

2019/II

# SIBERIA\_LINGUA

ISSN 22227-6378

Учредитель – Институт филологии и языковой коммуникации ФГАОУ ВПО «Сибирский федеральный университет»

*Siberia\_Lingua: электронный научный журнал*

Периодичность – один раз в полугодие

Журнал зарегистрирован в Международном ISSN центре в Париже, регистрационный номер 22227-6378

Статьи индексируются в РИНЦ

www-адрес: <http://ifiyak.sfu-kras.ru/siberia-lingua>

#### Контакты

Почтовый адрес 660047, Красноярск, пр. Свободный, 82А, оф. 242  
Редакция научного журнала  
Siberia\_Lingua

E-mail nauka\_fil@mail.ru

#### РЕДКОЛЛЕГИЯ

*Фельде Ольга Викторовна*, д-р филол. наук (отв. ред.)

*Анисимов Кирилл Владиславович*, д-р филол. наук

*Анисимова Евгения Евгеньевна*, д-р филол. наук

*Григорьева Татьяна Михайловна*, д-р филол. наук

*Детинко Юлия Ивановна*, канд. филол. наук

*Евсеева Ирина Владимировна*, д-р филол. наук

*Журавель Тамара Николаевна*, канд. филол. наук (зам. отв. ред.)

*Колмогорова Анастасия Владимировна*, д-р филол. наук

*Магировская Оксана Валериевна*, д-р филол. наук

*Смирнов Евгений Сергеевич*, ст. преп. кафедры РЯЛиРК (отв. секретарь выпуска)

*Тармаева Виктория Владимировна*, д-р филол. наук

#### РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ

*Боргоякова Тамара Герасимовна*, д-р филол. наук (Хакасский государственный университет им. Н.Ф. Катанова)

*Говорухина Юлия Анатольевна*, д-р филол. наук (Балтийский федеральный университет им. Иммануила Канта)

*Иванцова Екатерина Вадимовна*, д-р филол. наук (Томский государственный исследовательский университет)

*Ким Игорь Ефимович*, д-р филол. наук (Институт филологии СО РАН)

*Копнина Галина Анатольевна*, д-р филол. наук (Сибирский федеральный университет)

*Косяков Геннадий Викторович*, д-р филол. наук (Омский государственный педагогический университет)

*Куликова Людмила Викторовна*, д-р филол. наук (Сибирский федеральный университет)

*Панин Леонид Григорьевич*, д-р филол. наук (Новосибирский государственный исследовательский университет)

*Пекарская Ирина Владимировна*, д-р филол. наук (Хакасский государственный университет им. Н.Ф. Катанова)

*Сковородников Александр Петрович*, д-р филол. наук (Сибирский федеральный университет)

