас-медійного тексту з ціллю оптимального впливу на адресата, створення поля сумісності – когнітивної, психологічної та мовної.

Ключові слова: мас-медійний текст (дискурс), адресант, адресат, зворотний зв'язок, діалогічність, аксіологічна лінгвістика.

The article characterizes the interactive relations shaped by the addresser of the mass media text in order to influence the addressee in the optimal way and to create the field of cognitive, psychological, and linguistic compatibilities.

Key words: mass media text (discourse), addresser, addressee, feedback, dialogue creation, axiological linguistics.

УДК 81'38

Г.П. Джинджолия

О СВЯЗИ СТИЛИСТИЧЕСКИХ ЗНАЧЕНИЙ СО СПОСОБАМИ ВИДЕНИЯ МИРА

Цель статьи – рассмотреть стилистическую шкалу и ее строение, слои стилистических значений в их связи со способами видения мира.

Доминантой стилистической системы является семантика, совокупность стилистических значений. Стилистическое значение несет информацию о коллективном или индивидуальном субъекте, о его «точке зрения». Истоки формирования стилистических значений следует искать в бытовании языка. По мнению Т.Г. Винокур, стилистическое значение есть единица узуса [5].

Языковые уровни отличаются по характеру выражаемых ими стилистических значений. Стилистическое значение есть вид коннотации и приписывается всему языковому знаку целиком. По отношению к стилистической системе морфемы, слова, грамматические формы слов, синтаксические конструкции суть стилистические знаки. Под коннотацией мы понимаем “семантическую сущность, узуально или окказионально входящую в семантику языковых единиц и выражающую эмотивно-оценочное и стилистически маркированное отношение субъекта речи к действительности при ее обозначении в высказывании, которое получает на основе этой информации экспрессивный эффект” [8, с. 5].

Стилистические значения не имеют в языке “собственных” формальных показателей для их выражения. Словообразовательный уровень: нет морфем, единственным значением которых было бы значение “книжность” или “разговорность”. Например, суффикс *-ость* обозначает признак, отвлеченный от его носителя (*зримость, осязаемость*). Это значение внутренне согласуется со стилистическим свойством “книжность”. Но не каждое слово с этим суффиксом является носителем данного значения. Слова с этим суффиксом мы создаем в разговорной речи: *Она*

ненавидит набитость шкафа; С противностью этой нельзя мириться. Имя на *-ость* в разговорной речи всегда приобретает конкретную референцию, теряет отвлеченность. Суффикс *-ость* не является формальным показателем стиля. Лексический уровень: слова *спрашивать, осведомляться, справляться, интересоваться, любопытствовать, вопрошать, запрашивать* обозначают просьбу субъекта сообщить нужную ему информацию. Вместе с тем каждое из этих слов обладает частным стилистическим значением: *осведомляться* – “книжн.”, *справляться* – “необходн.”, *интересоваться* – “необходн.”, *любопытствовать* – “необходн. и наррат.”, *вопрошать* – “устар., книжн. или ирон.”, *запрашивать* – “офиц.” [2, с. 387]. Помета “необходн.” (необходимое) означает следующий за книжным, но не доходящий до нейтрального уровня литературности речи; помета “разг.-сниж.” (разговорно-сниженное) маркирует следующий за собственно разговорным уровнем небрежности речи, который может позволить себе образованный носитель языка без риска для своей языковой репутации; помета «наррат.» (нарративное) приписывается лексемам, которые в большей или меньшей степени закреплены за повествовательным стилем речи и в нейтральной разговорной речи избегаются [2, с. 5]. В словах *уста, очи* вся звуковая оболочка передает стилистическое значение. Синтаксический уровень: *Народу!; Цветов!* Схемы этих предложений в первую очередь передают семантику “наличие во множестве предметов или предметно представленных действий и состояний”. Во вторую очередь эти схемы – носители стилистического значения “разговорность”.

Стилистические значения связаны с системой языка, с текстами, носят характер ассоциаций. Стилистическое значение, принадлежащее системе языка, подразделяется на два вида: социально-жанровое и эмоционально-экспрессивное.

Социально-жанровое стилистическое значение представляет собой указание на принадлежность стилистического знака (стилистического средства) к определенному типу текстов (*заявление, согласно распоряжению, довести до сведения, возложить ответственность* – слова и выражения официально-деловой речи; *маршрутка (маршрутное такси), лабораторка (лабораторная работа), поступить (в учебное заведение), отметить (праздник)* – лексика разговорной речи; *фонема, морфема, лексема предложение, коннотация* – термины науки).

Стилистический знак сигнализирует не только о сфере своего употребления, но и несет информацию о говорящем. Говорящий характеризуется по совокупности разных составляющих. Стилистический портрет (характеристика говорящего) в рамках социально-жанрового стилистического значения – характеристика по следующим признакам: пол, возраст, региональная и социальная характеристика. По мнению Ш. Балли, стилистическое значение зависит от “говорящего, конкретной ситуации и социальной среды” [3, с. 29].

Социально-жанровое стилистическое значение структурировано по стилистической шкале, в центре которой – стилистическое значение “норма”. По отношению к этому значению можно выделить высокий стилистический ярус и сниженный. К высокому ярусу относятся стилистические значения “возвышенность”, “книжность”, “книжность плюс специализация”, к снижению – “разговорность”, “разговорность плюс специализация”, “просторечность”, “просторечность плюс специализация”, стилистическое значение “деструктивность”.

Социально-жанровое стилистическое значение связано с коммуникативными, референциальными и прагматическими свойствами языковых единиц. Например, синонимы *спрашивать* (нейтральное), *осведомляться* (книжное), *справляться* (необходимое), *интересоваться* (необходимое), *любопытствовать* (необходимое и нарративное), *вопрошать* (устаревшее, книжное или ироническое), *запрашивать* (официальное) различаются по следующим смысловым признакам: «1) содержание вопроса (*спрашивать*, *осведомляться* можно не только о фактах, но и о мнениях, оценках и других субъективных ментальных состояниях и актах, а *справляться* – преимущественно о фактах; *интересоваться* и *любопытствовать* можно по поводу пустяков, а *вопрошают* по поводу вещей, которым субъект придает особое значение); 2) мотивировка вопроса (любая в случае *спрашивать*; желание знать или выполнение требований этикета в случае *осведомляться* и *справляться*; реальная нужда в информации в случае *запрашивать*; мимолетный интерес в случае *интересоваться*; любопытство в случае *любопытствовать*; желание найти понимание или сочувствие собеседника или потребность самовыражения в случае *вопрошать*); 3) сопровождающие вопрос внутренние состояния (для *вопрошать* типичны недоумение, растерянность или возмущение); 4) внешние особенности речевого акта (*осведомляются* и *справляются* вежливо, *вопрошают* с некоторой аффектацией, запрашивают обычно в письменной форме); 5) статус речевого акта (*запрашивать* имеет официальный статус); 6) способность употребляться в несобственных функциях (*спрашивать* может вводить экзаменационный и риторический вопросы; для *вопрошать*, *интересоваться* и *любопытствовать* возможна функция риторического вопроса); 7) способность употребляться перформативно или полуперформативно (присуща синонимам *спрашивать*, *интересоваться*, *любопытствовать*, *осведомляться*; отсутствует у *запрашивать* и *вопрошать*); 8) возможность совпадения субъекта и адресата (есть у *спрашивать* и – в меньшей мере – у *вопрошать*)» [2, с. 387].

Стилистическое значение “норма” (нейтральность) выражает нормативную картину мира, которая признается социумом как самая адекватная. Это значение не дает дополнительных сведений о человеке.

Стилистическое значение “разговорность” связано с жизненным миром говорящего. Это значение входит в обиходно-бытовое

пространство (например, семейный дискурс) и характеризует обыденное (повседневное) мышление. Стилистическое значение “разговорность” отражает обиходно-бытовую точку зрения.

Стилистическое значение “книжность” – выход за пределы обыденной ситуации.

По мнению Л.Н. Синельниковой, газета нейтрализовала оппозицию книжность-разговорность: «Конфликт книжного и разговорного, экспрессии и стандарта, традиционно связываемый с сущностью газетного языка, не просто получил большой функциональный простор, а перестал быть конфликтом» [7, с. 99].

Стилистическое значение “просторечность” – разговорность плюс сниженность (грубость) и информация о говорящих (возраст, образование, социальный статус).

Носители просторечия – необразованные и полуобразованные горожане, не владеющие литературными нормами, а именно: 1) горожане старшего возраста, не имеющие образования (или имеющие начальное образование), речь которых обнаруживает явные связи с диалектом и полудиалектом; 2) горожане среднего и молодого возраста, имеющие незаконченное среднее образование, не владеющие нормами литературного языка; их речь лишена диалектной окраски и в значительной степени жаргонизирована [4].

К просторечию относятся слова *серчать, пуцай, шибко, харчи, давеча*, обращения *мужчина, женщина, уважаемый* (последнее – без добавления определяемого существительного: *Уважаемый, как пройти...*).

Стилистическое значение “просторечность” опирается на определенную философию жизни и смерти, несет свою картину мира. Например, глагол *помереть* сочетается со словами, обозначающими определенный тип болезни. Можно услышать: *помереть от горячки*, но вряд ли – *помереть от инфаркта*.

Просторечие, арго, жаргон являются отступлениями от общепринятых норм и поэтому деструктивны. Деструктивность в наше время претендует на роль нормы. Л.Н. Синельникова пишет: «Характерная для нашего времени боязнь пафоса «громких» слов изменила нормативный престиж «сниженных» средств языка, получивших возможность без ограничений соединяться со своими стилистическими оппонентами любого ранга. (...) Коллажность современных текстов близка к пародийной, но в этой гудящей (и оглушающей) путанице, как в лаве, рождаются новые категории мышления» [6, с. 67].

Слова, имеющие социально-жанровое стилистическое значение, вне сферы своего употребления получают выразительность.

Эмоционально-экспрессивное стилистическое значение связано с выражением отношения говорящего к действительности, к содержанию

сообщения и к адресату (в оценочных характеристиках “хорошо-плохо”, “много-мало”, “свое-чужое” и т. д.) [1].

Эмоционально-экспрессивное стилистическое значение соотносится с социально-жанровыми характеристиками.

Кроме стилистических значений, связанных с системой языка, существуют текстовые стилистические значения (коннотации). В тексте эмоционально-экспрессивное значение могут получать “нейтральные” слова. Текстовые стилистические значения могут возникать в результате соотнесения данного слова или высказывания с другим текстом, имеющимся в культурной памяти человека. Например: *Светить всегда, светить везде. Но не сильно* (Огонек, 1996, №6); *Что попишешь – молодежь. Не задушишь, не убьешь* (Московский комсомолец, 1997, № 21).

Стилистические значения могут быть связаны с мифологемами сознания. Например: *Она поехала в командировку на море*. Рассогласованность состоит в том, что мифологема *море* – отдых, а не командировка (работа). Слово *море* вызывает следующие ассоциации: *синее, волны, теплое, по колено, солнце, отдых, пляж, курорт, корабль, небо, хочу на море* (см.: Русский ассоциативный словарь. – М., 1994).

Шкала эмоционально-экспрессивных стилистических значений основывается на видах оценочности: нейтральной (“нулевой”), положительной и отрицательной. В тройке лексем *инициатор – зачинщик – застрельщик* первое слово характеризуется нулевой оценочностью (*инициатор движения за рационализацию, инициатор реформ*). Слово *зачинщик* имеет ту же семантику, на которую накладывается отрицательная оценка (*зачинщик драки, беспорядков*). Слово *застрельщик* совмещает общую семантику этого ряда с положительной оценкой. Говорящий сам хорошо относится к инициатору какого-то события и к самому событию или стремится вызвать у адресата положительное отношение к ним (*застрельщик соревнований*) [1].

В стилистических значениях получают выражение «точки зрения» (Т.Г. Винокур), которые связаны с типами мышления, задают способы видения мира в конкретном языковом социуме.

Литература

1. **Апресян Ю.Д.** Прагматическая информация для толкового словаря // Избр. труды. В 2-х т. – М.: Языки русской культуры, 1995. – Т. 2. – С. 135 – 154. 2. **Апресян Ю.Д., Гловинская М.Я.** *Спрашивать* // Новый объяснительный словарь синонимов русского языка. – М.: Языки славянской культуры, 2003. – Вып. 3. – С. 385 – 396. 3. **Балли Ш.** Французская стилистика. – М.: Наука, 1961. – 392 с. 4. **Беликов В.И., Крысин Л.П.** Социоллингвистика. – М.: Рос. гос. гуманитар. ун-т, 2001. – 439 с. 5. **Винокур Т.Г.** Закономерности стилистического использования языковых единиц. – М.: Наука, 1980. – 238 с. 6. **Синельникова Л.Н.**

Языковые изменения конца XX века // Социолингвистика: XXI век. – Луганск: Знание, 2002. – С. 62 – 97. 7. Синельникова Л.Н. Язык газеты как часть языка города // Социолингвистика: XXI век. – Луганск, 2002. – С. 98 – 109. 8. Телия В.Н. Коннотативный аспект семантики номинативных единиц. – М., 1986. – 142 с.

В статье рассматриваются стилистическая шкала и ее строение, слои стилистических значений в их связи со способами видения мира.

Ключевые слова: картина мира, языковая личность, стилистическое значение, стилистическая норма.

У статті розглядаються стилістична шкала та її будова, шари стилістичних значень в їх співвіднесенні з мовними картинами світу.

Ключові слова: картина миру, мовна особистість, стилістичне значення, стилістична норма.

The article deals with the stylistic scale and its structure, the layers of stylistic meanings in their correlation with the linguistic pictures of the world.

Key words: picture of the world, linguistic personality, stylistic meaning, stylistic norm.

УДК 811.124'06'373.7

В.А. Розсоха

КОММУНИКАТИВНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ КРЫЛАТОЙ ЛАТИНСКОЙ ФРАЗЫ «VENI, VIDI, VICI!» В ВИРТУАЛЬНОМ ДИСКУРСЕ

Non nova, sed nove.

Не новое, но по-новому.

Латинские крылатые фразы¹ (далее ЛКФ. – В.Р.) – один из типов фразеологических единиц (ФЕ) [1, с. 219 – 220, 225, 227], универсально определяющих вечные понятия: жизнь и смерть, добро и зло, истина и ложь, молодость и старость и мн.др.

В русском варианте употребляются общеизвестные ЛКФ (например, *homo sapiens* – человек разумный, *post scriptum* (P.S.) – после написанного, *post factum* – после сделанного, *NB!* (*nota bene!*) – обрати внимание). Как готовые коммуникативные единицы, ЛКФ прямо указывают на объект речи, способствуют установлению более прочных диалогических отношений между адресантом и адресатом, т.к. в процессе распознавания знакомой коммуникативной конструкции и

осмысления цели ее использования адресант вовлекает адресата (слушающего или читающего) в реальный или виртуальный диалог.

Употребляемость является важным критерием «крылатости» фразы.

Цель настоящей работы – изучить употребление ЛКФ «Veni, vidi, vici!» (Пришел, увидел, победил!)² и выявить её коммуникативный потенциал в виртуальном дискурсе.

ЛКФ «Veni, vidi, vici!» (Пришел, увидел, победил!) вошла не только в словари латинских крылатых выражений, но и в словари русских крылатых слов. В частности, в «Большом словаре крылатых слов русского языка» [2, с. 404] указан источник этого выражения, дается толкование («характеристика (иногда ирон.) быстрого, решительного и успешного выполнения какого-либо дела»), приводятся примеры его употребления в русской классике и современной публицистике, а также его трансформированные варианты:

*В шестом часу вечера воротился Дюковский. Он был взволнован, как никогда ... Видно было, что он возвратился не без новости. – **Veni, vidi, vici!** – сказал он, влетая в комнату Чубикова и падая в кресло. Клянусь вам честно, я начинаю верить в свою гениальность. А. Чехов. Шведская спичка.*

*... объект для своего нападения (герои фильма) стараются выбирать по принципу древних царей: «**Пришел. Увидел. Победил.**» А. Монахов. На белой простыне экрана. КП. 27.04.93.*

А что же творилось в ОНИПКО в течение восьми лет? Был смысл заглянуть в его недра и познакомиться с тамошним житьем-бытьем. **Пришел, увидел и ... ахнул! Сразу потряс состав сотрудников: почти на каждом из двух рядовых приходился один руководитель – завлаб, завсектором, завотделом. Был и такой отдел, где три зава громоздились над единственным исполнителем. Крокодил, 1985. № 2. Премьер продемонстрировал новый подход к государственным визитам: **пришел, увидел – улетел.** Смена. 20.03.91.*

Гоголевский трансформ ЛКФ «Veni, vidi, vici!» – **Пришли, понюхали и пошли (прочь)** в этом словаре интерпретируется как индивидуально-авторский фразеологизм, приводятся его варианты:

*Ирон. Фраза городничего из комедии Н.В. Гоголя «Ревизор» (1836): «Я как будто предчувствовал (неприятность): сегодня всю ночь снились две необыкновенные крысы: черные, неестественной величины. **Пришли, понюхали – и пошли прочь.**» Толкование: О людях, которые из любопытства или по долгу службы что-либо вызнают, выглядывают, выспрашивают, но быстро уходят, обычно, ни с чем.*

*Вяземский опять явился в институт и пошел смотреть студенческий цейхгауз. Опять, разумеется, та же история, что и прежде: **пришли, понюхали и ушли.** Н. Добролюбов. Партизан И.И. Давыдов во время крымской войны. У Дау была великолепная память, он постоянно цитировал своих любимых писателей, например,*

Гоголя. К тому же, он был наделен необыкновенно развитым чувством юмора. Однажды к нему заглянул напыщенный тип, которого Дау терпеть не мог. «**Пришли, понюхали и ушли**», – хмыкнул Дау, вспомнив гоголевского городничего. Книжное обозрение, 30. 01.87.

*Комиссия к ним ... **не пришла**, она поступила как гоголевские крысы: «**понюхала и пошла прочь**». Н. Лесков. Загадочный человек [2, с. 404] .

В результате поиска в системе Интернет по ключевой фразе «Veni, vidi, vici!» (Пришел, увидел, победил!) было обнаружено свыше пятисот употреблений, часть из которых используется в качестве *прямой (оригинальной) цитаты*. Например:

Сегодня все получилось в соответствии с принципом – **пришел, увидел, победил...** (www.newizv.ru/news/2008-08-13/95892/); Радио «Маяк» / Исламбек Альбиев: **пришел, увидел, победил**. Российский борец греко-римского стиля Исламбек Альбиев завоевал золотую награду Олимпийских игр в весовой категории до 60 кг (www.radiomayak.ru/doc.html?id=89162).

Анализ собранного материал показал, что ЛКФ «*Пришел, увидел, победил*» в авторских статьях занимает позицию заголовка и употребляется, как правило, в трансформированном виде.

Перефразирование, привлекающее внимание читателей своей оригинальностью, закономерно для речевого употребления фразеологических единиц, на что вслед за А.В. Куниным³ обратили внимание А.М. Мелерович и В.М. Мокиенко: «В речи постоянно наблюдаются спонтанные преобразования значения и формы ФЕ, обусловленные их функционально-семантическими свойствами как особых экспрессивных единиц языковой номинации, способных отражать в своей смысловой структуре специфику единичных предметов и ситуаций. ... Все контекстуальные преобразования ФЕ опираются на их системные свойства и выявляют закономерные связи между ФЕ как элементами фразеологической системы и их речевыми реализациями» [3, с. 13]. Эксплицируя коммуникативное намерение говорящего, все трансформы выполняют оценочную и мнемоническую функции.

Цитирование ЛКФ «Veni, vidi, vici!» *с другой пунктуацией* свидетельствует об изменении её интонационного рисунка, а значит, фиксирует определенные семантические сдвиги в толковании. Например:

Пришел, увидел. Победил? Впервые в истории нашей школы бокса новым главным тренером национальной сборной приказом директора Госспортгентства назначен ...(www.msn.kg/ru/news/19202/); Война! **Пришел, увидел, победил?** – Игровое информбюро объявляет о летней мобилизации геймеров! Всем военнообязанным в срочном порядке рекомендуется ...(www.thg.ru/game/20030616/).

Последний компонент ЛКФ «Veni, vidi, vici!» несет основную семантическую нагрузку, поэтому расширение семантики в большинстве трансформированных вариантов данной фразы связано с его заменой.

Подобные структурно-семантические преобразования приводят к возникновению новых окказиональных единиц, причем, как правило, измененный компонент указывает тему высказывания. Ср.:

Пришел – увидел – купил. Статьи / Автомобильные кредиты /. 13.05.08 ...www.ratingcredit.ru/katalog/article/show/651.htm; **пришел, увидел и купил:** абонементы в КЗ Лаврова. Ваш гид по Екатеринбургу. Вся афиша города. Кино, клубы, дискотеки, рестораны, спектакли. Развлечения, спорт, красота. www.ekaterinburgout.ru/news/aboneman; На это указывает и лозунг ярмарки art to go: **пришел, увидел, купил.** www.openspace.ru/art_times/fairs/details/1724/; **пришел, увидел, приобрел.** В ближайшие 5 лет планируется потратить 3 млрд. 855 млн. рублей на реабилитацию инвалидов. Это более чем в 2 раза превышает сумму ...pressa.kuban.info/article/potrebitel/25546/; **пришел, увидел, заплатил.** Клубы, предлагающие откровенные шоу, все еще остаются в списке главных мужских развлечений. Здесь собирается вполне респектабельная публика, ...www.kommersant.ru/doc.aspx?DocsID=28465; **пришел, увидел и купил.** Если клиент захотел увидеть продукт, он обратится к карточке товара за дополнительной информацией. Каждый товар должен иметь развернутое описание свойств, ...www.grape.ru/agency/library/11825.html; **Пришел. Увидел. Купил.** Застраховал. Новости. Продажа. Автомобили ... auto.gia.ua/news/2072.html; **Пришёл увидел и забрал!** Отвлечься от рутинной работы можно на нашем аукционе, в котором Ваша ставка может оказаться ... laca.ru/url/auktion-city.com; **Пришел, увидел, купил – в кредит.** Павел Башнин, директор Центра ритейловых продаж ОАО «РОСНО». Об интеграции страхового и банковского бизнеса мы не раз ...www.bdm.ru/arhiv/2005/01/38-39.htm; **Пришел, увидел и купил автомобиль,** или Преимущества и недостатки экспресс-автокредитования. banks.1000turov.ru/bcntr.php?id=26997 (*тема «Купля-продажа»*);

Пришёл, увидел, съел. Фотоальбомы – Вечерний Гурзуф www.gurzuf.ru/photo/album/personalii/prishSHl_uvidel_syel; **Пришел, увидел и поел.** www.vybiray.ru/karaganda/article/stil/226410.html; **Пришёл, увидел, пообедал.** Псевдокрабовый салат с участием бравых сухариков. Один из множества салатов, что готовится минут за пять и при этом ...www.sgzt.com/sgzt/archive/content/2008/06/056/sections/S018; **Пришел. Увидел. Закусил.** Определены победители конкурса «На самое лучшее признание в любви к колбасе» www.mprod.ru/index.php?id=58; **Пришел, увидел, проглотил.** Где в Москве можно не только поесть, но и почитать книжку, побывать на выставке или на концерте? ОГИ: книги и сэндвичи ...www.izvestia.ru/gourmet/article3092149/; **Пришел, увидел, накормил!** – акции еды вместо бомб. ru.indymedia.org/newswire/20728/index.php (*тема «Еда»*);

Пришел, увидел... украл? Шоплифтинг. Теория и практика краж в супермаркетах. www.hippy.ru/krazha; **Пришел, увидел, утащил.** В офисе с расслабленной обстановкой всегда есть чем поживиться.

www.mospravda.ru/issue/2007article8324/; **Пришел, увидел, обокрал.** Игорь Федоренко, Нуржан Бейсебаев. Год назад алматинский «Кайрат» пригласил на пост главного тренера, известного в прошлом ...sport.gazeta.kz/art/?aid=3202; **Пришёл, увидел... и унёс.** Иногда кажется, что девизом большинства амурчан стали слова: «Бери всё, что плохо лежит». Иначе как объяснить, что в общем ...www.amursk.ru/az/03/1001/n5.htm; **Пришел. Увидел. Отобрал.** Проблема покушения на чужую собственность, издревле свойственная неидеальному человечеству, в наши дни продолжает приносить немало ...www.vybor.gorod.dn.ua/smi/view_article; Мы продолжаем публикацию материала «**Пришел, увидел, ... присвоил**», отражая заключительную часть видоизмененного латинского выражения, а именно часть ...www.kaspiy.az/php?code=5470 (**тема «Кража, воровство, хищение»**);

Пришел, увидел, обалдел. Авто журнал «Звук&Тюнинг» autocentre.ua/component/option,com_sound/task; Шоу автомобильных изысков. Часть I. **Пришёл, увидел... обалдел.** www.autok7.ru/news.html; **Пришел, увидел, Ох... же и удивился!** Давно я вас всех не видел, думал, приду а здесь знакомые все лица! А лица-то незнакомые! Зачем менять аватары? ...blog.i.ua/user/144697/?p=1 (**тема «Удивление»**);

Пришел, увидел, сфотографировал! Вам не платят за час, Вам платят за ту Ценность, что вы создаете за этот час. donets.wordpress.com; Фотоальбомы: **Пришел увидел, обфотографировался.** www.liveinternet.ru/photo/fotopapa/; **Пришел, увидел, снял на камеру.** ru.europe.creative.com/products/product.asp?category; **«Пришел, увидел, проявил!»** ...www.gif.ru/actions/fotoplener (**тема «Фотография»**);

Пришел, увидел, научил. Когда четыре года назад я пришел работать продавцом в компанию ...repet.info/content/view/385/57/; Высшее образование – Тренинг-менеджер: **пришел, увидел, научил.** Если компания заботится о своем будущем, она вкладывает деньги в обучение своих сотрудников ndash; развивает их деловые и профессиональные качества.www.ucheba.ru/vuz-article/4466.html (**тема «Учеба»**).

Семантическое разнообразие трансформов ЛКФ «Veni, vidi, vici!» свидетельствует о заложенной в оригинальной фразе информативности и выразительности. «Эти три коротких слова на букву «v», словно произнесенные на одном дыхании, стали формулой быстрой победы, быстрого успеха», – отмечает автор одного из последних словарей крылатых латинских выражений Ю.С. Цыбульник [4, с. 207]. Динамизм ритмико-интонационной структуры фразы сохраняется в ее лексических вариантах, т.к. в большинстве употреблений тематический компонент рифмуется с имплицитно присутствующим компонентом **победил**. Ср.:

победил – наследил (www.onboard.ru/content);

победил – нарядил! (www.ok-magazine.ru/talk/art.php?id=26);

победил – бередил (www.pressball.by/news.php?t=1002&id=8812);

победил – оценил (telnews.ru/Mihail_Kepman/c36967/theme/);

победил – соблазнил! ... (wmj.ru/parts/lyubov);

победил – *сообщил* (www.akzia.ru/media/22-01-2008/2113.html);
победил – *убедил* (psybooks.ru/video/id/179);
победил – *и родил* (moikroha.ru/forums/showtopic=1164);
победил – *нафлудил* (kohegar-ka.ucoz.ru/forum/5-4-1-45k);
победил – *развалил* (www.perspektiva.co.il/asp?num=604);
победил – *отключил* (www.m2gid.ru/estate-news/33310.html);
победил – *отклонил* (www.smoney.ru/article.shtml);
победил – *очернил* (www.sybertine.ru/pr_gpr);
победил – *покорил* (www.natali.ua/show.html?p=3&id=1678);
победил – *полюбил* (www.worldart.ru/DBases.Rus/07.html);
победил – *разбудил* (www.newizv.ru/news/2006-08-22/52278/);
победил – *подцепил* (foto.mail.ru/mail/zheleznyak_kiril/15.html);
победил – *получил* (forum.affiliate.ru/showthread.php?t=880);
победил – *сохранил* (www.softsmotr.com/content/view/7187/31);
победил – *срубил* (www.mr-msk.ru/story/top/2007/12/20/2413.html).

Не менее выразительны трансформы, сохраняющие лишь грамматическое значение последнего компонента, а также варианты протяженности, в которых до или после оригинальной или трансформированной фразы дается ее расшифровка, разрушающая семантику классического выражения. Например:

Черновецкий: Пришел, увидел, победил. И получил импичмент... Нет, не видать Леониду Черновецкому на посту столичного мэра спокойной жизни... www.podrobnosti.ua/305890.html;

Пришел. Увидел. Победил. Но вот какой ценой... – Раздел жанровый портрет – Фотографии на Фото.Сайте – www.photosight.ru/?from_member;

Пришёл, увидел, ничего не понял, заявил... Общий форум. www.moldova.ru/index.php?tabName=themes&owner=40&id=3132;

Пришел, увидел, услышал: Свежий взгляд У Fresh View простой интерфейс, и поддерживает он большое количество форматов. offline.homepc.ru/2004/97/34997/;

Пришел, увидел, написал. Марина Пустильник о народном журнализме. Все больше пользователей становятся участниками неофициального движения «Ты — очевидец». friday.vedomosti.ru/11850;

Пришел, увидел, улетел. Новости белорусского и мирового спорта, интервью известных спортсменов. pda.sb.by/post/prishel_uvidel_uletel/;

Пришёл, увидел и назвал любимую: «Мой идеал!» О том, что идеальных женщин не бывает, сильная половина человечества забывает перед 8 Марта и осыпает, ... www.amursk.ru

Пришел, увидел, победил в Пекине!!! Не попал на летние Олимпийские игры? Не беда, когда есть клуб «Город»! ...www.restoran.ru/kiv/news/restoransnewskiv/pekin2;

Пришел, увидел, разочаровался... Именно так описывают спектр чувств от посещения большинства знаменитых мест англичане. www.1001chudo.ru/news_3.html;

Пришел, увидел – остался. Статьи о поисковых системах и оптимизации на SeoNews www.seonews.ru/article/.publication/504;

Пришел – увидел – вышел вон. В ЦИКе не останется праздно шатающихся журналистов. 2008-07-24 www.ng.ru/politics/2008-07.html;

Пришел, увидел, отойди... дай другим посмотреть! Особо впечатлительным особам лучше сейчас же закрыть этот фотоальбом. Красота – это страшная сила! ...bunya.narod.ru/photoalbum2.html;

Заседание в режиме рейда: пришел, увидел, нашел решение. Перегруженность основных улиц автотранспортом, постоянные пробки на дорогах, переполненные площадки ...www-ki.rada.crimea.ua.html;

Тест-драйв Mazda: «Пришел, увидел... победила» ... Тест-драйвы Mazda CX-7. mazda.pro-motors.ru/test-drive-4072.htm;

Пришел, увидел, наступал. Елена Серeda. Как использовать доносы сотрудников и не стать жертвой доносчика-манипулятора ...www.kontrakty.com.ua/show/rus/article/37/3620079373.html.

Обладая способностью многократного отражения семантики в процессе ее трансформации, ЛКФ «Veni, vidi, vici!» часто является основой языковой игры. Вот, например, как в одной из статей иронично интерпретируется цензура:

Цензор: Пришел, увидел – запретил.

Во время первой мировой войны знаменитый юморист Аркадий Тимофеевич Аверченко (1881-1925) принёс в цензуру рассказ на военную тему. Цензор рассказ пропустил, вычеркнув только одну фразу: «Небо было синее». На недоуменный вопрос писателя цензор невозмутимо ответил, что эта фраза может навести врага на мысль, что действие происходит на юге, а значит, раскроется тайна расположения русских войск.

«Не все мысли проходят через мозг, некоторые – только через цензуру» Станислав Ежи Лец (zolotze.blogspot.com/2008/05/blog-post_22.html).

Выявление механизма формирования новых значений ЛКФ «Veni, vidi, vici!» объясняет особенности ее функционирования.

По мнению И.В. Анненковой, мы являемся «пользователями неo-эпохи готового слова» [5, с. 107]. Достаточно частое цитирование ЛКФ «Veni, vidi, vici!» как в оригинальном, так и в трансформированном варианте подтверждают эту мысль. Коммуникативный потенциал ЛКФ, на наш взгляд, может быть охарактеризован восходящей к Вергилию максимой «Nec mortale sonat» – (звучит бессмертно). Расширение семантики данного выражения в трансформированном виде увеличивает его коммуникативный потенциал: оно всегда будет прецедентно – в большей или в меньшей мере, т.к. его тональность и заложенная в нем интрига переносятся на текст статьи, настраивая читателя на

определённое (в большинстве случаев ироническое) восприятие. Текстовые реализации коммуникативного потенциала ЛКФ «Veni, vidi, vici!» зависят от интенций автора.

Коммуникативные свойства ЛКФ «Veni, vidi, vici!» определяются не только семантикой, но и ее ассоциативными связями. Ассоциативно-смысловое поле ЛКФ «Veni, vidi, vici!» фиксирует ее коммуникативный потенциал в форме определенных знаний, обуславливающих возможность включения данной фразы в новый контекст, усиливая прагматическое и эстетическое воздействие на адресата с помощью коннотации (культурной, экспрессивной, оценочной и социально-идеологической), и закрепляет ее в качестве единицы успешной Интернет-коммуникации.

Литература и примечания

1. **Ожегов С.И.** О крылатых словах (По поводу книги Н.С. и М.Г. Ашукиных «Крылатые слова») // Ожегов С.И. Лексикология. Лексикография. Культура речи. – М.: Высш. школа, 1974. – С. 219 – 227.
2. **Берков В.П., Беркова О.В.** О крылатых словах // Мокиенко В.М., Шулежкова С.Г. Большой словарь крылатых слов русского языка: Около 4000 единиц. – М.: Изд-во «Русские словари», ООО «Изд-во Астрель», ООО «Изд-во АСТ», 2000. – С. 3 – 15.
3. **Мелерович А.М., Мокиенко В.М.** Фразеологизмы в русской речи. Словарь: Около 1000 единиц. – 2-е изд., стереотип. – М.: Русские словари, Астрель, 2001. – 856 с.
4. **Цыбульник Ю.С.** Крылатые латинские выражения. – Харьков: Фолио; М.: Эксмо, 2006. – 992 с.
5. **Анненкова И.В.** Язык современных СМИ как система интерпретации в контексте русской культуры: Попытка риторич. осмысления // Язык современной публицистики: Сб. ст. М.: Флинта: Наука, 2005. С.107–118.

¹ Общеизвестно, что термин крылатое слово (КС), восходящий еще к Гомеру, в современном значении был впервые употреблен немецким филологом Георгом Бюхманом (1822 –1884). КС, по замечанию авторов «Большого словаря крылатых слов русского языка», – «готовые» формулировки человеческого опыта, жизненной мудрости (см. подробнее:[2, с.3]).

² *Veni, vidi, vici!* – слова, которыми, как сообщает Плутарх в своих «Изречениях царей и полководцев», Цезарь уведомил своего друга Аминция в Риме о победе, быстро одержанной им при Целе над Фарнаком, сыном Митридата.

³ Авторы словаря «Фразеологизмы в русской речи» ссылаются на работу А.В. Кунина «О стилистическом контексте во фразеологическом ракурсе», изданную в 1976 году в Сборнике научных трудов МГПИИЯ им. М. Горького (вып.103. Лингвистика текста). – В.Р.

В статье описываются и классифицируются многочисленные употребления ЛКФ «Veni, vidi, vici!» (Пришел, увидел, победил!), демонстрирующие уникальные возможности семантической трансформации этой фразы и создания особого прагматического эффекта в Интернет-дискурсе.

Ключевые слова: латинская крылатая фраза «Veni, vidi, vici!», фразеологические трансформы, коммуникативный потенциал фразеологизма.

У статті описуються та класифікуються багаточисельні вживання латинської крилатої фрази «Veni, vidi, vici!» (Прийшов, побачив, переміг!), які демонструють унікальні можливості семантичної трансформації цієї фрази та створення особливого прагматичного ефекту в Інтернет-дискурсі.

Ключові слова: латинська крилата фраза «Veni, vidi, vici!», фразеологічні трансформи, комунікативний потенціал фразеологізма.

The article describes and classifies the mass usage of the Latin phrase «Veni, vidi, vici!» (I came, I saw, I conquered!), showing the unique possibilities of its semantic transformation and creation of a special pragmatic effect in the Internet discourse.

Key words: Latin phrase ‘Veni, vidi, vici!’, phraseological transforms, idiom communicative potential.

УДК 811.161.1—1’42

И.А. Соболева

**МЕДИА-СТЕБ КАК РЕАЛИЗАЦИЯ ЗАКОНА
«КАРНАВАЛИЗАЦИИ ЦЕННОСТЕЙ»
В СОВРЕМЕННОМ ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ**

*Мы рождены,
чтоб Кафку сделать былью.
Ю. Поляков*

СМИ стали одним из компонентов психосоциальной среды обитания современного человека и небезосновательно претендуют на роль важного фактора формирования мировоззрения личности и системы ценностных предпочтений общества. Им принадлежит неоспоримое лидерство в идеологическом воздействии на общество и личность. СМИ являются трансляторами культурных достижений, отражают наиболее значимые тенденции в современной коммуникации, влияют на процессы

принятия, либо непринятия и отрицания тех или иных ценностей культуры.

Ощущение семантической и иной исчерпанности претендовавших на господство культурных (обработанных, регламентированных, нормированных и т.д.) языков толкает адресанта современного публицистического дискурса на поиски новой словесной энергетики, в том числе – средств эмоционального «подхлестывания», причем очень часто – предельных, крайних, скандальных. Одной из таких медиасоциолингвистических технологий современного «общества спектакля» является *стеб*. По мнению С.Кара-Мурзы, в современной культуре происходит принципиальный сдвиг: элита сознательно пытается девальвировать, а в итоге и уничтожить грань между реальностью и спектаклем, сама жизнь наделяется чертами карнавала, становится все более условной и зыбкой [1, с.106]. Подобные процессы, как показал М.Бахтин, сопровождали слом традиционного общества в средневековой Европе [2]. Сформулированный им закон «карнавализации ценностей» наряду с технологиями стеба дает возможность понять, как современные медиа вовлекают, встраивают современного человека в «общество спектакля», превращая его при этом в продукт «индустрии аморальности». Стебовые персонажи этой без усталости работающей «индустрии аморальности», все эти Верки Сердючки, С.Шнуровы, резиденты «Камеди-клуба» и многие другие, формируют определенную эстетическую моду и вкусы, демонстрируют модель вербального хулиганства и определяют тем самым «духовный» вектор развития современного социума.

Что же такое *стеб* и почему он столь востребован в современных СМИ? Происхождение этого слова до конца неясно. Одна из версий основывается на том, что слово «стеб», вероятно, восходит к глаголу «стебать», который Словарь В.И.Даля характеризует так: «Стебать (обл.) – хлестать, бить плеткой, кнутом» [3, с.320]. Такая этимология, думаем, очень точно и емко передает основную функцию стеба – хлестко и метко передать эмоциональный настрой, оценку адресанта адресату речи.

Исследователи порой по-разному именуют тот тип повествования, который мы условно определяем как стеб. Одни чаще используют слово «ерничество», другие называют это же пародизацией, тотальным снижением символов. В.Г.Костомаров называет это явление «карнавализацией» языка [4, с.11]. Еще А. Вознесенский писал в 70-80-ые годы прошлого века:

«Когда спекулянты рыночные
прицениваются к Чюрленису,
поэты уходят в рыцари
черного ерничества»

Авторы монографии «Русский язык конца XX столетия (1985 – 1995)» одни из первых сделали попытку описать стеб как лингвистическое явление: «Последние три-четыре года стали временем

настоящего триумфа стеба. Стебают нынче все! Вслед за удалым «Московским комсомольцем» застебали «Независимая», уважаемая «Сегодня», гордый «Коммерсант» [5, с.23].

Удивительно, что, несмотря на дистанцированность во времени, идея, озвученная авторами монографии «Русский язык конца XX столетия (1985 – 1995)», как никогда актуальна и в целом точно передает общую тональность повествования современных СМИ. Хотя с течением времени наметилось некоторое расхождение в понимании сущности стеба как языкового явления. Е.А.Земская (автор Введения монографии) связывала стеб прежде всего с новоязом, с противопоставлением языка официальному политико-патетическому жаргону. Современный стеб гораздо более разнообразен и многообразен. С помощью стеба иронизируют не только и не столько над партийным, официальным языком совдепии, сколько над всеми проявлениями и реалиями современной жизни. А.Агеев недоумевает над причинами процветания стеба в наши дни: «Удивительно, однако, вот что. На наших глазах сменилась эпоха, ушел в прошлое контекст, в котором стеб только и мог естественно существовать и функционировать. Вдруг некому и нечему стало противостоять, ибо партийная риторика стала частным делом отставных специалистов по «научному коммунизму». Да и единомышленники, носители языка как-то незаметно лишились культурного общего пространства. Стеб по всем расчетам должен был тихо почить в бозе. Но не тут-то было!» [6, с.24]. Точно и емко определяют суть современного стеба социологи Л.Гудков и Б.Дубин: «Стеб – род интеллектуального ерничества, состоящий в снижении символов через демонстративное использование их в пародийном контексте. В прессе почти безраздельно господствует стеб» [7, с.166].

Мы определяем стеб как разновидность публичного интеллектуального эпатажа, который состоит в провокационном и агрессивном, на грани скандала, снижении любых символов, образов – как героев, так и адресатов сообщения – через подчеркнутое использование этих символов в несвойственном им, пародийном или пародическом контексте, составленном из разнородных лексических, семантических, стилистических и др. уровней, рядов. Стеб меняет оценку описываемого явления с плюса на минус: политическое поведение может быть перекодировано на эротическое, причем чаще всего неконвенциональное («извращенное»); советское на совковое; социально чужое на вульгарное; ученое, образованное на умственно неполноценное и т.д. То есть стеб может быть рассмотрен как универсальная конструкция пародизации, создающая нужный для адресанта контекст и позволяющая манипулировать таким образом сознанием адресата речи.

Здесь крайне важно следующее. Во-первых, адресант сознательно идет на то, что формируемый с помощью стеба контекст, придает его дискурсу характер ненатуральности, «сделанности», театральности, а потому – как бы нереальности и несуществования. Во-вторых,

использование пародических клише (о языковых механизмах стеба далее) представляет и само пародируемое явление клишированным, избитым до автоматизма, как бы уже механическим. Две эти разновидности «обесмысливания» и «переозначивания» в сумме как раз и составляют программируемый социолингвистический эффект, достигаемый с помощью стеба. То есть достигается первоцель пародирования – ценностное снижение содержания дискурса. Подчеркнем, что составляющая зрелищности, комизма (за которыми стоит символическая дистанция между адресантом и адресатом, говорящим и слушателем), этот характер аффектации, розыгрыша, маскарада «чужого» поведения здесь всегда присутствует. Адресант всегда рассчитывает на это и учитывает то, что его потенциальная аудитория легко обнаружит все эти иллюкутивные приемы и установки. Иначе говоря, адресат стеба должен понимать дискурс так, что его «дурачат» пародируемые, но не пародист (т. е. автор дискурса). Таким образом, в дискурсе стеба происходит контекстуальный ценностный перенос, проекция собственного отношения ерника к культурному материалу, на саму действительность. Дискурс стеба рождает множественные оценочно-прагматические составляющие или конструкты воздействия. А стало быть, механизм и бытование стеба не может описать только интралингвистика. В частности, крайне важно учесть такой социолингвистический и прагматический фактор, как, кто и зачем в данном случае «стебает» или ерничает и как эта речевая стратегия «свернута» в созданную или найденную автором дискурса коммуникативную форму.

И все-таки, несмотря на подчеркнутую нами выше синкретичность стеба, нельзя ничего не сказать о языковых механизмах этого типа речи. Иначе говоря, обойти вниманием вопрос «Как устроен стеб?».

В принципе кардинально новых языковых механизмов авторы стеба не изобрели. Они виртуозно используют все те приемы, которые появились в публицистике после крушения тоталитарной системы и ознаменовали то ли эпоху гласности и свободы слова, то ли анархии и вседозволенности. Многочисленные исследователи описывали особую, прагматически-агрессивную функцию просторечия и жаргона, приводящих к дискурсивной разнородности; аллюзивных построений, основанных на фоновых знаниях адресата речи, квазицитации, «эксплуатирующей» систему ценностей социума; «игру» с новомодными заимствованиями, позволяющими высмеять экспансию иностранных слов в современной коммуникации; элементов новояза и бюрократических клише, ассоциирующихся с официальным политико-патетическим жаргоном и т.д. Для стеба характерно не просто использование жаргонных единиц, а функциональный динамизм в самом широком понимании этого явления, то есть нарочитое столкновение разнополюсных языковых пластов и подсистем.

Высокая степень функционально-стилистической гетерогенности стеба неизменно приводит к ироническому эффекту. Подобные дискурсы «пронизаны» иронией. Она возникает не только в результате «сталкивания», когда стилистический план, заданный серьезной темой, снижается употреблением слов, относящихся к периферии языка. В стебе ирония возникает в результате «сцеплений», когда «ломается» семантика, разрушаются привычные и создаются новые грамматические связи, когда просторечия и жаргонизмы не ощущаются инородными элементами, а, наоборот, глубоко «впаяны» и «вмонтированы» во внутреннее и внешнее содержание дискурса.

Примеров стебового дискурса очень много в различных изданиях. Виртуозными мастерами стеба являются В.Сыч, В.Мороз, А.Соболев в «Корреспонденте», А.Угланов и С.Мостошиков в «Аргументах и фактах», Д.Быков, А.Никонов, А.Гамалов в «Огоньке», М.Соколов в «Коммерсанте» и т.д. Жесткий, на грани фола даже для современных раскрепощенных СМИ стиб демонстрируют многочисленные интернет-издания.

Вот, к примеру, Т.Коробова рисует фантазмагорическую картину перманентных выборов в Украине:

«Страну ющило и янучило. Шел энный год оранжевой революции. Президент Кучма закончил очередной трактат и после долгих размышлений назвал его «Украина – не Ирак». Интерпол снова изо всех сил искал Юлю Тимошенко по всем телеканалам, круглосуточно транслирующим ее зажигательные речи. Янукович переезжал из Донецка в Луганск и обратно, объясняя местным пацанам, что «фактически продолжается расправа над теми, кто проголосовал не за Ющенко, а за другого кандидата». К Януковичу периодически, но регулярно приезжали красные ходоки, и со словами: «Мы к вам, проФФесор, и вот по какому делу...» – молча смотрели в глаза... После их возвращения краснопузые вожди снова занимали принципиальную позицию в борьбе «двух олигархических кланов», из которых один был все-таки «олигархее» и «клановее» другого» [http:// obozrevatel. com/ news_ files.](http://obozrevatel.com/news_files)

Подобные дискурсы показывают, что с помощью стеба можно не только общаться с адресатом речи на какие-либо определенные темы. Сиб позволяет реализовать риторику радикального отстранения от реальной жизни, выразив тем самым категорическое несогласие с существующей действительностью. То есть стиб способен максимально абстрагировать позицию самопознания и самодемонстрации через тотальное отчуждение и дистанцирование от действительности.

Примечательно то, что можно говорить о «стебовом» образце словесного поведения в современных СМИ. В качестве популяризаторов данной речевой стратегии выступила определенная поколенческая когорта, демонстрирующая в качестве опознавательных сигналов прежде всего молодежную символику (но это вовсе не обязательно молодые

люди, чаще всего совсем наоборот). Стеб прежде всего вошел в структуры альтернативных, «новых», оппозиционных, негосударственных СМИ. Причем надо оценить невероятную скорость и «успешность» этого процесса. Наиболее массовые из подобных радио- и телеканалов, печатные органы обеспечили первичную массовизацию стеба как нового «всеобщего» языка, культурной формы, а вместе с его языковыми, стилистическими, интонационными элементами тиражировали и само это агрессивно-снижающее, дистанцирующееся от любой реальной ситуации коммуникативное поведение. Полагаю, мы имеем дело с массовым явлением, феноменом нарождающегося стереотипного поведения социума, парадоксальной, даже «вывернутой» реакцией на навязывание образцов, символов, оценок и кодируемых с их помощью отношений.

Наглядным примером и сдвига образцов, и все большей популяризации стеба могла бы быть траектория движения публикаций в журнале «Корреспондент». Видимо, печатный стеб напрямую связан с «борьбой» за зрителя или слушателя, с необходимостью «удержать» тиражи. В современных медиа стеб соединился с разоблачительством. Получившаяся коммуникативная модель была принята значительной частью читателей и зрителей как способ передачи достоверной информации. Иначе говоря, стеб был навязан и узаконен от лица самих потребителей, с помощью средств и механизмов рынка.

Для социолингвиста стебовый дискурс представляет интерес, исходя из следующего: во-первых, интересна форма отчуждения через снижение символов и образов, т.е. форма коммуникативного эпатажа или протеста, во-вторых, заслуживает внимания новая стратегия агрессивно-пародической коммуникации.

Надо отметить, современные СМИ демонстрируют подчас блестящие образцы стебового словесного поведения. К ним, думаю, по праву следует отнести многие из статей Виталия Сыча (главного редактора журнала «Корреспондент»). Вот одна из статей этого автора. Приведем ее начало без купюр, так как стебовый дискурс характеризуется напряженной цельностью композиции и единым речевым кодом.

К черту Мазену

Вместе с премьером Юлией Тимошенко Москву на прошлой неделе посетил и наш Президент Виктор Ющенко. В отличие от Тимошенко, отправившейся в Белокаменную решать газовые вопросы – читай: дурью маяться, – Ющенко поехал в Москву вершить великие дела.

Глава государства отправился в российскую столицу избавить украинскую нацию от непосильной ноши, а именно анафемы, наложенной Русской православной церковью на гетмана Ивана Мазену.

Да-да, Президент Ющенко – наверняка с целой делегацией и серьезным видом – отбыл в Москву просить Патриарха Московского и

вся Русь Алексея II снять это проклятье с Ивана Мазепы и тем самым устранить последнее препятствие, которое на протяжении столетий мешало Украине превратиться в какой-нибудь Люксембург.

Вашей радости нет предела? Вы долго ждали возможности избавиться от многовекового ярма, сброшенного русской церковью на украинского гетмана в XVIII веке после того, как тот решил объединиться со шведами в битве под Полтавой против русского царя?

Понимаю. Я – тоже. Тем более, что буквально на прошлой неделе мне звонил мой отец, ежемесячно получающий пенсию в 700 грн., и интересовался у меня, не знаю ли я, когда же наконец снимут анафему с Ивана Мазепы, когда же мы сможем лицезреть это долгожданное таинство.

Миссия Ющенко в Москве была бы неполной, если бы он не потребовал от Алексея II личного признания и порицания Голодомора. Похоже, что Президент поставил перед собой цель во время зарубежных визитов доказывать всему миру, что все, всегда и везде унижали нас больше всех остальных. Робкие сомнения в том, что может не все, и не всегда, и не везде унижали нас больше других (или то, что, может, не стоит в этом признаваться, да еще и акцентировать), всегда разбиваются о непоколебимую уверенность гаранта: все, всегда и везде.

Боюсь, что большинство украинцев снятие анафемы с Мазепы обрадует немногим более, чем обнаружение творческих планов Дональда Дакка или оглашение кулинарных секретов мышонка из мультика Рататуй... Корреспондент, 1 марта 2008.

Как видим, все признаки стеба, основанного на семантико-стилистическом конфликте, свойственны этому дискурсу В.Сыча: интеллектуальный эпатаж, пародизация, провокационное снижение символов и стереотипов. Все в нем «работает» на общую идею, идею создания стебового дискурса: концентрация подчеркнута официальных идеологических клише, так называемых «отзвуков» новояза в самом начале дискурса («Президент посетил Москву...», «...решать газовые вопросы», «глава государства отбыл...») меняется разговорно-просторечными моделями («Да-да, Президент Ющенко с целой делегацией и серьезным видом...»; «...мешало превратиться Украине в какой-нибудь Люксембург»; «...попытка выбить личное признание Голодомора»).

К проявлениям карнавальности, стебовости стоит отнести иронию и самоиронию, пронизывающую весь дискурс. О.П.Ермакова определяет иронию как «один из видов языковой манипуляции, которая заключается в употреблении слова, выражения или целого высказывания (в том числе и текста большого объема) в смысле, противоположном буквальному с целью насмешки» [8, с.7] Ирония стебового дискурса всегда явная, язвительная и имеет оттенок грусти. Цель иронии стеба – выражение насмешки. Ирония медиа-стеба интенциональна и индивидуальна, в

структуре такой иронии находятся перевернутые причинно-следственные отношения. В данной публикации медиальный язык достаточно гомогенен, и основным источником иронии является переосмысленная, «перевернутая» книжная и высокая лексика («...когда же мы сможем лицезреть это долгожданное таинство...»; «миссия Ющенко...»; «избавить украинскую нацию от непосильной ноши» и т.д.).

Иронию, безусловно, одну из ведущих составляющих в интонации стеба, можно охарактеризовать словами Б.Дубина – «ролевое извинение», – то есть извинение перед собой и себе подобными за ту или иную, любую добровольно, поневоле или с отвращением принятых на себя ролей.

Сложные, болезненные факторы, которые фокусируют и проявляют складывающуюся в переломные времена социальную ситуацию, провоцируют оживление таких форм негативного самоопределения, как стиб. Символы и персонификации этих реалий, достижения и признания образуют языковой репертуар реальных действующих лиц и воображаемых фигур, подвергающихся ернической пародизации или «обстебыванию».

Таким образом, стиб можно рассматривать как попытку поиска новой словесной энергетике, средств эмоционального «подхлестывания», весьма часто выраженную предельными, крайними, скандальными языковыми способами. С одной стороны, перед нами своеобразная форма протеста, апелляция к публичной риторике. С другой же стороны, стиб – это один из способов манипулирования сознанием. М.В.Желтухина в монографии «Тропологическая суггестивность масс–медиального дискурса» пишет: «Манипулирование сознанием в СМИ – это процесс, связанный с жестким, агрессивным, в отличие от традиционной пропаганды, воздействием на людей, на определенные социальные группы, в том числе когда те, в силу тех или иных причин, выходят из-под социального контроля. Это процесс, в основе которого система мер, направленная на резкое изменение мировоззрения людей, разложения их сознания, изменения их социального поведения» [9, с. 255]. Стебовый дискурс, безусловно, стремится к достижению этих целей. Прежде всего стиб предполагает изменение мировоззрения людей и, следовательно, изменение их социального поведения.

В.Гумбольдт утверждал, что язык – это своего рода мировидение, и тогда медиа-стиб представляет собой своеобразную мировоззренческую позицию, реализующуюся в «законе карнавализации ценностей» и отражающую ценностную картину мира через ироническую, эпатажную, пародическую, фарсовую, ерническую оценку реалий современного социума.

Литература

1. **Кара-Мурза С.Г.** Манипуляция сознанием. – К.: Оріяни, 2000. – 448с. 2. **Бахтин М.М.** Творчество Франсуа Рабле и народная культура Средневековья и Ренессанса. – М.: Художественная литература, 1990. – 247с. 3. **Даль В.И.** Толковый словарь живого великорусского языка. – Т.4. – М.: Русский язык, 1980. – 387с. 4. **Костомаров В.Г.** Языковой вкус эпохи. Из наблюдений над речевой практикой масс-медиа. – СПб.: Флинта, 1999. – 196с. 5. **Русский язык конца XX столетия (1985 – 1995).** – М.: Языки русской культуры, 1996. – 390с. 6. **Агеев А.** О феномене стеба // Литературная газета. – 1994. – 3 августа. 7. **Гудков Л., Дубин Б.** Идеология бесструктурности: Интеллигенция и конец советской эпохи// Знамя. – 1994. – №11. – С.166-179. 8. **Ермакова О.П.** Ирония и ее роль в жизни языка. – Калуга: КГПУ им. К.Э.Циолковского, 2005. – 243с. 9. **Желтухина М.В.** Тропологическая суггестивность масс-медиального дискурса: о проблеме речевого воздействия тропов в языке СМИ. – М.: Фолио Пресс, 2003. – 512с.

В статье рассматриваются проблемы современной социолингвистики – функционирование жаргона в массмедиальном дискурсе.

Ключевые слова: стиб, дискурс, адресат, жаргон.

У статті розглядаються проблеми сучасної соціолінгвістики – функціонування жаргону в масмедіальному дискурсі.

Ключові слова: стиб, дискурс, адресат, жаргон.

The article is devoted to the problem of modern sociolinguistics – functioning jargon means in mass-media.

Key words: steb, discourse, addressee, jargon.

УДК 811. 161. 1'366

Т.А. Пономарёва

ОСОБЕННОСТИ ОККАЗИОНАЛЬНОГО СЛОВООБРАЗОВАНИЯ В СОВРЕМЕННОЙ ПОЭЗИИ

Поэзия является одной из форм существования языка, «высшей формой словесности», по словам Иосифа Бродского [1, с. 304]. Поэзию с полным правом можно считать и одной из составляющих структуры коммуникации и рассматривать в качестве «литературного дискурса» [2, с. 140].

Цель данной статьи — проследить способы окказионального словообразования в современной поэзии, определить роль окказионализмов в структуре лирического сюжета.

Во всех сферах современного языка, кроме делового общения, велика активность окказионализмов. Современная поэзия — не исключение. «Словообразовательная свобода», характеризующая языковые изменения конца XX века в целом [3, с. 180-186], присуща и поэтическому тексту. В настоящей статье остановимся на некоторых особенностях проявления окказиональных явлений в стихотворениях поэтов конца XX — начала XXI веков: Евгения Власова [4], Игоря Иртеньева [5], Юрия Канащенкова [6], Вадима Лебедева [7], Юлии Рюминой [8].

Термин «окказионализмы» обозначает новые слова, созданные по нестандартным моделям словообразования, с нарушением законов словопроизводства, действующих в языке [9, с. 77]. Тот факт, что при образовании таких слов произошло нарушение (обычно сознательно, в целях повышения экспрессивности) законов построения соответствующих языковых единиц, является отличительной особенностью окказионализмов [10, с. 239–240].

По способу образования окказионализмы можно разделить на три вида:

- 1) произведённые с нарушением законов системной продуктивности словообразовательных типов;
- 2) произведённые по образцу типов непродуктивных и малопродуктивных в ту или иную эпоху;
- 3) образованные по конкретному образцу (образцом для производства может быть не только непродуктивный словообразовательный тип, но и отдельное непроемное, но членимое слово) [10, с. 240].

При создании окказионализмов первого вида производное слово создаётся от основ иной семантики или иных грамматических свойств, чем это характерно для языка. Так, например, словообразовательный тип существительных с нулевым суффиксом, обозначающих отвлечённый признак (*синь, сушь, высь* и т.п.), производится в литературном языке от основ непроемных качественных прилагательных [10, с. 241-242]. В поэтическом языке (в современной поэзии, по нашим наблюдениям, особенно) окказиональные образования этого типа производятся и от других видов основ. Ярким примером такого окказионального словообразования является стихотворение Е. Власова «Весеннее настроение № 1»:

Рань	
	Хмурь
	Гнусь
Рябь	
	Зябь

Гниль
Прель
Голь
Хлябь
Гусь
Хмель
Рупь
Апрель

В этом стихотворении представлены и слова, соответствующие словообразовательным нормам современного русского языка (*ранний – рань, гнилой – гниль* и др.), и окказиональные образования, относящиеся к названному виду (*хмурь, гнусь, рупь* и др.), и слово *апрель*, основа которого сама является производящей. Существительное *апрель* – единственное слово во всем стихотворении, имеющее производящую основу, и именно оно является доминантой лирического сюжета: все остальные слова характеризуют этот весенний месяц.

К этому же виду – слова, произведённые с нарушением законов системной продуктивности словообразовательных типов, – можно отнести окказионализмы из стихотворения И. Иртеньева «Ничего мне так не нужно...»:

И волос твоих коснуться,
И, как контур, возбудиться
И забыться, и уснуть,
И вовек не разбудиться.

Безличные глаголы *уснуться, разбудиться* образованы от основ глаголов по существующей в языке продуктивной модели «производящий непереходный / переходный (реже, чем непереходный) глагол + -ся» (*забыть – забыться*).

К окказионализмам второго вида относят слова двух подгрупп (с точки зрения выражаемого окказионализмом значения и степени новизны) [10, с. 244].

Первая подгруппа включает в себя окказионализмы новые и по форме, и по значению. Примером таких окказионализмов могут служить новообразования из стихотворения Ю. Канащенкова «Зимняя ахинея». Приведём первую строфу этого стихотворения:

Притупился рассвет одеяльно,
обеззубилась матерно проза.
Как похмельно чиста и кристальна
индевелая наглость мороза!

Слова *одеяльно, обеззубилось, похмельно, индевелая* необычны и по форме, и по значению: в русском языке нельзя образовать наречие от существительного *одеяло*, глагол от прилагательного *беззубый*, наречие от прилагательного *похмельный*, прилагательное от глагола *индеветь*.

Окказионализмы, относящиеся ко второй подгруппе, новы лишь по форме. По значению такие окказионализмы близки или тождественны

«обычному» производному слову с той же основой. Приведём примеры таких окказионализмов:

Из марева тоски, из серева
явился мне крылатый вестник
поведать: «Жизнь – что ветка дерева,
наступишь на нее – и треснет».

<...>

Не плачь о хрупкости и робости,
о том, с чем ты вчера не сдюжила.
Стекло мокро, но ровной ровности
паук вывязывает кружево.

<...>

Оставь сокрытое из скромности,
раздавленное, искореженное.
Дождь льет ливня, но ровной ровности
плетет паук свое мереживо.

(Ю. Рюмшина. «Из марева тоски, из серева...»)

Окказионализмы *серево*, *мереживо*, произведены, вероятно, по аналогии с образованиями с непродуктивным суффиксом *-ево*: *варить* – *варево*, *курить* – *курево*. Но, в отличие от такого ряда образований, анализируемые окказионализмы образованы не от глаголов, а от прилагательного (*серый* – *серево*) и существительного (*мережка* – *мереживо*). При этом каждый из окказионализмов помещен рядом с узуальным синонимичным ему словом: *марево*, *кружево*.

Третий вид окказионализмов – образование по конкретному образцу. К этому виду окказионального словообразования можно отнести и слова *постслёзы*, *постпепел* из стихотворения В. Лебедева «В дверных и оконных проёмах...».

Вначале бы, Боже, вначале
Ты мне показал эти пули,
Которые лягут под сердце!
И падают чёрные розы
На белую землю посмертно,
Постскрипtum, постфактум, постслёзы.
Постпепел...

Окказионализмы *постслёзы*, *постпепел* образованы по модели первых двух слов – *постскрипtum*, *постфактум* – присоединением префикса *пост-*. Такая цепочка окказионализмов, образованных по аналогии и как бы перекрывающих друг друга, посредством однотипной структуры создаёт, как отмечает Л.Н. Синельникова, однотипность нетривиальной коннотации [3, с. 185].

Ещё один интересный пример – стихотворение Е. Власова «Ладонь кем-то улещена...»:

Ладонь кем-то улещена.
Лицо кем-то ошарено.
Ты мною намерещена,
Ты мною накошмарена.

Окказионализмы *ошарено, намерещена, накошмарена* созданы по модели образования краткой формы страдательного причастия прошедшего времени *улещена*, образованного от основы инфинитива *улестить*. Особенности окказионального словопроизводства (и производная, и производящая основы не являются узуальными), создают повышенную экспрессивность, особую коннотативность лирического сюжета.

К этому же, по нашим наблюдениям, широко распространённому в современной поэзии виду окказионального словообразования примыкает и образование диминутивов. Отличительной чертой современного словопроизводства является свободное присоединение суффиксов субъективной оценки к любым словам. Подобные примеры есть в стихотворении Ю. Канащенкова «О весне и обо мне в уменьшительно-ласкательной форме»:

Нынче приятный прогнозец:
облачко сжалось в комочек,
сник импотентно морозец,
серенько стаял снежочек,
ласковы солнышка вспышки,
спятели кошки и пташки,
и обнаглели мальчишки
в жажде желанной свидашки.
Скачут за модой девчужки –
глухи к дешевке, милашки,
монстров-магнатов подружки
тушками мажут мордашки,
только о тряпках судачат,
любят деньжонки людишки,
дамочки сумочки прячут –
донышки режут воришки.

Суффиксальным способом по образцу узуальных диминутивов образуются и окказиональные слова: *прогнозец, свидашки, тушками* (от *тушь*).

Таким образом, наблюдения над произведениями современных поэтов подтверждают замечание Л.Н. Синельниковой о том, что «непредсказуемость в области словообразовательной нормы выросла до экстремальности» [3, с. 186]. Для создания окказионализмов современные поэты активно используют продуктивные и непродуктивные словообразовательные типы, конкретные модели.

Благодаря окказионализмам, широко представленным в современной поэзии, экспрессивно-оценочная окрашенность современного лирического сюжета достигает максимального наполнения.

Литература

1. Бродский И. Поклониться тени: Эссе. — СПб.: Азбука-классика, 2001. — 320 с. **2. Бацевич Ф.С.** Основы комунікативної лінгвістики. — К.: Видавничий центр «Академія», 2004. — 344 с. **3. Синельникова Л.Н.** Языковые изменения конца XX века // Язык: история и современность. — Луганск: Альма-матер, 1999. — 207 с. — С. 168-204. **4. Власов Е.** Знаменитая книга. Стихотворения // Triada Book on CD. **5. Иртенев И.** Сборник стихотворений // www.irteniev.msk.ru **6. Канащенков Ю.** Войдя в этот мир: Книга стихов // Бюллетень поэзии «Manuscriptum». Triada Book on CD. **7. Лебедев В.** Стихотворения // Бюллетень поэзии «Manuscriptum». Triada Book on CD. **8. Рюмина Ю.** Стихотворения // Бюллетень поэзии «Manuscriptum». Triada Book on CD. **9. Столярова Л.П., Пристайко Т.С., Попко Л.П.** Базовый словарь лингвистических терминов. — К.: Изд-во Гос. академии руководящих кадров культуры и искусств, 2003. — 192 с. **10. Земская Е.А.** Современный русский язык. Словообразование: Учеб. пособие. — М.: Флинта: Наука, 2008. — 328 с.

В статье рассматриваются основные способы окказионального словообразования в современной поэзии. Анализируются некоторые особенности данного языкового явления в лирическом сюжете.

Ключевые слова: современная поэзия, окказионализм, способ словообразования, словообразовательный тип.

У статті розглядаються основні засоби оказіонального словотворення у сучасній поезії. Аналізуються деякі особливості цього мовного явища у ліричному сюжеті.

Ключові слова: сучасна поезія, оказіоналізм, засіб словотворення, тип словотворення.

The article reviews the basic ways of occasional word formation in the modern poetry. One analyzes some features of this linguistic phenomenon in the lyric plot.

Key words: modern poetry, occasional word, ways of word formation, type of word formation.

УДК 81'42

Э.В. Минаева, Е.А. Кандаурова

КОНЦЕПТ *СЧАСТЬЕ* В РУССКИХ ПОСЛОВИЦАХ И ПОГОВОРКАХ: ГЕНДЕРНЫЙ АСПЕКТ

Целью работы является выделение и анализ гендерных признаков концепта *Счастье* на материале пословиц и поговорок, представленных в сборнике В.И. Даля «Пословицы и поговорки русского народа». Актуальность данного исследования связана с необходимостью изучения гендерной составляющей констант русской культуры, начиная с истоков формирования культурных смыслов, зафиксированных в паремийном фонде русского языка.

Понятие «концепт», имеющее логико-математические корни, в современной науке является в большей степени термином общекультурным, междисциплинарным; такое понимание концепта представлено в словаре Ю.С. Степанова «Константы: Словарь русской культуры» [1, с. 40]. Концепт – это вербализованный смысл, собирательный образ, сгусток культуры в сознании человека [1; 2; 3; 4]. Концепт является инструментом познания национальной культуры, закреплённой в языковом сознании народа. Исследования духовных концептов показали, что их содержание многообразно и, в принципе, не исчислимо. Опираясь на работы О.Э. Мандельштама о слове и культуре, слово-концепт можно назвать пучком, смысл которого торчит из него в разные стороны [5, с. 28]. Концепт имеет ядерно-полевую структуру. При этом ядро состоит из словарных дефиниций имени концепта, а поле включает его признаки, которые могут репрезентироваться посредством синонимов, антонимов, тропов, ассоциаций, архетипов, фреймов и гештальтов. В то же время константы культуры могут быть реализованы через прецедентные тексты (пословицы, поговорки, присказки, анекдоты, афоризмы и под.), которые в значительной степени формируют мировоззрение и моделируют обыденный опыт человека.

В предисловии к своему сборнику «Пословицы и поговорки русского народа» В.И. Даль даёт определение пословице, характеризуя её как «суждение, приговор, поучение, высказанное обиняком и пущенное в оборот, под чеканом народности» [6, с. 17]. Пословица, по В.И. Далю, – это воплощение не только жизненного уклада русского человека, но и его души: «...она не сочиняется, а вынуждается силою обстоятельств, как крик или возглас, невольно сорвавшийся с души; это целые изречения, сбитые в один ком, в одно междометье» [6, с. 18]. Народная мудрость, содержащаяся в пословицах и поговорках, эксплицируется с помощью слов-концептов, отражающих национальную специфику русского менталитета.

Для исследования концепта *Счастье* были взяты такие разделы сборника, как «Счастье – удача», «Горе – беда», «Горе – обида», «Баба – женщина», «Муж – жена», так как эти разделы соответствуют первичным представлениям славян о счастье, а также содержат гендерно

маркированные поговорки, которые дают представление о гендерных стереотипах, сложившихся в наивном сознании русского народа 19 века.

Счастье, по определению В.И. Даля, представляет собой, во-первых, рок, судьбу, участь, долю, случайность, желанную неожиданность; и, во-вторых, благоденствие и благополучие, желанную насыщенную жизнь [7]. Таким образом, В.И. Даль связывает счастье прежде всего с судьбой человека, и уже потом с благополучием. Концепты *Счастье* и *Судьба* в русской языковой картине мира интенсивно взаимодействуют, обмениваясь культурными смыслами.

Представление о счастье как об удаче, везении, незаслуженном благополучии зафиксировано В.И. Далем в отдельном разделе сборника, который так и называется «Счастье – удача». Например, такие поговорки, как «*Без счастья и в лес по грибы не ходи*», «*Счастье пытать – деньги терять*», «*Счастье придёт и на печи найдёт*», «*Счастье не дворянство, не родом ведётся*», «*Глупому счастье, а умному – Бог даёт*», «*Жеребей – божий суд*», «*Бог даёт – и дурак берёт*» подчёркивают непредсказуемость, уникальность удачи и везения, относят счастье к разряду божественного дара. Очень часто концепт *Счастье* эксплицируется через противопоставление его антиподам – горю, несчастью, неблагополучию.

Языковые поговорки отражают народную мудрость как мужчин, так и женщин. Представление о счастье у разных гендерных групп неодинаково. Это подтверждено многими исследованиями в области гендерной психологии, которая дифференцирует области счастья у мужчин и женщин. Если мужчина видит счастье в работе, экономической удовлетворённости, то женщина – в сохранении домашнего очага, в благополучии мужа и детей [8; 9]. Этот гендерный стереотип прочно закрепился в обыденном сознании славян и имеет глубокие культурно-исторические корни. В частности это обусловлено распределением гендерных ролей: женщина как мать и домохозяйка, всегда оказывается на втором месте после мужчины – добытчика и кормильца, подстраиваясь к желаниям и воле своего мужа.

В русских поговорках «женское» счастье представлено через противопоставление концептам *Горе*, *Беда*, которые реализуются с помощью таких предикатов как *плакать*, *тужить*, *кручиниться*, *вздыхать (тяжело)*, и номинативов *слёзы*, *сирота*, и т. д.: *Женский обычай – слезами беде помогать; Пошла бы с горя в монастырь, где много холостых; С ним горе, а без него вдвое. Хоть лыками шит, да муж; Плачь, молода жена, да про горе своё никому не сказывай; Не тужи, красавица, что за нас попала: за нами живучи – не улыбнёшься; Не кручинься, женихи на Пресне есть; Без мужа жена всегда сирота* (сирота как символ обездоленности, обреченности, а значит и несчастья). В таких поговорках «женское» счастье в основном связано с замужеством (незамужеством), благополучными (неблагополучными) семейными

взаимоотношениями, т. е. «женское» счастье напрямую зависит от мужчины: *Не та счастлива, которая у отца, а та, которая у мужа.*

Концепт *Счастье* практически не встречается в фемининно ориентированных паремиях. Это можно объяснить тем, что счастье в наивном сознании представляло собой удачу и везение, которые были необходимы мужьям для успеха в трудовой деятельности.

До 20 века счастье практически не определялось как высшая степень радости. А ведь у женщин эмотивно-чувственная сторона преобладает над рассудочной. Следовательно, «женское» счастье представлено меньшим количеством признаков, чем «мужское», и сосредоточено на более узком круге проблем.

«Мужское» счастье, как и «женское», противопоставлено горю, беде, но в то же время сделан акцент на проблемах, связанных, прежде всего, с деятельностью мужчины вне семьи: *Беда навалила – мужика совсем задавила; Беда и богатого мужика бездолит; Горе перетужил – худого начальника переслужил; Вызвал волка из колка. Накликал беду на свою голову; Купил дуду на свою беду; стал дуть – слезы идут; Рад Илья, что опоросилась свинья; Убогому подле богатого жить – либо плакать, либо тужить.* Иногда счастье понимается как удача, «глупый» дар: *С рожки болван, а во всём талан; Не хитёр парень, да удачлив, не казист, да таланен; У него дурацкое счастье: ослиное, воловьё, счастье; Кому есть талан, тот будет атаман* и т. д. Интересно то, что горе, беду мужчины-крестьяне «засыпали», т. е. пережидали во сне: *«Спал, спал, да и выспал беду»* или *«Эту беду я давно заспал».*

Мужское счастье часто ассоциируется с женой, домом, личной жизнью: *Знал ли ты горе? Умирала ль у тебя жена?; Сбыл беду, что соседову жену; Ездил пировать, а домой приехал горевать; Клад да жена – на счастливого; С доброй женой горе – полгоря, а радость вдвойне; Горько, что беда, а мило, что жена.*

Из этого следует, что счастливый мужчина – это мужчина удачливый, имеющий успех в работе и покой в семейной жизни. Чрезмерное употребление спиртных напитков в русских пословицах осуждалось. Считалось, что пьянство приводит к беде, горю: *«Без вина одно горе; а с вином старое одно, да новых два: и пьян, и бит, и голова болит».* «Мужское» счастье, таким образом, связывалось с трезвостью: *Счастлив тот, кто вина не пьёт.*

В таких паремиях, как *Счастливый на коне едет, а несчастный пеш бредёт; Счастливый скачет, несчастный плачет; Счастье пытать – деньги терять; Не отведывай счастья – не купи коня хрома! В схватке – счастье великое дело; Счастье дорожке богатёрства* зафиксировано традиционное распределение гендерных ролей (езда верхом, участие в сражениях, поиск богатства являлись сугубо мужским занятием), а также связь счастья и благосостояния, трудолюбия мужчины, так как коня мог иметь только работающий, обеспеченный мужик.

Пословицы, в которых счастье не может быть чётко идентифицировано как «мужское» или «женское», гендерным маркером выступает мужской род; в таких пословицах женский род не используется. Это свидетельствует о патриархатности русского общества и языка, когда мужское является нормой по отношению к женскому; пословицы ориентированы на мужчину, фиксируют мужской взгляд на мир и на место мужчины в этом мире: *Не родись красивый, а родись счастливый; Счастливым быть – никому не досадить; Счастлив, как чернослив; Счастлив бывал, да несчастье в руки поймал; Счастливому талан от Бога дан.*

В то же время российские и украинские гендерологи не так категоричны в определении категории мужского рода как средства гендерной дискриминации, в отличие от немецких и американских учёных. Поэтому можно допустить, что такие пословицы могут носить метагендерный характер, особенно в современных условиях.

Счастье в некоторых случаях олицетворяется и обретает фемининные черты: *счастье – мать, счастье – мачеха, счастье – не курочка, счастье – не лошадь (в отличие от коня), не корова (в отличие от быка), а также маскулинные: таланец – братец, жеребеек – батюшка, счастье – бешеный волк; счастье – не батрак, за вихор не притянешь; удача – попович, просвирнин сын (т. е. редко удаётся).*

Особую группу пословиц представляют паремии, в которых концепт *Счастье* связывается с мужскими и женскими именами. В.И. Даль в «Напутном слове» так говорит об этих пословицах: «Ко внешней одежде пословиц надо отнести и личные имена. Они большею частью взяты наудачу, либо для рифмы, созвучия, меры». Но при подсчёте таких паремий оказалось, что пословиц с мужскими именами значительно больше (15 пословиц с мужскими именами и 3 с женскими). Это ещё раз подтверждает, что «мужское» счастье более подробно разработано в наивной языковой картине мира по сравнению с «женским». Приведём пословицы, включающие женские имена: *Анна талана, Анна – затычка банна; Пришли на Настю беды да напасти; Флориха дошла до лиха.* Мужские имена: *Нашему Ивану нигде нет талану; На бедного Макара и шишки валятся; Горькому Кузеньке – горькая и долюшка; Горькому Кузеньке – горькая и песенка; По бедному Захару всякая щепка бьёт; Взяло Фоку сзади и сбоку; Горюет Фома, что пуста у него сума; Плохо, Терёха (Алёха), хило, Вавила; Тит в горе – ровно кит в море; Рад Илья, что опоросилась свинья; Ерёмину слёзы по чужом пиве льются; Ехал Пахом за попом, да убился о пень лбом; На Сидора попа не одна беда пришла; Тужит Пахом, да не знает по ком; Фома плачет, а жена скачет.*

Есть ряд пословиц, в которых счастье является гендерно нейтральным и репрезентируется с помощью среднего рода, представляя собой отвлечённое понятие, реализуемое через метафору и олицетворение: *Счастье дым, очи выест; Моё счастье разбежалось по*

сучкам, по веточкам; Наше счастье – решето дырявое; Счастье ездит в карете, а с умом идёт пешком; Счастье на крылах, несчастье на костылях; Счастье с несчастьем двор обо двор живут и т. д.

Анализ пословиц и поговорок русского народа показал, что «мужское» и «женское» счастье тесно связаны, зависят друг от друга. В то же время «мужское» счастье включает в себя более широкий набор признаков, чем женское, что связано с расширенной сферой деятельности мужчины, не ограниченной семьёй и домом. В русских пословицах и поговорках зафиксирована патриархатность русского общества и андроцентричность языковой картины мира, что повлияло на формирование концепта *Счастье*. В то же время имеют место и метагендерные паремии.

Литература

- 1. Степанов Ю.С.** Константы: Словарь русской культуры. – М.: Академический проект, 2001. – 990 с.
- 2. Маслова В.А.** Лингвокультурология. – М.: Академия, 2004. – 208 с.
- 3. Воркачёв С.Г.** Счастье как лингвокультурный концепт. – М.: Гнозис, 2004. – 236 с.
- 4. Кубрякова Е.С.,** Демьянков В.З., Панкрац Ю.Г., Лузина Л.Г. Краткий словарь когнитивных терминов. – М.: МГУ, 1996. – 245 с.
- 5. Мандельштам О.Э.** Слово и культура: Статьи. – М., 1987. – 117 с.
- 6. Даль В.И.** Пословицы русского народа. – М.: ЭКСМО, 2006. – 616 с.
- 7. Даль В.И.** Толковый словарь живого великорусского языка: В 4-х т. – М.: Русский язык, 2000. – Т. 4. – 371 с.
- 8. Аргайл М.** Психология счастья. – СПб.: Питер, 2003. – 271 с.
- 9. Ильин Е.П.** Дифференциальная психофизиология мужчины и женщины. — СПб.: Питер, 2002. — 392 с.

В статье выделены и проанализированы гендерные признаки концепта *Счастье* на материале русских пословиц и поговорок, выделены факторы, влияющие на формирование гендерного содержания константы, выявлена тесная взаимосвязь «мужского» и «женского» счастья.

Ключевые слова: концепт *Счастье*, пословицы и поговорки, гендерный аспект.

У статті виділені та проаналізовані гендерні ознаки концепту *Щастя* на матеріалі російських прислів'їв і приказок, виділені фактори, які впливають на формування гендерного змісту константи, виявлений тісний взаємозв'язок «чоловічого» та «жіночого» щастя.

Ключові слова: концепт *Щастя*, прислів'я та приказки, гендерний аспект.

In the gender attributes of the concept Happiness on a material of Russian proverbs and sayings are allocated and analyzed, the factors

influencing formation on the gender maintenance of a constant are allocated, the close interrelation of «male» and «female» happiness is revealed.

Key words: concept of *Happiness*, proverbs and sayings, gender aspect.

УДК 811. 161. 1'23

В.В. Фролова

КОГНИТИВНО-ПРАГМАТИЧЕСКИЕ СТРАТЕГИИ МЕЖЛИЧНОСТНОГО ОБЩЕНИЯ

Определить существо конфликта — сложная и многоаспектная задача. Сегодня перед собой ее ставят многие гуманитарные науки — психология, социология, политология, филология, философия и др. Множество подходов, разнообразие полученных результатов нуждаются в систематизации и обобщающей теории конфликта. *Лингвистическая конфликтология* осуществляет фундаментальный вклад в разработку принципов интегративной теории конфликта. Описание конфликта в терминах общения, межличностного диалога способно высветить как его онтологическую глубину, так и целостно охватить разнообразие его конкретных реализаций.

Целью данного исследования является уяснение содержания когнитивно-прагматических стратегий межличностного общения, а также построение на их основе типологии и моделей коммуникативных интеракций.

Характер личностного взаимодействия между субъектами имеет широкий регистр дискурсивных проявлений. Однако для теоретического исследования прежде всего представляют интерес крайние варианты общения людей. Таковыми являются *диалог* Я и Другого, выход из своего Я к Другому, с одной стороны, и *монологическая* закрытость Я, эгоцентрическое самоутверждение Я над Другим и миром в целом — с другой. Личностно-ориентированный компонент высказывания, таким образом, охватывает спектр коммуникативных стратегий от эмпатических, кооперативных, нацеленных на любовь и согласие, до агрессивно-эгоистических, утверждающих собственное Я. Личностный уровень высказывания описывается в горизонте оппозиции диалог / монолог, макроинтенциями (С. А. Сухих) которых являются Любовь / Я соответственно.

Анализ личности в терминах *открытости Другому* (Любви) или *замкнутости на себе* (Я) опирается на концептуальный аппарат философии диалога (М. М. Бахтин, А. А. Ухтомский, О. Резеншток-Хюсси, Г. С. Батищев, Э. Левинас, М. Бубер и др.). Данная традиция конституирует само понятие человека через соотнесение с другой

субъектностью. Только в опыте Ты возможно само появление и уяснение Я. Данная мыслительная традиция утверждает сущностно диалогический принцип человеческой экзистенции. В пространстве лингвистики это положение вводится Э. Бенвенистом там: «Я могу употребить *я* только при обращении к кому-то, кто в моем обращении предстанет как *ты*. Подобное диалогическое условие и определяет *лицо*, ибо оно предполагает такой необратимый процесс, когда *я* становлюсь *ты* в речи кого-то, кто в свою очередь обозначает себя как *я*» [1, с. 294]. Разделяя это методологическое положение, различим две противоположные личностные ориентации — *диалогическую* и *монологическую*, стратегию **Любви** к Ты и стратегию утверждения собственного **Я**. Основные принципы Я — себялюбие и самозаконие, гордыня, агрессия и жажда подчинения. Принципы Любви — самоограничение, смирение и диалогический выход к Ты.

Дихотомия Я / Любовь лежит в основе исследования конфликтного дискурса и рассматривается лингвоконфликтологами в различных терминах — конфронтации, агрессии и кооперации, гармонии, эмпатии. Так, В. С. Третьякова выделяет стратегии *конфронтации* (агрессия, насилие, дискредитация, подчинение, принуждение, разоблачение) и *кооперации* (вежливость, искренность, доверие, близость, сотрудничество, компромисс) [2, с. 131-132]. Стратегии конфронтации связаны с тактиками угрозы, запугивания, упрёка, обвинения, издевки, колкости, оскорбления, провокации. Стратегии кооперации реализуются тактиками предложения, одобрения, похвалы, комплимента, уступки, согласия и др.

Я и *Любовь*, или конфронтация и кооперация, являются взаимоисключающими ориентациями личностного взаимодействия: с увеличением одной убывает другая. Когнитивно-прагматическая Я-установка не предполагает Другого, тем самым порождая конфликт. Конфликт есть борьба с Другими из-за собственного Я. Я всегда борется, противодействует, утверждает Себя и Свое, Любовь — дарит, утверждает Ты. Напротив, когнитивно-прагматическая стратегия Любви во взаимодействии с Другим — это борьба со своим Я во имя соединения с людьми. Погашение Я-стратегий общения и взаимодействия означает не подавление или умаление человека, а возможность подлинного раскрытия Другому. Языковая личность определяет когнитивно-прагматическую интенцию диалога — как *Я* или как *Любовь*, равно как и определяется ею.

Пространство Я у разных субъектов различно. Если Я обширно, распространяет Себя и Свое на многое, то также многое может нарушить равновесие Я, вступая с ним в рассогласование. Малейшее несогласие с сильным и обширным Я приводит к конфликту. Если Я малó, то область конфликта предельно минимизирована. Чем сильнее принцип диалогичности и любви, а значит смирения и умаления Я, тем большая конфликтность нейтрализуется. Конфликт просто невозможен, если

эгоистическое Я сведено к минимуму. Таким образом, налицо прямо пропорциональная зависимость конфликтного общения от величины и силы принципа Я в личностях коммуникантов. **Коммуникативное взаимодействие, возникающее на Я-ориентации, и есть конфликт.**

Суммируем вышесказанное в следующей модели. Каждый из уровней высказывания имеет две возможные реализации: информационный уровень сообщает истину или ложь о мире, межличностный — конституируется любовью (диалогом) или Я (монологом) коммуникантов. Поскольку противоборство в конфликте есть прежде всего реальность личностных взаимоотношений, то уточнение ложности или истинности сообщаемой информации не играет серьезной роли. Примем за норму информационного уровня высказывания истинность (Истину), для которой введем условное обозначение **И**. Эгоистическую и эмпатическую личностные установки различим как **Я** и **Л** (любовь) соответственно. Межуровневые отношения информации и межличностного отношения взаимодополнительны (И+Я или И+Л), внутриуровневые отношения контрарны (Я≠Л). Таким образом, можно выделить четыре основных типа межличностного общения: чистый конфликт (Я□Я), риск конфликта (И□И, Я□И, Л□И), гармонизация конфликта (Я□Л, И□Л) и бесконфликтность (Л□Л). Рассмотрим каждый из типов.

Чистый конфликт (Я□Я). Коммуникативное противоборство эгоцентрических Я составляет конфликт в чистом виде. Данная модель конфликта представляет собой наиболее ярко выраженный и примитивный вариант конфликтного дискурса, который зачастую строится на использовании бранной, обценной лексики, всего разнообразия стилистически сниженных языковых средств. Системно-языковые средства в конфликтной интеракции этого типа представляют собой вариативную экспликацию фрейма «Дурак! — Сам дурак!». При этом максимально проявляется иллюкутивная установка на разъединение с адресатом, монологическая замкнутость в собственной позиции. Например:

(1) — *А мой вчера знаешь когда домой явился? — зловеще спросила Зинаида.*

(2) — *Пока маленький, ничего... — обеспокоено ответила тетя Клава. — А вырастет, боюсь — затоскует...*

(3) — *Кто? — не поняла Зинаида.*

(4) — *Петух.*

(5) — *Да пошла ты к черту со своим петухом!*

(6) — *А ты со своим зятем, — ответила тетя Клава и положила трубку [3, с. 277].*

Общение строится на эксплицитно выраженных открытости и диалогичности (Л), о чем свидетельствует вопросно-ответная структура (*зловеще спросила / обеспокоенно ответила*), коммуникативная стратегия утешения (*пока маленький, ничего*), понимания и сочувствия

(*боюсь, затоскует*). Однако монологическая замкнутость личностных миров присутствует имплицитно и выявляется на когнитивном уровне. Зинаида в информационном слое сообщения (И) распознает чуждость и неадекватность реплики Клавы (*зять не маленький* и вряд ли *тоскует* в тех местах, из которых возвращается поздно). Пусковым механизмом когнитивного диссонанса является местоимение *мой*. Оно скрывает номинацию, тем самым требуя осуществить референцию. Но монологическая замкнутость субъектов общения в своем мире в результате дает разные референты, стоящие за местоимением *мой* (у одной *зять*, а у другой *петух*). Попытка согласования концептуальных миров посредством пропозиционального вопроса *кто?* лишь способствует уяснению расхождений в предмете речи. И чуждость утверждается уже эксплицитно (*Да пошла ты!*). Таким образом, схема данного общения следующая: ИЛ₍₁₎□ИЛ₍₂₎, И₍₃₎□И₍₄₎, ИЯ₍₅₎□ИЯ₍₆₎. Конфликтная когнитивно-прагматическая установка Я на системно-языковом уровне выражена бранным устойчивым словосочетанием *Да пошла ты к черту...!* Структура возврата реплики (*пошел ты!* — *пошла ты!*, *дурак* — *сам дурак!*) — предел конфликта, его максимум, после которого избыточно и бессмысленно всякое продолжение даже конфликтного общения (*и положила трубку*). Конфликт эксплицируется в чистом виде и знаменует полное рассогласование личностных миров.

Риск конфликта (И□И, Я□И, Л□И). Общение, протекающее по модели И□И, практически невозможно в субъектном бытии людей. Данная модель является идеалом, внутренним этосом научно-теоретического дискурса (и его жанров — дискуссии, полемики и др.), стремящегося к элиминации субъективности и признающего объективным *ratio*. Тем не менее межличностное общение только на уровне информации вряд ли возможно, человек не может не транслировать одновременно и свое отношение к собеседнику. Поэтому само отсутствие когнитивно-прагматической ориентации Любви и каких-либо сигналов приязни в ответной реплике (Я□И, Л□И) воспринимается как равнодушие и справедливо идентифицируется собеседником как коммуникативная стратегия Я. Собеседник настораживается, начинает беспокоиться и провоцировать проявление отношения к нему. Рассмотрим пример:

- (1) — ... *Ее снова отчислили, чтоб ты знала!...*
- (2) — *Я знаю, что ее отчислили.*
- (3) — *Как — знаешь?!*
- (4) — *Мы так с ней решили.*
- (5) — *В вы... Вы решили?!*
- (6) — *Ей не нравится этот институт. Она будет поступать в Высшую школу дизайна.*
- (7) — *Какого еще, на хрен, дизайна? Почему я ничего не знаю?*
- (8) — *Ты хочешь, чтобы я ответила?*
- (9) — *Хочу!*

(10) — *Потому что надо общаться с дочерью, а не с ее однокурсницами!* — *Сказав это, Тоня гадливо поморщилась* [4, с. 274].

Схема данной конфликтной интеракции следующая: ИЯ₍₁₎□И₍₂₎, ИЯ₍₃₎□И₍₄₎, ИЯ₍₅₎□И₍₆₎, ИЯ₍₇₎□ИЯ₍₈₎, ИЯ₍₉₎□ИЯ₍₁₀₎. Лаконичные ответы по существу следуют на вопросы по типу своему риторические, выполняющие экспрессивную (негативно-агрессивную) функцию, чем разрушают ее. Тоня распознает агрессивное Я собеседника, но на эксплицитном языковом уровне игнорирует его иллокутивные установки, отказывая ему в ожидаемом перлокутивном эффекте. Данная стратегия бесстрастия, подчеркнута выдвигающая вперед информационный слой сообщения, еще больше уязвляет Я собеседника, реплики которого увеличивают свой конфликтный потенциал по нарастающей. Реплика (7) является переломной, в этой точке возникает конфликт. Бранное выражение *на хрен* нарушает хрупкий баланс общения по модели ИЯ□И, и оно срывается в конфликт ИЯ□ИЯ. Так, в репликах Тони появляется маркер конфликта — Я, выраженный в стратегиях обвинения, упрека в неверности, презрения (*гадливо поморщилась*). Изначальный выбор стратегии И свидетельствовал о том, что Тоня не испытывает добрых чувств к собеседнику. Таким образом, коммуникативные стратегии, акцентирующие информационный слой сообщения в ущерб межличностному, сопряжены с риском конфликта.

Гармонизация конфликта (Я□Л, И□Л). Данные модели коммуникаций делают очевидным решающее значение адресата в актуализации языкового конфликта. Этот феномен назовем «фактором интерпретации». Необходимое для возникновения конфликта звено — чтобы Я собеседника почувствовало себя задетым. Если один оскорбил, а другой не обиделся и простил — конфликта нет. Конфликт — это всегда второй. Решающая точка, точка бифуркации конфликта — адресат. «Обида происходит не от злобы обижающих, но от слабости духа обижаемого» [5, с. 166]. Обиду может вызвать ничтожное; но даже великое зло может быть прощено. Конфликт определяется не столько намерениями адресанта, сколько расположением помыслов адресата.

Рассмотрим пример:

(1) — *Не нужна мне твоя дача, — сказала жена.*

(2) — *Да бери, пожалуйста, — уступил Лодя.*

(3) — *На что она мне? Сидеть там одной, как сурок...*

(4) — *Ты одна не будешь. Приятелей много* [6, с. 176]

Схема данной коммуникативной интеракции в принятых терминах следующая: ИЯ₍₁₎□ИЛ₍₂₎, ИЯ₍₃₎□ИЛ₍₄₎. Высказывания (1) и (3) содержат конфликтный маркер Я, проявляющийся в рассогласовании с собеседником (*твоя дача*), отрицании, отказе (*не нужна, на что она мне? сидеть там*), негативной оценке, умаляющей достоинство оцениваемого (*сидеть..., как сурок*). Избранная стратегия конфронтации реализуется в тактиках возражения. Однако реплики (2) и (4) свидетельствуют о выборе собеседником когнитивно-прагматической

стратегии Любви, погашающей разобшение тактиками вежливой просьбы, предложения, уступки, утешения и т. д. Принципиально для конфликта не то, *что* (конфликтное намерение) и *как* (язык конфликта) было сказано, но перлокутивный эффект высказывания (конфликтная *интерпретация*). Таким образом, конфликтный дискурс — необязательно конфликтное намерение говорящего, необязательно конфликтные языковые средства, но обязательно конфликтная интерпретация. Если ее нет — нет конфликта.

Бесконфликтное общение (Л□Л). Коммуникация, протекающая по данной модели, представляет собой диалог в подлинном смысле этого слова, выход в Ты, согласие на информационном и приязнь на межличностном уровнях общения. Например:

(1) — *Ты такая... Ты такая необыкновенная, и самое в тебе лучшее — твои ручки, и ножки, и ушки...*

(2) *Она засмеялась, смахивая слезы:*

— *Шурик! Это мои самые главные недостатки — кривые ноги и торчащие уши! Я папу своего за них ненавижу, от него досталось, а ты говоришь — самое лучшее [7, с. 81].*

В диалоге, протекающем по данной модели, отсутствует маркер конфликта — отсутствует Я. В Любви нет места для Я: «Любовь долготерпит, милосердствует, любовь не завидует, любовь не превозносится, не гордится, не бесчинствует, не ищет своего, не раздражается, не мыслит зла, не радуется неправде, а сорадуется истине; все покрывает, всему верит, всего надеется, все переносит» (1 Кор. 13, 4-7). Любовь — это выход в Ты, всецелое его приятие, о котором свидетельствует не только когнитивно-прагматический, но и системно-языковой уровень организации данных высказываний: обилие местоимения *ты* (*ты такая...*, *самое в тебе лучшее...*, *твои ручки*), экспрессивные прилагательные (*необыкновенная*), превосходная степень сравнения (*самое лучшее*), уменьшительно-ласкательные суффиксы -к-, -ик- (*ручки, ножки, ушки, Шурик*).

Подводя итоги рассмотрению типов межличностного общения, можно сделать следующие выводы. 1) Конфликт представляет собой коммуникативную интеракцию, взаимодействие личностей. 2) Конфликтность общения определяется выбором когнитивно-прагматической стратегии на Я или на Любовь — монологическую замкнутость, отчуждение, самоутверждение или диалогическую открытость, согласие, приязнь. 3) Классификация коммуникативных интеракций по критерию когнитивно-прагматической стратегии включает в себя четыре основных типа: чистый конфликт, риск конфликта, гармонизация конфликта и бесконфликтное общение. Детализация данной типологии и подробное описание каждой модели составляет перспективу исследования.

Литература

1. Бенвенист Э. Общая лингвистика. — М.: Прогресс, 1974. — 448 с. 2. Третьякова В. С. Речевой конфликт и гармонизация общения: Дис. ... докт. филол. наук. — Екатеринбург: Уральский госпедуниверситет, 2003. — 301 с. 3. Токарева В. С. Стечение обстоятельств // Токарева В. С. Первая попытка: Повести и рассказы. — М.: ООО «Издательство АСТ», 2001. — 320 с. — С. 268-286. 4. Поляков Ю. М. Грибной царь. Вся жизнь и 36 часов почти одинокого мужчины — М.: РОСМЭН, 2005. — 366 с. 5. Шеховцова Л. Ф., Зенько Ю. М. Элементы православной психологии. — СПб.: Наука, 2005. — 252 с. 6. Токарева В. С. Пираты в далеких морях // Токарева В. С. Первая попытка: Повести и рассказы. — М.: ООО «Издательство АСТ», 2001. — 320 с. — С. 161 — 201. 7. Улицкая Л. Искренне ваш Шурик: Роман. — М.: Эксмо, 2007. — 655 с.

В статье рассматриваются когнитивно-прагматические стратегии коммуникации, определяющие степень ее конфликтности.

Ключевые слова: конфликт, конфликтность, речевые стратегии и тактики.

У статті розглядаються когнитивно-прагматичні стратегії комунікації, визначаючі ступінь її конфліктності.

Ключові слова: конфлікт, конфліктність, мовленнєві стратегії й тактики.

The article deals with cognitive-pragmatic strategies of communication, defining degree of conflict.

Key words: conflict, language strategies and tactics.

УДК 811.161'42

А.В. Молодыхенко

ЗНАЧЕНИЕ СИЛЬНОЙ ПОЗИЦИИ ДЛЯ ИНТЕРПРЕТАЦИИ ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОГО ТЕКСТА

В современной лингвистике текста постулируется положение о том, что важные элементы содержания находятся в тексте там, где они особенно привлекают внимание читателя, т. е. занимают сильную позицию в тексте.

Мы поставили перед собой цель – дать описание сильной позиции (заглавия, начала и конца) с проекцией на содержание публицистического дискурса, наметить типологию сильных позиций текста и показать их роль в раскрытии основной темы публикации.

Теоретической основой исследования является лингвистика декодирования, которая рассматривает текст как источник информации для читателя. Эта основная особенность стилистики декодирования имеет принципиальное значение и противостоит стремлению ограничить восприятие читателя пассивным пониманием образа и замысла автора. Стилистика декодирования учит проверять по контексту каждую гипотезу о возможном смысле того или иного слова, образа и т.д. Чтобы сделать более эффективным возбуждение мысли, воображения и эмоций читателя, стилистика декодирования ищет пути организации работы читателя над текстом, показывая некоторые общие принципы структуры текста и поиска его кода. Читатель находит связи и отношения элементов публицистического дискурса как сложного целого, что дает ему ключ к пониманию текста.

В современной лингвистике текста сильные позиции исследовали такие авторы, как И.В. Арнольд [1], И.Р. Гальперин [2], Н.А. Кожина [3], В.А. Кухаренко [4] и другие.

К сильным позициям текста относятся заголовок, подзаголовок, начало и конец произведения. И.В. Арнольд в работе «Стилистика современного английского языка» отмечает, что «Эффективным средством задержать внимание читателя на важных по смыслу моментах и комбинаторных приращениях смысла является помещение их в **сильную позицию** – т. е. на такое место в тексте, где они психологически заметны» [5, с. 46].

Сколько бы ни было сказано и написано о заголовке, исчерпать эту тему полностью невозможно – столь велика его роль в тексте. Множество его функций объясняется тем, что он выступает актуализатором практически всех текстовых категорий. В содержательной структуре произведения заголовку принадлежит существенная роль. Он передает в концентрированной форме основную тему или идею произведения. Данная функция заголовка обуславливает его связь со всем текстом, а также дает возможность реализации смысла заголовка в полном объеме только в его ретроспективном виде, прочтении, т.е. после реализации всех линий связи «заголовок – текст».

Полисемия слова, а в известных пределах полисемия словосочетания, использование окказиональных образований в качестве заголовка также определяет необходимость учитывать связь «заголовок – текст», так как в ряде случаев актуализация того или иного лексико-семантического варианта заглавного слова, однозначное декодирование семантически окказионального образования оказывается возможным только на базе целого текста. Так, заголовки «ЧеловеКорова» (Фокус 2008, № 16), «Берлускониада-2008» (Фокус 2008, № 15), «Огугленный мир» (Корреспондент 2008, № 16) вообще не могут быть декодированы до знакомства с текстом. И только ретроспективно, прочтя весь текст, читатель понимает значение заглавного словосочетания и смысл заглавия.

Если заголовок имеет однозначную семантику, в полном объеме смысла он воспринимается только ретроспективно: заглавное слово или словосочетание обогащается в тексте эмоциональными коннотациями. Даже известные географические имена испытывают на себе «приращение смысла», если они употреблены в заголовке. В публикациях «Это не Херсон» (Корреспондент 2008, № 11) и «Крым по-французски» (Корреспондент 2008, № 13) географические имена, вынесенные в заголовки, приобретают дополнительный смысл обозначения места, т.е. из нейтральных превращаются в эмоциональные обозначения, сочетающие конкретизирующее и генерализирующее значение.

В некоторых случаях заголовок связан с содержательной структурой текста лишь ассоциативной связью. Так, автор публикации использует в качестве заголовка название комедии А.С. Грибоедова «Горе от ума» (Корреспондент 2008, № 16) для рассказа о том, как непросто в Украине проходило независимое тестирование школьников. В публицистическом дискурсе автор ни разу не упоминает главных героев, и не ссылается на текст комедии. Поэтому заголовок связан с текстом лишь ассоциативной связью, и его функцию можно оценить как ассоциирующую.

В какой бы функции ни выступал заголовок, он всегда является организующим элементом текста. Это проявляется не только в том, что, прочитав статью, читатель ретроспективно осмысливает заголовок в связи со всем текстом, но и в том, что заголовок в полной, или в модифицированной форме, функционирует в тексте как одна или несколько номинаций и, таким образом, заголовок участвует в семантической организации текста.

Заданное в заголовке слово (словосочетание) организует весь текст, связывает его. При этом с самим словом неизбежно происходят семантические изменения, ведущие к образованию индивидуально-художественного значения. Осознание этого значения читателем происходит ретроспективно, при возвращении к заголовку после завершения знакомства с текстом. В качестве примера можно привести название статьи «Иконостас власти» (Корреспондент 2008, № 11). Данный заголовок формирует представление читателя о теме публикации, но не дает правильного понимания авторской оценки содержания медиа-текста. Заглавие, с которого началось чтение, оказывается рамочным знаком, требующим возвращения к себе. Этим оно еще раз связывает конец с началом, т.е. непосредственно участвует в актуализации не только категории связности, но и категории ретроспекции. Именно эта роль заголовка формирует читательские ожидания и является основополагающей в принятии решения – читать определенное произведение или нет, соглашаться с авторской оценкой или нет.

Принципиально важно для читателя освоить семантические трансформации заголовка для адекватного восприятия содержания текста. Это заставляет автора помогать читателю в его работе по расшифровке декодированного истинного смысла заглавия. Нередко это достигается прямой авторской иллюстрацией наращивания содержательного потенциала заглавных слов за счет их использования в разных контекстах.

Часто автор идет на специальное объяснение того, что хотел бы сказать заголовком. Объяснение может располагаться как в начале, так и внутри текста. Его местонахождение не имеет фиксированного характера, но часто его можно обнаружить ближе к началу публикации, что, в общем, понятно: автору важно, чтобы читатель избрал верное направление продвижения по тексту. Хотя, в современном публицистическом тексте такое специальное объяснение позиции автора раскрывает подзаголовок. Современный публицистический подзаголовок во многом выполняет функцию классического публицистического заголовка, он информирует, сообщает точные факты, называет основных действующих лиц и т. д.

Не менее важен для восприятия целостной структуры публицистического дискурса такой его элемент как начало текста, который также определяется как сильная позиция. И.Р. Гальперин в работе «Текст как объект лингвистического исследования» говорит, что «Название это компрессированное, нераскрытое содержание текста... Название можно метафорически изобразить в виде закрученной пружины, раскрывающей свои возможности в процессе развертывания» [2, с.133].

Важность начала любой деятельности в том, что граница, отделяющая субъект действия от того, что было ранее, означает переход в новое состояние, требующее, как можно более быстрой ориентировки в иных, новых условиях. Сведения, полученные в начале, в значительной мере определяют и планирование последующих этапов, а также их успех. Можно сказать, что и конец тоже закладывается началом. Неслучайно, правила современной журналистики предписывают наиболее важные сообщения давать в начале радио или телепередачи.

Начало публикации важно не только для автора, но и для читателя, именно оно вводит систему координат того мира, который будет разворачиваться перед читателем. Развитие главных содержательных универсалий, на протяжении всего текста отвечающих на вопросы *кто? где? когда?*, начинается именно здесь. Читательские ориентиры закладываются в начале публикации. Эта разноплановая значимость начала текста и для отправителя сообщения – адресата, и для его получателя – адресанта, обеспечивает началу статус сильной позиции.

Семантическое «усечение» экспозиции в современной публицистике можно считать достаточно распространенным явлением.

В связи с этим на фоне текстов с традиционным повествовательным началом возрастает число публикаций, начинающихся:

- 1) лирико-повествовательным рассуждением автора, выполняющим функцию экспозиции или настройки адресата:

Пример. *«В советское время проигрывать футбольной сборной на международных соревнованиях командам капиталистического лагеря заканчивались печально для спортсменов.»*

После войны спорт стал одним из способов демонстрации превосходства одной системы над другой. Особенно ярко это прослеживалось в игре миллионов – футболе. Практически каждые серьезные турниры в 50-70-х годах носили политический подтекст. Были случаи, когда страны социалистического лагеря просто не отпускали свои сборные на международные матчи, боясь поражений. А в Советском Союзе за проигрыш футболистов серьезно наказывали...» (Фокус 2008, № 25).

- 2) речью главного героя:

Пример. *«Нужно избавиться от мифов и легенд о НАТО, которые многие годы нам навязывались», – доверительно объяснял президент Ющенко генсеку НАТО Яану де Хоопу Скефферу...»* (Фокус 2008, № 25).

Этот прием позволяет автору перенести с себя ответственность за формирование оценки, чье мнение он приводит. Эволюция способов введения текстовых координат наиболее очевидно проявляется именно во введении героя. Подобный стилистический прием автор использует, чтобы с первых строчек создать атмосферу непосредственного речевого общения с читателем.

- 3) риторическим вопросом:

Пример. *«...И тут возникает вопрос: как долго еще в стране проживет система анархии, точнее, бессистемная анархия, заполонившая украинскую власть?»* (Корреспондент 2008, № 15).

- 4) публикация начинается с анекдота, который в развлекательно-облегченной форме с одной стороны подготавливает к восприятию темы публикации, а с другой стороны развлекает читателя. Начиная с анекдота, адресант использует беспроигрышный прием: развлекает, информирует и формирует оценку события.

Наши наблюдения свидетельствуют, что отдельные СМИ этот прием используют очень часто.

Пример 1. *«Мне рассказали новый анекдот. Наш соотечественник звонит в Америку, и разбуженный собеседник сообщает ему, что у него сейчас пять часов. «А у меня шесть! – восклицает наш земляк. – И все швейцарские»* (Бульвар Гордона 2007, № 42).

Пример 2. Публикация о концерте культовой южноафриканской певицы Сезарии Эворы имеет такое начало:

«Есть такой анекдот: мужчина готовится к просмотру долгожданного боксерского поединка. За неделю до события затаривает холодильник пивом и закусками. В день показа специально раньше отпрашивается с работы, бежит домой, варит кровати, расставляет чипсы и пиво, поудобнее усаживается в любимое кресло, в одну руку берет бутылочку пивка, на колени кладет тарелку с аппетитными креветками и, наконец, в предвкушении включает телевизор. Начало первого раунда. Нокаут. Конец поединка. Мужик в полной растерянности поворачивается к жене, которая ехидно замечает: «Ну, теперь-то ты меня понимаешь?» (Бульвар Гордона 2007, № 48).

Таким образом, начало текста современных СМИ представляет собой развертывание повествования на новом уровне, фиксирующее существенные изменения в моделируемом образе мира.

В плане выполнения выделительной, разграничивающей и объединительной функций начало текста СМИ играет существенную роль, выделяя важную информацию, отграничивая ее от заголовка, связывая одновременно с последующей и организуя тем самым медиа-текст в единое коммуникативное и композиционное целое.

Конец публицистического текста, как и начало, относится к сильным позициям. Конец важен, прежде всего, тем, что он является единственным компонентом текста, актуализирующим категорию завершенности, целостности. Он закрывает художественную систему, «запечатывает» ее. Так же, как и начало, конец медиа-текста отмечает смену деятельности и для адресата и для адресанта. Для адресанта конец текста всегда носит интенционный, индивидуальный характер. Интенционность завершения проистекает из авторского убеждения, что концепт понимания публицистического дискурса сформирован и адекватно представлен в своем развитии читателю.

Текстовые концовки классифицируются как открытые и закрытые. Завершенность медиа-текста обусловлена не его абсолютной сюжетно-тематической исчерпанностью, а тем, что тема раскрыта и позиция автора ясна, т.е. когда адресант посчитал свою основную идею замысла воплощенной. Открытая концовка позволяет автору не раскрывать тему до конца или не уточнять свою позицию относительно описываемых событий, фактов и т. д. Открытая концовка позволяет адресанту проявить свою самостоятельность в интерпретации рассматриваемых проблем. Хотя, открытая концовка отнюдь не означает отсутствие прагматической установки адресанта. Таким образом, открытая концовка это чаще всего видимость предоставленной самостоятельности.

Открытый конец оставляет много вопросов. Более того, он нередко сам выражен вопросом.

Пример 1. *«По данным Госкомстата, за последние несколько месяцев цены на продукты поднялись на 10%. Считают ли украинцы,*

что это первый шаг к вынужденной голодной диете?» (Фокус 2008, № 16);

Пример 2. *«Нам – рядовым гражданам – что делать?»* (Время Луганска 2007, № 14).

Вопрос побуждает к поиску ответа. Открытый конец активизирует восприятие, побуждает к анализу, он привлекает опыт читателя, что в свою очередь способствует превращению ценностей и идей медиа-текста в часть этого жизненного опыта.

Иногда конец публицистического текста строится по кольцевой композиции. Заглавные слова, открывающие медиа-текст и завершающие его, становятся рамой, внутри которой и происходят все события.

Публикация *«Нужен именно прорыв»* (Корреспондент 2008, № 11) завершается словами: *«А стране ведь действительно нужен прорыв»*.

В данном случае заголовок и конец формируют рамочный знак текста. Употребленное в заголовке слово прорыв «пронизывает» весь текст, связывает его. При этом с самим словом происходят семантические изменения, ведущие к образованию индивидуально-художественного значения, осознание которого происходит ретроспективно.

Таким образом, действуя на уровне текста совместно с другими текстовыми элементами, конец медиа-текста не только актуализирует целый ряд текстовых категорий, но и выступает в качестве единственного актуализатора категории завершенности, что является главным и инвариантным его признаком.

Таким образом, согласно основным положениям лингвистики текста сильные позиции важны для понимания всего текста в целом. Классические положения лингвистики текста получают новую интерпретацию. Л.Г. Кайда считает, что есть смысл обратиться к композиционной поэтике публицистики, где «...публицистическое слово достигает максимальной силы воздействия благодаря и в результате его сопряжения с композиционной структурой конкретного текста» [6, с.16]. Именно композиционная поэтика публицистики станет темой нашей следующей публикации.

Литература

1. **Арнольд И.В.** Значение сильной позиции для интерпретации художественного текста // Иностранные языки в школе. – 1978. – № 4.
2. **Гальперин И.Р.** Текст как объект лингвистического исследования. М.: Наука, 1981.
3. **Кожина Н.А.** Заглавие художественного произведения: онтология, функции, параметры типологии. М.: Просвещение, 1988.
4. **Кухаренко В.А.** Интерпретация текста. М.: Просвещение, 1988.
5. **Арнольд И.В.** Стилистика современного английского языка. М.:

Просвещение, 1990. – С.46. **6. Кайда Л.Г.** Композиционная поэтика публицистики. М.: Флинта, 2006.

Автор рассматривает сильные позиции текста (заголовок, начало и конец) с проекцией на содержание современного публицистического дискурса, дает типологию сильных позиций, показывает их роль в раскрытии основной темы публикации.

Ключевые слова: сильная позиция, медиатекст, заголовок, начало и конец текста, стилистика декодирования.

Автор розглядає сильні позиції тексту (заголовок, початок та кінець) з проєкцією на зміст сучасного публіцистичного дискурсу, дає типологію сильних позицій, показує їх роль в розкритті основної теми публікації.

Ключові слова: сильна позиція, медіатекст, заголовок, початок та кінець тексту, стилістика декодування.

An author examines strong positions of text (heading, began an end) with a projection on maintenance of modern mediatext, gives typology of strong positions, and shows their role in opening of basic theme of publication.

Key words: strong position, media-text, title, began and end of media-text, stylistics of decoding.

УДК 316.48:316.663.5

И.С. Масленников

ПРИЕМЫ АКТИВИЗАЦИИ МЕЖЛИЧНОСТНОЙ ОБРАТНОЙ СВЯЗИ В ОБЩЕНИИ

Исследования различных видов коммуникации позволяют сделать вывод, что успех или неудача коммуникации зависит от средств и способов передачи информации. В теории коммуникации принято выделять в качестве каналов коммуникации средства массовой коммуникации (пресса, издательства, радиовещание, телевидение и т.д.) и межличностные каналы. При этом межличностная коммуникация, под которой вслед за В.П. Конечкой понимается процесс одновременного речевого взаимодействия коммуникантов и их воздействия друг на друга [3, с. 179], осуществляется посредством вербальных и невербальных актов. Из двух видов межличностной коммуникации невербальная является более древней, однако вербальная представляет собой наиболее универсальный и продуктивный инструмент человеческого общения.

Общение немислимо без эмоций. Они являются средством выражения отношения к ситуации, партнеру, самому себе. В то же время немногие задумываются над тем, какие из существующих способов выражения эмоций делают их понятными, вызывают отклик, располагают к себе. Между тем, внимание к этой проблеме может стать первым шагом в приобретении умений стимулировать межличностную обратную связь, увеличивая тем самым коммуникативный потенциал.

Цель данной статьи – рассмотреть основные приемы активизации межличностной обратной связи в общении.

Актуальность исследования заключается в более пристальном внимании к приемам стимулирования обратной связи в общении в контексте современной языковой парадигмы.

Работа выполнена в соответствии с комплексной темой кафедры русского языкознания и коммуникативных технологий факультета иностранных языков Луганского национального университета имени Тараса Шевченко: «Социоллингвистическое и культурологическое описание современной языковой ситуации».

Содержательной основой статьи стали научные работы Н.В. Казариновой, С.Ф. Касаткина, В.П. Конечкой, И.П. Ромашовой, Дж.Р. Серля.

Отличительной видовой чертой межличностной коммуникации является персонализация взаимодействия. Это — личностно ориентированное взаимодействие. Предполагается, что каждый из его участников признает уникальность своего партнера, принимает во внимание особенности его эмоционального состояния, самооценки, личностных характеристик и в свою очередь рассчитывает на встречное внимание [1, с. 95]. Однако на практике возникает необходимость этому учиться, вырабатывать собственные приемы активизации межличностной обратной связи.

Прием активизации речевой обратной связи – это слово или фраза, иногда несколько фраз. Они специфичны для каждой темы разговора и речевой ситуации. Так что проанализировать их все – задача достаточно сложная. Поэтому рассмотрим только общие ориентиры и их систематизацию [2, с. 120].

Основным приемом активизации и побуждения является необходимость самому коммуниканту первому рассказать о себе или своих проблемах. А на этом фоне уже осязательно легче воспринимаются вопросы и побуждающие фразы. Такие, например, как: «Можно вас спросить?», «А как вы считаете?», «Скажите, что вы думаете по этому поводу?», «Ну, не молчите же!», «Вы можете рассказать, что же действительно произошло?», «Будьте искренни!», «Я жду от вас искреннего ответа», «Ну, не лукавьте же!» и др. Очень эффективны неожиданные вопросы, застающие врасплох, краткие и стремительные. Ими часто пользуются журналисты. Берут интервью, например, о коррупции. Государственный или общественный деятель приводит

пример, естественно, из осторожности избегая всяких упоминаний конкретный лиц. И вдруг в середине фразы слышит: «Назовите фамилии!» или «Иванов (Петров, Сидоров) причастен?». Интервьюируемый теряется и в результате или называет фамилии, или уклоняется от ответа, проявляя очевидную для всех неискренность [2, с. 124].

Следующий прием использования языковых ресурсов для конструирования межличностного общения касается проявления таких состояний, как искренность и заинтересованность в партнере посредством использования особых композиционных и риторических приемов воздействия на собеседника, характерных вербальных и невербальных средств.

Для обеспечения успеха коммуникации говорящий должен уметь управлять вниманием собеседника, активизировать его интерес. Основная нагрузка в реализации этой цели ложится на инициальные реплики. С самого начала говорящий стремится убедить адресата в том, что предмет его речи достоин самого пристального внимания. Он настраивает собеседника на восприятие информации с помощью преувеличения своей информированности, загадочного взгляда, заговорщицкого тона.

Фактор адресата в силу непосредственного присутствия второго участника диалога, оказывает существенное влияние на экспрессивный характер речевого выражения. Если говорящий предвидит, что его требования не будут удовлетворены, он избирает средства воздействия с запасом прочности — угрозы, ультиматумы, предупреждения (методы силового давления) или наоборот — канючение, манипулятивные признания в чувствах, жалобы. Все перечисленные способы направлены на достижение инструментальных целей, поэтому задача экспрессивизации становится дополнительной, обеспечивающей эффективность диалогического взаимодействия.

Одним из экспрессивных компонентов высказывания, где в качестве объекта рефлексии выступают отношения между коммуникантами, является категоричность. Чрезмерная категоричность всегда ощущается адресатом. Он точно определяет мотив усиления категоричности и соответствующим образом реагирует. Категоричность объясняется стремлением говорящего продемонстрировать свое превосходство над собеседником, ограничивая его право на самовыражение и самоопределение. Смысловые микросоставляющие категоричности: решительность, уверенность, убежденность или безапелляционность, фамильярная откровенность. Первые три элементарных семантических компонента характеризуют успешный риторический образ говорящего, остальные носят интерактивный характер и направлены на адресата. Степень категоричности большинства жанров разговорного диалога ситуативно обусловлена. Скажем, в дружеском, фамильярном общении категоричность

обусловлена искренним расположением говорящего к собеседнику, его стремлением принять участие в судьбе близкого человека. Категоричность и фамильярная откровенность дружеской беседы своего рода игра, в которой есть свои правила. Вместе с тем специалисты по невербальной коммуникации называют категоричность саботажником общения, поскольку она разрушает естественную смену ролей в диалоге в пользу одного из коммуникантов. Лишь для жанров «требование», «заверение» и «ультиматум» категоричность является обязательным смысловым компонентом, обеспечивающим эффективное достижение поставленной цели [4, с. 13-14].

Искренность — неперемное условие успешности диалогического взаимодействия в экспрессивных речевых актах. Дж. Серль определял экспрессивные высказывания как «выражения психологического состояния, специфицированного в условиях искренности» [5, с. 160]. Спектр элементарных смысловых составляющих для успешной реализации условия искренности широк: от уверенности, сердечности, открытости до откровенности и фамильярной категоричности. Нужно, чтобы говорящий производил впечатление убежденного, правдивого, открытого человека. Семиотика искреннего речевого поведения манифестирует различные смысловые оттенки в зависимости от типа речевого жанра. Установлено, что искренность находит выражение в подчеркивании говорящим своего эмоционального отношения к партнеру и в нестандартном оформлении речевых жанров. Существуют специальные жанровые формы, предназначенные для подтверждения искренности: это признания («честно признаюсь»), клятвы («ну клянусь, честно-честно, правда-правда, ей-богу»), уверения («просто поверь»). В непринужденном диалоге доказательством подлинности переживаемых чувств становятся ссылки говорящего на то, что он лично был участником описываемых событий. В роли авторитетного источника выступает сам говорящий или знакомые обоим коммуникантам люди. Для комплимента важна правдивость: говорящему хотелось бы, чтобы его не заподозрили в лести или скрытой издевке. В речевом жанре уговоров на первом месте оказывается убежденность говорящего. Успешность жанров семейной, дружеской беседы целиком определяется степенью открытости и сердечности в отношениях коммуникантов. С учетом сказанного понятно, почему собеседники прилагают дополнительные усилия для того, чтобы подчеркнуть искренность выражаемых эмоций и оценок [1, с. 100-102].

Стоит отметить, что существует два способа выражения эмоций — косвенное и прямое. Сравните следующие пары высказываний, каждое из которых несет в себе определенный эмоциональный заряд:

1. а) “Ты не умеешь вести себя, разговаривая со старшими”.
- б) “Я сержусь из-за того, что ты перебиваешь меня”.

2. а) “Разве трудно было придти домой пораньше?!”

б) “Я волновался, т.к. ты опоздал”.

3. а) “Это был прекрасный вечер”

б) “Я рад, что провел время вместе с вами”

Во всех случаях первое из высказываний содержит косвенное выражение эмоций. Внешне оно проявляется в отсутствии обозначения и названия той эмоции, которую переживает говорящий. Такой путь не стимулирует обратную связь и даже блокирует ее. Это происходит в силу того, что возрастает степень неопределенности высказывания. Действительно, фраза 1а может выражать гнев, раздражение, разочарование, обиду и т.д. Высказывание 2а в эмоциональном плане тоже многозначно: здесь может содержаться неудовольствие, ирония, встревоженность, страх, подавленность. То же самое справедливо и в отношении высказывания 3а – что это: удовольствие, снисходительность, благожелательность, ирония, сарказм?

В реальном общении, особенно профессиональном, гораздо больше, чем может показаться на первый взгляд, ситуаций, контекст которых не позволяет с уверенностью дешифровать такие многозначные высказывания. Не всегда удается избежать рассогласования вербальных и невербальных средств общения, тем более, что последние многозначны, могут выражать разный смысл.

Еще одно возражение против косвенного выражения эмоций основывается на признании их оценочного характера. Уже говорилось, что оценочность вызывает действие механизмов психологической защиты. Прямое выражение эмоций (высказывания 1б, 2б, 3б) содержит указание на конкретное переживание, что создает условия для их однозначной и безоценочной трактовки. Кроме того, они несут больше информации о говорящем, что является немаловажным обстоятельством, когда речь идет о стимулировании межличностной обратной связи.

Обещания материального/физического поощрения/наказания очень сильно активизируют речевую обратную связь и побуждают к искренности. Если проанализировать повседневные разговоры окружающих, то можно обнаружить, что они просто изобилуют обещаниями и угрозами физического или материального содержания. Причем большинство из них звучит в такой доброжелательной интонации, что воспринимается скорее как помощь или предостережение.

И еще один прием – интеллектуальное или речевое нападение. Высказав резкую критику каких-либо суждений или действий собеседника, оскорбив его, даже сделав замечание, сразу же очевидно для говорящего установление обратной связи. Реакция собеседника будет спонтанной, а потому искренней, правда, скорее всего, не слишком приятной для этого говорящего. И ведет это напрямую к конфликту, который сразу нарушит нормальное восприятие и доброжелательное отношение к словам коммуниканта. Но так как в запальчивости человек

может и проговориться, то есть сказать то, что при нормальном общении он попытался бы скрыть, приемом этим пользоваться можно, только осмотрительно, сознавая, что он действует только при определенных обстоятельствах и далеко не на всех людей. К сожалению, многие широко пользуются им, причем когда надо и когда не надо.

И, наконец, самый трудный прием, который мы хотели бы осветить в заявленной проблеме – суметь определить, насколько искренен собеседник в своих высказываниях.

«Устами младенца глаголет истина» – такие мы в детстве. Но с годами люди становятся всё менее и менее искренними и только к концу жизни (и то не все и не всегда) осознают всю пагубность фальши и начинают исправляться. Умолчание, подражание, ирония, лесть, фальшь, лицемерие, заблуждение, хитрость, лукавство, профессиональная ложь, прямой обман, злостная ложь, может ли кто-либо сказать, что совершенно непричастен ни к одной из этих форм неискренности? Вряд ли. Конечно, зачастую неискренность может играть и положительную роль. Только необходимо заметить, что для правильной корректировки речи на основе обратной связи это особого значения не имеет. Искренно ли ответное высказывание и какова его истинная причина – вот что важно.

И еще раз о пронизательности! Именно это важнейшее для результативности общения качество помогает определять искренность-неискренность и действительные причины высказываний. Оно вырабатывается практикой социальных контактов в течение всей жизни. Умудренным жизнью людям иногда достаточно одного взгляда, чтобы более-менее точно определить характер человека, понять, предрасположен он к лживости или искренности, и найти истинные причины его высказываний. Но хочется стать мудрым побыстрее, а не дожидаться преклонных лет. На самом деле это возможно, если следовать в общении нескольким ориентирам.

В последнее время психологи придерживаются мнения, что обман, ложь, выдают некоторые интонации и мимика. Человек заговорил громче и быстрее, с неестественной интонацией, отвел или опустил глаза, у него дрогнул голос или расширились зрачки – значит, собеседник лжет. Таких признаков набирается до двадцати. Казалось бы, стоит только научиться замечать их, и вот уже можно точно определять, в каком случае собеседник говорит неправду. Но... так далеко не всегда получается. Почему? Во-первых, потому, что каждое из этих внешних проявлений имеет и другие, помимо неискренности, причины. Например, человек может опустить или отвести глаза также из-за того, что не выдерживает прямого взгляда; говорить громче и быстрее потому, что волнуется и чувствует, что ему не верят, хотя он говорит правду. Во-вторых, эти признаки не проявляются, когда человек неискренен во благо или не во вред другим. Это называется «святой ложью», лукавством, невинной хитростью и т.п. И, в-третьих, если ложь привычна или если человек

убедил себя в том, что это и есть правда, если он – хороший актер, то неискренность вообще не будет заметна.

Мы видим, что здесь достаточно много условий и нюансов. Соответственно и количество ошибок при определении искренности или неискренности множится. Для того чтобы быть более точным в своих оценках, нужно анализировать не только эти признаки, но и всю совокупность внешних проявлений, сопровождающих ответное высказывание, а именно:

- содержание ответа;
- его интонации;
- мимику и жестикуляцию;
- характер человека;
- сопутствующие обстоятельства.

Вот это и есть те ориентиры, по которым возможно более или менее точно определить, искренен ли собеседник в своих высказываниях и каковы истинные причины неискренности. Другими словами, необходимо анализировать содержание, вслушиваться в интонацию, вглядываться в мимику и жесты, соотносить это с характером собеседника и сопутствующими обстоятельствами. И делать выводы! Почувствовав неискренность, коммуникант должен высчитать истинные причины этого. Со временем он приобретет ряд умений, приемов и навыков, которые, накапливаясь, как раз и сформируют проницательность. А уж годы и практика доведут ее до полного совершенства. Значит, чем в более сложных жизненных ситуациях побывал человек, чем больше у него жизненного опыта, тем он проницательнее.

Но проницательность – не самоцель. Она только помогает добиваться в разговоре желаемого результата. Поэтому в соответствии с оценками и выводами крайне необходимо корректировать речь. Если открыт человек и искренен, разговор получается прямой. Тогда речь лучше привести в соответствие в основном с содержанием высказываний: убеждать, напирать, настаивать. Параллельно с этим поддерживать благожелательную атмосферу беседы и создавать идеальные условия для протекания процессов восприятия и переработки информации в сознании собеседника. То есть говорить четко, увлекательно, эмоционально, добавлять аргументации, доверительности, если собеседник не убежден, не верит и т.п.

Но если говорящий чувствует, что собеседник неискренен, лукавит, уклоняется от ответов, умалчивает, тогда нужно побуждать к высказываниям, искренности и работать с истинными причинами, стараясь правильно их определить. Если говорящий не сумеет этого добиться, целесообразнее или прекращать беседу вовсе, или продолжать, но помнить, что она, скорее всего, приведет не к тем результатам, которых ожидал сам говорящий, или окажется полностью безрезультатной [2, с. 125-128].

Отсюда выводы: чем лучше коммуникант создает идеальную ситуацию для разговора, чем увереннее владеет приемами активизации речевой обратной связи, чем проницательнее определяет истинные причины ответов, вопросов, реплик, суждений, тем точнее сможет скорректировать свою речь и гарантированнее добиться желаемого результата. Тем искуснее он в общении.

Предлагаемая здесь техника и указанные приемы ни в коем случае не претендуют на то, чтобы исчерпать все многообразие возможностей стимулировать позитивную обратную связь. Вместе с тем, их достоинством является, во-первых, то, что они не ограничиваются поиском только рациональных ходов, а обращены к богатству эмоциональной сферы, и, во-вторых, представляют собой более или менее законченную систему.

В дальнейшем мы планируем провести исследования, направленные на рассмотрение сигналов и реакций на приемы активизации межличностной обратной связи в общении.

Литература

- 1. Казаринова Н.В.** Знаки личных отношений // Коммуникация и образование: Сб. статей / Под ред. С.И. Дудника. – СПб.: Санкт-Петербургское философское общество, 2004. – С. 89-105.
- 2. Касаткин С.Ф.** Техника обратной связи. – СПб.: Питер, 2002. – 192 с.
- 3. Конецкая В.П.** Социология коммуникации. – М.: Международный университет бизнеса и управления, 1997. – 304 с.
- 4. Ромашова И.П.** Экспрессивность как семантико-прагматическая категория высказывания (на материале устно-разговорной и художественной речи диалогического типа). Автореферат дисс. канд. филолог. наук. Барнаул, 2001.
- 5. Серль Дж.Р.** Что такое речевой акт? // Новое в зарубежной лингвистике: сборник. – Вып. 17. Теория речевых актов. – М.: Прогресс, 1986. – С. 151-169.

В данной публикации представлен теоретический обзор некоторых приемов активизации межличностной обратной связи в общении. Автор подчеркивает то обстоятельство, что одним из наиболее важных условий успеха в диалогической интеракции в экспрессивных речевых актах является искренность. Кроме того, в статье предложены некоторые способы речевой коррекции в связи с ситуативными изменениями.

Ключевые слова: межличностная обратная связь, приемы активизации, эмоции, адресат и адресант, искренность

У цієї публікації розглянуто теоретичний огляд деяких прийомів активізації міжособистісного зворотнього зв'язку у спілкуванні. Автор підкреслює ту обставину, що однією з найважливіших умов успіху в

діалогічній інтеракції в експресивній мовних актах є щирість. Крім того, в статті запропоновані деякі методи мовної корекції у зв'язку з ситуативними змінами.

Ключові слова: міжособистісний зворотний зв'язок, прийоми активізації, емоції, адресант та адресат, щирість.

In the publication the theoretical review of some ways of interpersonal feedback's activation in communication is submitted. The author underlines the circumstance that one of the most important condition of dialogic interaction's success in expressive speech acts is sincerity. Moreover some methods of speech correction in connection with situational changes are offered in the article.

Key words: interpersonal feedback, the ways of activation, emotions, addresser and addressee, sincerity.

УДК 811.161.1' 42

Е.А. Унукович

ИНАУГУРАЦИОННОЕ ОБРАЩЕНИЕ КАК «СЖАТЫЙ» ПОЛИТИЧЕСКИЙ ТЕКСТ

Лингвистика рассматривает текст как сложное семантическое образование, обладающее рядом специфических характеристик-категорий, которые отсутствуют у слова, словосочетания или фразы. К ним следует отнести: целостность, цельность, связность, интегративность, информативность, континуальность, членимость, антропоцентричность, эмотивность, модальность, интертекстуальность, интерактивность [1, с. 162], «креолизованность (текст содержит или может содержать элементы других семиотических систем)», «скважность (связать по смыслу лексические значения двух или нескольких смежных предложений текста иногда возможно только при помощи следующего за ним предложения)» [2, с. 7]. В психолингвистике текст – это «феномен реальной действительности и способ отражения действительности, построенный с помощью элементов системы языка», это продукт речи, «детерминированной потребностями общения» [2, с. 7].

По мнению Е.А. Селивановой, текст – «целостная семиотическая форма психоречемыслительной человеческой деятельности, концептуально и структурно организованная, диалогически выстроенная в интериоризованное бытие, семиотический универсум этноса или цивилизации, служащая прагматически направленным посредником коммуникации» [3, с. 32].

Под термином «сжатый текст» Е.И. Панченко понимает «сообщение, объективированное подобно любому иному тексту в

письменной форме, построенное путем сокращения полного текста либо созданное как изначально краткое, предназначенное при необходимости для дальнейшего развертывания в более объемный текст. Сжатый текст имеет повышенную информативную насыщенность по сравнению с первичным полным вариантом, что достигается благодаря разнообразным обязательным и факультативным средствам всех уровней языка» [4, с. 286].

Сжатый текст, как разновидность текста, обладает всеми текстовыми категориями, однако многие из них интенсифицируются по причине краткости и языковой компрессии.

Интересующий нас жанр инаугурационного политического текста позволяет подтвердить этот тезис.

Рассмотрение инаугурационного обращения как жанра политического дискурса является возможным благодаря такой характеристике, как институциональность, которая позволяет отнести данный текст к публичным выступлениям политических лидеров на уровне «политик – все общество или большие социальные группы» [5, с. 45]. К ритуальным жанрам мы относим инаугурационное обращение вновь избранного главы государства к народу на основании таких критериев: событийность, временная локализованность, закреплённая форма и перформативный характер. Ритуальность инаугурационного обращения подкрепляется соответствующей атрибутикой – торжественное убранство Георгиевского зала Большого Кремлевского дворца, Президентский полк, приглашенная элита страны, Государственный флаг РФ, трибуна с гербом России, красные ковровые дорожки. Одной из целей инаугурационного обращения как жанра политического дискурса является идея интеграции и единения народа. С учетом этих особенностей инаугурационное обращение имеет строго закреплённую структуру и семантику. Однако в силу ритуального характера этого политического текста в нем доминирует форма.

Для выявления специфики инаугурационного обращения как ритуального жанра политического дискурса и как «сжатого» политического текста мы проанализировали текст инаугурационной речи Дмитрия Медведева при торжественном вступлении его в должность вновь избранного президента Российской Федерации 7 мая 2008 года.

Инаугурационная речь президента относится к эпидейктическому монологическому жанру президентской риторики, т.е. произносится исключительно первым лицом государства, и является важнейшей составляющей торжественной церемонии, в которой используется литературный стиль и приемы усиления, акцентирования того, что уже известно аудитории и что она должна знать как адресат инаугурационного события.

Р. Джослин характеризует инаугурационное обращение как «безопасную риторику», так как «оно не содержит полемических

высказываний (в них трудно найти утверждения, которые вызвали бы чье-то несогласие, возражение), в них нет ничего, что стимулировало бы мысль или бросало вызов, ничего, что предполагало бы альтернативные ценности или программы.

Все это свидетельствует о высокой степени ритуальности данного жанра, о преобладании в нем фатики над информативностью. Отсутствие новизны в сообщении неизбежно переключает фокус внимания участников коммуникации на другие его компоненты: важным оказывается не столько содержание высказывания, сколько сам факт его произнесения. В этом состоит важнейшая и уникальная особенность инаугурационной речи как жанра: она является не просто речевым действием, но действием политическим» [5, с. 247].

Инаугурационную речь относят к политическим перформативам, основу которой составляет клятва президента, являющейся структурным ядром речи.

Е. Шейгал выделяет четыре основных функции инаугурационного обращения: интегративную, инспиративную, декларативную, перформативную.

Рассмотрим специфику и средства реализации каждой из данных функций в речи Д. Медведева.

Интегративная функция «заключается в утверждении единства нации в столь знаменательный момент ее истории. Важную роль в актуализации данной функции играют эксплицитные маркеры – знаки интеграции» [5, с. 247]: *народ, мы, вместе, наша Родина, страна.*

Наиболее ярко эта функция проявляет себя в призыве к единению всех граждан страны в единый народ и к объединению руководителя государства и народа. Этому, в первую очередь, способствует активное использование местоимения *мы*.

И этот уникальный шанс мы должны максимально использовать, чтобы Россия стала одной из лучших стран мира, лучшей – для комфортной, уверенной и безопасной жизни наших людей: в этом – наша стратегия, и в этом – ориентир на годы вперед.

Мы обязаны добиться истинного уважения к закону, преодолеть правовой нигилизм, который серьёзно мешает современному развитию.

Но убеждён, что их достижение абсолютно по силам нашей стране, её трудолюбивому и талантливому народу.

И сейчас мой долг – служить ему каждый день и каждый час, сделать всё для лучшей жизни наших людей, их успеха и уверенности в своем будущем, во имя дальнейшего подъёма и процветания нашей любимой Родины – нашей великой России.

Призыв к единению нации включает и идею сотрудничества ради общего будущего России: *Рассчитываю, что мир и согласие в нашем общем доме будут и дальше укрепляться сотрудничеством разных конфессий, социальных групп и национальных культур: от этого прямо зависит настоящее и будущее нашей страны.* На усиление этой идеи в

предложении работает слово-концепт *дом*, которое употребляется также во фрагменте: *Хотел бы заверить сегодня всех граждан страны, что буду работать с полной отдачей сил как Президент и как человек, для которого Россия – это родной дом, родная земля.*

Инспиративная функция «заключается в воодушевлении нации на предстоящие великие дела и прославление традиционных ценностей. Новый президент должен вселить в аудиторию надежду на лучшее будущее, веру в успех своей деятельности, подтвердить, что он является продолжателем традиции своих предшественников» [5, с. 248]:

Только что мной принесена президентская присяга, она даётся народу России, и в её самых первых строках – обязательство уважать и охранять права и свободы человека. Именно они признаны высшей ценностью в нашем обществе, и именно они определяют смысл и содержание всей государственной деятельности.

В этой связи считаю своей важнейшей задачей дальнейшее развитие гражданских и экономических свобод, создание новых, самых широких возможностей для самореализации граждан – граждан, свободных и ответственных как за свой личный успех, так и за процветание всей страны.

Функция реализуется и через похвалу в адрес предшественников, признание их заслуг перед страной: *За последние восемь лет был создан мощный фундамент для долгосрочного развития, для просто десятилетий свободного и стабильного развития. И этот уникальный шанс мы должны максимально использовать, чтобы Россия стала одной из лучших стран мира, лучшей – для комфортной, уверенной и безопасной жизни наших людей: в этом – наша стратегия, и в этом – ориентир на годы вперед.*

В своей инаугурационной речи Д. Медведев выделяет такие общечеловеческие ценности, как: права и свободы, высокое достоинство нации, национальные интересы, высокие стандарты жизни, безопасность граждан: *Только что мной принесена президентская присяга, она даётся народу России, и в её самых первых строках – обязательство уважать и охранять права и свободы человека.*

Именно такие люди создают высокое достоинство нации и являются источником силы государства – государства, у которого есть сегодня и необходимые ресурсы, и чёткое понимание своих национальных интересов.

Я в полной мере осознаю, как много ещё предстоит сделать – сделать, чтобы государство было действительно справедливым и заботливым по отношению к гражданам, чтобы обеспечить самые высокие стандарты жизни, чтобы как можно больше людей могли причислить себя к среднему классу, могли получить хорошее образование и качественные услуги в области здравоохранения.

И я сделаю всё, чтобы безопасность граждан была не только гарантирована законом, но и реально обеспечена государством.

Инспиративная функция воплощается в топосе возвышенных эмоций, может использоваться эксплицитное обозначение соответствующих эмоций через номинанты эмоций.

С этой точки зрения, на наш взгляд, примечателен отрывок: *Дорогие друзья! Вы понимаете, сколь глубокие чувства я сейчас испытываю. Я хорошо осознаю, какой груз ответственности ложится на мои плечи, и рассчитываю на нашу совместную работу.*

Я сердечно благодарю Президента Владимира Владимировича Путина за его неизменную личную поддержку, которую я постоянно ощущал. Уверен, что так будет и впредь.

Во-первых, здесь очень ярко прослеживается топос возвышенных эмоций, отражающих величие момента и эмоциональной насыщенностью. Это и благодарность бывшему президенту за поддержку, и такие эмотивы, как: *дорогие, сердечно*. Во-вторых, слово *сколь*, которое, будучи стилистически «высоким», отражает пафосность самого процесса инаугурации. И, в-третьих, именно этот отрывок произносится от лица Дмитрия Медведева как человека, гражданина, демонстрируя его человеческие качества: благодарность, ответственность.

Декларативная функция «заключается в провозглашении новым президентом принципов своего правления. Однако, в отличие от лозунга, декларация принципов не носит регулятивного характера, не служит непосредственным призывом к действию, а лишь предлагается для размышления. Декларативная функция реализуется прежде всего через топосы долга и работы» [5, с. 252]:

Я в полной мере осознаю, как много ещё предстоит сделать – сделать, чтобы государство было действительно справедливым и заботливым по отношению к гражданам, чтобы обеспечить самые высокие стандарты жизни, чтобы как можно больше людей могли причислить себя к среднему классу, могли получить хорошее образование и качественные услуги в области здравоохранения.

Мы будем добиваться внедрения инновационных подходов во все сферы жизни, строить самые передовые производства, модернизировать промышленность и сельское хозяйство, создавать мощные стимулы для частных инвестиций и в целом стремиться к тому, чтобы Россия прочно утвердилась среди лидеров технологического и интеллектуального развития.

Особое внимание придаю фундаментальной роли права, на котором основывается и наше государство, и наше гражданское общество. Мы обязаны добиться истинного уважения к закону, преодолеть правовой нигилизм, который серьёзно мешает современному развитию.

И я сделаю всё, чтобы безопасность граждан была не только гарантирована законом, но и реально обеспечена государством.

Я хорошо осознаю, какой груз ответственности ложится на мои плечи, и рассчитываю на нашу совместную работу.

Я сердечно благодарю Президента Владимира Владимировича Путина за его неизменную личную поддержку, которую я постоянно ощущал. Уверен, что так будет и впредь.

Перформативная функция состоит в том, что аудитория ожидает от президента готовности и способности выступить в качестве лидера великой страны. «Своим ораторским мастерством новый президент должен убедить всех, что он способен успешно сыграть символическую роль лидера нации.

Перформативная функция реализуется в трех основных топосах: топос вступления в должность, топос достойного лидера и топос законопослушности» [5, с. 253]:

Мы будем добиваться внедрения инновационных подходов во все сферы жизни, строить самые передовые производства, модернизировать промышленность и сельское хозяйство, создавать мощные стимулы для частных инвестиций и в целом стремиться к тому, чтобы Россия прочно утвердилась среди лидеров технологического и интеллектуального развития.

Особое внимание придаю фундаментальной роли права, на котором основывается и наше государство, и наше гражданское общество. Мы обязаны добиться истинного уважения к закону, преодолеть правовой нигилизм, который серьёзно мешает современному развитию.

Зрелость и действенность правовой системы – это важное условие развития экономики и социальной сферы, поддержки предпринимательства и борьбы с коррупцией. Но не в меньшей степени они служат укреплению роли России в мировом сообществе, способствуют её открытости миру и конструктивному, равноправному диалогу с другими народами.

И, наконец, подлинное торжество закона возможно лишь при условии безопасной жизни людей. И я сделаю всё, чтобы безопасность граждан была не только гарантирована законом, но и реально обеспечена государством.

Текст обращения разбит на структурные части соответственно прагматическим установкам. Например, основной текст включает разные по объёму структурные части, первая из которых посвящена достижениям прошлого правительства и планам на будущее, а вторая содержит провозглашение президентом своего долга и ответственности перед гражданами своей страны, где дается краткое изложение политического курса, который «предлагается для созерцания, а не для действия» [6, с. 286]. В данном тексте это деление представлено обращениями к адресату *Дорогие друзья!*: в первый раз – как рамочный элемент в начале обращения, а во второй – в конце текста как переход между двумя структурными частями, характеризующими президента как

первое лицо государства и президента как человека. *Рассчитываю, что мир и согласие в нашем общем доме будут и дальше укрепляться сотрудничеством разных конфессий, социальных групп и национальных культур: от этого прямо зависит настоящее и будущее нашей страны.*

Дорогие друзья! Вы понимаете, сколь глубокие чувства я сейчас испытываю. Я хорошо осознаю, какой груз ответственности ложится на мои плечи, и рассчитываю на нашу совместную работу. Следует обратить внимание на обращение *Уважаемые граждане России, дорогие друзья!*, состоящее из двух частей: официальной и интимной, подобные подчеркнута нейтральные номинации, использованные в выступлении Д. Медведева, избегают раскол народа на этнические группы и максимально расширяют круг возможных адресатов. А также рамочное вводное слово *наконец*, как подводящее итог ранее сказанного. Эти приемы структурируют речь, членят ее на смысловые фрагменты, дополнительно актуализируют внимание реципиентов. С содержательной стороны инаугурационная речь содержит характеристику достижений страны в уходящем году, намечает планы на будущее.

Анализируя речь Д. Медведева к российскому народу, прежде всего обращаем внимание на противопоставление *я/мы* как реализацию оппозиции *свое/чужое* (соотношение 8 к 13). Д. Медведев в большинстве случаев отождествляет себя с народом, используя действительные элементы *мы, наш*. Рост личностного начала, о котором Е. Земская [7, с. 524] говорит как о характерной черте дискурса конца XX столетия, выражается в обращении президента России только на уровне адресованности речи, тогда как актуализация личности говорящего присутствует только на метатекстовом уровне, например: *я осознаю, хотел бы заверить*. Однако в некоторых обращениях личностное начало исключительно перформативно (президент от собственного имени дает обещания гражданам своего государства).

Общее содержание обращения президента достаточно неконкретно, говорящий ограничивается поверхностной позитивной оценкой работы прошлого правительства. В речи можно увидеть доминирование общих фраз абстрактной семантики: *За последние восемь лет был создан мощный фундамент для долгосрочного развития, для просто десятилетий свободного и стабильного развития. И этот уникальный шанс мы должны максимально использовать, чтобы Россия стала одной из лучших стран мира, лучшей – для комфортной, уверенной и безопасной жизни наших людей: в этом – наша стратегия, и в этом – ориентир на годы вперед.*

Мы будем добиваться внедрения инновационных подходов во все сферы жизни, строить самые передовые производства, модернизировать промышленность и сельское хозяйство, создавать мощные стимулы для частных инвестиций и в целом стремиться к

тому, чтобы Россия прочно утвердилась среди лидеров технологического и интеллектуального развития.

В этой связи считаю своей важнейшей задачей дальнейшее развитие гражданских и экономических свобод, создание новых, самых широких возможностей для самореализации граждан – граждан, свободных и ответственных как за свой личный успех, так и за процветание всей страны.

Фактуальная информация обращения Д. Медведева сведена к минимуму. Общая лаконичность обращений президента, выверенность каждого слова в тексте, свойственная данному жанру политического дискурса, не позволяет расширить их семантику, что свидетельствует о ярко выраженной перформативности на фоне сжатия информативности текста.

Оппозиция *свое/чужое* реализуется в противопоставления *я/мы*. Президент использует местоимения *мы, наши* объединяя себя с народом: *И этот уникальный шанс мы должны максимально использовать, чтобы Россия стала одной из лучших стран мира, лучшей – для комфортной, уверенной и безопасной жизни наших людей: в этом – наша стратегия, и в этом – ориентир на годы вперед. Сама жизнь и ход истории ставят перед нами принципиально новые, ещё более сложные задачи. Но убеждён, что их достижение абсолютно по силам нашей стране, её трудолюбивому и талантливому народу.*

Образность текста в речи Д. Медведева минимальна, доминируют фразы обобщенной семантики.

Особое внимание следует обратить на местоимение *я* в речи президента. Используя это личное местоимение, Д. Медведев реализует тактику самопрезентации, позиционирует себя как деятельную сильную личность. Данный прагматический эффект подкрепляется в следующих конструкциях:

Я в полной мере осознаю, как много ещё предстоит сделать – сделать, чтобы государство было действительно справедливым и заботливым по отношению к гражданам, чтобы обеспечить самые высокие стандарты жизни, чтобы как можно больше людей могли причислить себя к среднему классу, могли получить хорошее образование и качественные услуги в области здравоохранения.

И я сделаю всё, чтобы безопасность граждан была не только гарантирована законом, но и реально обеспечена государством.

Вы понимаете, сколь глубокие чувства я сейчас испытываю. Я хорошо осознаю, какой груз ответственности ложится на мои плечи, и рассчитываю на нашу совместную работу.

Я сердечно благодарю Президента Владимира Владимировича Путина за его неизменную личную поддержку, которую я постоянно ощущал.

Рассмотрим приемы усиления в обращении Д. Медведева. Он использует усилительные слова, которые можно разбить на две

подгруппы: первая – усиления при помощи сравнительной и превосходной степени прилагательных и числительных (*в ее самых первых строках; важнейшей задачей; создание новых, самых широких возможностей; чтобы Россия стала одной из лучших стран мира, я в полной мере осознаю; чтобы обеспечить самые высокие стандарты жизни; строить самые передовые производства; перед нами принципиально новые, еще более сложные задачи*), и вторая – при помощи усилительных слов: *высокое достоинство нации; четкое понимание своих национальных интересов; буду работать с полной отдачей сил; этот уникальный шанс мы должны максимально использовать; хорошее образование и качественные услуги; создавать мощные стимулы; особое внимание придаю; добиться истинного уважения; важное условие; подлинное торжество закона; каждодневного взаимодействия; глубокие чувства; хорошо осознаю; неизменную личную поддержку; постоянно ощущал; их достижение абсолютно по силам нашей стране.*

В некоторых предложениях содержатся такие усилительные конструкции, как повторы:

Именно они признаны высшей ценностью в нашем обществе, и именно они определяют смысл и содержание всей государственной деятельности.

И сейчас мой долг – служить ему каждый день и каждый час, сделать все для лучшей жизни наших людей, их успеха и уверенности в своем будущем, во имя дальнейшего процветания нашей любимой Родины – нашей великой России.

Есть также повторы-уточнения:

В этой связи считаю своей важнейшей задачей дальнейшее развитие гражданских и экономических свобод, создание новых, самых широких возможностей для самореализации граждан – граждан, свободных и ответственных как за свой личный успех, так и за процветание всей страны.

Именно такие люди создают высокое достоинство нации и являются источником силы государства – государства, у которого есть сегодня и необходимые ресурсы, и четкое понимание своих национальных интересов.

Обратимся к специфике временной отнесенности инаугурационной речи. «В инаугурационной речи актуализируется особая разновидность настоящего – то, что К. Кемпбелл и К. Джеймисон называют «вневременностью»» [5, с. 255], еще одно название – вечное настоящее. «Ощущение вечности, возвышения над повседневностью в инаугурационных речах достигается за счет приподнято-торжественной тональности, размеренного ритма изложения» [5, с. 255] и требует особой тщательности в выборе слов.

В нашем тексте подобный прием достигается за счет использования преимущественно глаголов настоящего времени и таких

лексем времени, как: *сегодня, за последние восемь лет, долгосрочное развитие, десятилетия развития, на годы вперед, каждодневное взаимодействие, настоящее и будущее страны, каждый день и каждый час.*

Таким образом, в статье была сделана попытка рассмотреть особенности инаугурационного обращения как «сжатый» политический текст. Этот текст не предполагает повышенной информативности, однако обладает другими признаками «сжатого» текста – языковой компрессией, лаконичностью.

Литература

1. Синельникова Л.Н. Теория текста: аксиомы и версии // Синельникова Л.Н. Жизнь текста, или Текст жизни. – Луганск, 2005. – Т.3. 2. Слышкин Г.Г., Ефремова М.А. Кинотекст (опыт лингвокультурологического анализа). – М., 2004. 3. Селиванова Е.А. Основы лингвистической теории текста и коммуникации: Монографическое учебное пособие. – К., 2004. 4. Панченко Е.И. Сжатый текст: текст современности и будущего // Русский язык: исторические судьбы и современность. Международный конгресс. – М.: МГУ, 13-16 марта 2001. 5. Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса. – М.: Диалог-МГУ, 1998. 6. Паршина О.Н. Российская политическая речь: Теория и практика. – М., 2007. 7. Земская Е.А. Язык как деятельность: Морфема. Слово. Речь. – М.: Языки славянской культуры, 2004.

В статье автор рассматривает инаугурационное обращение как «сжатый» политический текст. Описывает основные признаки и функции данного жанра политического дискурса с точки зрения «сжатого» текста.

Ключевые слова: политический дискурс, инаугурационное обращение, «сжатый» текст.

У статті автор розглядає інавгураційне звернення як «стислий» політичний текст. Описує основні ознаки та функції цього жанру політичного дискурсу з точки зору «стислого» тексту.

Ключові слова: політичний дискурс, інавгураційне звернення, «стислий» текст.

In the article the author examines the inauguration address as the «compressed» political text and gives a description of basic indications and functions of present genre in political discourse from the «compressed» text's point of view.

Key words: political discourse, inauguration address, «compressed» text.

УДК 821.161.1 – 1.09 + 929 Долина

В. И. Бахмач

«ПОКА СТРОКА КАК УГОЛЬ ЖЖЕТСЯ...»
(Вероника Долина в посмертной судьбе Владимира Высоцкого)

Не гаси меня, свечу!

Я свечу поэту.

Вероника Долина

Авторская песня, несанкционированно ворвавшаяся в русское искусство конца 50-х – начала 60-х годов XX века, вызвала не только ряд споров и противоречивых мнений критиков, журналистов и почитателей, но быстро стала самоутверждаться, практически не пересекаясь с «письменной поэзией» (разве что некоторые исполнители распевали чужие стихи под свои напевы). Однако довольно скоро стало очевидным, что это наджанровое формирование (ибо оно было синтетичным) активно опиралось на литературные традиции, нисколько не смущаясь официального непризнания. У истинных ценителей нетронутого цензурой слова были популярны *стихопесни* Булата Окуджавы, Юрия Визбора, Новеллы Матвеевой, Александра Галича, Ады Якушевой, Владимира Высоцкого, Евгения Клячкина и других родоначальников непривычно звучащего слова, записанные на магнитофонные ленты во время их выступлений.

Мы уже неоднократно сталкивались с затруднением обозначить единым термином «поющуюся поэзию» (например, «самодеятельная песня», «бардовская песня», «авторская песня» и т. д.), но ни один из них не отвечал природе явления. «Самодеятельная» не соответствует художественному мастерству лучших представителей этого поэтического ответвления. Ведь тогда и Александра Сергеевича Пушкина, и Михаила Юрьевича Лермонтова, и Николая Алексеевича Некрасова и многих других русских классиков следует считать «самодеятельными» поэтами. Определение «бардовская» – расплывчатая калька со средневековой традиции, подобающая носителю лирического начала кельтской дружинной и тематически совершенно иной поэзии. В свою очередь «авторской» может быть названа любая песня, у которой известен сочинитель. На наш взгляд, чтобы отличать «письменную» поэзию от «устной», написанной для исполнения нараспев под собственный аккомпанемент, но при этом не смешивать ее с эстрадной, камерной, оперной и прочей, следует использовать термин *стихопесня*. Так как это, прежде всего, стихи, а не тексты, исполняемые автором песенным

речитативом, где напев служит ритмическим фоном и средством преподнесения слова слушателю, хотя иногда может отвечать композиторскому совершенству.

Итак, стихопесня в течение 60-х самостоятельно заняла нишу, не заполненную письменной поэзией по ряду известных причин: централизованная цензура, самоцензура, конъюнктура. Она осваивала темы, которых не могла публично коснуться подотчетная официальным Союзам ее «письменная» сестра. Это объективный исторический факт. С годами стало бесспорно, что стихопесня состоялась, оставив существенное наследие и продолжателей. Практически ее зачинателей (Булата Окуджавы, Александра Галича, Юрия Визбора, Михаила Анчарова, Владимира Высоцкого, Евгения Клячкина) уже нет в живых. Однако среди продолжателей есть такие имена, как Вероника Долина. Появившись со своими произведениями в конце 70-х, она надежно заняла свое место, хотя некоторые норовили видеть в ней некое «женское» продолжение Булата Окуджавы. Однако, как справедливо писал о ней Леонид Жуховицкий: «Долина в снисходительности не нуждается и сразу же решительно отвергает ее – и уровнем стиха, и уверенной манерой пения, и всем своим поведением на сцене, естественным и довольно резким: она никогда и ни в чем не заигрывает с залом, какая в жизни, такая и на сцене» [1, с. 7].

Во вступительной статье к сборнику Вероники Долиной «Песни» (2006) известный поэт Наум Коржавин так говорит о впечатляющих достижениях ее стихов: «Они представляют собой не тексты, предназначенные для «обогащения музыкой», а самостоятельные произведения поэзии. Только особой – введенной у нас в обиход Булатом Окуджавой – песенной поэзии. В таких стихах музыка не дополняет текст, не по-своему интерпретирует текст (как музыка хороших композиторов на стихи хороших поэтов), а является органической, то есть неотъемлемой частью его замысла. Короче, это никак не «песни на слова», а особый жанр поэзии, обозначенный мной выше как песенная поэзия» [2, с. 6]. А составитель второй версии антологии «Авторская песня» (2004), пожизненно причастный к «самодетельной песне» поэт Д. А. Сухарев так отозвался о таланте поэтессы: «При всей сегодняшней знаменитости Вероники Долиной, при всем ее успехе у нас и за рубежом, при всем обилии звучащих и печатных изданий, она, на мой взгляд, остается недооцененным поэтом. Вряд ли кто из солидных литераторов способен выкинуть из головы преданность этого автора гитаре и рассмотреть тексты как таковые. А зря» [3, с. 289–290]. Подобное заверение не может оставаться незамеченным. Тем более что диалог, явный и скрытый, всегда составлял основу мастерства этой талантливой сказительницы о современной женской судьбе. Она достойно идет той стезей, что была проторена Анной Ахматовой и Мариной Цветаевой, непринужденно поведавших читателю об истинном «женском мире». Однако цель нашей статьи – обратиться к иным лингво-

коммуникативным произведениям, в которых Долина делится с современниками пониманием общей и личной боли, возникшей в связи с потерей поющего поэта, который на долгие годы стал властителем дум.

Наше внимание в творчестве Вероники Аркадьевны Долиной привлекли посвящения памяти старшего собрата по авторскому цеху – Владимира Семеновича Высоцкого. Они представляют собой своеобразный цикл из пяти стихопесен 1980–1981 годов, поскольку их объединяет идейно-тематическое единство, жанровое своеобразие, общность персонажей, сквозной сюжет, формы и стиль повествования, выражающих авторское отношение к личности, окружению и посмертной судьбе безвременно ушедшего поэта. В целом рассматриваемые произведения выгодно отличаются от бесчисленных *текстов* памяти поэта. Это не просто *стихи-песни* как было обозначено в сборнике Вероники Долиной «То ли кошка, то ли птица» (1989), это доверительный диалог с современниками и, как ни парадоксально, диалог с ушедшим творцом, который истинно дорог, чьей судьбой следует вымерять мир и себя.

В первой из стихопесен «На смерть Высоцкого» (1980)¹ автор использует аллюзию на общеизвестный факт – выход во Франции 2-х дисков-гигантов Владимира Высоцкого в 1977 году. По ходившим в те годы слухам, альбом якобы был записан под аккомпанемент знаменитого оркестра Поля Мориа. Многих поклонников Владимира Высоцкого это огорчило, так как они считали, что звучание под оркестр (тем более чужеземный) не несет той выразительности и индивидуальности, как авторское звучание под гитару. Но Вероника Долина по-своему обыгрывает этот мотив:

Поль Мориа, уймите скрипки!
К чему нагрузки?
Его натруженные хрипы –
Не по-французски.

Пока строка как уголь жжется –
Пластинка трется.
Пусть помолчит, побережется –
Не то сорвется [4, с. 305].

Уже первые строфы произведения контрастно противопоставляют своеобразные несоразмерные величины – французские «скрипки» (нечто изящное, легковесное, хрупкое) и чуждые им отечественные «натруженные хрипы», в которых строки обжигают. Здесь же возникает горькое предощущение возможной близкой потери певца – «сорвется». Примечательно, что на протяжении стихопесни Долина ни разу не назовет ни имени, ни фамилии того, о ком ведет речь. Зато она даст перечень характерных примет, которые были хорошо известны современникам: «натруженные хрипы», «Гамлет умирает», «вдова с

лицом французским». Определенно намеренно возникает оппозиция: *свой* певец-актер и *чужеродное* окружение, начиная от скрипок и заканчивая вдовой.

Смерть поэта изображается горестно и примечательно:

Всадник утренний проскачет.

Близкой боли не тая,

Чья-то женщина заплачет,

Вероятно, не твоя.

Лик печальный, голос дальний,

До небес подать рукой.

До свиданья, до свиданья,

До свиданья, дорогой [4, с. 305].

Автор вовсе не прощается с общенародным любимцем, а расстается, ибо бессмертных в этом мире, увы, нет. Более того, расставание фактически достоверно и поэтически выверено. Владимир Высоцкий умер в четыре утра 25 июля 1980 года, поэтому «утренний всадник» в строках Вероники Долиной воспринимается как последний «выезд» самого поэта, который часто в своих произведениях изображал себя седоком:

Сгину я – меня пушинкой ураган сметет с ладони,

И в санях меня галопом повлекут по снегу утром, –

Вы на шаг неторопливый перейдите, мои кони,

Хоть немного, но продлите путь к последнему приюту! [5, с. 300].

За спиной «всадника» остаются женский плач, великая сыгранная роль, а впереди – «путь к последнему приюту» и посмертная судьба. Картина всенародного прощания, восстановленная Долиной, возвращает нас к прежней смысловой оппозиции *свой/чужой*, правда место действия уже не далекая Франция, а столица отечества:

По таганским венам узким

Изливается Москва.

А вдова с лицом французским

Будет много лет жива.

Вот газетчик иностранный

Дико крутит головой.

Кто-то странный, кто-то пьяный,

Кто-то сам – полуживой [4, с. 306].

Автор кинематографично схватывает самое главное, врезавшееся в память, практически устраняясь и не помещая себя в центр картины. Следует отметить, что Вероника Долина достойно сумела избежать ошибки ряда посвящающих, которые использовали смерть известного

человека как предлог для рассуждения о своей особе². Она даже не пытается трафаретно соотнести личную судьбу с чужой, а философски размышляет о необратимом порядке действий. «Свое» прорывается в строках лишь тогда, когда становится невозможно спрятать боль от самых близких:

Усни спокойно, мой сыночек, –
Никто не плачет.
О, этот мир для одиночек
Так много значит! [4, с. 306].

В то время у Вероники Долиной уже был сын. И в этом материнском заверении-утешении сталкивалось двойное чувство: желание успокоить свое чадо и одновременное осознание трагедийной хрупкости человеческой жизни, где потери неминуемы, и «чья-то мать» уже лишилась сына ... Но в целом стихи представляли собой не просто скорбный монолог по поводу утраты, а являлись внутренним постижением неодолимого одиночества каждого пребывающего в мире и неизменно покидающего мир, в том числе и творца, который так много значил для людей:

Переулочек глубокий –
Нету близкого лица.
Одинокий, одинокий,
Одинокий – до конца [4, с. 306].

Заключительная строфа провидчески передает то, что стало достоянием спустя годы, о чем откровенно написала в своей книге Марлена Зимна: «Действительно, люди, близко знавшие Высоцкого, признают, что он был человеком глубоко одиноким, несмотря на то что его постоянно окружали толпы поклонников, несмотря на то что его дом почти всегда был полон гостей, засиживающихся часто до утра» [6, с. 156]. Именно таким и представила Вероника Долина великого барда – бесконечно одиноким тружеником, вплоть до самой кончины.

Вторая стихопесня-посвящение «Январь имени Высоцкого» (1981) написана через полгода и приурочена ко дню рождения поэта. Судьба распорядилась так, что день рождения (25 января) и день смерти (25 июля) Владимира Высоцкого разделяют полгода. Это совпадение многими поклонниками воспринималось как напророченное самим поэтом:

Не пройдет и полгода – и я появлюсь, –
Чтобы снова уйти на полгода [5, с. 124].

Однако Вероника Долина подводит своеобразный итог минувшему полугодию:

Полгода нет Высоцкого.
Его полет высок.

Пощупаю висок себе –
Пульсирует висок [4, с. 307].

В этом определении «высок» и обыгрыш фамилии поэта, и осознание меры его таланта, и скорбь о теперь уже вечном пребывании творца в иномирии. Произведение представляет собой исповедальное размышление о силе Слова, оставленного поэтом, – «горячечной строке», «метельной строке», «январской строке», которая и нынче горит «Все жарче, все ясней» [4, с. 308]. Контраст между метельным январским рождением Высоцкого и жаркой, но выюжной его строкой выражает дух противоречий, изначально уживавшихся в мятежном Поэте, и становится прямым призывом к преодолению творческой немоты современников, в том числе и личном преодолении. Вполне закономерно и поэтически оправданно звучит мотив преемственности:

Трудись, рука, просись, рука!
К огню тянись рука!
Родись, строка российская,
Мятежная строка!
Родись, строка российская,
Мятежная строка.
Родись, строка российская, мятежная... [4, с. 308].

Авторское многоточие передает временную и пространственную протяженность, а интонация, построенная на любимой взрывной «р» поэта, свидетельствует как об умелом использовании созданной В.С. Высоцким традиции, так и деятельном призыве ко всем слышащим и пишущим. Таким образом, вторая стихопесня не просто поминальная дань поэту, но одновременно и заклинание. Закон жизни свидетельствует, что с уходом пусть и великого творца поэзия не прекращает свое существование. Ибо «высокие» предшественники служат надежной опорой будущей мятежной (а значит истинной) строке. Не случайно в одном из интервью Вероника Долина доверительно призналась: «Как вы понимаете, я не претендую на оригинальность, так было во все века. Отступление от этого – трагедия. Я и песни свои напиваю вечными, общедоступными мыслями и чувствами» [7, с. 12]. В данном случае «вечные мысли» крайне необходимы живым и призваны их вывести из состояния скорби к состоянию созидания.

Третья стихопесня «Годовщина, годовщина!» (1981) является своеобразной коммуникативной нормой в традициях национального общения. Общепринято поминать усопшего год спустя. Как пишет Долина: «Встречи горькая причина», где «тоска – неистошима» [4, с. 309]. О личной боли в хореическом стремительном ритме строк говорится скупно:

Годовщина, годовщина.
Эта новая морщина

На моем живет лице,
Будто память о певце [4, с. 309].

Затем личное переживание уступает общему. О поминальных чувствах огромного Советского Союза и его столицы, по-прежнему продолжающих слышать живой «хриплый голос» одного из своих сыновей сообщается неординарно:

Годовщина, годовщина!
Города умолкли чинно.
Но рыдает, как вдова,
На груди его Москва [4, с. 309].

С Москвой, в которой жил и творил Поэт-Певец, произошли в эти дни вполне понятные метаморфозы. Она в восприятии Долиной обрела статус вечной вдовы, ставшей во главе «матери-страны», у которой навсегда «уснул» беспокойный ее «сынок».

Мотив вдовства, отчетливо присутствовавший в первой и второй стихопесне цикла, становится основным в четвертой – «Была еще одна вдова» (1981), посвященной Люсе³. Несомненно, гендерный аспект является в этом произведении определяющим. Долина как женщина и мать делает главной героиней произведения известную ей женщину и мать, по-своему решая проблему родового наследия. Необходимо отметить, что уже год спустя после смерти среди родственников, друзей и людей, просто знавших Высоцкого, наметились значительные расхождения как в отношении к памяти и наследству, так и в спорах, кто же был ближе к поэту, кто его понимал, а кто – нет. Таким образом, произведение В. А. Долиной стало своеобразным страстным женским откликом на поучительный прецедент.

С самых первых строк мы погружаемся в сложную атмосферу тех дней, на фоне которых отчетливо проступает осознание гордого достоинства изображаемой героини, о которой почему-то несправедливо «забыли»:

Была еще одна вдова.
О ней забыли.
Ну, может, вспомнили едва,
Как гроб забили.

Она жила невдалеке,
А шла в сторонке.
Был уголок в ее руке
От похоронки [4, с. 310].

Нашей задачей не является рассмотрение интимной жизни поминаемого поэта⁴, но поскольку произведение Вероники Долиной касается конкретного адресата, считаем привести необходимые

пояснения. Известно, что у Владимира Высоцкого в течение жизни официально было три жены: Иза Жукова, Людмила Абрамова, Марина Влади. Строки Вероники Долиной не случайно содержат намек на треугольную похоронку, ибо каждой из жен (пусть и бывшей) достался ее «уголок»... Да и сама похоронка была во фронтовое время страшным известием о внезапной гибели. Тем более что Владимир Высоцкий воспринимался при жизни поэтом-бойцом. Это ощущение дополняют тропы, окрашенные военной лексикой: «Его отбросило волной», «кромка от взрывной его воронки». Естественно, сочиняя продиктованное подлинным чувством стихотворение, поэтесса хочет говорить о жизни и смерти, о правде и лжи, о настоящем и мишуре, о подлинных и мнимых ценностях. Вероника Долина не скрывает от предполагаемых злопыхателей, что «еще одна вдова» «давно уже жила Иным укладом» [4, с. 310]. Однако поэтесса ратует за справедливость во всем, поэтому и задает каверзный риторический вопрос:

Кому бессмертную любовь
В наш век бесслезный? [4, с. 310].

Впрочем, вопрос не остается без ответа, расставляющего все по местам:

Его отбросило волной –
Ее прибило.
Она была его женой,
Она любила.

Не приближаясь, стороной
Идет по кромке.
По самой кромке от взрывной
Его воронки.

Была еще одна вдова
В толпе гудящей.
Любовь имеет все права
Быть настоящей.

Друзья, сватья и кумовья –
Не на черта ли?
А ей остались сыновья
С его чертами [4, с. 311].

Полемика с воображаемыми возражателями завершается неоспоримым аргументом – дети как великое истинное наследие являются главным доказательством причастности *Люси* и к общей беде вдовства, и к личной трагедии любви, ибо по-прежнему невидимые нити

продолжают связывать героев воедино. Кому-то достались рукописи, кому-то досталась возможность составлять мемуары, а кому-то пройти

По самой кромке от взрывной
Его воронки [4, с. 311].

И пусть «толпа гудящая», выступающая в произведении неким безликим антиподом, воздаст должное той, кому Бог дал полюбить и воспитать сыновей с «его чертами». Беспощадность приговора, выносимого поэтессой всем суесящимся и претендующим на память или место у гроба очевидна. Она даже не удерживается от инвективы – «Не на черта ли?» Это и есть признак трагического мироощущения, без идеализации и ретуши. Долина призывает нас соотнести свою жизнь с вечностью, осознать пройденный путь и печальную бесповоротность исхода. Ибо Время окончательно расставит все по местам и рассудит...

Своеобразным продолжением начатого с современниками разговора о Правде и Лжи стала заключительная стихопесня «Отболело, отстучало – отошло» (1981). Судьба поэта и при жизни (а тем более, после смерти) была овеяна легендарными слухами, с которыми Владимир Высоцкий всячески пытался бороться. Теперь за него на себя берет ответственность Вероника Долина:

На пороге, на свободе, на ветру...
Много врут о Вас, Володя.
Я не вру [4, с. 312].

Телеграфная строка, основанная на хореическом ритме, лаконично повествует о разительных переменах в общественном сознании, произошедших со дня ухода поэта: «отболело», «отстучало» «отошло», «обмелело», «стало будто пруд холодный», «много врут». Наряду с этим рождается желание оградить предмет пересудов ото лжи и мнимой святости:

Дотянуться от ограды до лица.
Не мешал бы свет лампы сну птенца [4, с. 312].

Казалось бы, тлен и бренность существования неотделимы. Это мироощущение пронизывает даже высокое назначение поэта:

Весь наш труд есть пруд холодный,
Тень и след [4, с. 312].

Никто не может предсказать посмертную судьбу поэту, даже другой поэт, собрат по певчей струне. Отсюда и рождается вечный вопрос творца и единомышленника:

Что возьмут с собою годы.
Что сотрут? [4, с. 312].

Именно Время отсеет необходимое, поэтому заключительные строки на контрасте с предыдущими утверждениями философски ироничны:

Мало врут о Вас, Володя.

Мало врут [4, с. 312].

На этой ноте Вероника Долина заканчивает свой цикл из пяти стихотворений, посвященных памяти Владимира Высоцкого, где в целом представлен оригинальный взгляд на Личность, сказана правда, обращенная к этой Личности диалогически. Начав свое повествование с того, что чужеземный аккомпаниатор не в силах полностью осознать дар талантливого современника, Долина выразительно в монологах и диалогах воссоздала духовный портрет Высоцкого и подлинно отразила начальные этапы становления посмертной судьбы поэта-одиночки. Его кончина стала всенародной трагедией и вызвала в обществе немалый резонанс, но по-настоящему художника еще предстоит постигнуть. Уляжется посмертная шумиха, уйдут в небытие размолвки среди оставшихся в живых, исчезнет ложное представление об истинных масштабах, а «вьюжная» и одновременно жаркая, как уголь, строка В. С. Высоцкого неизбежно повстречается со своими слушателями/читателями и продолжателями. Когда «строка как уголь жжется», дразги рано или поздно отступают в сторону.

Так В.А. Долина взяла на себя миссию благородного посредничества между Поэтом и современниками, доказав на деле, что является поборником Правды и необходимым звеном «между поющими поэтами и непоющими поэтами» [8, с. 12]. И чем дальше, тем больше ощутимо ее взаимопроникновение в поэтику и мироощущение В. С. Высоцкого, желание приблизить его для современников и воскресить для потомков.

Литература и примечания

1. **Жуховицкий Л.** О Веронике Долиной // Долина В. То ли кошка, то ли птица: Стихи-песни. – Таллин: Ээсти раамат, 1988. – 176 с. – С. 5–10. 2. **Коржавин Н.** Поэзия Вероники Долиной // Долина В. Песни. – М.: Время, 2006. – 448с. – С. 5–12. 3. **Авторская** песня. Анталогия / Сост. Д. А. Сухарев. – Екатеринбург: У-Фактория, 2004. – 1024 с. 4. **Долина В.** Песни. – М.: Время, 2006. – 448с. 5. **Высоцкий В. С.** Сочинения в двух томах. Т. 1. – Изд. 11-е. – Песни. – Екатеринбург: изд-во «У-Фактория», 1998. – 542 с. 6. **Зимна М.** Высоцкий – две или три вещи, которые я о нем знаю / М. Зимна; пер. с польского Г.И. Осадчий. – Ростов н/Д: Феникс, 2007. – 250 с. 7. **Долина В.** Я не склонна развлекать и услаждать: Беседа с поэтом, исполнителем своих песен В. Долиной / Беседу вел Эдуард Графов // Культура. – 1993. – № 46 (27 ноября). – С. 12. 8. **Долина В.** Я не склонна развлекать и услаждать: [Беседа с

поэтессой В. А. Долиной / Записал Эдуард Графов] // Культура. – 1993. – № 46 (27 ноября). – С. 12.

¹ Здесь и далее названия произведений даются по сборнику Долина В. То ли кошка, то ли птица: Стихи-песни. – Таллин: Ээсти раамат, 1988. – 176 с., поскольку его составители заверяли, что ими «были заново уточнены все названия песен и посвящения».

² См. для сравнения сборник: Венок Высоцкому: Стихи. Сборник посвящений / Сост. И. Л. Повицкий. – Ангарск: А / О «Формат», 1994. – 368 с.

³ Людмила Владимировна Абрамова – вторая жена Владимира Семеновича Высоцкого и мать его сыновей – Аркадия и Никиты.

⁴ Интересующихся этим вопросом отсылаем к кн.: Сушко Ю.М. «Ходил в меня влюбленный весь слабый женский пол...»: Женщины в жизни Владимира Высоцкого. – М.: ВАГРИУС, 2005. – 496 с.

В статье автор анализирует стихи Вероники Долиной, посвящённые В.С. Высоцкому. Они рассматриваются как цикл, в котором поэтесса создаёт собственный поэтический образ.

Ключевые слова: авторская песня, В. Высоцкий, стихи В. Долиной.

У статті автор аналізує вірші Вероніки Долиної, присвячені В.С. Висоцькому. Вони розглядаються як цикл, у якому поетеса створює особистий поетичний образ.

Ключові слова: авторська пісня, В. Висоцький, вірші В. Долиної.

In the article the author analyzes Veronika Dolina's poems devoted to V.S. Vysotsky. They are examined as the cycle in which the poet creates her own poet's image.

Key words: author song, V.S. Vysotsky, poems by Veronika Dolina.

УДК 811.161.1

И.А. Синица (г. Киев)

**КУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКОЕ ПРОСТРАНСТВО
НАУЧНОГО ТЕКСТА: УРОВНИ АКТУАЛИЗАЦИИ**

Изучение науки как феномена культуры предполагает многовекторное исследование данной проблемы. Исследование истории русского литературного языка XIX века в Украине невозможно без учета влияния на его развитие языка передовой украинской интеллигенции того времени. В.В. Виноградов указывал: «Едва ли можно из истории литературного языка исключить своеобразие социально-исторических и культурно-общественных условий развития тех или иных народов» [1, с. 289]. Ученый был уверен в том, что с «кругом задач и вопросов в области стилистического изучения «речевой жизни» общества, разных форм общественно-речевой деятельности народа неизбежно сочетается и проблема речевой структуры национально-типических характеров, вырисовывающихся или рельефно обозначающихся в той или иной социальной среде» [2, с. 25]. Поэтому есть все основания говорить о том, что многие писатели и ученые Украины оставили значительный след как в украинской, так и в русской культурах и, таким образом, прямо или косвенно способствовали становлению русского литературного языка во всем разнообразии и богатстве его стилей.

В научных произведениях М.А. Максимовича, Н.И. Костомарова, А.А. Потебни, П.И. Житецкого, М.П. Драгоманова, великих представителей украинской и русской культур XIX в., много сделавших для их развития, отражается не только языковая, но и общекультурная ситуация в России и Украине того времени, связанная с определенным концептуальным подходом к проблеме истории Украины, самобытности украинского языка и культуры в целом и поэтому характеризующая определенным образом русско-украинские культурные отношения названного периода [подробнее об этом см., напр.: 3, с.141-230; 4, с.194-205, 263-309; 5, с.146-169 и др.].

Исследования названных ученых написаны преимущественно по-русски. Факт использования русского языка нередко трактовался как свидетельство денационализации автора и оценивался как измена своей национальности. В связи с этим, на наш взгляд, убедительно звучат мысли, высказанные М.П. Драгомановым: «Щодо того, що Костомаров написав томи по-московському, то як його за те покарати українцеві, коли все-таки Костомаров писав переважно про Україну, а до того, виходячи з українства, перевернув зовсім історію і північної Русі –

Московщини, і виробив в усій Росії наукову підставу для думок федеральних», і далі: «Ні один серйозний націоналіст український не може відректи Костомарову заслуг для українства» [6, с. 453,454]. І хоча позиція Н.І. Костомарова в теченні життя не була послідовальною, за що його неодноразово упрекали як при житті, так і після смерті, багатоманітне наукове і художнє спадщина є найкращим доказом його наукових і громадянських переконань.

В розглядуваному історичному періоді російська мова характеризується невіданим в інших мовах процесом розширення меж літературної мови, сфер її використання, проникненням народно-розмовних елементів і запозичень з слов'янських і інших мов і іншими процесами. І хоча, за спостереженнями В.В. Виноградова, вже в н. ХІІІ століття в російській мові зустрічаються такі українізми, як шукати, зрадливо, саме ХІХ століття стає періодом особливого впливу української теми і культури на російську культуру в цілому [7]. Говорячи про активізацію впливу української культурної сегмента, перш за все мають на увазі появу української теми і українських творів на сторінках російських видань, наприклад, поезії «Полтава» А.С. Пушкіна, поезії «Войнаровский» і «Наливайко» К.Ф. Рылєєва. Але перш за все український вплив в російській літературі позначився з'явленням таких осіб, як Т.Г. Шевченко, Н.В. Гоголь, а в російській науці – іменами М.А. Максимовича, Н.І. Костомарова, А.А. Потебні і др.

По тому наукове творчіство досліджуваних авторів, належачи російській мовній культурі ХІХ століття і відповідно надаючи вплив на її розвиток, тематично і ідейно пов'язано з Україною. Заслуга їх і в тому, що вони підтримали українську тему, звучавшу вже со сторінок художньої літератури, і намагалися науково довести обґрунтованість вимог українського народу на право мати власну історію, мову, культуру, самобутність і оригінальність яких утверджується в текстах наукових досліджень.

В зв'язі з бікультуральною належністю авторів до української і російської національних культур виникає питання про нетрадиційне розуміння міжкультурної комунікації. В лінгвокультурології цим термінологічним словосполученням прийнято позначати «спілкування мовних осіб, належачих різним лінгвокультурним спільнотам» [8, с. 10; 9, с. 79; 10], по тому міжкультурна комунікація є взаємодія «мовляючих свідомостей» [11, с. 361]. Ю.М. Лотман говорить про білінгвальний механізм, діючий на межі двох семиотических світів, коли культура в певні моменти розвитку висуває реалії, направлені на взаємодія [12]. Признання білінгвального механізму як основи міжкультурної комунікації дозволяє розглядати взаємодія національної культури і культури зовнішньої, вираженої в прийнятті того або іншого мови, як

одну из форм культурного диалога в творческом сознании русскоязычного ученого, писателя. Именно так, на наш взгляд, воспринимали русскую культуру в XIX в. Т.Г. Шевченко, Н.В. Гоголь, Леся Украинка, Г.Ф. Квитка-Основьяненко и многие другие украинские писатели, ученые, публицисты. Такой тип билингвизма А.С. Герд выделяет в особую группу и называет его «научным и художественным двуязычием» [13, с. 36].

По наблюдениям У.М. Бахтикиреевой, взаимодействие двух языковых культур в одном творческом сознании неизбежно приводит к созданию нового целого – текста, «отличающегося как от текста русского писателя, так и текста национального писателя. От русского – тем, что имеет качества-стимуляторы, сохраненные им при копировании своего национального образа» [14, с. 235]. Закономерно возникает вопрос: проявляются ли подобные стимуляторы в научных текстах, созданных учеными-билингвами, -бикультуралами.

Характеризуя литературную речь 30 – 50-х годов XIX в., В.В. Виноградов указывает на актуальность вопроса о научно-популярном стиле и замечает: «Симптоматично, что Гоголь, откликнувшись на этот вопрос, намечает общие контуры языка русской науки, который, по мысли Гоголя, должен строиться независимо от языка “немецкой философии”. Отличительными чертами русского научного языка Гоголь признает реализм и лаконизм. Ему должна быть присуща способность не описывать, но отражать, как в зеркале, предмет. “Своим живым духом” он станет доступен всем: “и простолюдину и не простолюдину”» [15, с. 58]. Очевидно, говоря о «живом духе», ученый имел в виду «дух народа», о котором писал В. фон Гумбольдт: «...язык есть вечно изменяющееся историческое явление, взаимосвязанное с “духом народа”, который следует понимать как “национальное сознание”» [16, с. 431]. Иными словами, язык есть проявление национального сознания. Как же национальное сознание украинца проявляется в русскоязычном тексте? Каким образом возможно передать «живой дух» языка на страницах научного исследования? Как этот «дух» приспособляется к обязательным характеристикам научного изложения? Могут ли средства передачи «живого духа» одновременно эксплицировать национально-культурный компонент текста, проявляя свойства качеств-стимуляторов?

Проявлениями такого «живого духа» в научном тексте можно считать любую актуализацию национально-культурного потенциала, реализованную с помощью лингвистических средств. А поскольку общественное состояние мысли в конкретном научном тексте опосредовано воплощается в различных особенностях функционирования языковых единиц, последние и следует рассматривать составной частью культурологического проявления действительности в ткани научного повествования. В связи с чем интересны и способы выражения национальной специфики в русских

научно-гуманитарных текстах, созданных учеными-билингвами, специфики, одним из проявлений которой является использование культурем, заимствованных лексем, идиоматических выражений как речевых стереотипов, отражающих национально-языковую картину мира. При этом в качестве аксиомы рассматриваем утверждение о том, что национальное языковое оформление научной картины мира не затрагивает ее содержательную сторону, а лишь адаптирует универсальные знания к нуждам конкретного языкового сообщества [17, с.13].

А.А. Потебня, обратившись к анализу гумбольдтовской антиномии неделимого и народа, отмечал: «На народ тоже можно смотреть как на человеческое неделимое, следующее особому пути развития и требующее дополнения со стороны высшей духовной единицы, человечества» [18, с. 66]. Диалектическое отношение между философскими категориями индивидуального и общего в языке, характерное для лингвистической концепции А.А. Потебни в целом, может быть дополнено соотносимыми парами антиномий человеческое – божественное, национальное – общечеловеческое, индивидуализированное – апеллятивное, поэтическое (образное) – прозаическое (концептуальное, научное).

Есть все основания рассматривать диалектическое соотношение национального и общечеловеческого и на лингвокультурологическом уровне, отраженном в тексте научного исследования. Чем более значимым для истории, культуры, цивилизации в целом является произведение искусства или научное исследование, тем больше его национальная специфика растворяется в этнической амодальности общечеловеческих достижений.

Человек как объект, находящийся в центре гуманитарных исследований, к какому бы разделу науки они ни принадлежали, предопределяет разнообразный комплекс методов, приемов их антропологической ориентации и изучения. То есть антропологизация, характерная для современных научных исследований, является естественным первоначальным дифференциальным признаком наук гуманитарного направления. Поэтому научно-гуманитарные тексты позволяют не только применять антропологические подходы к их анализу, но и демонстрируют индивидуально-авторское представление того или иного аспекта, связанного с проблемой «человека», отображенного в его исследовании, позволяют интерпретировать автора научного исследования как языковую личность.

Применение антропологических принципов изучения научно-гуманитарных текстов позволяет, таким образом, с одной стороны, анализ выражения в тексте субъективно-авторского компонента, выраженного в данном случае включением культурем, заимствованных лексем, репрезентирующих инокультурное пространство и отражающих индивидуальные особенности культурологического освоения

действительности, с другой стороны, изучение интерпретации общечеловеческих культурных фактов в индивидуально-авторской научной картине мира. Названные уровни реализации субъективного (антропологического) компонента в научно-гуманитарных текстах позволяют нам различать и субъективно-текстовые уровни культурологического пространства текста научного исследования, которые отражают различные стороны индивидуально-авторского или коллективного национально специфического видения мира, выделяются в зависимости от средств их представления в тексте и актуализируют разные составляющие части (вневременные и временные) картины мира языковой личности ученого XIX века.

Возможность разграничения уровней культурологического пространства текста подтверждают и наблюдения Ю.Н. Караулова над структурой языковой личности, которая, в соответствии с концепцией ученого, имеет «вневременные и временные, изменчивые, развивающиеся образования». Временные образования допускают градуирование по степени общности для членов социального сообщества на каждом уровне языковой личности и определяются конкретными ролями (психологическими, физиологическими, социальными, латентными и явными), которые она исполняет.

К вневременным образованиям относятся а) общенациональный (общерусский) языковой тип и устойчивая часть вербально-семантических ассоциаций для семантического уровня организации языковой личности, б) базовая инвариантная часть языковой картины мира на лингво-когнитивном уровне, в) устойчивые коммуникативные потребности, черты, готовности на мотивационном уровне организации языковой личности. Вневременная часть в структуре языковой личности является продуктом длительного исторического развития и выступает таковой только в пределах самой личности, почему является относительной. Вспомним, что именно вневременные и инвариантные составляющие позволили выделить и определить лингвокультурную личность [19, с. 36]. Относительность вневременных, инвариантных феноменов ученый объясняет их статистической природой, фиксирующей и допускающей определенные колебания на а) вербально-семантическом (например, вариантность в фонологическом оформлении, в грамматике), б) лингво-когнитивном (колебания в базовой части картины мира, например, из-за сохранения частью населения религиозных верований), в) мотивационном (варианты коммуникативных потребностей и черт, объясняющие, например, многословность южан и молчаливость жителей севера) уровнях организации языковой личности. «Таким образом, то, что мы называем вневременной и инвариантной частью в структуре языковой личности, носит отчетливую печать национального колорита», и «все претендующие на научность рассуждения о национальном характере могут опираться только на историю. Историческое же в структуре

языковой личности совпадает с инвариантной ее частью, и тем самым мы ставим знак равенства между понятиями «историческое», «инвариантное» и «национальное» по отношению к языковой личности» [20, с.39-40].

Проанализированный материал текстов гуманитарных исследований ученых XIX в. позволил нам разграничить 1) субъективно-авторский уровень культурологического пространства научного текста, реализуемый с помощью лексико-семантических, идиоматических средств языка, избранных и включенных в текст по воле автора, репрезентирующих особенности его (автора) национального сознания, представляющий авторский вариант общепринятых языковых фактов, и 2) субъективно-коллективный, или общекультурный, уровень, реализуемый отображенными в тексте экспликаторами национального сознания, позволяющими выявить те или иные отношения, традиции, привычки, верования и т. п., выразителем которых выступает автор текста как один из носителей национально-культурных традиций. Оба уровня мы характеризуем как субъективно-текстовые: субъективные – потому что репрезентируют национально-культурный компонент субъекта познания, языковой личности, как индивидуально (вариативно) или коллективно (инвариантно) усвоенный фрагмент этносознания; текстовые – потому что оба актуализированы на текстовом уровне функционирования языка, где проявляют свое коммуникативное свойство.

Изучая проблему взаимоотношений языка и культуры, Л.Н. Синельникова говорит о двух подходах ее рассмотрения. Первый подход определяется как конкретно-исторический, поскольку соотнесен с определенным временем, государственной идеологией и политикой, второй – намечает путь к высшему единству, основывается на человеческом сознании, самосознании, сверхвременности душевного бытия, то есть понятиях, в той или иной степени сопротивляющихся императивным предписаниям извне [21, с. 40].

Выделяемый нами субъективно-авторский уровень культурологического пространства научного текста отражает конкретно-историческую ситуацию, актуализированную создателем текста и эксплицированную с помощью лексико-семантических средств, передающих историко-культурные реалии определенного временного периода. Поэтому субъективно-авторский уровень репрезентирует первый подход анализа взаимоотношений языка и культуры и реализуется с помощью временных вариативных феноменов.

Общекультурный, субъективно-коллективный, уровень культурологического пространства представляет в тексте научного исследования отображение этнокультурных ценностей, традиций, отношений как характерных особенностей, которые не имеют временных ограничений, представляют их как данность.

Литература

1. **Виноградов В.В.** Литературный язык // Виноградов В.В. Избранные труды. История русского литературного языка. – М., 1978. – С.288-297.
2. **Виноградов В.В.** Стилистика. Теория поэтической речи. Поэтика. – М., 1963.
3. **Голубенко П.** Україна і Росія у світлі культурних взаємин. – К., 1993.
4. Курс історії української літературної мови /За ред. академіка АН УРСР І.К. Білодіда. Т.1 (Дожовтневий період). – К., 1958.
5. **Русанівський В.М.** Історія української літературної мови. – К., 2001.
6. **Драгоманов М.П.** Литературно-публицистические труды: в 2-х тт. Т.1. – К., 1970.
7. **Комаров А.И.** Украинский язык, фольклор и литература в русском обществе начала XIX века // Уч. зап. ЛГУ, № 47. – Филол. науки. Вып. 4. – Л., 1939. – С. 125-158.
8. **Гудков Д.Б.** Теория и практика межкультурной коммуникации. – М., 2003.
9. **Воркачев С.Г.** Лингвоконцептология и межкультурная коммуникация: истоки и цели // Филологические науки. – 2005. – №4. – С.76-83.
10. **Тер-Минасова С.Г.** Язык и межкультурная коммуникация. – М., 2000.
11. **Бахтин М.М.** Тетралогия. – М., 1998.
12. **Лотман Ю.М.** К построению теории взаимодействия культур (семиотический аспект) // Лотман Ю.М. Семиосфера. – СПб., 2000.
13. **Герд А.С.** Введение в этнолингвистику. – СПб., 2005.
14. **Бахтикиреева У.М.** Диалог культур: о художественном билингвизме и художественном тексте национального русскоязычного писателя // Национально-культурный компонент в тексте и языке: Материалы Междунар. науч. конф.: В 3-х ч. Ч.1. – Минск, 2005. – С.235-237.
15. **Виноградов В.В.** Основные этапы истории русского языка // Виноградов В.В. История русского литературного языка: Избр. труды. – М., 1978. – С.10-64.
16. **Гумбольдт В. фон.** Избранные труды по языкознанию. – М., 1984.
17. **Корнилов О.А.** Языковые картины мира как производные национальных менталитетов. – М., 2003.
18. **Потебня А.А.** Эстетика и поэтика. – М., 1976.
19. **Маслова В.А.** Лингвокультурология. – М., 2001.
20. **Караулов Ю.Н.** Русский язык и языковая личность.– М., 2004.
21. **Синельникова Л.Н.** Язык и культура // Социолнгвистика: XXI век. – Луганск, 2002. – С. 39-44.

Статья посвящена проблеме возможного представления культурологического пространства и уровней его актуализации в научно-гуманитарных текстах авторов-билингвов – ученых XIX в.

Ключевые слова: научно-гуманитарный текст, национальное сознание, культурологическое пространство.

Стаття присвячена проблемі можливого представлення культурологічного простору та рівней його актуалізації в науково-гуманітарних текстах авторів-білінгвів – учених XIX ст.

Ключові слова: науково-гуманітарний текст, національна свідомість, культурологічний простір.

The article is dedicated to the problem of possible realization of culturological space and the levels of its actualization in liberal arts texts of bilingual authors – scientists of the 19th c.

Key words: liberal arts text, national consciousness, culturological space.

УДК 808.2 – 55:37

Л.Ф. Компанцева (г. Киев)

ЧЕРНАЯ РИТОРИКА КАК КОММУНИКАТИВНО-ПРАГМАТИЧЕСКИЙ ПРИНЦИП ОРГАНИЗАЦИИ УКРАИНСКИХ ВЫБОРОВ

Риторика – один из значимых разделов пиара. Еще в античности Аристотель определял риторику как способность находить возможные способы убеждения относительно каждого предмета. Современная политическая коммуникация характеризуется трансформацией риторических установок, пренебрежением правилами игры, что зачастую предполагает снижение значимости нравственных принципов, симулякрность общественного сознания.

Цель статьи: рассмотреть принципы организации черной риторики на примере последних событий украинской политики.

Задачи статьи: обосновать явление речевого поступка как прагматической основы любой пиаровской и риторической деятельности; определить основные принципы черной риторики и правила ее организации; исследовать концепт *ложь* как основу черной риторики.

Черный пиар и черная риторика базируются на коммуникативных свойствах языка. Каждая произнесенная фраза представляет собой в этом случае речевой поступок – поведение человека, проявленное через речь, являющееся отражением его внутренних установок и убеждений. Подобный подход основывается на следующих положениях:

Апелляция или требования, содержащиеся в нашей речи, инициируют действие, и именно это является ее основной функцией.

Наша речь помогает нам последовательно руководить своими действиями не только через перспективные целевые стратегии, но, и как ни странно, через провозглашение совершенно утопических идей, главным образом, посредством выставления оценок, вынесения суждений путем выгодной манипуляции или эффективной мотивации.

Наша речь подменяет собой действие. Например, провозглашенные пункты предвыборных программ депутатов, чаще

всего не бывают реализованы: «избранники народа» легко строят утопические планы и терпят крах при попытке их претворить в жизнь, игнорируя тот факт, что за словом должно следовать дело.

Наша речь легитимирует наши действия.

В речи мы преподносим свои поступки в выгодном свете или подводим словесную базу под собственное действие или бездействие.

Наша речь сама есть действие: всякая злонамеренная ложь, любое лжесвидетельство, каждое отдельно взятое оскорбительное высказывание, подчеркивают преступность действий, инициированных словами.

Концепт *ложь* все более актуализируется в современной коммуникации, его поле расширяется новыми компонентами, а сфера использования становится практически неограниченной – от личных до политических и межгосударственных взаимодействий. Так, на лжи как прагматической основе политической коммуникации построены многочисленные случаи манипулятивного воздействия на электорат, зафиксированные на украинских выборах 2007 года. Например, во Львовской области были частыми случаи раздачи различных листовок, направленных против Блока Юлии Тимошенко и содержащих одобрительную оценку Виктора Ющенко. Кроме того, в области зафиксировано распространение книги о Ю. Тимошенко с негативной информацией о лидере БЮТ. В то же время, в Харьковской области без исходных данных распространялась газета «ТАК» (провокационно-националистического содержания), а также листовки с портретами Ю. Луценко и Ю. Тимошенко с надписью «Палачи Кушнарева». Все эти листовки и книги имели реквизиты несуществующей типографии. В самом Харькове раздавались фальшивые приглашения на встречу с Ю. Луценко. На этих приглашениях была надпись «ОУН – УПА герля всех», написанная таким же шрифтом, как и реклама блока «Наша Украина – Народная Самооборона» (НУНС) «Закон один для всех». В Житомирской области зафиксирована раздача нижнего белья с символикой БЮТ, более того, раздавали эти вещи как бы от имени блока. В то же время, информации о распространении таких вещей в БЮТ не подтвердили. В Чернигове накануне визита Ю. Луценко в городе большим тиражом был распространен плакат с изображением звезды Давида и подписью «Моя предвыборная программа – Давид Жвания». На этом плакате также изображен лидер блока НУНС, показывающий непристойный жест. А в Тернопольской области, также накануне визита Ю. Луценко, распространялся плакат с надписью «Народный самообман» с изображением сжатого кулака, показывающего избирателям дулю. В Николаевской области была распространена листовка-карикатура со стихом «Клятва Януковича братве».

Трансформация нравственных установок, ложь как основа речевых поступков привели к трансформации коммуникативных техник. Так, изменилось само понимание риторики. На современном этапе ее

коммуникативные составляющий формируются в абсолютно другом регистре, приобретая черную окрашенность. Трансформируется традиционное понимание риторики как искусства общения; науки об эффективном применении речевых компонентов во время публичного общения; совокупности технических приемов, позволяющих добиться коллегиального решения в свою пользу либо просто выбить почву из-под ног оппонента. Лингвисты, ПР-технологи вводят в терминологический аппарат прагматики понятие черная риторика.

Черная риторика – манипулирование всеми необходимыми риторическими, диалектическими, эристическими и рабулистическими приемами для того, чтобы направлять беседу в желательное русло и подводить оппонента или публику к желательному заключению или результату.

Специалисты по черной риторике определяют ее как «облеченную в слова доминанту победителя, убедительную благодаря последовательному использованию всех средств и инструментов, доступных в языковой сфере: вербальных, паравербальных и невербальных, т.е. речевых, телесно-речевых сигналов и сигналов, сопровождающих речь» [1, с. 9]. При обращении к коммуникативным техникам, методам и инструментам следует учитывать, что сами по себе они нейтральны; честными или нечестными они становятся лишь при их использовании, превращаясь в белую или черную риторику.

Харизма, способность порождать этос (эффективное состояние получателя информации) обаятельность, ироничность, тактическая гибкость, умение возбуждать интерес к любому предмету речи, умело опираться на простейшие зрительные эмоции, доверчивость обывателя и одновременно угождать интеллектуалу – обязательные черты имиджа современного популярного политика [2, с. 185].

Тем не менее, красноречие современного политика не всегда является проявлением нравственности. «Античная риторика и выросшая на ее традициях русская риторика образ ратора оценивали всегда с позиций нравственности и этики. Кроме того, античная риторическая этика не знала понятия закулисная фигура, не предполагала, что коммуникативный риск стоит больших денег» [3, с. 183].

«Искажение» правил риторического диалога в черной риторике можно усмотреть в нежелании слушать и слышать другого, в презумпции недоверия к оппоненту, в навязывании ему формы и ритма общения, в нежелании выбрать полноценную для обеих сторон общность. Известный публицист и журналист Вольф Шнайдер описал суть политических процессов, приводящих к трансформации риторики в черную риторику. «Техника обольщения – главными пользователями которой сегодня становятся реклама и пропаганда – вначале называлась риторикой, изобрели ее греки. И громче всего она звучала на афинских и римских форумах, позже – в британской палате общин, во французском национальном собрании и в берлинском Дворце спорта. При этом тот

факт, что искусство говорить есть искусство уговаривать, не только не оспаривался, но и преподносился как нечто само собой разумеющееся во все времена – от Аристотеля и Цицерона до Шготтшеда, Геллерта и Вальтера Йенса; единственное, что требовалось от оратора, – служить справедливости... Таким образом, после молитвы и приказа риторика составляет третью большую область языка, которая не информирует, а скорее, образует внушающую ужас пропасть. Практически все речевые приемы, которыми пользовались Гитлер и Геббельс, были известны еще в античных школах красноречия» (Цит. по: [4, с. 93]).

В современной теории коммуникаций разработаны принципы организации черной риторики. Наиболее полно они сформулированы в книге «Черная риторика» Карстена Бредмайера. По К. Бредмайеру, черная риторика – это умение манипулировать всеми риторическими средствами и методами для воздействия на личность или аудиторию; отличать в каких контекстах и при каких обстоятельствах аргументы коммуникантов ничего не значат или, наоборот, являются решающими; устранять противоречия и давать «красную нить» каждому разговору; превращать негативное мышление и поведение собеседника в позитивное и конструктивное; находчиво и элегантно устранять ловушки; в конфронтационных ситуациях вести себя уверенно [5, с.7].

Принципы организации черной риторики таковы:

черная риторика заключается в использовании личностью речи во благо себе; с ее помощью иерархиизируются ситуации, всякую иерархию исключают; определяются, а за тем нарушаются содержательно-аргументативные границы, искусственно создаются проблемы;

черная риторика – это непрерывные просьбы предложить конструктивное решение и оказывающее информационно-психологическое воздействие отрицание любых таких предложений;

черная риторика – это искусство управления словами с использованием всех коммуникативных возможностей языка и способностей говорящего, зачастую с целью нарушить ход мыслей собеседника.

Основные правила черной риторики:

ОН или Я – все послания нужно производить от первого лица, чтобы продемонстрировать свою значимость и свою позицию. Философы рассматривают современную социально-политическую ситуацию как неопределенную, и эту неопределенность соотносят с боязнью личности, социальной группы, отдельного политика делать заявления от собственного имени и отвечать за них или боязнью идентифицировать аудиторию, чтобы та, с течением времени, не потребовала отчета о провозглашенных и заявленных декларациях. «Мы стремимся к определенности, но при этом предпочитаем не обозначать ту группу, от имени которой хотели бы говорить. Ведь только так мы вправе утверждать: наше суждение – не специфическая групповая позиция.

Избегая определения себя и другого, мы с большим или меньшим успехом создаем видимость рассуждений лишь о существовании дела – так, будто нашими устами глаголет милосердный к немногим абсолютный дух» [6, с. 97].

В предвыборной кампании мэра Киева актуализировались несколько животрепещущих для киевлян вопросов, ставших отправной точкой предвыборных конфронтационных диалогов: дороговизна жизни, несанкционированные застройки, социальные гарантии горожанам. Каждый кандидат использовал все эти проблемы для создания манипулятивного предвыборного дискурса, в результате чего реальная ситуация становилась еще более запутанной.

О несанкционированных застройках. Соратники Л. Черновецкого называли имена застройщиков, «которые прячутся за спинами распиаренных «пятерок» БЮТ, Блока Кличко и НУ – НС». «Цены на места для застройщиков в списках БЮТ доходили до 5млн. дол. И желающие нажать на столичном бюджете активно платили эти деньги» (Вечер. Киев от 8 – 11.05.2008, №5). В предвыборной программе А. Турчинова было отмечено: «Любая застройка возможна лишь в суровом соответствии с генеральным планом. С первого дня работы новой местной власти будет остановлено бесконтрольное деление земли, а также возвращены земли, украденные у киевлян». В предвыборной листовке партии «Наша Украина – Наша Самооборона» было заявлено: «Мы поставим надежный барьер на пути коррупции. Будет остановлен «дерибан» киевской земли и имущества».

Социальная помощь ветеранам и малоимущим. Блок Л. Черновецкого: «Ветераны войны будут лечиться абсолютно бесплатно. Для этого мэр Киева Леонид Черновецкий выделил миллион грн.» (Вечер. Киев от 8 – 11.05.2008, №5) – Блок А. Турчинова: «Надбавка не из кармана мэра, а от городской общины. Доплаты, которые получают сегодня киевляне, могли бы быть большими, если бы не масштабная коррупция, которая развернулась в Киев граде» (Политобоз: Спец. вып., 2008, №3).

Таким образом, все кандидаты и их блоки для создания ПР-текстов использовали одни и те же иллюкативные установки (победа на выборах за счет уничтожения противника: Он или Я) и сходные концептуальные системы (патриотизм, память, сострадание, честность, родина). Содержание концептов также было идентично для всех программ. В предвыборном дискурсе мы наблюдаем сокрытие правды или полуправду, подмену тезиса, необъективную аргументацию, прикрытие фактичностью, – все эти явления позволяют сделать вывод о том, что прагматической основой предвыборного дискурса является ложь.

2. Использование самоиронии – стилистической фигуры, предлагающей реципиенту трансформировать смысл услышанного с точностью до наоборот. Достаточно редкий прием в украинской

политической коммуникации, используется в ситуациях, не требующих принципиального выражения позиции. «Когда я с братьями выяснял отношения, отец проводил разбор полетов для всех. Один из первых таких разборов дал хороший результат – я бросил курить в шесть лет» (Виктор Пинзеник об особенностях своего воспитания); «Дай Бог, чтоб меня посадили. Лучше, чем сидеть с ним, посижу в зоне с нормальными людьми. И желательно, в те зоны, где сидел Янукович. Ленинскими местами похожу» (Ян Табачник, балотирующий в Верховную Раду о Николае Томенко); «Я рада, что у меня нет детей, а мой кот не может кататься на мерседесе. Редко кто из высокопоставленных людей может контролировать своего ребенка, который понял, что может жить красиво» (В. Надворская о скандале вокруг сына В. Ющенко).

3. Острая меткая цитата в нужное время дороже золота... но еще лучше повторение собственной основной мысли. Перед каждым разговором, выступлением, встречей необходимо иметь в запасе одну «забойную» фразу, которая бы содержала смысл всего сказанного. Именно эта фраза может послужить опорой, с помощью которой говорящий сможет устоять на ногах в любой критической ситуации и неблагоприятной дискуссии. Эта фраза может укрепить позицию говорящего и увеличить силу его выступления. «Бойтесь «черновецких», дары приносящих, или берите и не благодарите, так как возвращают у вас же украденное» (Политобоз: Спец.вып., 2008, №3). «Киев «почерновецкому» – столица бомжей и олигархов?» (Политобоз: Спец.вып., 2008, №3); «Тимошенко сняла портянки и пошла в баню», «Тимошенко отправилась в баню» (о посещении Ю. Тимошенко донбасских шахт – www.unian.net/rus/news/news).

4. Удачное определение роли невозможно переоценить. Режиссируйте свои выступления. В этом свете логичным выглядит замечание немецкого социолога Вольфа Лепениеса, занимающегося проблемами культуры и политической истории: «Хорошей идеи недостаточно. Критическое значение имеет постановочное решение. В политике нужна поза» [7]. Наиболее удачно срежиссированы политические роли в БЮТе. Даже информация, предлагаемая пробютовскими СМИ, выстроена на основе ранжирования ролей. Так, в специальном выпуске «Политобоза», посвященного кандидату в мэры Киева от БЮТа А.Турчинову приведен фотоколлаж с ролевой идентификацией кандидатов в мэры – «Трое из ларца: умный, сильный и ушлый» (Политобоз, 2008, №59), где роль умного отведена А. Турчинову, сильного – В. Кличко, ушлого – В. Черновецкому. Фотографии подобраны соответствующие ассоциативному ряду. Краткие, емкие характеристики завершают идентификацию политических ролей. «Турчинов – это выбор тех, кто хочет видеть во главе столицы не политика или шоумена, а управленца и хозяйственника, который молча возьмется за дороги, канализацию, водопровод, озеленение и борьбу с коррупцией в Киеве»; «Кличко – это, в первую

очередь, не политик, а звезда, чью знаменитость сейчас стараются конвертировать в голоса избирателей»; «Градоначальник умело манипулировал депутатами и создавал большинство для эффективной раздачи коммунальной собственности и земель города. Простым жителям столицы давалась «косточка» в виде денежных надбавок для малоимущих граждан». Роли кандидатов предложены также в традиционной игровой манере: сильный, умный положительный герой своего времени (управленец, хозяйственник, не-шоумен, не-политик, будет больше делать, чем говорить) – сильный, но глупый персонаж и потому вызывающий симпатию, но не мыслимый в роли лидера (звезда, знаменитость) – антигерой (градоначальник – апелляция к М.Е. Салтыкову-Щедрину; манипулировать, раздача земель, «косточка» простым гражданам).

5. «Говори правду!» означает: нужно всегда говорить правду, но говорить правду следует не всегда. Специалисты в области коммуникации называют это «селективной правдой». Чтобы избежать прямого ответа на нежелательный вопрос рекомендуется использовать остроумие, иронию и находчивость. Именно такая реакция, по мнению К. Бредмайера, является доказательством личностной зрелости. Так, известно заявление В. Ющенко о том, что он не допустит эскалации конфликта с Россией, предложив совместно с представителями России обсудить списки тех лиц, которым не позволено будет въезжать на территории государств. «Я хочу, чтобы были сделаны выводы как с украинской, так и с российской стороны. Потому что речь идет не об отдельном гражданине. У нас сложились прекрасные отношения между народами и их необходимо беречь. Я знаю, как они ранимы, если мы не будем реагировать на различные инциденты». После этого заявления через несколько дней на территорию Украины не пустили российского политолога Олега Дугина, который ехал на фестиваль «Великое русское слово».

6. Учитесь находить слова в любых ситуациях, старайтесь сохранить инициативу. По мнению пиар-специалистов, худшее, что может случиться с политиком, это если во время его выступления кто-то вырвет инициативу из его рук. «Никогда не молчи!» – вот девиз успешного политика, но он предполагает наличие в сознании определенных шаблонов, специально разработанных для критических ситуаций. «Депутат Заяц, не прыгайте по залу» (замечание И.Плюща оппоненту в момент агрессивных дискуссий в Раде, февраль, 2007); «Обидеть боксера может каждый, но не каждый может успеть извиниться» (ответ В. Кличко на некорректное замечание журналистов, март, 2008). Журналисты и ПР-технологи отмечают умение выйти красиво из некрасивой ситуации как один из показателей профессионализма политика. Так, в одном из интервью С. Пояров на вопрос «Не обижаются ли на Вас политики за резкие высказывания в их адрес» ответил: «Обидился лишь один человек – Азаров. Обидился аж

до покраснения. Каждый политик должен знать, что умение выбираться из тяжелой ситуации – одно из его профессиональных качеств. Если он не умеет красиво выйти из некрасивой ситуации – значит он не профессиональный политик. Вот Юлия Владимировна – не важно, какая политическая погода во дворе, «мочат» ее, или чешут за ушком, она из любой ситуации выдавит максимум, и имея актерский дар, все повернет на пользу себе. Учитесь, политики, у Юлии Владимировны не обижаться на телеведущих» (www.obozrevatel.com/news).

7. Играйте возможностями языка. Это демонстрирует вашу уверенность в себе. Так, например, на вопрос, весьма популярный в предвыборный период в Киеве «кто съел мясо» все политические партии Украины отвечали по-своему. «Кто съел наше мясо? Балоба, Черновецкий, Кильчицкая...» (Политобоз: Спец.вып., 2008, №3); «У Тимошенко мясо второй свежести. Украинцы недовольны мясом от Тимошенко» (uaport.net/UAnews/go.php?); «Тимошенко знает, кто ворует мясо из борща» (ura-inform.com/politics.)

8. Немедленно пресекайте любые попытки вербальной провокации. Этот прием особенно удается Юрию Луценко, чьи едкие замечания, обычно оставляют противников в растерянности и прекращают вербальные провокации. Один из основных риторических приемов, который использует политик – апелляция к историческим фактам, использование их в качестве прагматической основы создания комического эффекта. «Мне иногда кажется, что Евангелие ошибается. Иуда не повесился. Он просто изменил фамилию и пошел работать спикером украинского парламента...» (об Александре Морозе); «Теоретически возможно все. Как говорит большая Камасутра, безвыходных позиций не бывает» (о формировании парламентской коалиции); «Николай Николаевич (Рудьковский) вступил в соцсоревнование с Сидором Колпаком по количеству железнодорожных аварий. Необходимо ему сообщить, что война закончилась» (об экс-министре транспорта Николае Рудьковском); «С таким же успехом господин Янукович и господин Мороз могут собрать Центральный Совет времен Грушевского и проголосовать "Универсал"» (о попытках созыва внеочередной сессии парламента)

9. Иногда стоит оставить противную сторону «стоять под дождем», т.е. не принимать извинений. Принятые извинения часто приводят к тому, что человека это ничему не научит, и ситуация может повториться. Этот совет, предложенный К. Бредмайером, для украинских политиков остается практически невыполнимым, потому что украинская политическая риторика вообще не предполагает такой фигуры как извинение. Весьма показательны в этом отношении данные Интернета. Так, на запрос «извинения украинских политиков» поисковая система «Яндекс» в 93 % случаев предлагает реакцию «требовать извинений» или «настаивать на извинениях», «не собирается просить» («Газета Ахметова не собирается просить прощения у Балоба». –

uzhgorod.net.ua/news/; «Тему извинений необходимо закрыть. Украинские политики не любят разговаривать на темы, которые для них небезопасны». – www.kipiani.org/samizdat/). Реакции «приносить извинения» встречаются в основном только в тех контекстах, где речь идет об иностранных партнерах, которые приносят Украине извинения за что-либо («Федеральный канцлер Германии Герхард Шредер попросил извинение от имени всех немцев у украинского народа за страдания, причиненные во время второй мировой войны». – ua.for-ua.com/ukraine/)

Итак, черная риторика – это манипулирование всеми необходимыми риторическими, диалектическими, эристическими и рабулистическими приемами для того, чтобы направлять беседу в желательное русло и подводить оппонента или публику к желательному заключению и результату. Черная риторика представляет собой способ лингвопсихологического воздействия на личность, которым каждый политический лидер должен владеть вне зависимости от того, использует он его в своей коммуникации или нет. Агрессивность, стратегическая нацеленность на победу, манипулятивность определяют популярность черной риторики в современной украинской политической коммуникации.

Литература

1. **Бредмайер К.** Черная риторика: Власть и магия слова. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. – 224с. 2. **Синельникова Л.Н.** Современный «черный пиар» как манипулятивный дискурс //Жизнь текста или Текст жизни. – Луганск: Знание, 2005. – Т.3. – С.182–188. 3. Там же. 4. **Бредмайер К.** Черная риторика: Власть и магия слова. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. – 224с. 5. Там же. 6. Там же. 7. **Lepenies W.** Die drei Kulturen. Soziologie zwischen Literatur und Wissenschaft. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt, 1988.– www.ihs.ac.at/pdf/soz/class_schedule_schulzsch.pdf.

В статье рассматриваются принципы организации черной риторики на примере последних событий украинской политики; обосновывается явление речевого поступка как прагматической основы любой пиаровской и риторической деятельности.

Ключевые слова: манипулятивные технологии, ПР, прагматика, речевой поступок, черная риторика.

У статті розглядаються принципи чорної риторики на прикладі останніх подій в українській політиці; обґрунтовується явище мовного вчинку як прагматичного підґрунтя піаровської та риторичної діяльності.

Ключові слова: манипулятивні технології, ПР, прагматика, мовний вчинок, чорна риторика.

In the article principles of the organization of black rhetoric are considered by the example of last events of the Ukrainian policy; the phenomenon of a speech act as pragmatical basis anyone PR and rhetorical activity is proved.

Key words: manipulation technologies, PR, pragmatist, speech act, black rhetoric.

УДК 811.161.1

Л.Н. Песорина (г. Измаил)

ЮМОР КАК АКТ КОММУНИКАЦИИ

В настоящее время парадигма научного знания в лингвистике смещается в сторону изучения языка говорящими в коммуникативных и социокультурных ситуациях, с учетом прагматической компетенции говорящих. Изучение юмора как лингвистического и социокультурного явления представляет собой бурно развивающуюся отрасль. Несмотря на значительный объем литературы по данному вопросу, многое по прежнему остается неясным и в самой природе юмора, и в его восприятии, и в плане национальных и индивидуальных особенностей его проявления. Юмор как особый модус видения мира является ценным приобретением человечества. Выраженность юмора в лингвистической форме, будь то письменные макро- и микротексты или устные реплики коммуникантов, привлекали и будут привлекать внимание исследователей языка.

Целью статьи является рассмотрение основной проблематики юмора как одной из важнейших форм осмысления и оценки действительности, способа позитивного воздействия на аудиторию в процессе общения.

Объектом исследования является языковой юмор как особый способ передачи информации. Предметом – характеристика «юмористического акта», определение основных функций юмора в обществе.

Обзор научной литературы по проблеме показывает, что разные авторы изучали юмор с разных точек зрения, преследуя разные цели и исходя из разных посылок. Так, например, М.Минский в свою очередь, отмечает, что юмор стоит на службе многих потребностей и затрагивает различные механизмы. У юмора нет четких естественных границ, поскольку лежащие в его основе явления сами перекрываются и взаимодействуют друг с другом [1, с. 298]. В нашей работе мы разделяем мнение М.А. Кулинич, которая трактует юмор как *особого рода*

мироощущение, который находит свое выражение в языке и через язык, он возможен только в человеческом обществе. [2, с. 32-33].

Гелотологическая теория (от греческого *gelos* – смех) определяет юмор как полимодальное и полифункциональное явление. Основные функции юмора в обществе можно обрисовать следующим образом.

Эстетическая функция реализуется в том, что юмор и смех самоценны, человек шутит шутки ради, ради игры, отдыха и развлечения.

Социализирующая функция – способность индивидуума чувствовать и выразить смешное, определяемое особенностями национального характера, культурными традициями, социальным устройством. Юмор и объект юмористического обусловлен лежащей в основе языкового мышления ценностно-концептуальной парадигмой, системой координат духовного пространства языковой личности, носящей глубоко национально-специфический характер.

Коммуникативная функция связана с нормализацией межличностного общения: ослабление негативных эмоций в стихии игры.

Катарсическую функцию выполняет смех над собой, над собственным горем. Происходит преодоление себя, очищение и возрождение посредством юмора.

Функция саморегуляции заключается в том, что человек с чувством юмора способен расширять и сжимать «рамку», через которую он смотрит на мир.

Творческая функция юмора – человек упражняет те свои качества и способности, которые лежат в основе любой творческой деятельности, т.е. соединяет раннее не связанные между собой факты и измерения опыта, чтобы достичь более высокого уровня мыслительной эволюции [2, с. 34-35]. Вышеназванные функции тесно переплетены и проявляются в любой конкретной единице юмора.

Общение людей, способ передачи информации традиционно рассматривается в рамках *коммуникативного акта*, который, по мнению Ф.С.Бацевич, включает участников коммуникации (адресанта, адресата) как носителей социальных ролей, психических, психологических и других черт, духовных, эстетических идеалов, когнитивных особенностей и множество других факторов; элементы языкового и паралингвального кодов; констатирующие элементы общения; сообщение, объединяющее коммуникантов и другие составные. Коммуникативный акт – это обобщенная схема, определенная структура, в рамках которой можно рассматривать любое общение [3, с. 126]. Юмор, в свою очередь, представляет собой особый способ передачи информации, предполагающий коммуникацию, в процессе которой и возникает юмористический эффект. По аналогии с речевым актом (Серль, 1986) можно внести понятие «юмористический акт» (Raskin,

1985). Юмористический акт определяется как индивидуальное проявление стимула на нечто смешное или забавное.

Перейдем к основным характеристикам юмористического акта:

1. В акте должны участвовать тот, кто шутит, и респондент, т.е. говорящий/слушающий(е), конференсье/аудитория, писатель / читатель, персонаж А /персонаж В. Вместо говорящего может быть писатель, радио, телевидение и пр., а вместо слушающего – читатель, радио- и телеаудитория. Может быть один участник, который физически присутствует, когда происходит нечто смешное. Обычно это слушатель, адресат юмористического стимула. Присутствие адресата и делает юмористический акт таковым, просто потому, что адресат смеется.

2. В юмористическом акте должно что-то произойти. Нужно произнести фразу, создать или осознать ситуацию, т.е. нужно представить новый стимул, на который будет реакция. Но реакция будет зависеть от жизненного опыта слушателя, от его психологического типа, ситуативного контекста и общества, в рамках культуры которого и происходит юмористический акт. Последний можно определить как функцию юмора. М.А.Кулинич предлагает следующую формулу юмора:

Ю (Г, С, Ст, О, П, Си, Об) = X, где X= С(мешно) или ХН(е смешно)

где Г – говорящий, С – слушающий, Ст – стимул, О – опыт, П – психология, Си – ситуация, Об – общество.

В успешном юмористическом акте $X = C$. Если шутка не срабатывает, то $X = H$. Эта функция X принимает только два значения: ноль (Не смешно) и единица (Смешно).

Элементы формулы, как отмечает исследовательница, зависят как от говорящего, так и от слушающего: для понимания юмора необходимо, чтобы у обоих был один и тот же социальный и психологический опыт. Если допустить, что в языковом юморе стимул всегда есть текст (Т), то функция языкового юмора (ЯЮ) будет выглядеть следующим образом:

ЯЮ (Г, С, Т, Ог, Ос, Пг, Пс, Си, Об г, с) = C [2, с. 74-75].

Основные трудности понимания юмора связаны с некоторыми аргументами этой функции. Например, *опыт говорящего* не совпадает с *опытом слушающего*.

Разные *психологические типы* говорящего и слушающего также будут препятствовать пониманию юмора: если слушатель доверчив, он может поверить в невероятное сообщение или парадокс (т.е. рассматривать любой речевой акт, в том числе и юмористический, как подлинную коммуникацию):

Der Richter verurteilt den Angeklagten mit den Worten: «Und nun hoffe ich, Sie das letzte mal gesehen zu haben».

«Wieso, Herr Vorsitzender? Gehen Sie etwa in Pension?» [4, с.5].

Судья выносит приговор обвиняемому и обращается к нему со словами: «И я надеюсь, что вижу Вас в последний раз».

«Господин председатель, Вы уходите на пенсию?»

Ситуативный контекст во многом определяет, будет ли смешно слушающему, то что считает смешным говорящий. С ситуативным контекстом тесно связан последний аргумент функции языкового юмора – *культура общества*, к которому принадлежит говорящий и слушающий. Юмор в любом обществе является одним из средств идентификации, способом выражения эмоций, способом развития связей между людьми. Изучение юмора как элемента культуры способствует пониманию как собственной, так и чужой культуры, разницы в трактовке образов самого себя и других. В юморе проявляется национальный характер, отражающий исторический опыт народа.

Следует отметить, что актуальность всех вопросов, связанных с культурой, приобрела в настоящее время небывалую остроту. Так, С.Г. Тер-Минасова отмечает «повышенный интерес к изучению культур разных народов, выдвижение на передний план культурологии, еще недавно влачившей жалкое существование на задворках истории, философии, филологии.., поток публикаций на тему диалогов и особенно конфликтов культур, создание обществ, ассоциаций, объединяющих исследователей проблем культуры.., наконец предсказание о третьей мировой войне как войне культур и цивилизаций – все это свидетельствует о настоящем буме, взрыве интереса к проблемам культуры» [5, с. 18].

Следует подчеркнуть, что прежде всего, *смеховые ситуации* различаются в *разных культурах*, поэтому если слушатель и говорящий принадлежат к разным культурам, то слушатель будет оценивать чужой юмор как приемлемую/ неприемлемую ситуацию, а составляющие этих ситуаций как входящие /не входящие в парадигму юмора. Например, в европейских странах ситуация «пьяный за рулем» и совершаемые им в состоянии опьянения необъяснимые с точки зрения логики поступки входят в парадигму юмора. Для мусульманских стран, где алкоголь запрещен религией, ситуация такого типа будет совершенно не смешна М.А Кулинич, в качестве примера, приводит следующий анекдот:

Two drunks were driving up the main street unsteadily, crashed into a store window and knocked everything flying. A fashion-model dummy leaned through the broken plate glass. The driver hiccupped angrily to his companion and drawled: «Shee ... what did I tell you – a lousy woman driver».

Двое пьяных на машине врезались в витрину магазина и разбили ее. В разбитое стекло машины упал женский манекен из витрины. Водитель сердито сказал своему приятелю: «Ну, и что я тебе говорил – какая-то дура за рулем, водить не умеет» [2, с. 76].

Лингвокультурная специфика юмора осознается, прежде всего, в ситуациях *непонимания* юмора вследствие недостаточной компетенции в межкультурном общении. Выделяются следующие форманты непонимания: непонимание, связанное с незнанием реалий той или иной культуры, непонимание принятых в данной культуре этикетных норм, непонимание глубинных ценностей другой культуры [6, с. 12-17].

Согласно теории коммуникативной правильности, всякий разговор – это некое соглашение, куда входит определенное поведение посредством речевых актов. Когда это соглашение нарушается (невольно или преднамеренно), результатом будет комический (юмористический) эффект.

«Herr Ober, was macht die Fliege in meiner Suppe ?»

«Sieht nach Rückenschwimmen aus, mein Herr»[4, с. 27].

Посетитель ресторана: Официант, что эта муха делает в моем супе?

Официант: Кажется, плывет кролем.

Вопрос обедающего в данном случае есть жалоба, выражение недовольства, а не запрос об информации, хотя официант предпочитает интерпретировать его слова именно так, т.е. игнорирует прагматику слов и привлекает внимание к их референциальному значению.

С точки зрения видов коммуникации можно выделить настоящую (серьезную) (*bona fide*) и ненастоящую (несерьезную) (*non-bona fide*). Серьезная коммуникация регулируется «принципом сотрудничества» П. Грайса: говорящий должен придерживаться истины и релевантности высказывания, слушатель об этом знает и воспринимает произнесенный текст как истинный и релевантный, т.к. верит говорящему.

Юмор (шутку) М.А. Кулинич предлагает рассматривать как несерьезную коммуникацию, где возможны четыре варианта:

- 1) говорящий шутит ненамеренно,
- 2) говорящий шутит намеренно,
- 3) слушатель не ожидает шутки,
- 4) слушатель ожидает шутку.

В (1) говорящий включен в серьезный, несущий информацию подлинный акт коммуникации. Его намерение – сделать недвусмысленное заявление, двусмысленность возникает ненамеренно и неконтролируемо. В серьезной коммуникации возможен как вариант (1) + (3), когда говорящий не имеет намерения пошутить, и слушатель не ожидает шутки, так и вариант (1) + (4) например, когда говорящий, известный своим юмором (комический актер, писатель-сатирик и др.) говорит совершенно серьезно, а слушатель из-за сложившегося стереотипа настроен услышать шутку, и видит и слышит ее там, где ее нет..

В (2) говорящий знает, что происходит перекрывание сценариев и вследствие этого – частичная или полная неоднозначность, и все равно продолжает говорить. Другими словами, он действует в рамках несерьезной коммуникации (ложь, игра, лицедейство). Цель такого способа коммуникации – не донести какую-нибудь информацию в произносимом им тексте, а создать особый эффект с помощью этого текста, а именно, заставить слушателя рассмеяться.

В (3) слушатель не ожидает шутки и сначала интерпретирует высказывание говорящего как отвечающее требованиям серьезной

коммуникации. Когда такая интерпретация не срабатывает, он будет искать другую, что приведет его в другой «режим» – рассказывания шуток.

В (4) слушатель определенным образом настроен на шутку и либо понимает ее как шутку, без усилий, либо делает усилие ее понять. При совпадении (2) и (4) оба настроены на юмор и друг на друга. Оба участвуют в коммуникации в одном режиме, по принципу сотрудничества.

Подводя итоги нашего исследования, мы пришли к выводу о том, что после серьезного общения, юмор есть наиболее социально приемлемая форма коммуникации. В связи с этим, мы разделяем мнение М.А. Кулинич, предложившей постулировать некую расширенную форму коммуникации: **настоящую-и-с-юмором (bona-fide-cum-humor)**.

Литература

1. **Минский М.** Остроумие и логика когнитивного бессознательного // Новое в зарубежной лингвистике. – Вып. XXIII. Когнитивные аспекты языка. – М.: Прогресс, 1988. – С. 281-309.
2. **Кулинич М.А.** Лингвокультурология юмора (на материале английского языка). – Самара: Издательство СГПУ, 2004. – 264 с.
3. **Бацевич Ф.С.** Нариси з комунікативної лінгвістики: Монографія. – Львів: Видавничий центр ЛНУ ім. Івана Франка, 2003. – 281с.
4. **Bornheim В.** Das Superbuch der Witze. – München: Bassermann Verlag, 2003.- 385 S.
5. **Тер-Минасова С.Г.** Язык и межкультурная коммуникация: Учебн. пособие для студентов, аспирантов и соискателей по спец. “Лингвистика и межкультурная коммуникация.” – М.: Слово, 2000. – 262 с.
6. **Карасик А.В.** Лингвокультурные характеристики английского юмора: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Волгоград, 2001. – 24 с

Проблема юмора как акта коммуникации исследуется с позиции коммуникативной прагматики. В статье рассматриваются главные функции юмора в человеческом обществе. Предлагается характеристика юмористических актов.

Ключевые слова: коммуникативный акт, функции юмора, характеристика юмористических актов.

Проблема гумору як акту комунікації досліджується з позиції комунікативної прагматики. У статті розглядаються головні функції гумору у людському суспільстві. Пропонується характеристика гумористичних актів.

Ключові слова: комунікативний акт, функції гумору, характеристики гумористичних актів.

The problem of humor as an act of communication is examined from position of communicative pragmatics. The article deals with the main functions of humor in the human society. The characteristic of humor act is proposed.

Key words: communicative act, functions of humor, characteristic of humor act.

УДК 811.161.1 – 42

Д.В. Колода (г. Харьков)

СРЕДСТВА СОЗДАНИЯ ДИАЛОГИЧНОСТИ В ПОЭТИЧЕСКИХ ТЕКСТАХ ЮРИЯ ЛЕВИТАНСКОГО

Важность изучения диалога выделяли многие ученые, среди которых Л.П. Якубинский, Л.В. Щерба, М.М. Бахтин. В.В. Виноградов подчеркивал: «Вопрос о строении диалога, его функциях и правилах движения в индивидуальном стиле <...> – одна из важнейших проблем изучения стилей художественной прозы» [1, с. 85]. Этот тезис является верным и для поэтического текста (ПТ).

Многие лингвисты изучали разные аспекты диалога (М.М. Бахтин, В.В. Виноградов, Л.П. Якубинский, И.И. Ковтунова, Е.П. Карпенко и другие). Так М.М. Бахтин в работе «Проблемы творчества Достоевского» представляет свое видение проблемы диалога. Учёный считает, что любая речь – это диалог, диалог с сущностью, с иным лицом, с собой и т.д. Соответственно, любой текст – это также диалог с читателем или с другими текстами. Он расширяет понятие диалога еще дальше – сама жизнь диалогична, коммуникативна. Используя теорию диалога М.М. Бахтина, мы, однако, сужаем это понятие для детального анализа исследуемых текстов.

В 1979 году в статье З.В.Валюсинской анализируются работы, которые посвящены изучению диалога на данный момент. Далее история изучения диалогической речи не была предметом описания. Однако последующие публикации о самом предмете диалогической речи разрабатывают теорию диалога. Но по сей день остаются вопросы недостаточно исследованные, требующие тщательного изучения.

Одной из таких проблем является вопрос о признаках диалогической речи. В статье «О диалогической речи» Л.П. Якубинский перечисляет некоторые характерные признаки диалога: наличие нескольких собеседников; принцип «акции» и «реакции» или реплицирование («говорение данного собеседника чередуется с говорением другого <...>, взаимное прерывание характерно для диалога вообще» [2, с. 35]); зрительное и слуховое восприятие и, в связи с этим,

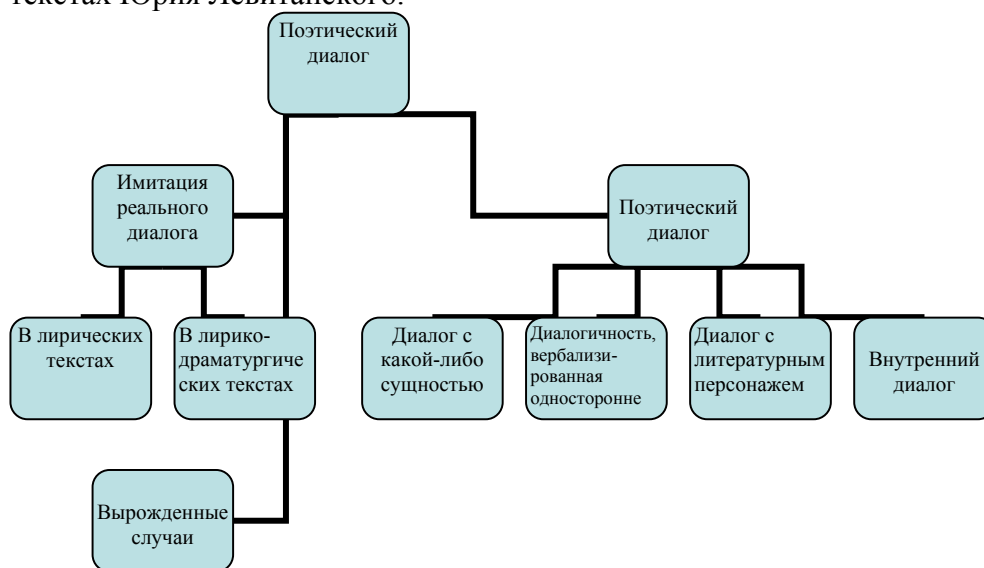
особая роль мимики и жестов; определённый объем отрезков речи; высокий темп речи; шаблонность речи.

Диалог свойственен разговорной речи и при его воссоздании в речи художественной сохраняет многие свойства: обилие восклицательных предложений, определенная структура фраз, неожиданные переходы от одного вида предложений к другим. В.В. Виноградов говорит, что для лингвистики проблема соотношений, связей и смещений форм устной и письменной речи – одна из существеннейших как в сфере стилистики речи, так и в области художественной литературы [1, с. 17-18].

И наш анализ базируется именно на этих теоретических основаниях. Проанализировав диалогическую речь в поэтических текстах Левитанского, мы стремимся описать диалог в художественном тексте как речевую сущность, совмещающую свойства письменной и разговорной речи.

И.И. Ковтунова, исследуя диалогическую речь в лирических текстах, показывает «сильные» и «слабые» признаки диалога [3, с. 61-62]. К «сильным» исследователь относит признаки, вызывающие реакцию собеседника (на повеление, вопрос), а к «слабым» – формы, не требующие определённой реакции со стороны адресата (второе лицо, обращение). Опираясь на подход И.И. Ковтуновой, мы предлагаем свою классификацию поэтического диалога на материале текстов Юрия Левитанского.

Тексты Юрия Левитанского анализируются с точки зрения наличия диалога и диалогичности (черт и характеристик диалога в лирическом тексте). Мы обнаружили две большие и разноплановые группы – имитация реального диалога и поэтический диалог. Каждая группа имеет свои особенности и, в свою очередь, делится на подгруппы. Приводим таблицу с классификацией диалогической речи в поэтических текстах Юрия Левитанского.



Опишем каждую группу и определим характерные признаки каждой. Разделение диалогической речи на поэтический диалог и имитацию реального диалога принципиально. Последний является имитацией диалога разговорной речи со всеми признаками диалогической речи. Имитация реального диалога представлена лирическим и драматургическим типами. В свою очередь поэтический диалог, который не характерен для живой речи, не имеет признаков разговорного диалога по какому-либо из пунктов, отличается от реального. Например, если при имитации реального диалога собеседники – люди, то в поэтическом – небо, совесть, письменный стол (которые персонажируются в поэтическом тексте).

Имитация реального диалога характеризуется многими признаками, которые были выделены Л.П. Якубинским, а именно – наличием двух и более собеседников, принципом «акции» и реакции, определённым объемом отрезков речи и пунктуацией, характерной для оформления в тексте диалогической речи. Эти признаки И.И. Ковтунова называет «сильными» признаками диалога в лирической поэзии [3, с. 61].

ПТ с имитацией реального диалога большое количество у Юрия Левитанского. Эта группа текстов более всего близка к устной форме диалога. В.В. Виноградов писал, что устная речь в тексте не звучит, она письменна, «олитературена», но подчеркивал, что «литературно-устная речь» включает в себя «симптомы устного говорения» [1, с. 17], которые он усматривал в синтаксическом и лексическом строении текста. Так, например: – *Как там наши? – как там ваши? – ну, пока!* [4, с. 145]. Характеризуя данный отрывок, следует сказать, что синтаксическими особенностями фрагмента является эллиптичность реплик, а разбор на уровне лексики выявляет словоформы «наши» и «ваши», которые являются в этом примере местоимениями-прилагательными, выполняющими функцию местоимений-существительных. Положение этих лексем в стихе и строфе говорит о высокой степени связности диалогических реплик и является признаками имитации разговорной речи. Следовательно, на разных уровнях находятся показатели устной речи.

Исследуя группу текстов, содержащих имитацию реального диалога, мы выявили различные признаки и определили следующие подтипы этого типа диалога: имитация лирических диалогов в лирических и в лирико-драматургических текстах. Последний тип диалога встречается в поэтических текстах, которые написаны по принципу драмы, где авторская речь представлена ремарками и представлениями персонажей, а остальная часть текста – прямая речь. В лирических стихотворениях встречаются такие типы диалога, где авторская речь не оформляется в виде ремарок, а входит в лирическое повествование.

Имитация реального диалога в лирических текстах часто встречается в диалогической речи в поэтических текстах Юрия

Левитанского. Данный диалог имитирует диалогическую речь на письме, используя нормативную пунктуацию для диалогической речи, например:

– *Это что у вас? – Это дерево.*

– *А это. – Небо. – А это? – Дым* [4, с. 172].

В лирическом диалоге присутствуют все признаки диалога: два собеседника, принцип акции/реакции, нераспространённые предложения, высокий темп речи. Последний признак связан с обилием нераспространённых, неполных предложений, локализацией вопроса и ответа в одном стихе и т.д. Все перечисленное, на наш взгляд, свидетельствует о высоком темпе речи и является имитацией разговорной речи.

Классическим примером диалога у Ю. Левитанского может быть назван текст под названием «Диалог у новогодней ёлки», который весь состоит из диалогических реплик между лирическим героем и воображаемой собеседницей, которая названа лишь в конце стихотворения (*Дайте ж, сударыня, руку...*) [4, с. 177-178]. Данный ПТ составлен полностью по принципу акции/реакции, без слов автора. Творчество Левитанского характеризуется большим количеством текстов, составленных полностью или частично по диалогическим принципам, например, «Стихотворение, в котором появляется гусь», «Кораблик», «Диалог у новогодней ёлки», «Делая то, что должен...» и другие.

Вторая группа, включающая тексты с имитацией реального диалога (вслед за лирическим), представлена драматургическим диалогом. Наличием данного типа диалогической речи характеризуются тексты «Сцена у озера» и «Сцена в погребке», которые входят в состав сборника лирических стихотворений «Письма к Катерине, или прогулка с Фаустом». Они построены как фрагменты драматического произведения и имеют все атрибуты драмы. Данные тексты совмещают элементы стихотворения и драматического фрагмента. Поэтому диалог в таких текстах мы называем лирико-драматургическим. Названия этих текстов («Сцена у озера» и «Сцена в погребке») квалифицирует их как драму, а их присутствие в сборнике – как лирические стихотворения.

Поэтический текст «Сцена в погребке» был уже описан нами [5, с. 34]. Поэтому остановимся на тексте «Сцена у озера». Данный фрагмент драмы написан в виде диалога между Фаустом и Поэтом, в котором присутствуют следующие признаки диалогичности: наличие двух собеседников (Фауст и Поэт) и принцип акции/реакции, который в этом ПТ выражается преимущественно вопросительно-ответными высказываниями и использованием обращения. В данном тексте диалогические высказывания соединены содержательными связями (добавление, пояснение, согласие, раздражение и т.д. Например:

Поэт: Вы посмотрите, Фауст, посмотрите – слезинка по щеке её скатилась! Я к ней пойду! Хотя бы на мгновенье! Я только ее волосы поправлю, слезинку набежавшую утру!...

Фауст: Увы, нам только кажется порой, что мы свой жребий сами выбираем [4, с. 319].

В этом отрывке содержательная связь диалогических высказываний представлена в виде совета, комментария, также коммуникативная связь подчеркивается использованием обращения.

Остальные признаки диалога в тексте не прослеживаются. Мы считаем, что это объясняется попыткой автора приблизить данный поэтический текст к литературной драме, где могут не присутствовать такие характеристики диалога, как высокий темп речи и небольшой объем диалогических высказываний.

Начинается произведение, как классическая пьеса, с описания места и времени действия: «*Озеро Такай в Литве. Берег. Старинный замок вдали. Раннее утро. На берегу – Поэт и Фауст*» [4, с. 317]. Данное описание представляет собой ряд односоставных номинативных предложений (первые четыре предикативные единицы), который является статическим описанием места и времени действия. Последнее предложение – двусоставное с эллиптическим приёмом, который выражен с помощью пунктуационного знака «тире». Этот приём также характерен для ремарок автора в драматических произведениях.

Следующий тип диалогической речи – поэтический диалог. Диалогическая речь поэтического типа отличается от предыдущего (реального диалога) тем, что она является по сути псевдодиалогической речью, то есть речью, подобной диалогу.

Этот блок представлен четырьмя подгруппами: диалог с какой-либо сущностью и диалогичность, вербализованная одним собеседником, диалог с литературным персонажем и внутренний диалог. Рассмотрим каждую подгруппу.

1. Диалог с какой-либо сущностью. Под сущностью мы понимаем любые объекты и явления мира (одушевлённые и неодушевлённые, те, которые существуют), например, душа, ветер, деревья. В устной речи адресация направлена от автора к собеседнику. Но в лирических текстах круг возможных адресатов расширяется. Помимо лиц адресатами в лирике могут быть любые предметы, явления и сущности. В этом отношении отсутствуют какие-либо ограничения [3, с. 62]. ПТ Левитанского подтверждают этот тезис. Собеседниками в стихотворениях могут быть листья [4, с. 35], сосны [4, с. 123] птицы [4, с. 56].

2. Диалогичность, вербализованная одним собеседником. К этой группе мы относим такие тексты, которые имеют в своём составе реплики без ответа. Признак диалога заключается в том, что текст или его часть обращены к кому-то, например:

– Что? – говорят. – Свободный стих?

Да он традиции не верен!

Свободный стих неправомерен!

Свободный стих – негодный стих! [4, с. 235].

В отрывке реплика обращена к людям, которые считают, что свободный стих правомерен. На это высказывание ответа в тексте нет.

Диалогическая речь, вербализированная одним собеседником, в ПТ Юрия Левитанского встречается двух видов: ПТ с присутствием адресата и без присутствия.

3. Диалог с литературным персонажем. В поэтических текстах Юрия Левитанского мы встречаем три персонажа из различных классических произведений: Фауст, майор Ковалёв и господин Голядкин. В этом типе диалога лирический герой текста является адресантом; он обращается к главным героям классических произведений. Реплики не выделены пунктуационно. Весь текст является обращением к другому персонажу без его присутствия в тексте от имени лирического героя. В эту группу мы выделили только четыре поэтических текста исследуемого автора – «Плач о господине Голядкине», «Плач о майоре Ковалеве», «Остановилось время. Шли часы...» и «Испытание тремя пространствами». Остановимся на первых двух текстах.

Данные стихотворения построены как поэтический диалог. Эти тексты построены как тексты-обращения к майору Ковалёву и господину Голядкину. Хотя эти произведения входят в сборник «День такой-то», они выделены в особый цикл «Старинные петербургские гравюры», т.к. герои, к которым обращается Юрий Левитанский, являются персонажами других произведений.

«*Коллежский асессор, майор Ковалёв*» – персонаж повести Н.В. Гоголя «Нос» (1835). Левитанский пытается быть настолько близким к произведению Н.В. Гоголя, что использует не прямое цитирование гоголевского описания. Сравним: «*Франт в мундире с шитьём золотым, и при шпаге, / и в шляпе с плюмажем, / разъезжает в карете, скажите, пожалуйста, / чем вам не статский советник!*» [4, с. 220] и «*Он был в мундире, шитом золотом, с большим стоячим воротником; на нём были замшевые панталоны; при боку шпага. По шляпе с плюмажем можно было заключить, что он считался в ранге статского советника.*» [6, с. 42]. Сопоставив лексический и синтаксический состав этих отрывков, приходим к выводу, что прозаический текст включает в свой состав несколько предложений, а в стихотворном тексте эта же лексика включается в одно многокомпонентное сложное предложение. На наш взгляд, это обусловлено действием закона поэтического текста, сформулированного Ю.Н. Тыняновым как закона тесноты и единства стихового ряда.

Голядкин – персонаж поэмы Ф.М. Достоевского «Двойник» (1846). Характеристика, которую даёт Ю. Левитанский, – «*человече смиренный и тихий*» [4, с. 222], является аллюзией на автохарактеристику Голядкина: «*Я, Крестьян Иванович, люблю тишину.... Я, Крестьян Иванович, хоть и смирный челове...*» [7, с. 115–116]. В этом произведении Левитанского происходит совмещение нескольких предложений оригинала в словосочетание, соединенное

сочинительной связью, по причине закона единства и тесноты стихового ряда. Словосочетание Достоевского «*люблю тишину*» трансформируется Ю. Левитанским в прилагательное «*тихий*», а прилагательное «*смирный*» – в прилагательное «*смиранный*». Между собой эти слова находятся в паронимической связи.

В отрывках этих текстов Юрия Левитанского могут быть найдены соответствия с текстами других классиков благодаря различным языковым единицам. Мы полностью согласны с А.А. Ворожбитовой, утверждавшей, что когда языковая единица изменяется писателем, то читатель может расшифровать эту непрямую цитацию, «опираясь на семантику слов и суггестивную помощь контекста, то есть на потенциал своей ассоциативно-вербальной сети» [8, с. 308]. По мнению М.М. Бахтина, в таких случаях происходит диалог произведений [9]. Но мы не можем принять подобный термин по причине широкого понимания диалога М.М. Бахтиным.

Таким образом, два рассмотренных поэтических текста являются диалогами-обращениями лирического героя к герою другого художественного произведения.

Оставшиеся поэтические тексты этой группы («Остановилось время. Шли часы...» и «Испытание тремя пространствами») мы рассматриваем как диалог с Фаустом. В этих текстах мы встречаем диалог лирического героя и Фауста, но в отличие от двух предыдущих исследуемых текстов персонаж отвечает. В диалогических репликах лирического персонажа и Фауста используются правила пунктуации диалогической речи.

4. Внутренний диалог, который является частью внутренней речи. Началом исследования о внутренней речи считаются работы Л.С. Винокура, который понимал внутреннюю речь как речь для себя. Одной из более полных работ о внутреннем диалоге в поэтической речи является исследование Е.П. Карпенко [10]. В своем исследовании ученый использует два определения внутреннего диалога – в широком смысле (диалог с любыми адресатами) и в узком (автодиалог). То есть любой диалог, по мнению Е.П. Карпенко, является внутренним. Мы не можем принять эту точку зрения, так как считаем, что эти виды диалога разительно отличаются. Наша работа является одним из доказательств этого.

Внутренним диалогом мы называем такой поэтический текст, который является автодиалогом и представлен вопросно-ответными репликами с содержательной связью. Но в отличие от реальных диалогов в этом типе не присутствует несколько собеседников, это диалог одного «Я» и другого «Я» или рассуждения лирического героя. Например: *Сколько я подарил тебе? / Дал и слух, и зреньё* [4, с. 112]. Внутренний диалог представлен вопросно-ответными репликами с местоимением «я», что и является ярким показателем автодиалогичности.

Рассмотрим ещё один пример внутреннего диалога:

Что вы с собой делаете?

Что вы себе думаете?

Ничего не делаете.

Ни о чем не думаете [4, с. 60].

Отличительной чертой этого фрагмента являются вертикальные ряды вопросительных и ответных реплик, где «*Что вы с собой делаете?*» и «*Ничего не делаете*» является первой связкой диалогических реплик, а «*Что вы себе думаете?*» и «*Ни о чем не думаете*» – второй. Одновременно с этим реплики вопроса и ответа построены по принципу синтаксического параллелизма. Адресатом в этом отрывке является «вы», то есть автор обращается к иным людям, к обществу и, не получив ответа, дает ответ за это общество, используя второе лицо глагола.

Примеров внутреннего диалога с синтаксическим параллелизмом и лексическим повтором в текстах Ю. Левитанского довольно большое количество. Это особенность этого поэта.

Проанализировав поэтические тексты Юрия Левитанского, мы выделили два типа диалога: реальный диалог и поэтический диалог, принципиально разные по количеству признаков диалогичности. Так, в реальном типе диалога собрано их максимальное количество, а в поэтическом – минимальное. Реальный тип диалога представлен драматической и лирической диалогической речью. Поэтический же тип диалогической речи представлен разнообразными подтипами, что и является особенностями текстов Левитанского. Наличие такого объема диалогичности говорит, на наш взгляд, о стремлении автора приблизиться к живой разговорной речи. Левитанский тяготеет к реальному диалогу, не теряя поэтичности.

Литература

- 1. Виноградов В.В.** Стилистика. Теория поэтической речи. Поэтика. – М.: Изд-во АН СССР, 1963. – 256 с.
- 2. Якубинский Л.П.** Избранные работы. Язык и его функционирование. – М.: Наука, 1986; – 208 с.
- 3. Ковтунова И.И.** Поэтический синтаксис. – М.: Наука, 1986. – 207 с.
- 4. Левитанский Ю.** Стихотворения. – М.: АСТ; Харьков: Фолио, 2005. – 476 с.
- 5. Колода Д.В.** Особенности текстового устройства драматического фрагмента Ю. Левитанского „Сцена в погребке” // Десятые международные чтения молодых учёных памяти Л.Я. Лившица. – Харьков: ХНПУ им. Г.С. Сковороды, 2005, С. 34.
- 6. Гоголь Н.В.** Нос // Гоголь Н.В. Собрание сочинений в семи томах. Т.3. – М.: Художественная литература, 1977. – С. 40–63.
- 7. Достоевский М.Ф.** Двойник // Полное собрание сочинений в тридцати томах. Т.1. – Л.: Наука, 1972. – С.109–229.
- 8. Ворожбитова А.А.** Теория текста: Антропоцентрическое направление: Учеб. пособие/ А.А. Ворожбитова. – М.: Высшая школа, 2005. – 367 с.
- 9. Бахтин М.М.** Проблемы творчества

Достоевского. – Киев: Next, 1994. –180 с. **10. Карпенко Е.П.** Внутренний диалог в лирической поэзии XX века: Автореф. дисс... канд. филол. наук: 10.02.01. – М., 1991 – 24 с.

Работа посвящена признакам диалогичности в поэтических текстах Юрия Левитанского. Выявлены различные типы диалога: имитация реального диалога и поэтический диалог. Выделенные типы классифицируются в соответствии с количеством признаков, характерных для реального диалога. В группе с имитацией реального диалога обнаруживается большое количество таких признаков, а в группе лирических текстов с поэтическим типом диалога – немного. Каждая группа диалогов имеет свои признаки и, в свою очередь, подразделяется на подтипы. И все они являются особенностями идиостиля Левитанского.

Ключевые слова: поэтический текст, Левитанский, реальный диалог, поэтический диалог, лирическая поэзия.

Робота присвячується ознакам діалогічності у поетичних текстах Юрія Левітанського. Було виявлено різні типи діалогу: імітація реального діалогу та поетичний діалог. Визначені типи класифікуються згідно з кількістю ознак, котрі є характерними для реального діалогу. В групі з імітацією реального діалогу визначається велика кількість таких ознак, але в групі ліричних текстів з поетичним діалогом – небагато. Кожна група має свої ознаки та, в свою чергу, розділяється на підтипи. Все це є особливостями ідіостилю Левітанського.

Ключові слова: поетичний текст, Левітанський, реальний діалог, поетичний діалог, лірична поезія

The work is devoted to dialogic features in the author's poetic texts. Different types of dialogue were found out. Two big groups – imitation of a real dialogue and poetic one – are classified according to the quantities of the attributes which are proper to a real dialogue. There are a plenty of such attributes in the group that is called «imitation of a real dialogue». And there are a few attributes in poetic dialogue. Each type has its own features and subtypes. All of them are peculiarities of Yu.Levitansky.

Key words: poetic text, Levitanskij, real dialogue, poetic dialogue, lyric poetry.

И.Н. Кошман (г. Луганск)

О ВЫРАЖЕНИИ ФУНКЦИОНАЛЬНОЙ СЕМАНТИКО-СИНТАКСИЧЕСКОЙ КАТЕГОРИИ ДИАЛОГИЧНОСТИ (В РУССКОЙ ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОЙ РЕЧИ УКРАИНЫ)

М.М. Бахтину принадлежит одно из самых новаторских открытий, сделанных лингвистикой XX века, – положение о диалогичности высказывания: «Высказывание наполнено диалогическими обертонами, без учета которых нельзя до конца понять стиль высказывания. Ведь и самая мысль ваша – и философская, и научная, и художественная – рождается и формируется в процессе взаимодействия и борьбы с чужими мыслями, и это не может не найти своего отражения и в формах словесного выражения нашей мысли» [1, с. 197]. Исключительная важность этого положения отмечается многими учеными. Ю. Кристева пишет о том, что «бахтинский «диалогизм» выявляет в письме не только субъективное, но и коммуникативное, а лучше сказать, интертекстовое начало» [2, с. 170]. В.С. Библер отмечает, что «Бахтин начинается только вместе с предположением о неискоренимой диалогичности текста. Для Бахтина текст всегда «единица-двойчатка». В тексте человек воплощен как его голос, обращенный к нам; текст дан нам, как иному голосу, вопрошающему сей текст (...о его смысле, о его авторе), и – сквозь текст – вопрошающему автора» [3, с. 116].

Идеи М.М. Бахтина положены в основу нескольких актуальных лингвистических направлений. В частности, в стилистике и теории текста диалогичность определяется как «выражение в тексте средствами языка взаимодействия общающихся, понимаемого как соотношение смысловых позиций, как учет реакции адресата (в том числе второго Я), а также эксплицирование в тексте признаков собственно диалога» [4, с. 45]. Совокупность языковых средств, принадлежащих разным уровням языка и выражающих диалогичность, рассматривается как функциональная семантико-синтаксическая категория (ФССК) [4, с. 130].

Цель данного исследования состоит в том, чтобы описать особенности в выражении ФССК диалогичности в русской публицистической речи Украины. Материалом для исследования послужили тексты национальных и региональных русскоязычных газет и журналов, издающихся в Украине («Бизнес», «Газета по-киевски», «Зеркало недели», «Киевский телеграф», «Крымская правда», «Корреспондент», «Наша газета», «Фокус»).

Важной чертой, характеризующей современное украинское лингвокультурное сообщество, является неоднородность языкового кода. Сложилось положение дел, которое можно охарактеризовать следующим образом: «говорящие владеют двумя (или более) общими для них

языками; при этом для каждого из них один из языков может быть родным, но для процесса коммуникации это не имеет принципиального значения, так как общение может происходить то на одном, то на другом языке по взаимному согласию сторон» [5, с. 3]. Следствием языковой неоднородности является активное включение в русские тексты украинских вкраплений разных типов.

Само введение украинских конструкций в русский текст уже диалогично, поскольку маркирует адресата: «высказывание с самого начала строится с учетом возможных ответных реакций, ради которых оно, в сущности, и создается» [1, с. 200]. Украинские вкрапления свидетельствуют об обращенности к члену «своего» лингвокультурного сообщества – двуязычного. Такой адресат способен не только понять и интерпретировать украинские единицы, но и прочесть смыслы, возникающие в результате межъязыкового взаимодействия.

Активное использование в русской речи Украины украинских вкраплений приводит, в частности, к тому, что набор языковых средств выражения тех или иных текстовых категорий существенно увеличивается. Не является исключением и ФССК диалогичности. Обращенность публицистических текстов к жизни украинского лингвокультурного сообщества, отражение в них реальных общественно-политических событий обуславливает реализацию этой текстовой категории при помощи украинских конструкций.

Одна из функций ФССК диалогичности – представление «чужой речи». Функционирование «чужой речи» в публицистических текстах имеет некоторую специфику: «оппозиция «свое слово – чужое слово» для текста СМИ особенно значима хотя бы в силу того, что в публицистике чужая речь, как правило, принадлежит реально существующему другому субъекту» [6, с. 145].

В публицистические тексты включаются диалоги-вкрапления: *Тут они и заметили лежащий рядом необычный камень. – «Хлопці! Гляньте сюди, – выкрикнул кто-то. – Голова!».* – *«Яка голова?».* – *«Дивиться: тут очі, ніс, вуха...».* *Ребята начали очищать камень от земли: «Скільки тут малюнків!».* *Сама собой пришла догадка: «Це кам'яна баба!»* (ЗН 2005, № 27-28); *Но слова они уже знают такие, о каких мы, советские дети, и не догадывались: – «Мамо, а ми чому не купуємо одяг антисекс?» – «Що?!» – «Ну той, який можуть носити і хлопці, і дівчата...»* (Ф 2007, №6). Украинские конструкции в этом случае не только вносят в текст многоголосие и разговорность, но и информируют о языковой принадлежности участников речевого взаимодействия, предлагают их речевые характеристики.

Включаются в тексты диалоги, отражающие ситуации общения разноязыких субъектов: *Типичная киевлянка спрашивала вуйко Васыля: «Мужчина, что вам принести покушать?» А он отвечал: «Їжі у нас досить». «А что вам принести попить?» «Пити у нас досить». «Мужчина, а что же вам нужно?» «Вогнегасник і килим, якщо є»*

(ЗН 2004, № 50). В этом случае диалог – иллюстрация обычности двуязычного общения и отражение языковой корректности и толерантности внутри украинского лингвокультурного сообщества.

Широко представлены в публицистических текстах конструкции с прямой речью на украинском языке: *Ведь когда падает гривня, тетушки на базаре тоже объясняют повышение цен на морковь и укроп очень просто: «Так доллар же піднявся!»* (Б 2002, № 28); *А о тех, кто совсем не пьет и, как следствие, не закусывает, в Украине говорят: «Він або хворий, або велика падлюка»* (Б 2002, № 33); *«Що ви хочете? Іде голосування, голосуйте, будь ласка, – протестовал спикер. – Ну що я можу зробити, ви бачите що, ну що я можу зробити... Рішення не прийнято. Вечірнє... Та я ж по Вінниці це ставив. Вечірнє засідання Верховної Ради України оголошую закритим...»* Комедия, да и только (ЗН 2004, № 12); *«Відверто скажу, я не проти цього, але робити це слід відповідно до регламенту, використовуючи юридично виправдані аргументи», – заявив он [А. Мороз]* (НГ 2007, № 17-18); *А Скрипка и вовсе не был расстроен. На банкете по случаю окончания шоу благодарил всех за все: «Я дівчатам казав, що я скотина і працювати зі мною неможливо. А вони витримали...».* «Дівчата» расчувствовались и простили Олегу все! (ГК 2007, 3.05). Свойство прямой речи ориентировать «не только на передачу предметного содержания чужого высказывания, но и на буквальное воспроизведение его формы» [7, с. 404] способствует интерпретации высказывания как достоверного, подлинного: «реальность языка» дополнительно утверждает точность воссоздаваемого. Субъекты прямой речи на украинском языке разнообразны: они могут быть единичными, конкретными (должностное лицо, деятель украинской культуры, носитель украинского языка), неопределенными и обобщенными (группа лиц, объединенных по какому-либо признаку). Прямая речь, преодолевая монологизм повествования адресанта, позволяет услышать их голоса и является источником дополнительной информации о них. Например, может сообщить об «украинском по должности», «украинском из принципа» или «естественном украинском». И эта информация может иметь множество интерпретаций, обусловленных, прежде всего, личностью субъекта прямой речи, коммуникативной ситуацией и отношением адресанта к субъекту прямой речи.

Представляют особый интерес контексты, в которых фрагменты «чужой речи» на украинском языке включаются в речь адресанта: *В ответ услышала, что языковая норма – это «дурня», на Западе давно нет такого понятия* (ЗН 2002, № 46); *А коль министр согласился, что для условий Донецкой области такое определение «доречне», то, в самом деле, зачем тянуть резину и напрягаться?* (ЗН 2004, № 1); *А потом г-н Буняк сообщил, что все это ложь и цькування СМІ* (ЗН 2004, № 4); *Маковецкий, сказав, что «радий нас бачити», выразил надежду, что мы сохраним веру и мудрость...* (КТ 2004, № 49). Во всех этих

примерах украинское вкрапление включается в конструкции, оформленные как предложения с косвенной речью. Как известно, конструкции с косвенной речью содержат воспроизведенную речь и передают чужую речь с той или иной степенью точности. В приведенных выше контекстах украинские элементы воспринимаются как дословные, подлинные вставки в пересказываемой адресантом «чужой речи», независимо от того, выделены они при помощи знаков препинания или нет. Кроме того, они несут и иную информацию – указывают на то, что воспроизводимая речь (или ее хотя бы ее часть) была сказана по-украински.

Совершенно очевидно, что включение украинских элементов в пересказываемую речь используется адресантом как нестандартное выразительное средство. С их помощью передается широкая гамма стилистических значений, главным образом, сниженных – от подтрунивания и легкой насмешки до сарказма.

Следует также отметить, что в научных работах нет единства в определении статуса подобных конструкций. Например, они описываются и как косвенная речь с включением «дословных фрагментов передаваемого высказывания» [8, с. 280], и как предложения, в которых прямая речь «вводится в текст в качестве элементов подлинного выражения» [9, с. 526].

Еще один тип конструкций, диалогизирующих высказывание, – конструкции с вводными компонентами, указывающими на источник «чужой речи»: *По словам, проходя мимо него, Юлия Владимировна ударила своим острым каблуком по его туфле с явным намерением «нанести членуушкодження»* (ЗН 2002, № 48); *Так уж получилось, что дети наши, мой Илико и его Миша, были в одной группе. Добрый и скромный мальчик. В нынешнем году он перешел в другую школу, и Илларион, по его словам, «сумує»* (Ф 2007, № 4); *Нации остается только надеяться и верить, что в скором времени кабинеты на улицах Банковой и Грушевского займут прирожденные лидеры, которые будут нести персональную ответственность перед грядущими поколениями. А пока, как говорил первый Президент независимой Украины Леонид Кравчук: «Маємо те, що маємо»* (К 2007, № 29); *И теперь абсолютно честное заявление разработчиков: «Данная Концепция предлагает программу для решения первой части этой задачи – роста «пирога». И все, крапка, как говорит Виктор Андреевич. И все действительно так* (ЗН 2008, № 15). В конструкциях такого типа, как и в предложениях с косвенной речью, происходит «интерференция авторского и чужого слова» [6, с. 174]. Однако, как и в предыдущих примерах, украинское вкрапление – сигнал дословно воспроизведенного, подлинного «чужого слова» и средство, при помощи которого адресант может выразить отношение к субъекту этой речи или к ситуации, о которой идет речь.

Помимо конструкций, представляющих «чужую речь», в сферу диалогичности включаются и иные средства выражения смысловых

позиций. Диалогизируют высказывания и обращения. Выделяя адресата, адресант таким образом активизирует его внимание, «принуждает» его к более активному коммуникативному взаимодействию. В русских публицистических текстах Украины позиция обращения может заполняться украинским вкраплением: *Уважаемые господа журналисты, перед глазами стоят телевизионные кадры времен оранжевой революции: старый воин УПА из Ивано-Франковска приехал на Майдан в первые дни революции со своей женой, своими сыновьями и невестками, поставил палатку и жил там, как когда-то, наверное, в отряде. Тогда, «дорогі мої», у вас не возникало желание проверять его прошлое, зато вы тиражировали нужный – без сомнения нужный! – на то время сюжет во всех выпусках новостей* (ЗН 2005, № 21); *Если 15 лет назад заработная плата рядового работника и среднего менеджера международной компании имела соотношение 1:40, то сегодня это выглядит несколько иначе – 1:500. Надо знать, «друзі», куда идем!* (ЗН 2005, № 49); *Дальше ехать куда. И в следующий раз кто-нибудь заметит: «Хороший парень. Жаль, что русский!» Чуєте, панове, чем пахнет?* (КП 2007, 16.08); *А вот убить украинский язык, заменив его суржиком, можно только одним способом – оставив один государственный язык в Украине. Так шо, шановны панове, будьмо спилкуватися українською?* (К 2007, № 44). Обращение как грамматический феномен реализует в тексте одновременно апеллятивную и экспрессивную функции [10, с. 341]. В подобных примерах обе эти функции реализуются своеобразно. Украинские вкрапления ограничивают круг адресатов – это либо единомышленники, либо оппоненты внутри украинского социума. Выразительность таких единиц возрастает в результате межъязыкового взаимодействия.

Таким образом, стремление отразить сложившуюся в обществе ситуацию общения разноязыких коммуникантов и активное двуязычие обуславливают широкое использование в публицистических текстах в качестве маркеров диалогичности украинских единиц. Это отличает русскую речь Украины как один из территориальных вариантов русской речи от иных (прежде всего, литературного языка) вариантов русского национального языка.

Литература

1. Бахтин М.М. Проблема речевых жанров // Бахтин М.М. Собрание сочинений: Т. 5. Работы 1940-1960 гг. – М.: «Русские словари», 1997. – С. 159-206. **2. Кристева Ю.** Слово, диалог, роман // Кристева Ю. Избранные труды: Разрушение поэтики. – М. «Российская политическая энциклопедия» (РОССПЭН), 2004. – С. 165-193. **3. Библер В.С.** Михаил Михайлович Бахтин, или Поэтика культуры. – М.: Изд-во Прогресс, Гнозис, 1991. – 176 с. **4. Стилистический** энциклопедический словарь русского языка / Под ред. М.Н. Кожинной. – М.: Флинта: Наука, 2003. –

696 с. **5. Крысин Л.П.** Речевое общение в лингвистически и социально неоднородной среде // Речевое общение в условиях языковой неоднородности / Под ред. Л.П. Крысина. – М.: Эдиториал УРСС, 2000. – С. 3-12. **6. Редькина Т.Ю.** Чужая речь в средствах массовой информации // Русская речь в средствах массовой информации: Стилистический аспект / Под ред. В.И. Конькова. – СПб.: Изд-во С.-Петербург. ун-та, 2007. – С. 143-178. **7. Кручинина И.Н.** Прямая речь // Лингвистический энциклопедический словарь / Гл. ред. В.Н. Ярцева. – М.: Сов. энциклопедия, 1990. – С. 404. **8. Емельянова О.Н.** Косвенная речь // Культура русской речи: Энциклопедический словарь-справочник / Под ред. Л.Ю. Иванова, А.П. Сковородникова, Е.Н. Ширяева и др. – М.: Флинта: Наука, 2003. – С. 280-281. **9. Емельянова О.Н.** Прямая речь // Культура русской речи: Энциклопедический словарь-справочник / Под ред. Л.Ю. Иванова, А.П. Сковородникова, Е.Н. Ширяева и др. – М.: Флинта: Наука, 2003. – С. 525-527. **10. Кручинина И.Н.** Обращение // Лингвистический энциклопедический словарь / Гл. ред. В.Н. Ярцева. – М.: Сов. энциклопедия, 1990. – С. 340-341.

В статье рассматриваются особенности в выражении функциональной семантико-стилистической категории диалогичности в русской публицистической речи Украины. Описываются случаи включения в текст украинских конструкций разных типов.

Ключевые слова: диалогичность, украинское вкрапление, цитата, диалог, прямая речь.

У статті йдеться про особливості у вираженні функціональної семантико-стилістичної категорії діалогічності в російському публіцистичному мовленні в Україні. Описуються випадки включення в тексти українських конструкцій різних типів.

Ключові слова: діалогічність, українське вкраплення, цитата, діалог, пряма мова.

The article deals with the features of expressing functional semantic-stylistic category of dialogic form in the Russian publicistic discourse of Ukraine. The instances of including typologically different Ukrainian constructions in the texts are studied.

Key words: dialogic form, Ukrainian inclusion, quotation, dialogue, direct speech.

Н.В.Васюкова (г. Киев)

**ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ
РЕКЛАМЫ ВОИНСКОЙ СЛУЖБЫ
(К ИСТОРИИ ВОПРОСА)**

Известные идеи Маклюена о «расширении человека» посредством средств коммуникации, несомненно, были связаны с несдерживаемыми процессами глобализации и географического расширения коммуникационных процессов, взаимопроникновения наук, обладающих общим предметом изучения. Эти тенденции предполагают «необходимость определения и обозначения тех культурных ценностей, которые лежат в основе коммуникативной деятельности» [1, с.87], обуславливают популярность лингвокультурологии – «комплексной области научного знания о взаимосвязи и взаимовлиянии языка и культуры» [2, с.87]. Глобальность области приложения такого рода исследований наряду с потребностью общества в концептуализации многих явлений современности способствует расширению границ лингвокультурологической среды как сферы реализации языка [3, с.9-10]. В.Н.Телия отмечает, что структурно-функциональное сходство языка и культуры состоит в их общей способности быть носителем менталитета этноса [4, с.225-226]. «Каждый материнский язык учит своих пользователей совершенно уникальному способу видеть мир, чувствовать его и действовать в этом мире», – утверждает М.Маклюен [5, с.90]. Мы полагаем, что отражаемые в определенном языке ценности и мировоззрения, культурные стереотипы являются когнитивной основой для составления лингвокультурологического портрета отдельной личности или какого-либо сообщества. «Об идеалах нации можно судить по рекламе», – отмечает Норманн Дуглас, отводя рекламе довольно значимую функцию в жизни современного общества [6]. Это лишний раз подтверждает, что реклама – «мощный семиотический фактор, действующий во всех областях, связанных с массовой культурой» [7, с. 245].

Цель данной статьи состоит в определении лингвокультурологических особенностей рекламы воинской службы в историческом срезе. Исследования проводились на основе материалов пропаганды, агитации и рекламы службы в армии в период с 1915 года по настоящее время. Для достижения поставленной цели, необходимо решить следующие **задачи**: выявить лингвистические особенности рекламного текста в историческом аспекте; определить культурное восприятие и отношение к воинской службе, характерные разным историческим периодам на постсоветском пространстве (в частности, в Украине и в России) на агитационных материалах разных эпох;

определить взаимосвязь лингвокультурологических стереотипов общественного сознания и восприятия сообщений рекламно-агитационного характера, имеющих отношение к воинской службе.

«Все средства коммуникации – суть расширения нас самих, или переводы какой-то части нас в различные материалы, изучение одного средства помогает нам понять все другие» [8, с.157]. Рекламу мы рассматриваем как акт коммуникации, поскольку ее **коммуникативно-прагматическая организация** предполагает обязательность следующих компонентов: адресат (целевая аудитория), адресант, иллюкутивные установки создателей и потребителей рекламы, прогнозируемая реакция, передаваемая информация [9, с.27], коммуникативные стратегии и тактики. Иллюкутивные установки рекламодателей предполагают информирование и воздействие на потребителей. Степень воздействия рекламного текста определяется прагматическими установками рекламодателя, его моральными и ценностными приоритетами, а также лингвистической чувствительностью и культурными стереотипами потребителя рекламы.

Коммуникативное воздействие рекламы предполагает актуализацию определенного пласта знаний целевой аудитории (когнитивный уровень), создание ассоциативного ряда, определяющего отношение к увиденному/услышанному (аффективный уровень), манипуляцию сознанием потребителя рекламы (прагматический уровень). Оформленность рекламы в отдельный жанр определило создание новой лингвокультуры, возникновение «образа модельной личности, подражание которой является условием достижения общественного престижа» [10]. Парадокс рекламной деятельности состоит в том, то общество осознает манипулятивное воздействие, оказываемое на него, но в то же время предполагает и возможность положительного эффекта от рекламной деятельности.

Проследим исторический аспект лингвокультурологической деятельности в области рекламирования воинской службы.

Рекламирование срочной службы в диахронном срезе (военной службы дворянства в средневековье, рекрутской повинности времен Петра I или сменившей ее воинской повинности и насильственной вербовки, а также присоединения к казацкому войску как возможность избежать наказания или скитаний, вызванных разорением) не имеет ни культурологических, ни прагматических оснований. Мы полагаем, что отсутствие/наличие рекламной сферы воинской службы в тот или иной исторический период определяется типом когнитивно-прагматической и культурной деятельности сообщества. Так, отсутствуют мотивации рекламирования того, что является повинностью (долгом) или в чем заинтересованность существует изначально. Времена патриотических слоганов «А ты записался добровольцем?» прошли. Пришло время завлекать, заинтересовывать, прямо или косвенно побуждать.

Е.В. Белозерова отмечает, что «реклама успешно пропагандирует определенные стереотипы поведения» [11]. Поэтому далее мы берем за основу иллюкативную установку рекламы на пропаганду. Рекламирование воинской службы мы относим к социальной сфере, в отличие от сферы коммерческой рекламы: служба в Вооруженных силах может только пропагандироваться, а не предлагаться в качестве объекта продажи или определенной услуги.

Занимающая подавляющую часть рекламной деятельности в советские времена, социальная реклама отражала государственную политику того времени, ценности той эпохи. С момента ниспровержения царской власти, прагматические установки рекламной деятельности предполагали воспевание коммунистических ценностей и идеалов нового государственного строя, борьбу с инакомыслящими и ценностями предыдущей эпохи, помощь голодающим и больным. Интересно, что тема милосердия активно эксплуатируется военными сообществами различной политической, идеологической и социальной ориентации (например, агитплакаты царской армии).

Наиболее распространенным средством рекламы воинской службы в советские времена был плакат. Пропагандисты 80-х отмечали, что «устная агитация» дорогостоящая и «не до всех доходит. Не всякий ее запоминает. А тут плакат-молния – хочешь-не хочешь, а в глаза бьет» [12]. Сильные позиции плаката – визуальный образ (невербальный компонент) и слоган, предполагающий обязательное краткое вербально выраженное воздействие. Как правило, применялась трехуровневая модель плаката: призыв, распознаваемый с первого взгляда (I уровень), и два последующих взаимодополняемые пояснения (соответственно II и III уровни). Рассмотрим, эти положения на примерах трех плакатов различных эпох, являющихся характерными моделями рекламной деятельности. В плакате на тематику военного займа 1919-1920 гг., на первом плане (около $\frac{3}{4}$ общей площади плаката) изображается конечный получатель прибыли от собранных средств – военнослужащий (первый уровень), далее актуализируется возможность читающего помочь (подписаться на заем – второй уровень) и, наконец, объяснение всего вышеперечисленного – «*Чем больше денег – тем больше снарядов*» (третий уровень). Лаконичностью такой плакат не отличался, чего не скажешь о его информативности. Следует отметить, что ряд современных прагматических принципов составления рекламы был актуален уже на начальных этапах зарождения рекламы: выделение шрифтом основного текста (выделение вербального компонента), изображение на цветном фоне с бледным оттенком (при наличии максимум 2-3 цветов) – визуально-образная составляющая. Такие же характеристики рекламного текста позднего дореволюционного периода были выделены Н.В. Паршук. «Наиболее эффективным средством донесения до потребителя важной для рекламодателя информации

служило выделение разным шрифтом частей текста, а также написание ключевых слов с новой строки» [13, с.34].

Плакат более позднего периода, изображающий советского воина-снайпера, представляет уже двухуровневую модель, но с усовершенствованием воздействующей функции. Большую часть все еще занимает изображение («демонстрация простоты визуальных решений» [14, с.26]), но модифицированный вербальный компонент (рифмованные две строки) повышает его запоминаемость и манипулятивное воздействие.

Культурный стереотип патриотизма эксплуатируется и в мирное время. Но иногда перенасыщенность агрессивного – хоть и символического для культуры советской эпохи – красного цвета, основного невербального компонента, размывает все изображение. При этом акцент делается уже и на вербальное воздействие – призыв «Будь достоин» на фоне ситуативных зарисовок всех военных конфликтов эпохи вызывает у реципиента определенные ассоциации.

Апофеозом в жанре рекламы советского периода можно считать плакат, посвященный 40-летию Победы. Надпись «40 мирных лет» в активной перцептивной зоне, старинное фото воина и 40 календарных листов «9 мая», использование трехцветной гаммы (черно-белая для вербального компонента и выделение красным праздничного дня) усиливает ассоциативную составляющую и эмоциональную напряженность изображения.

Помимо плакатов информативного и воздействующего характера, следует обратить внимание на открытки, посвященные празднику 23 февраля. Именно они в мирное время были воплощением изобразительной рекламной деятельности по отношению к воинской службе и армии вообще. В данном аспекте эксплуатировался образ воина-защитника Отечества, но практически отсутствовали аспекты вербального воздействия (кроме поздравительных слов).

Таким образом, в зеркале языка каждого временного среза отражались характерные общие и различные культурологические особенности эпохи. Общим являются концепты службы Родине, гражданского долга (патриотизм как часть культуры). Лингвистический компонент подвергается постоянным модификациям и постепенно приобретает все большее значение: так, на первом плакате (прорисованном очень качественно и тонко) авторы апеллируют к чувству сострадания и ответственности (характерные черты русской языковой личности), эксплуатируют образ защитника; на следующем плакате уже больше внимания уделяется не изображению, а вербальному компоненту, актуализирующему особое отношение к воинской касте. Плакаты более позднего поствоенного времени глубоки по содержанию – вербальному и невербальному – это уже более качественные, с современной точки зрения, креолизованные тексты, но отношение культуры народа к своим защитникам не меняется. Полагаем, что

обращение к фактам исторического прошлого, культурным концептам патриотизма может послужить эффективным лингвокультурологическим фоном для формирования прагматики рекламы воинской службы.

К прагматически активным компонентам, исторически сформировавшимся в рекламных плакатах, посвященных воинской службе, можно отнести следующие: использование различных шрифтов и способов их выделения, фон и цвет невербальных компонентов, изображения женщин, детей, известных людей и географических объектов, представляющих особую ценность в определенное время, утвердительные или побудительные краткие высказывания в активном залоге, использование слоганов, рождающих мысленные образы. Наряду с патриотизмом в обществе и приверженностью идеологии эпохи такие «агитационно-призывные плакаты были не дополнением к мобилизационно-вербовочной кампании, а ее действенным звеном» [15].

Существенным прагматическим отличием современной рекламы является привлечение различных манипулятивных технологий, что отчасти, на наш взгляд, компенсирует когнитивно-мотивационную недостаточность: в современном постсоветском обществе слабо выражены патриотические чувства и отсутствует объединяющая идея. «Прагматический анализ рекламы позволяет выявить языковые средства аргументации, приемы и тактики убеждения» [16, с. 228]. Используя теорию иерархии потребностей человека (пирамиду А.Маслоу), речевые тактики и приемы, основанные на потребностях любого индивида как социальной единицы, возможно разработать действенную модель рекламы воинской службы для современного общества.

В первую очередь, эффективная реклама должна быть доступной. В России, например, создателям социальной рекламы предоставляются определенные льготы, что мотивирует их заинтересованность. Известно, что плакаты во времена Великой Отечественной войны крепились на танки, идущие в атаку, что предполагало двойную нагрузку – моральная поддержка своих и моральное угнетение врага. Следующим значимым компонентом являются «главные составляющие рекламного объявления – **слово, картинка и драматургия видеорекламы**» [17, с. 8]. Соблюдение или несоблюдение принципа комбинаторности или взаимосочетаемости этих знаковых систем рекламного объявления обуславливает эффективность воздействия. Так, в современном видеорекламном ролике службы по контракту в Вооруженных Силах Украины авторы использовали довольно сложную сюжетную линию и попытались задействовать практически все известные на сегодняшний день активные средства воздействия на целевую аудиторию: песня из популярного кинофильма в качестве музыкального сопровождения, дорогостоящий автомобиль, женское внимание к главным героям ролика. Но именно продолжительность ролика и, как следствие, его стоимость в эфире (с нашей точки зрения) препятствует массовому его использованию на украинском телевидении. Другой ролик при участии

генералов-командующих родов войск не совсем удачен, с точки зрения, воздействия на целевую аудиторию. Так, они могут иметь влияние на военнослужащих, понимающих заслуги этих людей и их достижения, но не актуальны для граждан, не имеющих отношения к армии.

«Слово бесконечно сильно и многозначно. Язык рекламных текстов использует все, что накопила лингвистика» [18, с. 9]. Вызов посредством вербального компонента эмоциональной реакции у реципиента, определенных ассоциаций, и, как результат, – запоминание рекламы на фоне частой ее повторяемости (ввиду доступности) – следующие составляющие успеха. Принимая во внимание характерную славянскую эмоциональность восприятия, «картинка – то средство, с помощью которого проще вызывать эмоции, нужные автору рекламы» [19, с. 9], но, как утверждает автор, в данной области не существует определенных способов и приемов, это – сугубо индивидуальный процесс. В результате должно получиться «взаиморасположение изображенных объектов в кадре, представляющее собой единство, подчиненное выражению идеи автора» [20, с. 11], причем любое изменение наносит ущерб первоначальной идее.

Еще один значимый этап создания рекламы – действенность речевых тактик. Так, обращение к воображению, мечте, представлению реципиента способствует введению рекламной идеи в необычной форме, переходу к области «сверхсмысла» (загадочности, символичности, волшебности в рекламе) [21].

В сюжете военной рекламы, на наш взгляд, было бы целесообразно задействовать известных лиц, причем с использованием особенностей целевой аудитории (большинство потенциальных реципиентов – мужчины): так, популярные актрисы, певицы в стиле «милитари» могут взывать к чувству долга и мужественности будущих служащих по контракту. Актуализация иллюкативных установок личности занятой более высокую социальную позицию посредством причастности к предмету рекламирования (по принципу «хочешь стать женой генерала – выйди замуж за лейтенанта», хочешь достигнуть карьерных высот и «генеральских» возможностей – начни со службы в армии) также весьма продуктивная речевая тактика при создании рекламы.

Мы полагаем, что при создании рекламы необходимо учитывать особенности восприятия информации разными возрастными, гендерными кругами, лингвокультурологические приоритеты определенных регионов постсоветского пространства; реклама должна реагировать наиболее чутко на ожидания потребителя: выпускников школ и вузов (трудоустройство и возможность получения высшего образования), жителей пригородов и сельской местности (возможность трудоустройства, получения дальнейшего образования, карьерный рост, определенные социальные льготы) и т.д.

Социально-культурологические факторы, определяющие лингвокультурологический контекст современной рекламы таковы:

- проблемы в комплектовании современной армии;
- социальная незащищенность военнослужащих;
- менее благоприятное отношение общества к армии, чем в годы советской власти;
- отсутствие внутренних вооруженных конфликтов;
- привлечение военнослужащих к участию во внешних конфликтах только по предварительному согласию сторон.

Описанный отрицательный (за исключением четвертой позиции) социально-культурологический контекст является когнитивно-прагматической основой современной рекламной деятельности в Вооруженных силах, поскольку нацелен на мобилизацию усилий, знаний на восстановление статуса военнослужащего в современном обществе.

Результаты наших исследований показали, что рекламирование воинской службы в постсоветском пространстве находится на весьма низком уровне развития, что проявляется в следующих фактах:

1. Задействуются далеко не все каналы коммуникации.
2. Дорогостоящее эфирное время и длинные видеоролики не позволяют массовому распространению рекламы на телевидении.
3. Отсутствует печатная реклама, воинской службы – даже в виде общедоступных плакатов.
4. Уровень рекламирования в Интернете чрезвычайно низок (отсутствие рекламы в виде баннеров на сайта, имеющих отношение к воинской службе, отсутствие ссылок). Приходится прилагать усилия, чтобы найти рекламируемый предмет, тогда как он должен быть максимально на виду (сравните официальные и неофициальные сайты министерств обороны и др. стран Западной Европы, США). В Интернете легче найти антивоенную рекламу (способы уклонения от службы, организации, предоставляющие такие услуги).

5. Печатные СМИ эксплуатируют концепт воинской службы в политических целях. Специализированные СМИ (МО, родов войск, военные обозрения предоставляют сугубо информационные сообщения, читать которые будут заинтересованные лица. Тогда как даже в такой литературе практически отсутствуют именно сообщения рекламного характера – рисунки, фото, и т.д., сопровождающиеся визуальными и короткими вербальными сообщениями, привлекающими внимание даже праздно просматривающего страницы читателя).

Тем не менее, успешность рекламной деятельности в военной области может быть определена лингвокультурологическим потенциалом сообщества, обращенностью к символически значимым историческим фактам, учетом иллокутивных установок потребителей рекламы, воссоздания психологически комфортной языковой картины мира.

Литература

- 1. Карасик В.И.** Языковой круг: личность, концепты, дискурс. – Москва: Гнозис, 2004. – 390 с. **2. Там же.** **3. Компанцева Л.Ф.** Интернет-лингвистика: когнитивно-прагматический и лингвокультурологический подходы. **4. Карасик В.И.** Языковой круг: личность, концепты, дискурс. – Москва: Гнозис, 2004. – 390 с. **5. Телия В.Н.** Русская фразеология: Семантические, прагматические и лингвокультурологические аспекты. – М.: Языки русской культуры, 1996. – 288 с. **6. Маклюэн Г.М.** Понимание Медиа: Внешние расширения человека/ Пер.с англ. В.Николаева; Закл.ст. М.Вавилова. – М.; Жуковский: «КАНОН-пресс-Ц», «Кучково поле», 2003. – 464 с. **7. Режим доступа:** <http://aphorism.ru/author/a2344.shtml>. **8. Маклюэн Г.М.** Понимание Медиа: Внешние расширения человека/ Пер.с англ. В.Николаева; Закл. ст. М.Вавилова. – М.; Жуковский: «КАНОН-пресс-Ц», «Кучково поле», 2003. – 464 с. **10. Крысин Л.П.** (ответственный редактор) Современный русский язык: Социальная и функциональная дифференциация/ Рос. академия наук. Ин-т русского языка им. В.В.Виноградова. – М.: Языки славянской культуры, 2003. – 568 с. **11. Йокояма О.Б.** Когнитивная модель дискурса и русский порядок слов. – М.: Языки славянской культуры, 2005. – 424 с. **12. Белозерова Е.В.** Реклама как жанровый метаконцепт (на материале современной русской лингвокультуры): Автореф. дис...доктора филол.наук: 10.02.19/Волгоградский государственный педагогический университет, Волгоград 2007. – 26 с. **13.** Там же. **14. Режим доступа:** www.davno.ru/articles/poster.html. **15. Паршук Н.В.** Вербализация побудительной интенции в русском рекламном тексте: Дис...канд. филол.наук: 10.02.02/КНУ им.Т.Шевченко Институт филологии, Киев, 2008. – 200 с. **16. Режим доступа:** www.davno.ru/articles/poster.html. **16.** Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. – 4-е изд. – М.: КомКнига, 2006. – 288 с. **17. Дегтярев А.Р.** Изобразительные средства рекламы: Слово, композиция, стиль, цвет. – М.: ФАИР-ПРЕСС, 2006. – 256 с. **18. Там же.** **19. Там же.** **20. Режим доступа:** <http://www.management.com.ua/hrm/hrm053.html>.

В статье рассматриваются лингвокультурологические особенности рекламы. Предлагаются возможные лингвокультурологические модели современной рекламы воинской службы.

Ключевые слова: реклама, лингвокультурология, воинская служба, коммуникативная стратегия, коммуникативная деятельность.

У статті розглянуто лінгвокультурологічні особливості реклами. Пропонуються моделі сучасної реклами військової служби.

Ключові слова: реклама, лінгвокультурологія, військова служба, комунікативна стратегія, комунікативна діяльність.

The article deals with linguistic and cultural peculiarities of the advertisement. There are proposed some patterns of modern advertisement of the military service.

Key words: advertisement, linguistics and culturology, military service, communicative strategy, communicative activity.

УДК 378.147:004

Л.Н. Синельникова

**ОБ ЭФФЕКТИВНОСТИ МУЛЬТИМЕДИЙНОГО
ЛЕКЦИОННОГО КУРСА (ИЗ ОПЫТА РАБОТЫ)**

Мультимедийный формат подачи лекционной информации можно с полным правом отнести к числу хайтек-технологий – новейшим формам образовательных услуг, если под последними понимать способ организации учебного процесса, нацеленный на оптимальное структурирование информации и эффективную включенность обучающихся в предлагаемую преподавателем концепцию. Без использования этого формата лекций по ряду курсов специальности «Паблик рилейшнз» («Связи с общественностью») вряд ли можно было надеяться на высокую степень овладения материалом. Паблик рилейшнз – новая для наших вузов область знания, интегрирующая сведения из множества наук гуманитарного цикла: социологии, политологии, психологии, философии, филологии, лингвистики, коммуникативистики, риторики и др. Совместить столь разнообразную информацию и представить её студентам в виде традиционной академической лекции (преподаватель говорит, студенты ведут по большей части бессистемную запись) возможно, но малоэффективно. Мультимедийные технологии имеют огромные преимущества и неограниченные резервные возможности в совершенствовании всех этапов учебного процесса.

О преимуществах.

- Возможность креативного, а не репродуктивного подхода к подбору и подаче лекционной информации.
- Плотность, интенсивность информации через её представленность в разных видах – текстовом, графическом, видео, звуковом, анимационном.
- Согласованность информации с законами восприятия я (аудиальный канал – что слышат, визуальный – что видят, цифровой – как всё это согласуется с мыслительным процессом).
- Возможность подачи абстрактных понятий как предметно-конкретных и наоборот.
- Условия для совокупной подачи взаимодействующих явлений, набора признаков, определяющих содержание и функционирование того или иного понятия.
- Технологически грамотная структурируемость информации в её динамическом движении.

- Моделирование обратной связи, инициирующей актуальный диалог с адресатом.

Об эффективной реализации дидактических принципов.

- Принцип интеграции – выявление отношений между различными видами гуманитарного знания (междисциплинарные и межпредметные связи).

- Принцип целостности – системная, основанная на гипертекстовых отношениях связь между разными темами и курсами, которая во многом определяет интеллектуальное развитие личности, уменьшает степень энтропии и лакуарности в знании предмета.

- Принцип проблемности, реализуемый в форме вопросов, подачи противоречивых мнений, тестов, нацеливающих на альтернативные решения и др.

- Принцип интереса, проявленный в форме интриги, поиска креатива, «прорывных», нетривиальных подходов и решений.

О резервных возможностях мультимедийных лекций.

- Возможность широкого применения разнообразных технологий интерактивного обучения. В качестве примера назовём две. Кейс-метод, под которым понимается обсуждение реальной профессионально значимой проблемы или ситуации (в паблик рилейшнз это могут быть проблемы управленческого характера, проблемы создания имиджа, промоушна, связей со средствами массовой информации и др.), требующих принятия оптимального решения. В сжатой письменной форме кейс предлагает студентам информацию о проблемной ситуации, которая далее обсуждается в вопросно-ответной форме с целью выработки алгоритма решения проблемы. Визуально (в виде представленности на слайдах-презентациях) студенты знакомятся с разными решениями, которые обсуждаются, подвергаются критической оценке. Мультимедийный формат позволяет обеспечить подачу соответствующей информации интересно, даёт возможность сохранить интригу, включать конкретизирующие ситуацию видеоматериалы, графики статистические данные и т.д. (подробнее о кейс-методе см.: Синельникова Л.Н. Интерактивные методы в образовании. Кейс-метод // Синельникова Л.Н. Жизнь текста, или Текст жизни. Избранные работы в 3-х тт. – Луганск, 2005. Т. 3. С. 149-152).

Метод коучинга включает умение преподавателя организовывать активное слушание, в том числе через использование вопросов и подведение итогов в отношении основных практических действий, необходимых для улучшения количественных и качественных характеристик деятельности посредством критического отражения того, каким образом используются полученные знания (подробнее см.: Торп С., Клиффорд Дж. Коучинг: руководство для тренера и менеджера. - М. – СПб. и др., 2004). В число ключевых принципов коуча входят принципы, которые в полной мере могут быть реализованы в мультимедийных лекциях: люди учатся только тогда, когда по-

настоящему вовлечены в процесс обучения; для того, чтобы помогать другим, мы должны прогрессировать сами.

Оба названные метода имеют отношение к обучению по модульному типу, так как позволяют выделить проблемные блоки информации и стимулируют самостоятельную работу, необходимую для успешного выполнения модульных контрольных заданий, которые в виде тестов могут быть включены в лекционный курс. Контролирующий режим модульно-рейтингового обучения должен согласовываться с мотивацией, с самооценкой обучающихся. Новизна демонстрационного режима, проблемность в подаче информации способствует её запоминанию, исключает механическое заучивание материала, формирует необходимый эмоциональный интерес, мотивирующий последующую индивидуальную работу студентов. В результате учебный процесс в его целостности оптимизируется.

- Мультимедийные лекции формируют коммуникативную компетенцию студентов, под которой понимается способность к успешной речевой деятельности, к общению. Риторическая культура преподавателя входит в систему учебной коммуникации и, по сути, составляет её основу. Грамотное оформление презентаций, логика организации обратной связи, проявляющая языковую личность преподавателя, его риторические умения – всё это воспринимается студентами как норма ответственности за речемыслительные действия. В контекст такого рода ответственности входят действия программистов – создателей слайдов-презентаций. С удовольствием отметим высокий профессионализм команды профессора А.С. Меняйленко, инновационное мышление которой немало способствовало успешной реализации мультимедийного формата лекций по специальности «Паблик рилейшнз». Такие специалисты, как Т.В. Бондаренко и Г.В. Монастырская владеют множеством приёмов мультимедийной презентации материала и продолжают осваивать новые. Органичная связь между содержанием лекций и формой их подачи – необходимое условие высокого качества мультимедийного формата, позволяющее, к тому же, ежегодно обновлять лекционную информацию. Дизайнерское исполнение презентаций, применение адекватных инструментальных средств, обеспечивающих навигацию по лекционным курсам, способствуют восприятию лекционных курсов как гипертекста, в условиях которого очерчиваются взаимодействие и взаимосвязь явлений, обеспечивающих цельное (целостное) знание.

Объявление Луганского национального университета территорией новаций в системе образования перестало быть декларативным. Мультимедийные лекции прошли стадию эксперимента и вошли в число обычных рабочих действий преподавателя и студентов, равно заинтересованных в качестве знаний и в конкурентоспособности его носителей.

В статье обозначены преимущества, эффективность и резервные возможности организации лекционной работы в мультимедийном формате.

Ключевые слова: мультимедийный формат, хайтек-технологии, кейс-метод, коучинг.

У статті означені переваги, ефективність та резервні можливості організації лекційної роботи в мультимедійному форматі.

Ключові слова: мультимедійний формат, хайтек-технології, кейс-метод, коучінг.

The article underlines the advantages, effectiveness and reserve possibilities of organizing the lecture work in multimedia format.

Key words: multimedia format, high tech technologies, case method, coaching.

УДК 371. 671: 811. 161. 1. 001.76

В.А. Розсоха

ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ КАК СРЕДСТВО АКТУАЛИЗАЦИИ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ-ИНОСТРАНЦЕВ

Инновационные технологии помогают обеспечить мотивацию обучения, поддерживают внимание к изучаемому материалу, формируют умение самостоятельно получать информацию, а также контролировать то, что было изучено.

Созданная в 2008 году компьютерная программа «Десять первых шагов сделай сам» (авторы В.А.Розсоха, В.Н.Розсоха) как дополнение к мультимедийному учебному комплексу «Десять первых шагов» акцентирует внимание на самостоятельной работе студентов-иностранцев, изучающих русский язык.

При запуске программы на экран компьютера выводится информация о предстоящих событиях, задание на ближайшее занятие.

В содержание программы входят вводный (допадежный) и основной курсы русского языка для студентов подготовительного факультета в виде упражнений и тестов разных уровней сложности, а также контрольные тесты для каждого уровня.

Актуальная для иностранных студентов проблема обучения письму решается с помощью включенных в программу диктантов. Прежде всего, это словарные диктанты, состоящие из программной лексики. Кроме того, мнемонические (или иллюстративные) диктанты: на экране монитора появляется предметное изображение, а студент

должен набрать необходимое слово по памяти. Результаты диктантов фиксируются по каждому студенту, поэтому возможен такой вид работы, как индивидуальный словарный диктант с иллюстрациями или без, который состоит из неусвоенной лексики. Проверить правильность написания слова, узнать его значение, усвоить грамматические формы можно с помощью мультимедийного словаря (см. фрагмент экрана).

557 звучащих слов 256 фотографий 25 репродукций 6 музыкальных фрагментов 9 видеофрагментов

ананас (сущ., муж.р.)
Сочный ананас.

Перевод

EN	pineapple
DE	Ananas
CH	菠萝, 凤梨

Грамматические формы

падеж	единственное число	множественное число
1	ананáс	ананáсы
2	ананáса	ананáсов
3	ананáсу	ананáсам
4	ананáс	ананáсы
5	ананáсом	ананáсами
6	об ананáсе	об ананáсах

См. [фрукт](#).

ананас

Части речи Произношения Статистика

Объем словаря – около 600 озвученных слов, 250 фото, 25 художественных иллюстраций. В словарной статье указывается частеречная принадлежность слова, приводится его парадигма, нормативное ударение, а также дается перевод на английский, немецкий и китайский языки, ссылки на другие словарные статьи. Употребление слова иллюстрируется словосочетанием.

Словарь ведет статистику (сколько раз студент открывал каждую словарную статью) и отмечает просмотренные слова звездочками.

В качестве художественных иллюстраций, позволяющих создать зрительный образ изучаемого слова, использованы рисунки, репродукции картин русских художников, видеофрагменты из русских фильмов, музыкальные фрагменты из произведений русских композиторов.

Навыки аудирования развивают задания следующего типа: *Определите на слух, какое слово (буква, слог, фраза) звучит.* Студент слушает слова и набирает их на клавиатуре. Слова можно прослушать повторно. По выбору преподавателя слова могут сопровождаться иллюстрациями.

Полученные навыки аудирования закрепляются при прослушивании русских сказок, после чего необходимо ответить на предложенные вопросы. Компьютер дает возможность остановить аудиозапись, прослушать ее еще раз.

Развивать творческое мышление студентов помогают игровые упражнения. Например: «Переставь буквы». Студенту предлагается набор букв, из которого может быть составлено слово определенной лексико-тематической группы: «В аудитории», «Время», «Магазин», «Одежда и обувь», «Продукты», «Семья», «Транспорт», «Человек». Перед началом игры показываются слова с иллюстрациями по выбранной теме. Студент должен выучить их написание. Затем студенту предлагается слово по выбранной теме, буквы которого переставлены в случайном порядке, например «аетансм» (сметана). Студент должен восстановить слово. За каждое правильно составленное слово начисляется столько баллов, сколько в нем букв. Студент может воспользоваться подсказкой, но за каждую подсказанную букву снимается один балл.

Упражнение-игра «Составь слово» пополняет словарный запас студентов. В эту игру студенты могут играть как с компьютером, так и друг с другом. Компьютер генерирует слово, из букв которого нужно составить новые слова. Баллы начисляются за количество букв в каждом новом слове. Это стимулирует студента составлять длинные слова. Выигрывает тот, кто быстрее наберет нужное количество баллов (в данном случае 50). Программа проверяет в русском лексиконе составленного слова, а также правильность его написания на портале gramota.ru (см. фрагмент экрана).

СЛОВАРИ БИБЛИОТЕКА СПРАВКА КЛАСС ЛЕНТА ИГРА

ПРОВЕРКА СЛОВА: ПРОФЕССОР

профессор проверить [помощь]

Орфографический словарь

Толково-словообразовательный

Русское словесное ударение

Словарь имён собственных

Словарь синонимов

Синонимы: краткий справочник

Словарь антонимов

Словарь методических терминов

Словарь русских имён

профессор, -а, *мн.* -а, -ов

Толково-словообразовательный

ПРОФЕССОР м.

1. Ученое звание, присваиваемое наиболее квалифицированным преподавателям высших учебных заведений и научным сотрудникам научно-исследовательских учреждений, руководящих научно-исследовательской работой. // Лицо, имеющее такое звание.
2. перен. разг. Знаток своего дела.

Для каждого теста или упражнения преподаватель устанавливает время выполнения и количество баллов, необходимое для зачета самостоятельной работы.

Таким образом все уровни репрезентации материала для обучения взаимообусловлены и связаны в единый информативный блок. Представленная компьютерная программа имеет вполне конкретные и прогнозируемые цели, одна из которых состоит в создании комфортных условий обучения, когда обучающийся осознает свою успешность, свою интеллектуальную состоятельность, что позволяет ему не только получать новые знания, но и делает продуктивным сам процесс обучения.

В статье описана авторская компьютерная программа «Десять первых шагов сделай сам», позволяющая оптимизировать самостоятельную работу в процессе обучения русскому языку как иностранному.

Ключевые слова: русский язык как иностранный, мультимедийный учебный комплекс, самостоятельная работа студентов.

У статті описується авторська комп'ютерна програма «Десять перших кроків зроби сам», яка дозволяє оптимізувати самостійну роботу в процесі навчання російській мові як іноземній.

Ключові слова: російська мова як іноземна, мультимедійний учбовий комплекс, самостійна робота студентів

The article describes the author's program 'Make the first 10 steps by yourself', which allows to optimize self-work during the process of teaching Russian as a foreign language.

Key words: Russian as a foreign language, multimedia teaching complex, students' self-work.

Т.Б. Трошева, О.Ю. Луковникова. *Объяснительный дискурс в его сферной парадигме: Монография (Пермь, 2007. – 88 с.)*

Дефицит новой научной информации русские филологи Украины испытывают постоянно. Международное сотрудничество в виде ежегодно организуемой кафедрой русского языкознания и коммуникативных технологий конференций в некоторой степени восполняет этот пробел, поскольку участники конференции любезно знакомят коллег со своими работами. Авторы рецензируемой монографии выступили с докладом на пленарном заседании очередной международной конференции и презентовали кафедре интересное и полезное – как в теоретическом, так и в практическом плане – исследование, посвящённое объяснительному дискурсу, активно проявленному во всех сферах современной коммуникации, основным признаком которой является диалогическая направленность.

Монография предполагает широкого адресата – филологов, интересующихся вопросами функциональной стилистики, лингвистики текста, культуры речи и проблемами преподавания русского языка.

Пермская стилистическая школа – это давно уже научная классика. Принадлежащие к ней исследователи сохраняют подтверждённую временем и языковыми фактами научную концепцию, на основании которой рассматриваются и систематизируются разного рода языковые (нормативно-стилистические) новации. Новации в лингвистике обусловлены двумя основными факторами, находящимися в состоянии корреляции: изменениями в языковом сознании, в языковой картине мира, происходящими под влиянием экстралингвистических импульсов, и парадигмальными изменениями в самой науке, апробирующей адекватный положению дел интерпретативный инструментарий. Оба эти фактора учтены авторами монографии, хотя установить полную корреляцию между экстралингвистическими стимулами и лингвистическими параметрами (особенно в области речевых норм, норм функционального стиля) в настоящее время вряд ли возможно.

Предмет исследования – объяснительный дискурс. Термин «дискурс» в рецензируемой монографии используется в значении «текст в неразрывной связи с ситуативным контекстом, определяющим всё то, что существенно для порождения данного высказывания/текста, в связи с системой коммуникативно-прагматических и когнитивных целеустановок автора, взаимодействующего с адресатом» (с. 3). Объяснение – особый текстотип, представляющий собой коммуникативно-познавательное действие, выраженное с помощью особого построения, которое включает сообщение о каком-либо явлении

и сообщение о действительных или предполагаемых его причинах. Называются дифференциальные признаки объяснительного дискурса: установление интерактивных связей, диалогических отношений с адресатом (коммуникативно-прагматический аспект); двукомпонентность – обязательное наличие ключевой части, то есть того, что надлежит объяснить, и комментирующей части, то есть того, что объясняет (композиционно-структурный аспект); каузальные отношения как ведущий тип смысловых отношений между названными структурными элементами (логико-семантический аспект); типовой набор языковых средств – причинных союзов и конструкций с каузальными и перформативными лексемами (лексико-грамматический аспект) (с.10 – 11). Комплексность подхода к анализу объяснительного дискурса – убедительный фактор объективности представленных обобщений.

Авторы отличают объяснение от аргументативных высказываний прежде всего по семантике композиционных частей: в аргументативных текстах тезис гипотетичен, в объяснительных – комментируются реальные факты действительности. (Заметим, что этот критерий может потерять дифференцирующий признак при более широком – по большей части философским – отношении к понятию «действительность».) Различающий аргументативные высказывания и объяснение критерий «семантика исходного суждения» проявляется в «свойствах тезиса»: в первом случае истинность тезиса не установлена, во втором – истина некоего события, факта не ставится под сомнение. Дискуссионность и некоторая расплывчатость названных критериев (расплывчатость не в структурно-семантическом, а в когнитивном плане) уравнивается более привлекательной для нас позицией исследователей: «Поскольку познание сущности есть процесс бесконечный, развивающийся от знания менее полного и точного к знанию более полному и точному, от истины относительной к истине абсолютной, то допускаются объяснения, носящие гипотетический характер, и наряду с достоверно истинными аргументами могут использоваться ещё не доказанные положения» (с. 8).

Существует ли корреляция (полная или неполная) между процедурой объяснения и типом речи? К решению этого сложнейшего вопроса авторы стремятся подойти всесторонне, используя разнообразный инструментарий анализа. Объяснение – текстовое явление, функционирующее там, где выстраиваются диалогические отношения. Интерактивные связи с адресатом стимулируют появление процедур объяснения. Объяснение – путь к пониманию, которое всегда диалогично. И совершенно справедливо, что категория объяснения особенно востребована в период, как говорят авторы монографии, «развивающейся коммуникации». Развитие коммуникации – это прежде всего совершенствование форм диалога, и объяснение оказывается нормой современной социальной коммуникации.

Проявляясь в разных сферах и ситуациях общения, объяснение носит полистилевой характер. Коммуникативно-познавательная деятельность, по справедливому мнению авторов, имеет свою специфику в разных функциональных стилях, каждый из которых детерминирован задачами коммуникации в той или иной сфере. Объяснительный дискурс исследован авторами монографии в пространстве всей функционально-стилевой парадигмы – в научной, официально-деловой, публицистической и церковно-религиозной коммуникации.

Научное объяснение – регулярное коммуникативное действие в этой сфере деятельности, оно обладает признаками инварианта и представляет собой, как правило, «строгое логическое построение с маркированным переходом от ключевой к комментирующей его части» (с. 13). Научное объяснение «оформляется как текст со специфической архитектурой и системой языковых средств, необходимых для достижения цели полного и теоретически точного раскрытия подлинных причин изучаемого явления, а также более частных целей (подцелей): 1) охарактеризовать явление действительности, 2) изложить обстоятельства, его обусловившие, 3) установить и продемонстрировать читателю закономерную связь явлений, отношения необходимого порождения» (с. 26). Объяснение в научной речи фиксирует когнитивные этапы познавательной деятельности. Эти этапы по-разному оформляются в собственно научных текстах (монография, научная статья) и в учебно-научных текстах. В собственно научных типах текстов акцент делается на новизне некоего научного знания и познавательная функция объяснения должна способствовать утверждению и развитию нового знания, обогащающего научную картину мира. В учебнике объяснение служит целям растолкования явлений, и это требует активного подключения не только познавательной, но и коммуникативной функции объяснения. Если в научной монографии представлены как действительные, так и предполагаемые причины явлений, то в учебной литературе регистрируются прежде всего действительные, устоявшиеся причины явлений.

Представив общую комбинаторную модель построения объяснений в научных текстах и определённый круг средств выражения этой модели, авторы обратили внимание на то, что строгость логических построений в этом виде коммуникации контактирует с оценочными характеристиками явлений. «Большая свобода в выборе предмета исследования, в изложении проблемных вопросов и оригинальных концепций ... коррелирует с более свободным подходом к отбору языковых единиц, оформляющих разнообразные варианты авторского рассуждения» (с. 31) – этот тезис, на наш взгляд, способен многое изменить в инвариантной модели научного дискурса, прежде всего представление об «образе автора», его иллюкативных установках – стремлении показать не только, а иногда и не столько результат научных действий, сколько сам процесс мышления по определённому поводу

(отсюда такие не характерные для научного стиля структуры, как внутренняя речь, несобственно-прямая речь, несобственно-прямой диалог и ряд риторических приёмов оценочного характера). Формально логические признаки научного дискурса всё больше подчиняются коммуникативным целям, автор стремится быть понятным и принятым адресатом не только на логическом уровне, но и на эмоциональном. Хотелось, чтобы факты и признаки такого рода перестали оцениваться как маргинальные, не соответствующие свойствам научного мышления: «человеческий фактор» в настоящее время проявляет себя как универсальный импульс изменений в языковой картине мира.

В официально-деловых текстах, говорится далее в монографии, объяснение используется в случаях необходимости раскрытия причин того или иного административного явления. Для текстов традиционных деловых жанров характерна констатация, удостоверяющая тот или иной факт и предписание, устанавливающее статус факта в системе права. Активизация структур объяснения в деловой сфере объясняется большей свободой в выражении личного мнения и стремлении убедить адресата (с. 55). Не случайно поэтому, что именно в комментирующей части объяснения используются экспрессивные и разговорные языковые средства (с. 56). Нет сомнений, что в условиях «развивающейся коммуникации» в деловой сфере накапливаются существенные изменения моделей общения и характера адресантно-адресатных отношений в русле общих тенденций современного языкового (и стилистического) процесса – демократичности, диалогичности, проявленности субъектов речи и др.

В публицистике объяснение, «выполняя важную задачу раскрытия причин социально значимых событий, характеризуется высокой степенью экспрессивности и субъективности в сравнении с научной и деловой речью» (с. 14). Авторы монографии перечисляют функции объяснения в современных газетах: информативная функция, отличающаяся большой степенью субъективности, экспрессивной оценочности и эмоциональности; рекламная функция, акцентирующая интересные для читателя моменты, обещающие знакомство с увлекательным, но пока не совсем ясным материалом; коммуникативная функция как функция убеждающего воздействия (с. 59). Объяснение в публицистике может иметь разную модальность – модальность категоричного утверждения, предположительности и т.д. Журналисты выбирают объяснения, которые соответствуют их интенциям и наиболее ярко представляют авторскую позицию.

В диахроническом плане рассуждение (объяснение – разновидность рассуждения) в языке газет 18-20 веков «прошло путь от элементарных аргументативных построений (18 век) через этап сближения с рассуждением научного стиля с присущим ему книжным характером лексико-грамматических средств (19 век) к специфическому именно для публицистики экспрессивному рассуждению, всем

комплексом средств привлекающему внимание читателя и убеждающего его в справедливости тех или иных выводов (20 век)» (с. 62). Высокая степень диалогичности современной публицистики, безусловно, способствует проявлению таких признаков объяснения, как адресованность, эмоциональность, побудительность. Отсюда активность вопросной формы ввода объяснений, характер заголовков, активность парцелированных конструкций и многое другое. Представленный в монографии иллюстративный материал подтверждает это положение дел.

Объяснение в религиозных текстах авторы монографии рассматривают на материале проповеди, в которой обнаруживаются инвариантные черты смысловой структуры объяснения, известные прежде всего по текстам научной и правовой сфер коммуникации (с. 66). Стремление быть понятыми слушателями проявляется в формах диалогичности проповеди (например, в вопросах «А почему?). Цель религиозного просвещения общества и его воспитания в духе христианской нравственности требует сочетания догматизма и чувственности (прочувствованности), отсюда эмоционально-экспрессивная окрашенность языковых средств при полном отсутствии сниженных разговорных элементов.

Специфически проявляет себя объяснение в художественно-эстетической сфере. Любое объяснение в художественном тексте «выполняет изобразительно-выразительную, характерологическую, психологическую и другие функции» (с. 15), то есть, по сути, в этой сфере происходит десемантизация объяснения. Если речь идёт о художественной сфере, то такая характеристика вполне логична, а если о художественном функциональном стиле, то возникает вопрос, давно законсервированный как полемичный и спорный: стиль ли это? Десемантизация объяснения в художественном тексте оказывается семантизированной, поскольку создаёт свою реальность и значимость смыслов. Отсюда структурная нестабильность (может быть, скорее, структурная множественность, вариативность) объяснения в художественном произведении, обилие импликаций, выводящих объяснение из текста в подтекст. Именно неполное, как правило, косвенное объяснение придаёт реальность и психологическую достоверность изображаемому. Иначе говоря, как будто бы ничего не объясняющее объяснение объясняет если не всё, то многое с точки зрения художественной логики, в которой блок «почему – потому» подчиняется собственным когнитивным правилам. Специфика этих правил в наибольшей мере проявлена в поэзии (ср.: «Потому что душа существует в теле / жизнь будет лучше, чем мы хотели», «Потому что север далёк от юга, / наши мысли цепляются друг за друга», «Потому что у куклы лицо в улыбке, / мы, смеясь, свои совершили ошибки» – И. Бродский), но и в современной прозе нередка такого рода «странная» детерминация (например, в прозе В. Нарбиковой, результаты анализа которой наряду с прозой В. Астафьева, Л. Бородина, Б. Окуджавы,

Л. Петрушевской, В. Токаревой, Т. Толстой, Л. Улицкой представлены в монографии). В работе дан комплексный анализ объяснительного дискурса в рассказе Л. Петрушевской «Дитя», отчётливо показывающий, что художественный текст – образование принципиально иного рода. Внешняя экспликация причинных отношений (*потому что...*) оборачивается смысловой импликацией: художественное познание имеет своё *ratio*, опирается на свои источники истинного знания, часто отрывающиеся от рационально-логических представлений о мире. Формы выражения авторского сознания многообразны, и это, конечно же, проявляется в характере художественных объяснений.

Заключение обобщает признаки объяснительного дискурса, намечает перспективы исследования, акцентирует его роль в повышении культуры социального общения «на основе развития диалогичности и обогащения арсенала интеллектуальных и экспрессивно-эмоциональных средств выражения» (с. 71). Выделен также педагогический аспект проблемы: умение рассуждать, объяснять формирует коммуникативную компетентность личности. Стиливая специфика объяснительного дискурса действительно углубляет представление о дифференциальных признаках функциональных стилей, но одновременно утверждает тезис о размывании границ между функциональными стилями. И этот, казалось бы, научный парадокс приближает нас к пониманию качественных изменений в характере функционирования языковых средств и категорий.

Л.Н. Синельникова

Е.О. Клименко. *Лингво- и социокультурный концепт «management/менеджмент»: российско-американские параллели. Монография (Волгоград, ПН ИПД «Авторское перо», 2006. – 216 с.)*

Монография посвящена исследованию концепта «менеджмент» - ментального конструкта, отражающего содержание управленческой деятельности в рамках деловой коммуникации. Выбор для презентации в нашем «Вестнике» этой книги отчасти объясняется статусом официального рецензента (другие рецензенты – Т.Н. Астафурова, В.И. Карасик), но в большей мере – интересом к тому, как язык реагирует на изменения в общественной (в нашем случае прежде всего – экономической) жизни, как происходит адаптация заимствованных понятий и, наконец, как эргономика (наука о трудовой деятельности человека), контактируя с аксиологией (наукой о ценностях жизни и культуры) и эвристикой (теорией креативного мышления), влияют на языковое сознание современного человека. Адресуя исследование специалистам в области концептологии, дискурсологии, лингвокультурологии, теории перевода, семантики и гендерологии, автор

называет те отрасли гуманитарного знания, во взаимодействии которых обнаруживаются характерные для современного общества закономерности коммуникативного поведения, способные получать языковую интерпретацию в контексте смысловой структуры концепта «менеджмент». Об объёме поставленных в монографии исследовательских задач можно судить по следующему их перечню: определить образные, понятийные и ценностные характеристики концепта «менеджмент» в русском и американском языковом сознании; выявить динамику изменения этого концепта при его трансляции, импорте и вербализации из американской деловой культуры в российскую; установить основные социо- и лингвокультурные различия отношения к управленческой коммуникации в языковом сознании представителей русского и американского деловых сообществ через их взаимные вербальные оценки; показать основные деловые характеристики менеджера в понимании двух культур и описать базовые лингвосемиотические и семиотические параметры имиджа менеджера; определить и описать ядерные / периферийные характеристики концепта «менеджмент» в американском и русском языковом сознании с учётом социокультурной вариативности данного концепта; продемонстрировать пути освоения и адаптации базовых лингвокультурных различий концепта, импортируемого из американской деловой (управленческой) культуры, в русскоязычной деловой культуре; выявить и исследовать гендерные характеристики концептоносителей – менеджеров и установить иерархию их ролей в управленческой коммуникации (с. 7).

Предмет исследования, поставленные задачи определяют объём и характер материала для исследования. В лингвокультурологии и концептологии закрепились практики привлечения самых разнообразных материалов из различных источников: выборки из словарей разных типов, специализированных справочников, текстов массовой информации – газетных, журнальных, электронных. Вся эта информация соотносится с данными анкетирования информантов с целью выяснения понимания ими содержания того или иного концепта и определения лингвосемиотического репертуара средств, используемых в определённом виде коммуникации. Главное – реконструировать объём знаний, относящихся к одному концепту. Семантическое описание концепта основывается в рецензируемой работе на синтезе методов: методов понятийного моделирования, компонентного и интерпретативного анализа, метода интервьюирования представителей бизнеса сопоставляемых лингвокультур для изучения ценностных параметров концепта «менеджмент».

Когнитивную лингвистику и концептологию как её базовый сегмент не может не интересовать проблема представления знаний в языке. Автор монографии останавливается на фреймовой теории представления знаний, привлекает исследования зарубежных авторов (Бейтсон, Джекендофф, Таннен, Абельсон, Хаймс, Т.А. Ван Дейк,

Филлмор и др.). Фреймовая информация чётко ассоциируется с тем или иным концептом, и фрейм можно рассматривать как способ организации различных типов концептов, отличающихся по уровням сложности.

Концепт «менеджмент» сформировался в пространстве управленческого дискурса, который понимается «как речь субъектов, вовлечённых в интерперсональную и интергрупповую деятельностную структуру, направленную на извлечение прибыли от деятельности или получение иного эффекта, удовлетворяющего интересы субъектов деятельности» (с. 4). В основе такого вида коммуникации лежит, как нам представляется, не только социальная оппозиция «начальник – подчинённый», но и интересубъектные отношения, организующие содержание понятие «команда», которое также входит в дискурс управления прежде всего через признак «корпоративность».

О.Е. Клименко подробно останавливается на значении слова концепт, опираясь на соответствующие работы лингвистов и лингвокультурологов. Реферативную часть завершает обобщение: все трактовки рассматривают концепты как некие способы репрезентации действительности в сознании людей, как сгустки смысла, несущие важную культурную информацию и находящие своё конкретное выражение в виде знаков (в широком понимании знака): в языке, в искусстве и т.д. (с. 23).

Концепт «менеджмент» импортирован из американской лингвокультуры в русскую. Описание этапов когнитивного освоения содержания этого концепта последовательно осуществляется через соотношение лингвистических данных с психологическими и лингвокультурологическими.

В американской лингвокультуре концепт «менеджмент» связан с практикой хозяйственной деятельности человека и включает ряд субконцептов, объединённых концептосферой «управление». Семантическое содержание концепта «менеджмент» представляется как способ (манера) обращения с людьми, власть и искусство управления, административная единица. Для определения когнитивно-ценностной составляющей концепта автор применяет теорию семантического поля И. Трира. В современном языкознании семантическое поле определяется как совокупность языковых единиц, объединённых общностью содержания в понятийном, предметном или функциональном отношениях. Методом сплошной выборки из специальных экономических текстов и словарей было отобрано 100 терминов. На следующем этапе по видовому признаку были выделены группы терминов, определяющие различные типы менеджмента. Таким образом в тексте дефиниции термина определился родовой и видовой фрагменты. Родовидовые отношения в освоенном или только осваиваемом термине выражаются либо ранее определёнными терминами, либо терминами, не имеющими текстовой дефиниции. В дефиницию термина могут входить как термины его понятийного поля, так и термины смежных областей.

На основе проведённого родовидового, дефиниционного, понятийного анализов автор монографии выстроил терминологическую цепочку, лежащую в основе структуризации концепта «менеджмент». В понятийную структуру концепта были включены следующие составляющие: когнитивная эквивалентность (ориентация сознания субъекта на закономерности управленческого процесса); коммуникативность (управление информационными потоками); инструментальность (управление ресурсами и продуктами деятельности); посессивность (управление собственностью); социальная рефлексия (оценка управленческих действий); прогностичность (определение тенденций и их важности для успешного управления). Все эти составляющие реализуются в управленческом дискурсе – деловом тексте в контексте производственной ситуации (с. 36 – 38).

Автор называет коммуникативные признаки англоязычного управленческого общения: коммуникативная корректность – соблюдение демократических (но не панибратских) форм вербального и невербального общения; использование военной терминологии, номинирующей агрессивность управления бизнесом; метафоричность, чаще всего основывающуюся на военной, спортивной и рыночной теме; доминирование словосочетаний с широкозначными глаголами действия *take* и *do*; широкое использование сленгизированных формул в общении с подчинёнными, склонность менеджеров к созданию жаргонных словечек и фраз (алфавитный список менеджерских жаргонизмов с их дефинициями и примерами приведён в приложении к монографии).

Новые понятия из иноязычного лингвоэтноса постепенно вытесняли исконно русские номинации, и вместо «изучение спроса», «доставка», «отгрузка», «кадры», «администрация предприятия», «бухгалтерия», «банкротство», «контроль качества» и пр. начали употребляться слова «маркетинг», «логистика», «персонал», «топ-менеджмент компании», «финансовый менеджмент», «риск-менеджмент», «менеджмент качества» и др. Трансформация номинаций по англоязычному типу расширяла спектр смысловой наполненности понятий управленческой деятельности. Это была уже не просто замена старых слов новыми, а знак усложнения понятийного содержания, коррелирующего с реалиями новых видов практической управленческой деятельности. Синонимические отношения между заимствованным и русскими словами в процессе функционирования утрачивались. Прямая корреляция становилась неадекватной, и этот факт, по нашему мнению, не может не учитываться в рекомендациях по культуре речи: не употреблять заимствований такого рода стало невозможно. Принятие новых управленческих правил – это и принятие новых номинаций соответствующей деятельности.

Отчётливо фиксируется усиление значений «информативность» и «технологичность» как составляющих концепта «менеджмент». Если «информация» в русскоязычном управленческом концепте никак не

выделялась, то в англоязычном варианте «информационный менеджмент» представляет собой целое направление. Сема «информативность» тесно связана с семой «технология», поскольку управление информационными потоками невозможно без обращения к компьютерным, электронным технологиям и к ресурсам Интернета. Появились новые управленческие приёмы коммуникативного плана (рассылка материалов, мгновенная реклама, электронные сайты, визуальные контакты и др.). Идёт процесс когнитивного усвоения этих форм общения современным сообществом. Формируется также образовательный менеджмент, менеджмент в сфере искусства – всё это развивает смысловое и когнитивное содержание концепта «менеджмент».

Неотъемлемым смыслом англоязычного концепта «менеджмент» является понятие коучинга – процесса консультирования в целях повышения эффективности деятельности в области бизнеса. Автор монографии достаточно подробно останавливается на содержании этого понятия, по нашему мнению, весьма важного и для организации успешной учебно-образовательной деятельности. Коучинг – это система психолингвистического воздействия агента-консультанта на реципиента-консультируемого. Структура этого воздействия меняет своё дискурсивное и стратегическое содержание в зависимости от типа личности консультируемого и условий конкретной управленческой ситуации. Коучинг настраивает на успех путём речевого воздействия и соответствующих иллюстраций. Коуч в англоязычной лингвокультуре – это прежде всего тренер, создающий команду и правильно расставляющий игроков. Модель управления «коуч – член команды» постепенно заменяет стереотипную диаду «начальник – подчинённый», хотя содержание коммуникативной деятельности коуча всё ещё остаётся размытым, и в него включаются такие исполнительские роли, как учитель, куратор, помощник, наблюдатель, советчик, судья, вдохновитель, лидер (с. 47-48).

В англоязычную управленческую коммуникацию включен понятие корпоративной этики. Отсюда релевантность максимы вежливости, которая определяет успешность воздействия на объект менеджмента. Использование максимы вежливости в англоязычном управленческом дискурсе является повсеместным и социально закреплённым маркером управленческой коммуникации на всех уровнях. Вежливость доминирует над фамильярностью, формулы вежливости – над вербальной агрессией. Коммуникативная корректность включает разнообразные проявления позитивного поведения вербального характера: запрет на денегративные высказывания (высказывания, способные вызвать противоположные действия), высказывания альковного характера по отношению к сотруднику противоположного пола, субколлоквиальной лексики. На базе американского концепта внедряются российские ценностные характеристики управленческой

коммуникации, например такие, как стимулирование коллективного труда, основывающегося на нормах добра и справедливости, поощрение умения мыслить нестандартно, не манипулировать людьми, не переоценивать роль денег в жизни, осознавать, что основа устойчивости – движение, ничего не бояться и др. (с. 50 – 51). В системе такого организационного поведения происходит вербальная экспликация концепта «менеджмент».

Самопрезентация – неотъемлемый признак управленческой коммуникации. Презентационная структура дискурса обстоятельно разработана в монографиях профессора А.В. Олянич (см нашу рецензию в Віснике ЛНПУ, 2007, № 18). В управленческой коммуникации презентационный дискурс параметризуется через диалогичность, эмоциогенность и театральность. Диалог лежит в основе вербальных технологий эффективного воздействия. Технология торга – СПИН понимается как дискурсивная практика задавания «правильных вопросов». СПИН включает ситуационные вопросы (сбор информации о конкретном покупателе), проблемные вопросы (выявление потребностей клиента и причин его неудовлетворённости), извлекающие вопросы (связывающие частные проблемы с общей ситуацией), направляющие вопросы (дают возможность покупателю анализировать выгоды) (с. 54-56).

Эмоциогенность выражается в эмоциональном развёртывании дискурса: успех как планируемый, так и достигнутый всегда сопровождается эмоциями и оценкой. «В управленческой коммуникации концепт «менеджмент» прежде всего связан с ассоциативными концептами «прибыль» и «выгода», причём эта связь, как правило, эмоциогенна» и «вербально маркирована эмотивными лексическими средствами» (с. 56). Эмотивные семы содержатся в маркерах дефиниций словаря менеджера.

Театральность – неперемный компонент «дискурса торга». Антропоцентричность в культуре менеджмента выражается в том, что её носители готовы исполнять любые роли в условиях демонстрационной управленческой коммуникации. Презентемы-демонстративы» (А.В. Олянич) играют «роль катализатора дискурсивного развёртывания, порождая вопросы и иницируя ответы на эти вопросы» (с. 59). Презентационное функционирование обеспечивается визуальным компонентом (предъявление объекта), вербальным компонентом (номинация объекта), дефиниционным компонентом (семантическое предъявление объекта), эмоциогенным компонентом (декларация позитивных или негативных свойств) и лингвосомиотическим театральным компонентом (этико-эстетическое воздействие). Все эти компоненты должны быть сбалансированы по определённому алгоритму.

В центре бизнес-лингвокультуры стоит личность менеджера, его компетентность, деловитость, работоспособность, организованность. Автор останавливается на характеристике этих качеств, соотнося их

прежде всего с системным мышлением и с коммуникативными способностями менеджера. Имидж менеджера – часть его деловой культуры. Автор рецензируемой монографии предлагает такую структуру имиджа: внешняя привлекательность (здоровье, харизма, стиль одежды), профессионализм (уровень образования и компетентности), вербальные характеристики (речь и её особенности, коммуникативные навыки, ораторские приёмы и модели поведения), невербальные характеристики (мимика, жесты), пространство жизнедеятельности (биография, образ жизни, семейные отношения), ценности и установки (нравственные ориентиры, этические нормы), знаки определённой идеологии. Последние оцениваются как «ядро имиджа, без которого он превращается в социальную маску и приводит к манипуляции» (с. 78). На наш взгляд, управленческий имидж по самой своей сути манипулятивен: трудно представить полное совпадение намерений менеджера с «актуально существующими желаниями» каждого члена команды, что не исключает необходимости постоянной работы руководителя над позитивным имиджем.

Е.О. Клименко подробно останавливается на характеристике стилей общения, привлекая исследования психологов, психолингвистов, специалистов по связям с общественностью. Имидж – это прежде всего канал коммуникации, и для менеджера наиболее существенным оказывается умение наладить обратную связь с собеседником, организовать диалог таким образом, чтобы расположить к себе адресата. Имидж формируется на основе восприятия другими людьми, это «образ себя», адресованный другим. Все характеристики человека, входящие в имидж, содержат оценочный смысл, но наиболее существенной имиджеформирующей информацией является речь. Этому признаку имиджа в рецензируемой монографии уделено явно недостаточно внимания (вместе с продуманностью аксессуаров одежды должна быть продуманность первой фразы, формулировки ключевого тезиса, иерархии аргументов и т.д. – от всего этого в комплексе зависит восприятие другими).

В монографии называются две основные стратегии бизнес-коммуникации: продвижение (промоушн) и смысловое изменение коммуникативного пространства, его детализация с целью расширения информационного присутствия (с. 124). Дискурсивнообразующим элементом в управленческой коммуникации выступают стратегические вопросы, нацеленные на формулировку преимуществ относительно эффективности действий.

Управленческая коммуникация всё более становится транснациональной категорией. Отсюда важность межкультурной компетенции, неотъемлемым элементом которой является язык и речь. Успех в межкультурной коммуникации в значительной мере определяется правильным выбором языковых средств, адекватных ситуации общения, верной референции, соотношением ментальных

моделей с формами действительности, соположением ментальных схем и построений с когнитивным опытом. В этом контексте автор монографии называет уровни формирования межкультурной компетенции: открытость иной культуре, признание и понимание наличия сходств и различий, накопление информации о другой культуре и отбор необходимых для управленческой деятельности знаний, практическое применение накопленных знаний, то есть формирование межкультурных навыков коммуникации.

Успешность взаимодействия культур должна основываться на эмпатии – мысленном, интеллектуальном и эмоциональном проникновении во внутренний мир другого человека. Эмпатия как когнитопсихологическая категория предполагает поэтапную подстройку под поведенческие паттерны общающихся, которая происходит с использованием сложной системы кодов: лингвистический код + перцептивные коды (визуальный, слуховой) + социокультурные + театральные (пространственно-сценические, игровые) (с. 142-143).

Интенсивность импорта управленческих концептов объясняется новыми экономическими реалиями и сопровождается лингвокультурными заимствованиями, когнитивная адаптация которых проходит ряд этапов. Лингвокультурная оценка концепта «российский менеджмент» американскими субъектами управленческой коммуникации по-своему очерчивает эти этапы. В число оценок включаются, например, такие: авторитарность как доминирующий признак концепта «менеджмент», управление как насилие над индивидуальностью, превратное представление о вознаграждении, фамильярность управления, зависть как деструктивный компонент концепта, безынициативность, мысли о бренности бытия, борьба за *modus operandi* (образ, способ выполнения действий), политическая связанность и юридическая незащищённость, перекалывание вины. Все эти признаки так или иначе проявляются в показателях стиля общения и в паремиологических средствах русского языка.

Любопытен раздел монографии «Гендерные характеристики концепта «менеджмент» в этнокультурном освещении» (с. 163-183). Интеграция женщин в бизнес как традиционно мужскую сферу расширила их ролевой репертуар. Появилась возможность анализировать гендерные различия в семиотических и лингвoseмиотических параметрах стилей управления. Маскулинная структура управленческого дискурса отличается высокой степенью ригидности формулировок, лаконичностью директив, в то время как женщина скорее настроена на убеждение, вызывающую доверие живую рефлексивность, то есть проявляет большую степень гибкости в общении. Современное общество балансирует между принятием и непринятием моделей женского поведения в бизнесе («бизнес-леди», «гром-баба», «карьеристка» и другие показательные оценки), в то время как современная бизнес-лингвокультура Запада носит по преимуществу унисексный характер и

определяется способностями и профессионализмом субъектов деятельности.

В Заключении Е.О. Клименко отмечает, что если управление в американском языковом сознании представляет собой детально концептуализированную структуру, то в русском языковом сознании такой детализации – в силу социально-исторических причин – не произошло. В то же время в русскоязычной деловой лингвокультуре проявлены динамические процессы адаптации содержательных характеристик американского концепта «менеджмент» к российским условиям управленческой коммуникации.

Л.Н. Синельникова

ЖАРГОН В ФОКУСЕ ЛЕКСИКОГРАФИЧЕСКОЙ «ОПТИКИ» Л.А.СТАВИЦКОЙ

Леся Ставицька Короткий словник жаргонної лексики української мови. – Київ: Критика, 2003. – 336с.; Леся Ставицька Український жаргон. Словник. – Київ: Критика, 2005. – 336с.

Два рецензируемых словаря принадлежат одному автору и являются представителями одного лексикографического семейства. И хотя они изданы в разное время, их объединяет общая концепция и опора на общую картотеку (тексты художественной литературы, масс-медиа, научных изданий, примеров разговорной речи). Потому и рассматривать их логично вместе.

Словари жаргонной лексики украинского языка Л.А.Ставицкой – значимые и резонансные события как в украинской, так и в восточнославянской социолингвистике. По образному определению самой исследовательницы, они представляют собой «лингвистическую оптику», позволяющую хорошо разглядеть и описать жаргон как явление: « Хай український жаргон і відповідний сленговий вокабуляр сьогодні не такий потужний, як російський, але він існує, і лінгвістична оптика дає змогу добре його розглядіти» [Ставицька Л. Короткий словник жаргонної лексики української мови. – К.: Критика, 2003. – С. 17].

Выбранный автором объект научного описания интересен не только украинским языковедам. Вслед за великим А.С.Пушкиным («История села Горюхина») мы можем провести такую параллель: «Язык горюхинский есть решительно отрасль славянского, но столь же разнится от него, как и русский. Он исполнен сокращениями и усечениями – некоторые буквы в нем уничтожены или заменены другими. Однако ж великороссиянину легко понять горюхинца и обратно».

Особенность данного лексикографического проекта заключается в том, что он отражает актуальный процесс современной языковой ситуации – экспансию жаргонной стихии на современную коммуникацию, и представляет несомненный интерес для лингвистов и всех тех, кто интересуется современными лингвокультурологическими проблемами. Тем самым Л.Ставицкая продолжила славные традиции русских ученых: Б.Ларина, В.Мокиенко, В.Елистратова, М.Грачева, И.Юганова, Ф.Югановой, Г.Скляревской, Е.Земской, О.Ермаковой, Т.Никитиной и мн.др. Только за последние десять лет русское языкознание пополнилось множеством словарей жаргонной лексики. Такое большое количество словарей, отражающих состав субстандартной лексики русского языка, определяется, безусловно, не коммерческим запросом на так называемый блатной язык. Это адекватная реакция лингвистики на реалии сегодняшнего времени.

Специфика этих словарей определяется и тем, что они заполняют лауну в современной украинской жаргонологии и украинской лингвистике в целом. Жаргон как уникальная подсистема национального языка не стал предметом научного анализа и регулярного описания современного украинского языкознания. По крайней мере современная украинская лексикография не отражает интереса исследователей к этой проблеме. Тем большую ценность представляют словари Л.А.Ставицкой.

Огромный интерес представляет социолингвистическая позиция автора. В редуцированном виде ее можно представить так: жаргонный пласт украинского языка действительно существует, и это нисколько не умаляет достоинств мелодичной, певучей, «солов’їно-калинової, джерельної мови». Наоборот, наличие разветвленной системы жаргонных средств свидетельствует о полноценном, «здоровом» (как бы это парадоксально ни звучало) состоянии украинского национального языка.

На конференции «Динамизм социальных процессов в постсоветском обществе» (Луганск – Женева) в докладе «Социокультурные аспекты украинской жаргонологии» Л.А.Ставицкая сформулировала: «Состояние украинской жаргонологии, точнее, ее отсутствие, зеркально отражает социокультурные, этнополитические и духовные аспекты бытия украинской нации к. XX – нач. XXI века. В то время как славистике удалось успешно преодолеть существующее в 30-60-х гг. XX ст. табу на исследование «запретного плода арго, жаргонов, сленга», то украинистика поражает научной невинностью в этом вопросе». И далее: «Известное положение Ю.Шевелева о том, что признаком н е н о р м а л ь н о г о состояния языка в первой половине XX в. была как раз недоразвитость урбанистических форм коммуникации, отсутствие городского жаргона или вовсе не учитывалось, или не получало научно-практического углубления в новых социокультурных условиях украинского языкового

существования» [Ставицкая Л. Социокультурные аспекты украинской жаргонологии //Динамізм соціальних процесів в постсоветському обществі. – Луганск: Знання, 2000. – С. 174 – 178].

Подобные суждения автора рецензируемых словарей совершенно солидаризируются с базовыми позициями русской социолингвистики. Как известно, история изучения субстандарта русского языка также по-своему драматична и характеризуется наличием полярных точек зрения на роль, функции и необходимость изучения жаргона современной наукой. Характерно, однако, что в переломные, бурные времена, когда язык стремительно менялся и обновлялся, интерес к жаргону возрастал как в социуме, так и в науке о языке. Так, 20-30 гг. XX в. – первая волна изучения жаргона в СССР. С этим периодом русской жаргонологии связаны авторитетные научные имена В.Жирмунского, А.Селищева, Л.Успенского, Д.С.Лихачева, Д.И.Поливанова, Б.А.Ларина и др. Затем на протяжении многих лет интерес к жаргону искусственно сдерживался советской идеологией. Официальная позиция советского языкознания сводилась к утверждению: «В СССР жаргона нет» (по аналогии с прецедентной фразой о сексе, которого в СССР тоже нет), а если он и есть, то ему уготована неминуемая смерть.

Эта позиция была, мягко говоря, неправдивой. Самые различные жаргоны жили своей полноценной жизнью: аргот, корпоративные (например, фарцовщиков), профессиональные (именно в советские времена буйным цветом расцвели колоритные и разветвленные жаргоны музыкантов и военнослужащих). Но наука не слишком интересовалась этими подсистемами национального языка. Между тем, аргот всегда было в СССР неким автономным языковым образованием, неким государством в государстве, выполняющим помимо изолирующей также образно-оценочную, философско-эстетическую и иные функции.

Все стремительно изменилось в русском языкознании после распада СССР. Жаргоны наряду с другими сниженными языковыми средствами стали активно функционировать не только в неофициальном личном общении, но и в речи политиков, журналистов, деятелей культуры и т.д. Русское языкознание мгновенно отреагировало на такую агрессию субстандарта, и началась новая волна изучения жаргона. Научная оценка этого явления могла быть диаметрально противоположной – одни называют активизацию жаргонов вульгаризацией и падением культуры, а другие демократизацией и проявлением личностного начала в речи. В спор втянулись представители других наук. Известный философ Г.Гусейнов объяснил всплеск интереса к жаргонам противодействием языку тоталитарного государства и назвал жаргонную лексику «тоннелем к незапятнанному лиризму» в современной культуре [Гусейнов Г.Ч. Речь и насилие// Век XX и мир. – 1988. – №8. – С. 17].

Этот очень краткий, пунктирный обзор истории русской жаргонологии убеждает нас в наличии русской социолингвистической

школы изучения жаргонов, сформировавшейся в жесточайших спорах и дискуссиях. В украинском языкознании такой школы, к сожалению, нет. Поэтому словари Л.А.Ставицкой, ее другие научные работы по этому профилю чрезвычайно важны для современной украинистики. Ее смелая, глубоко научная позиция показывает, что украинский языковой субстандарт существует, его нельзя не замечать, игнорировать или клеймить позором сам факт его функционирования и описания.

Особого внимания заслуживает вопрос об «українськості» жаргонных средств, функционирующих в современном украинском языке. Мы не всегда соглашаемся с автором словарей в определении этимологических и культурологических корней у отдельных жаргонизмов. Так, к примеру, спорным нам кажется утверждение о том, что просторечная (все-таки не жаргонная) экспрессема «до лампочки» построена по законам украинского синтаксиса, а потому является украинской по происхождению. Спорной нам также представляется позиция относительно украинских корней у жаргонизма «халява». Сам факт существования в украинском и белорусском языках однозвучного слова в значениях: 1. «верхня трубчаста частина чобота, що прикриває литку»; 2. «повія» [Ставицкая Л. Социокультурные аспекты украинской жаргонологии //Динамізм соціальних процесів в постсоветському обществі. – Луганск: Знання, 2000. – С. 279], – еще, на наш взгляд, не дает оснований считать лексему «халява» украинским «запозиченням». Хотя сама идея Л.А.Ставицкой, связанная с сопоставлением жаргонных единиц в разных языках с целью выявления общих языковых, культурных и ментальных корней, крайне интересна и плодотворна. Известный русский жаргонолог В.Елистратов считает: «Совершенно очевидно, что проблема жаргона (арго, сленга) не может быть решена исключительно как проблема социолингвистическая. ...Сфера культурологии и сопоставления «национальных менталитетов» очень плодотворна. Но и здесь мы не найдем удовлетворяющие ответы. Мы найдем здесь много отличий и не меньше совпадений. ...Судя по всему, необходимо осмысление этой проблемы на лингвофилософском уровне» [Елистратов В. Жаргон, миф и смех (размышления к проблеме)// Слово в словаре и дискурсе. – М.: Элпис, 2006. – С. 225].

Мы абсолютно разделяем мнение Л.А.Ставицкой относительно того, что в русском жаргоне активно употребляются и соответственно зафиксированы в словарях русской жаргонной лексики многочисленные украинизмы: цикавый, ковтать, файный и мн. др. Языковой обмен происходит и в этих языковых подсистемах. Это лишний раз подтверждает то, что никакие преграды и желание автономизировать культуры и языки, не способны остановить этот процесс.

Особо хочется остановиться на следующем. Учитывая особенности восприятия жаргона, можно предположить, что сплошное чтение подобного словаря представляет определенные сложности. В качестве примера можно привести любой случайно выбранный фрагмент

словаря Л.Ставицкой, где концентрация пейоративной «отрицательной энергии» на одну страницу явно превышает традиционные регистры общения со словарем. Но это не вина авторов словарей жаргонов, и это не говорит о вредности и неэстетичности жаргона как такового. Блестящее объяснение этому обстоятельству, связанному с нравственностью и моралью, дал Ю.Н.Караулов. По мнению Ю.Н.Караулова, сплошное чтение словаря может иметь «диалоговый характер», но подобный подход противопоказан по отношению к словарю арго. Как считает Ю.Н.Караулов, «дело в том, что при таком чтении носитель современного литературного языка (а таких большинство в нашем обществе), подобно читателю художественного произведения, который отождествляет себя с его персонажами, тоже ставит себя на место того «героя», словоупотребление которого нашло отражение в словарной статье. И хотя словарь на самом деле дает обобщенную, по возможности лишенную субъективных черт картину словозначений и словоупотреблений, восприятие словаря читателем всегда индивидуально» [Караулов Ю.Н. О «Словаре русского арго» В.Елистратова// URL: http://www.gramota.ru/mag_rub.html?id=157. – С. 142]. Таким образом, читая словарь Л.А.Ставицкой, ведешь диалог с реальным временем и реальным языком. Обвинять автора словаря жаргонной лексики в том, что он описал и зафиксировал «плохие» слова, все равно что обвинять время, в котором мы живем. Ведь никому же не придет в голову обвинять автора словаря французского арго восемнадцатого века Ф.Гийома в порче французского языка. Видимо, для взвешенной и объективной оценки всего разговорно-просторечного и жаргонного часто не хватает необходимой дистанции. Одним из параметров такой дистанции может стать отдаленность во времени и культурном пространстве, и тогда появляется возможность сопоставления и критического анализа. И то, что тщательно и профессионально собрано, приобретает ценность непреходящую.

В завершении хочется сказать следующее. Л.А.Ставицкая всегда была и есть желанным и почетным участником традиционных социолингвистических конференций, проводимых кафедрой русского языкознания и коммуникативных технологий Луганского национального университета имени Т.Шевченко на протяжении последних восьми лет. Ее словари получили самую высокую оценку у всех тех, кто имеет отношение к научной социолингвистической школе Л.Н.Синельниковой. Мы целиком и полностью разделяем научную позицию Л.А.Ставицкой, реализованную ею в следующих словах: «Наявні елементи українського сленгу, без огляду на їх кількість, повинні фіксуватися, інтерпретуватися, аби потім найбільш вартісний лексичний матеріал міг увійти до культурного континууму українського мовного існування. Тільки в такому разі можна сподіватися, що відбудеться зворотній процес: соціум побачить себе у дзеркалі своєї ж мови і заговорить цією мовою

впевненіше, голосніше» [Ставицька Л. Короткий словник жаргонної лексики української мови. – К.: Критика, 2003. - С. 17-18].

И.А. Соболева

**VII МЕЖДУНАРОДНАЯ НАУЧНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ
«ПРЕДЪЯВЛЕНИЕ МИРА
В ГУМАНИТАРНЫХ ДИСКУРСАХ XXI ВЕКА»
(Луганск, 23.04.2008)**

VII Международная научная конференция «Предъявление мира в гуманитарных дискурсах XXI века», ставшая уже традиционной, прошла 22–23 апреля 2008 года на базе кафедры русского языкознания и коммуникативных технологий Луганского национального университета имени Тараса Шевченко, с участием Научного института прямой демократии (Цюрих – Женева, Швейцария). Лингвисты Украины, Белоруссии, российские ученые из Волгограда, Ельца, Тамбова, Воронежа, Ямало-Ненецкого округа поделились друг с другом новейшими достижениями лингвистической науки в атмосфере творческого поиска.

В работе приняли очное и заочное участие около 100 преподавателей, научных работников, аспирантов, студентов из 55 высших, специальных учебных и научно-исследовательских заведений Украины, России, Белоруссии и Польши:

1. Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко;
2. ОмГУ имени Ф.М.Достоевского;
3. Высшая Школа Управления (г. Москва);
4. Волгоградская государственная сельскохозяйственная академия;
5. Международный Соломонов университет (г. Киев);
6. Донецкий институт автомобильного транспорта;
7. Тамбовский государственный университет им. Г. Р. Державина;
8. Филиал Санкт-Петербургского инженерно-экономического университета в городе Твери;
9. Сибирский юридический институт МВД РФ;
10. Военный институт Киевского национального университета имени Т.Г. Шевченко;
11. Інститут педагогічної освіти і освіти дорослих (м. Київ);
12. Донецкий национальный университет;
13. Мелитопольский институт государственного и муниципального управления гуманитарного университета;
14. Днепродзержинский государственный университет;
15. Донецкий национальный университет;
16. Запорожский национальный университет;
17. Херсонский государственный университет;
18. Одесский национальный университет им. И. И. Мечникова;
19. Таврический национальный университет им. В. И. Вернадского;
20. Белгородский государственный университет;

21. Национальная академия обороны Украины;
22. Национальная Юридическая Академия Украины им. Ярослава Мудрого (г. Харьков);
23. МОУ СОШ № 1 г. Губкинский (ЯНАО, РФ);
24. Мелитопольский государственный педагогический университет;
25. Южноукраинский государственный педагогический университет им. К.Д. Ушинского;
26. Воронежский госуниверситет;
27. Херсонский государственный университет;
28. Черкасский национальный университет им. Б. Хмельницкого;
29. Университет экономики и права «КРОК»;
30. Брестский госуниверситет имени А.С.Пушкина;
31. Польская Академия Наук (Варшава);
32. Астраханская государственная медицинская академия;
33. Харьковский национальный университет им. В. Н. Каразина;
34. Академия управления при Президенте Республики Беларусь (Минск);
35. Днепропетровский национальный университет железнодорожного транспорта имени академика В. Лазаряна;
36. Ивановский государственный химико-технологический университет;
37. Институт молекулярной биологии Российской Академии Наук;
38. Шуйский государственный педагогический университет;
39. Кубанский государственный университет;
40. Донецкий Национальный университет;
41. Государственная академия руководящих кадров культуры и искусств Запорожского национального университета;
42. Херсонский государственный университет;
43. Кубанский государственный аграрный университет;
44. Тверской государственный университет;
45. Тверская государственная сельскохозяйственная академия;
46. Елецкий государственный университет им. И.А. Бунина;
47. Полтавский государственный педагогический университет имени В.Г. Короленко;
48. Белорусский государственный университет;
49. Криворожский государственный педагогический университет;
50. Волгоградский государственный университет;
51. Луганский национальный аграрный университет;
52. Ямало-Ненецкий окружной институт повышения квалификации работников образования;
53. МОУ «Гимназия» (г. Салехард);
54. Херсонский государственный университет;
55. Горловский педагогический институт иностранных языков.

В центре внимания участников конференции были процессы глобализации в дискурсах нового века: метаязык, адекватность понятий и

терминологии национальным картинам мира; способы представления содержания, «высвобождение» прошлого в историческом дискурсе; реальность как объект и средство мышления в философском дискурсе; константы политического дискурса; конкуренция метаязыков в научном дискурсе; сохранение, развитие и трансформация культурно-языкового наследия в интертекстуальном дискурсе; конфликтогенный и конфликтный дискурс как противовес коммуникативной толерантности; коды сакрального дискурса; диалогичность и формы оценки в Интернет-общении и компьютерном дискурсе; драйв, экстрим, чудо и др. как мировоззренческие и эмоциональные константы молодежного дискурса; особенности SMS-общения; педагогический дискурс: намерения адресанта и восприятие адресатом.

Работа конференции проводилась в трех секциях:

«Феномен дискурса как доминанты научной парадигмы нового века. Дискурсивные практики, их влияние на общественное сознание»,

«Медиа-дискурс. Политика и политические дискурсии»,

«Когнитивно-прагматические аспекты художественного и педагогического дискурса».

Во время конференции также были успешно проведены а) тренинг «Человек и конфликт» — для участников конференции (С. Е. Тихонов, Ямало-Ненецкий автономный округ, Россия); б) открытое занятие «Россия и русские. Какие мы?» — для студентов (С. Е. Тихонов, Ямало-Ненецкий автономный округ, Россия); в) открытая мультимедийная лекция «Язык эмоций, или Искусство быть разным» — для студентов и для участников конференции (Л. Н. Синельникова, Луганск).

Работы участников конференции опубликованы в «Наукових записках Луганського національного університету» (Серія «Філологічні науки»), зарегистрированных в ВАК Украины и составили три тома материалов, общим объёмом 52,3 печ. л.

Первый том (280 с.) содержит доклады участников конференции под рубриками «Процессы глобализации в дискурсах нового века: метаязык, адекватность понятий и терминологии национальным картинам мира», «Язык средств массовой информации», «Педагогический дискурс: намерения адресанта и восприятие адресатом».

Во втором томе (334 с.) сосредоточены статьи участников конференции, посвященные «Конфликтному или гармоничному общению», «Концепциях и моделям коммуникации в их проекции на состояние общественного сознания», «Политическому дискурсу», «Кодам сакрального дискурса».

В третьем томе (286 с.) размещены работы участников конференции, объединенные под рубриками «Диалогичность и формы оценки в интернет-общении и компьютерном дискурсе», «Реальность как объект и средство мышления в философском дискурсе», «Когнитивно-

прагматические аспекты литературных жанров и языка художественной литературы».

Участникам конференции была предложена интересная культурная программа: экскурсия в музей В. И. Даля и посещение творческого вечера народной артистки Украины Джульетты Якубович и ее талантливых учеников.

На заключительном заседании были подведены итоги конференции, отмечены наиболее интересные сообщения, определены тематика и перспективы международного научного сотрудничества, высказаны пожелания организаторам будущих конференций по содержанию и формам работы.

**К ЮБИЛЕЮ ПРОФЕССОРА
ТАВРИЧЕСКОГО НАЦИОНАЛЬНОГО УНИВЕРСИТЕТА
ИМЕНИ В.И. ВЕРНАДСКОГО
А.М. ЭМИРОВОЙ**

10 ноября 2008 г. доктору филологических наук, профессору Таврического национального университета имени В.И. Вернадского Адиле Мемедовне Эмировой исполняется 75 лет

Редколлегия тематического Вестника кафедры русского языкознания и коммуникативных технологий давно хотела открыть рубрику «Наши юбиляры» с тем, чтобы о лингвистах, заслуживающих внимание, знали, и эпитеты «замечательный», «выдающийся» были не просто юбилейными штампами, но и справедливыми оценками научного, нередко пассионарного, труда филологов, которые «дышат словами», живут в науке и наукой, являются индикаторами интеллигентности, носителями духовной культуры, сопряженной с личностными ценностями.

Пожелаем юбиляру здоровья, вдохновения и сил для исполнения задуманного!

CURRICULUM VITAE

Эмирова Адиле Мемедовна — доктор филологических наук, профессор, заслуженный деятель науки и техники Украины, заслуженный работник образования и науки Автономной Республики Крым, действительный член (академик) Крымской академии наук, член Национального союза писателей Украины.

Адиле Мемедовна Эмирова родилась 10-го ноября 1993 г. в г. Ялта Крымской области. Национальность – крымская татарка.

После окончания Самаркандского государственного университета (1957 г.) работала преподавателем русского языка и литературы в средней школе, в 1964 – 1968 гг. училась в аспирантуре СамГУ, а затем работала там же, на кафедре русского и общего языкознания, последовательно в должностях преподавателя, старшего преподавателя, доцента и профессора. В январе 1991 г. А.М. Эмирова была приглашена в Симферопольский государственный университет на должность профессора кафедры русского языка, после разделения которой в 2002 г. Работает на кафедре межъязыковых коммуникаций и журналистики.

Профессор А.М. Эмирова читает лекции по профилирующим дисциплинам (фонетика, фонология, лексикология, фразеология русского языка; общее языкознание, основы теории языковой коммуникации; культура речи и стилистика, риторика и др.), руководит курсовыми,

дипломными и диссертационными работами по русскому и крымскотатарскому языкам, а также в сопоставительном аспекте.

Области научных интересов профессора А.М. Эмировой – русская, общая и контрастивная фразеология в системно-структурном и коммуникативно-прагматическом аспектах, социальная лингвистика, лингвокультурология, крымскотатарская филология.

Профессор А.М. Эмирова известна в странах СНГ и за рубежом как один из ведущих специалистов по русской фразеологии; ее труды цитируются и упоминаются в работах не только отечественных, но и зарубежных ученых (более 500 ссылок и цитаций). Е. разработана новая область научного анализа русской фразеологии – коммуникативная фразеология. Научные достижения А.М. Эмировой в этой области используются при анализе других языков, в частности – украинского. Первой в Крыму она начала разрабатывать актуальные для многонационального Крыма и Украины проблемы социолингвистики: языковая ситуация и языковая политика в Крыму и Украине, языковые права и обязанности, тип крымскотатарско-русского двуязычия, языковая компетенция крымских татар, русский дискурс в речевой деятельности крымских татар и др.

Результаты научных исследования профессора А.М. Эмировой докладывались на 19 всесоюзных, 32 республиканских и 55 международных научных конференциях, в том числе и за рубежом: в Германии (1993), Австрии (1995), Японии (1997), Франции (2004), Болгарии (2007). В списке опубликованных научных трудов – более 200 научных работ разного жанра, в том числе монография и учебные пособия для вузов:

- Некоторые актуальные вопросы современной русской фразеологии: Учебное пособие для вузов. – Самарканд, 1972.
- Русская фразеология в коммуникативном аспекте: Монография. – Ташкент, 1988.
- Словарь-справочник лингвистических терминов. – Симферополь, 1995.
- Крым – любовь и боль моя: Проблемы возрождения крымскотатарской культуры. – Симферополь, 2000.
- Словарь лингвистических терминов крымскотатарского языка. – Симферополь, 2001.
- Русско-крымскотатарский словарь сочетаний, эквивалентных слову. – Симферополь, 2003.
- Русско-крымскотатарский учебный фразеологический словарь. – Симферополь, 2004.

Эмирова Адиле Мемедовна – член Национального союза писателей Украины: пишет стихи, рассказы, занимается художественным переводом. В стихотворении «Родина» Адиле Мемедовна пишет:

Рождение и смерть – две золотые точки.

А между ними жизнь – упругая струна.

И я иду по ней, мне тяжело – нет мочи,
Но я иду, тревог и радостей полна.

Как долго я жила с родиной в разлуке!
Как долго я ждала ее вестей благих!
И вот вернулась я, и кончились все муки.
О Родина моя! Я здесь, у ног твоих!

И не нужны теперь мне наслажденья рая.
Прижми к своей груди, утешь и упокой.
Блажен, кто родился в чудесном этом крае, –
Блажен, кто здесь найдет последний свой покой.

Адиле Эмирова

МОЁ ИМЯ

(Фрагмент из книги воспоминаний)

Сокращённый вариант для газеты «ГОЛОС КРЫМА».

(№ 42, 12 октября 2007. – С.7.)

Как назвать новорожденного ребёнка? Этот вопрос всегда волнует родителей. У крымских татар принято давать детям имена бабушек и дедушек. Мою старшую сестру назвали *Эмине* – по имени матери моего отца. Младшую, родившуюся через 8 лет после меня, назвали именем бабушки по материнской линии – *Алиме*. Меня же назвали *Адиле* (с ударением на последнем слоге: так произносятся все крымскотатарские имена). Почему? Когда я позже спросила об этом маму, она ответила, что в те годы вошло в моду называть девочек звучным именем *Адиле*, которое отцу моему очень понравилось, и потому они отступили от традиционных принципов наречия.

Крымскотатарские имена почти все восходят к арабскому языку, и это связано с исламом: арабский язык – язык Священной Книги – Корана. *Адиле* – это женский коррелят мужского арабского имени *Адил* (по-крымскотатарски – *Адиль*) со значением 'справедливый'. Мне нравится этимология (буквальное значение) моего имени, и я всегда соизмеряла и соизмеряю свои поступки с этой моральной категорией – справедливость.

Уменьшительно-ласкательные, звательные и официальные формы моего имени довольно разнообразны: они менялись в зависимости от моего возраста, места жительства, рода деятельности, социального статуса и характера отношений с окружающими. Выстроился вот такой ряд именных форм: *Адиле, Адле, Адик, Ада, Адлешка, Адэль, Адиле апте, Адиле ханым (ханум), Адиле оджа* и др. Ниже – краткие этюды о

формах моего имени, в которых отразились факты и события моей жизни и соответственно в той или иной степени – жизни моего народа.

Каноническая (правильная) форма моего имени, как уже написано выше, - *Адиле*, с ударением на последнем слоге. Однако в разговорной крымскотатарской речи действует фонетический закон редукции, т.е. изменяя качества и количества безударного гласного звука, который может совсем опускаться: *Адиле* → *Адле*, *Эмине* → *Эмне*, *Алиме* → *Альме*, *Велиша* → *Вельша* и т.п. Так произносили и произносят в неофициальной обстановке подобные крымскотатарские имена.

Адик – так называл меня в детстве мой отец: они с мамой надеялись, что следующий ребёнок будет мальчиком, но опять родилась девочка. С малых лет, однако, я не любила играть в куклы, даже не помню, чтобы они у меня вообще были, - играла только в мальчишечьи игры: крутила юлу, била ляngu, играла в колышки, стреляла из рогатки, сама мастерила лук со стрелами. По моей страстной просьбе двоюродной брат из Ай-Василя вырезал мне деревянный пистолет, который стрелял кусочками алюминиевой проволоки.

Когда я пошла в детский сад, у меня появилось новое имя – *Ада*, которое прочно приклеилось ко мне вплоть до окончания университета. Именно это имя, а также имя *Эмма* – так называли подруги мою старшую сестру *Эмине* – и нашу фамилию *Эмирова* мы с сестрой написали химическим карандашом на раме нашего дома в Ялте. Когда мой отец в начале шестидесятых, перед выходом на пенсию, приехал в Ялту для восстановления своего трудового стажа, он зашёл и в наш дом. Хозяйка, Елена Ивановна Шведко, встретила его очень приветливо, пригласила в дом, сказав, что она знает его фамилию и имена его детей: сделанные нами записи, оказывается, сохранились на оконной раме вплоть до конца сороковых годов. Значит, прошло уже несколько лет после депортации крымских татар. Мы жили в далёком Узбекистане, а наши имена всё ещё синели на деревянной раме, пока Елена Ивановна не надумала её покрасить. Но она их запомнила. И когда я приехала в Ялту в начале 90-х годов, она встретила меня так же приветливо, как и моего отца много лет назад.

Близкие родственники и соседки-татарки в детстве называли меня *Адле* и *Адлешка*. Под влиянием русского языка уменьшительно-ласкательные русские форманты (суффиксы) *-чка / -шка, -шечка, -ик* и др. уже в довоенный период, но особенно после депортации стали активно присоединяться к крымскотатарским собственным и даже нарицательным именам. И сегодня в крымскотатарской речи постоянно встречаются такие формы: *Айшечка, Алимешка, Нарик, Рустик, анайка, анашка, бабашка, тизешка* и т.п.

В студенческие годы я, как и в школе, звалась *Адой*, но как-то на занятиях по русской литературе преподаватель прочёл среди прочих стихотворение А.С. Пушкина «Адели»:

Играй, Адель,

Не знай печали,
Хариты, Лель
Тебя венчали
И колыбель
Твою качали. <.....>

С того дня я стала *Аделью*. Иногда к этому имени добавляли оценочное прозвище *наука*: *Адель-наука* – так говорили сокурсники, когда хотели подчеркнуть моё серьёзное отношение к учёбе, мою склонность к научной работе. Вузовская подруга Тамара Каплинская, которую в прошлом году я нашла в Израиле, во время наших телефонных разговоров только так и называет меня – *Адель*.

В моём паспорте отчество отсутствует. Однако в моём дипломе доктора филологических наук, аттестате профессора и прочих документах, связанных с научной деятельностью, написано отчество – *Мамедовна*. Почему *Мамедовна*, а не *Маметовна*, как чаще произносят крымские татары? Я, как филолог, специально выбрала такую форму, чтобы не очень исказить имя пророка Мухаммеда, стяжённой (сокращённой) формой которого являются крымскотатарские имена *Мемет*, *Мемедля*, *Мемедин*, *Мемедэмин*.

(Ср.: таджикское и узбекское *Мамад*, азербайджанское *Мамед* и т.п.) Как видно из примеров, в крымскотатарском языке были и есть произношение и написание этого имени через *Д*.

После моего возвращения в Крым (декабрь 1990 г.) и активизации общения с земляками появились новые звательные формы моего имени: в определенных ситуациях к моему личному имени стали прибавляться традиционные для крымских татар социальные детерминанты (определители, Сопроводители) – слова *апа*, *апте*, *ханым* (*ханум*), *оджа*. *Апа*, *апте* (буквально - 'старшая сестра') добавляются к имени женщины старшего возраста и выполняют «уважительную» функцию. Такое обращение принято обычно в среде так называемых простых людей. Если же женщина занимает более высокую социальную ступень, пользуется известностью, как учитель, учёный, артистка и т.п., то к её имени принято добавлять, детерминант *ханым*. Обращение ко мне – *Адиле ханым* или *Адиле ханум* (так обращаются изредка русские крымчане) в последнее время стало для меня привычным.

Привычным стало и обращение *Адиле оджа* (*оджа* - 'учитель'). В довоенное время к учителям средней и высшей школы, независимо от их пола и должности, так и обращались: *Нариман оджа*, *Айше оджа*. В связи с формированием в Крыму системы образования на крымскотатарском языке в последние годы вернулось и аналогичное обращение к учителям. Преподаватели и студенты крымскотатарского отделения Крымского инженерно-педагогического университета, где я работаю по совместительству, обычно так и обращаются ко мне, хотя я не простой преподаватель, а профессор. И это возвращение к

традиционным формам укрепляет в душах общающихся чувство дома, родины.

Следует сказать о фонетическом (и графическом, т.е. связанном с написанием) казусе, который происходит с моим именем: начальный звук (и соответственно буква) **А** очень часто заменяется на **Э** – произносится и пишется *Эдиле*. Это происходит обычно тогда, когда имя произносится после фамилии: *Эмирова Эдиле*. Причём такую ошибку допускают только русские, поэтому я всегда предусмотрительно проверяю написание своего имени при заполнении кем-либо моих официальных документов. Как объяснить этот феномен? Как филолог, я объясняю это так: «чистый» звук **Э** в основном своём виде – в начале слова или слога – в исконно русских словах фактически не встречаются (за исключением некоторых местоимений и междометий) и потому обладает большой прагматической (воздействующей) силой, способствующей его запоминанию. Именно поэтому начальный звук (и соответственно буква) **Э** в моей фамилии автоматически, неосознанно переносится говорящим (пишущим) в начальную позицию имени, в результате чего получается *Эмирова Эдиле*. В языкознании такой звуковой феномен называется сингармонизмом или гармонией гласных.

Вот такое поэтическое воплощение нашёл этот феномен в стихах моего коллеги-филолога, посвящённых мне:

Вариации на тему имени

I

С гармонией гласных не в ладу,
Всегда благоуханно Ваше имя,
Оно сроднилось с музами моими
И вот теперь живёт в моём саду.

В нём белоснежных лилий аромат,
Тех самых, что прославили Сусанну...
Ах, Ваше имя столь благоуханно,
Что от любви изнемогает сад.

II

А лучше было б – **Эдиле**,
Как горло узкое кувшина,
Как выгиб шеи лебединой,
Как серпик лунный на стекле,

А может быть, как тот клинок,
Что ночью был в руках Заремы.
Но немые евнухи гарема,
Лишь Ваше имя – звук эдема –
Шепнул волне крылатый бог.

Здесь уместно вспомнить и об Айне Каалепе, известном эстонском писателе (драматург, поэт, переводчик, литературный критик, редактор общественно-политического и литературно-художественного журнала «Akadeemia», выходящего в г. Тарту), с которым я познакомилась в Самарканде в октябре 1977 г. В его цикле «Samarkandi gaseelid» - «Самаркандские газели» (опубликовано в журнале «Looming», Таллинн, 1978, № 2, с. 217 – 221) есть газель-акrostих: начальные буквы строк эстонского текста по вертикали образуют имя *Adile*.

Обращение Айна Каалепе к восточным мотивам было неслучайным: в те годы он активно переводил на эстонский язык произведения тюркоязычных поэтов. Он очень сочувствовал крымским татарам, изгнанным из своей родины, ненавидел коммунистический режим, от которого в своё время пострадали и эстонцы. Тогда же он попросил меня рекомендовать стихи какого-нибудь крымскотатарского поэта для перевода на эстонский язык. И я назвала самаркандского поэта Ису Абдурамана, стихотворение которого «Кунеш» («Солнце») Айн позже перевёл на эстонский язык. (См.: Issa Abduraman. Päike // Akadeemia. – Tartu, 1991. - № 2. – С. 359 – 361.)

Личное имя – это первое слово, которое младенец слышит, придя в этот мир. Может, поэтому оно дорого человеку и он не любит, когда его имя кем-то искажается. Можно допустить даже, что личное имя предопределено свыше и обладает магической силой, влияющей на судьбу человека. В одном можно не сомневаться: личное имя и его вариации – это маленькое фасеточное (многогранное) зеркало, в котором отражаются все этапы жизни человека – от первых его шагов и до последних. И может, это будет последнее слово, которое человек услышит, уходя в мир иной.

**Памяти профессора русской филологии
Г.М. Чумакова (1918-2008)**



Ушел из жизни профессор русской филологии, неординарный человек, память о котором хранят преподаватели и студенты разных поколений Георгий Михайлович Чумаков. Георгий Михайлович родился в 1918 году. В 1938 году поступил на филологический факультет Харьковского университета. Университетский диплом преподавателя русского языка и литературы получил 24 июня 1941 года.

Г.М. Чумаков награжден орденом Отечественной войны II степени, медалями „За отвагу”, „За боевые заслуги”. 1946-1947 учебный год он уже начал преподавателем

Славянского учительского института (с 1954 года – педагогического).

В 1954 году защитил кандидатскую диссертацию „Прямая речь в современном русском языке” в Киевском университете.

В течение 1954-1956 гг. был деканом историко-филологического факультета. С сентября 1959 года Г.М. Чумаков стал работать преподавателем нашего университета.

В течение 1972-1984 гг. возглавлял кафедру русского языка. В 1960 году получил ученое звание доцента, в 1977 – защитил докторскую диссертацию „Чужой язык как лингвистическая категория и проблемы грамматики, лексикологии, стилистики” в Днепропетровском государственном университете. Георгий Михайлович был членом специализированных ученых советов по филологии Харьковского и Кубанского государственных университетов.

Г.М. Чумаковым написано свыше 90 научных трудов по проблемам синтаксиса, лексикологии (синонимии), фоностилистики, словообразования, перевода, лексикографии.

Главное место в научной деятельности ученого занимает монография „Синтаксис конструкций с чужой речью” (К.: Высшая шк., 1975), на которую ссылаются лингвисты с момента выхода книги до настоящего времени.

Творческий труд профессора Георгия Михайловича Чумакова – одна из ярких страниц истории нашего университета.

Відомості про авторів

Бахмач Віктор Іванович – доцент кафедри всесвітньої літератури Луганського національного університету імені Тараса Шевченка.

Коло наукових інтересів: література «срібного віку», авторська пісня як різновид художнього усного слова.

Васюкова Наталія Віталіївна – викладач кафедри військового перекладу Військового інституту Київського національного університету ім. Т. Шевченка.

Коло наукових інтересів: лінгвокультурологія, реклама.

Джинджолія Гігла Паршаванович – кандидат філологічних наук, доцент кафедри російського мовознавства та комунікативних технологій Луганського національного університету імені Тараса Шевченка.

Коло наукових інтересів: мовні зміни, пов'язані зі змінами картини світу; мова і культура; прагмастилістика; сучасний публіцистичний дискурс.

Кандаурова Катерина Андріївна – магістрантка Луганського національного університету імені Тараса Шевченка, спеціальність «Російська мова і література».

Коло наукових інтересів: концептологія, гендерологія.

Колода Дар'я Володимирівна – викладач кафедри англійської фонетики та граматики Харківського національного педагогічного університету.

Коло наукових інтересів: лінгвопоетика.

Компанцева Лариса Феликсовна – доктор філологічних наук, доцент, ведучій науковий співробітник Центру дистанційного навчання Національної академії оборони України.

Коло наукових інтересів: віртуальний дискурс, інтернет-комунікація.

Кошман Ірина Миколаївна – кандидат філологічних наук, доцент; докторант кафедри російської мови інституту філології Київського національного університету імені Тараса Шевченка;

Коло наукових інтересів: функціональна граMATика, когнітивна лінгвістика, міжкультурна комунікація.

Масленников Ігор Сергійович – аспірант спеціальності «Російська мова» (10.02.02) Луганського національного університету імені Тараса Шевченка.

Коло наукових інтересів: психолінгвістика та комунікативна прагматика.

Мінаєва Елла Вікторівна – кандидат філологічних наук, асистент кафедри російського мовознавства та комунікативних технологій Луганського національного університету імені Тараса Шевченка.

Коло наукових інтересів: концептологія, гендерологія.

Молодиченко Ганна Володимирівна – аспірантка спеціальності «Російська мова» (10.02.02) кафедри російського мовознавства та комунікативних технологій Луганського національного університету імені Тараса Шевченка.

Коло наукових інтересів: соціолінгвістика, мова ЗМІ.

Песоріна Лариса Миколаївна – кандидат філологічних наук, старший викладач кафедри німецької філології Ізмаїльського державного гуманітарного університету.

Коло наукових інтересів: лінгвопоетика.

Пономарьова Тетяна Олександрівна – кандидат філологічних наук, асистент кафедри російського мовознавства та комунікативних технологій Луганського національного університету імені Тараса Шевченка.

Коло наукових інтересів: лінгвопоетика, когнітивна лінгвістика, ідіостиль Й. Бродського.

Розсоха Валентина Олександрівна – кандидат філологічних наук, доцент кафедри російського мовознавства та комунікативних технологій Луганського національного університету імені Тараса Шевченка.

Коло наукових інтересів: фразеологія, ідіостиль Н.О. Теффі, поетика З.Гіпіус, лінгвокультурологія, інтерактивні моделі навчання у процесі викладання лінгвістичних дисциплін, а саме – застосування комп'ютерних технологій.

Синельникова Лара Миколаївна – доктор філологічних наук, професор, завідувач кафедри російського мовознавства та комунікативних технологій Луганського національного університету імені Тараса Шевченка.

Коло наукових інтересів: проблеми лінгвістичної поетики, соціолінгвістики, лінгвокультурології.

Синиця Ірина Анатоліївна – доктор філологічних наук, провідний науковий співробітник відділу російської мови Інституту мовознавства ім. О.О. Потебні НАН України.

Коло наукових інтересів: стилістика, лінгвістика тексту, культурологія, комунікативістика.

Соболева Ірина Олександрівна – кандидат філологічних наук, доцент кафедри російського мовознавства і комунікативних технологій Луганського національного університету імені Тараса Шевченка.

Коло наукових інтересів: соціолінгвістика, риторика, мова ЗМІ.

Унукович Катерина Андріївна – аспірантка спеціальності «Російська мова» (10.02.02) кафедри російського мовознавства та комунікативних технологій Луганського національного університету імені Тараса Шевченка.

Коло наукових інтересів: політичний та рекламний дискурс.

Фролова Віолетта Валеріївна – аспірантка спеціальності «Російська мова» (10.02.02) кафедри російського мовознавства та комунікативних технологій Луганського національного університету імені Тараса Шевченка.

Коло наукових інтересів: комунікативістика, лінгвістика тексту.