@ Сибирский федеральный университет, 2019

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>I. АНАЛИЗ ДИСКУРСА</b>	4
<b>Абраменко В.В., Батарило Д.Д.</b> ОБРАЗ ГЕРМАНИИ В ИНТЕРНЕТ-ДИСКУРСЕ АНГЛИЙСКОЙ И РУССКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУР (НА МАТЕРИАЛЕ ПУБЛИКАЦИЙ ИЗ СМИ)	4
<b>Артемьева А.И.</b> РЕАЛИЗАЦИЯ ПАРОЛЬНОЙ ФУНКЦИИ ПРЕЦЕДЕНТНЫХ ФЕНОМЕНОВ В РЕКЛАМНОМ ДИСКУРСЕ (НА МАТЕРИАЛЕ НЕМЕЦКОЙ МУЖСКОЙ РЕКЛАМЫ)	10
<b>Быкова А.Д.</b> АББРЕВИАЦИЯ В СОВРЕМЕННОЙ ВИРТУАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ: ФУНКЦИОНАЛЬНО-ПРАГМАТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ	18
<b>Гирфанова М.И., Романова Г.А.</b> СТЕРЕОТИПИЗАЦИЯ ОБРАЗА РОССИИ И РУССКОЙ КУЛЬТУРЫ В БРИТАНСКОМ НОВОСТНОМ ДИСКУРСЕ	24
<b>Колмогорова А.В., Снегирева А.В.</b> ЛЕКСИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА И СТРАТЕГИИ ЛЕГИТИМАЦИИ И ДЕЛЕГИТИМАЦИИ РЕЛИГИИ ВО ФРАНЦУЗСКОМ И РУССКОМ МЕДИАДИСКУРСЕ	30
<b>Моисеев Д.В.</b> СТРАТЕГИИ И ТАКТИКИ В ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ (НА МАТЕРИАЛЕ ВЫСТУПЛЕНИЙ ПРЕМЬЕР-МИНИСТРА ЯПОНИИ СИНДЗО АБЭ)	42
<b>II. ЛИНГВИСТИКА ТЕКСТА</b>	47
<b>Буравлева А.К.</b> РЕЧЕВОЙ ЖАНР «УТЕШЕНИЕ» В ЦЕРКОВНО-РЕЛИГИОЗНОМ СТИЛЕ: НА МАТЕРИАЛЕ ПИСЕМ-ПОУЧЕНИЙ МИТРОПОЛИТА ИОАННА (СНЫЧЕВА)	47
<b>Мокрищева А.О.</b> СТРАТЕГИЯ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ ЭМИГРАНТА КАК ЧУЖОГО В РОМАНЕ Э.М. РЕМАРКА «ARCH OF TRIUMPH»	55
<b>Тюнина К.В.</b> РЕЧЕВОЙ ОБРАЗ ВОЙНЫ В ПРОИЗВЕДЕНИИ З. ПРИЛЕПИНА «ПИСЬМА С ДОНБАССА. ВСЕ, ЧТО ДОЛЖНО РАЗРЕШИТЬСЯ. ХРОНИКА ИДУЩЕЙ ВОЙНЫ»	62
<b>Храмцова М.Н.</b> НОМИНАЦИИ ЛИЦ В ПИСЬМАХ В.П. АСТАФЬЕВА И В КНИГЕ «ПОСЛЕДНИЙ ПОКЛОН»	76
<b>III. ЖИВАЯ РЕЧЬ СТАРОЖИЛОВ ЕНИСЕЙСКОЙ СИБИРИ</b>	82
<b>Лукьянова Д.С., Смирнов Е.С.</b> ЖЕНСКИЕ УСТНЫЕ МЕМОРАТЫ КЕЖЕМСКОГО РАЙОНА. ПУБЛИКАЦИЯ МАТЕРИАЛОВ ДИАЛЕКТОЛОГИЧЕСКОЙ ЭКСПЕДИЦИИ 2018 ГОДА	82
<b>IV. СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ</b>	99

### ОБРАЗ ГЕРМАНИИ В ИНТЕРНЕТ-ДИСКУРСЕ АНГЛИЙСКОЙ И РУССКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУР (НА МАТЕРИАЛЕ ПУБЛИКАЦИЙ ИЗ СМИ)

*Аннотация:* В статье рассматриваются стереотипы о Германии и немцах в СМИ в русской и британской лингвокультурах. В качестве основного способа вербализации стереотипов выделено использование атрибутивных словосочетаний.

*Ключевые слова:* стереотип, межкультурная коммуникация

*Abstract:* The article examines the stereotypes about Germany and the Germans in mass media of Russian and English linguoculture. The authors reveal the main way of verbalizing stereotypes – attributive collocations.

*Keywords:* stereotypes, intercultural communication.

В условиях современного развития мира всё большую значимость приобретает проблема эффективной межкультурной коммуникации. Встречаясь с представителями других народов и культур, люди воспринимают поведение своих собеседников с позиций своей культуры. Это приводит к возникновению стереотипов о представителях других этнических групп.

Впервые понятие «стереотип» было введено У. Липпманом в 1922 году, который определил стереотипы, как «... предвзятые мнения, которые решительно управляют всеми процессами восприятия» [Липман; цит по: Садохин, 2010: 64].

Сегодня стереотип может пониматься по-разному в зависимости от сферы его использования.

---

· Научный руководитель – канд. филол. наук Н.Г. Бурмакина.

В сфере межкультурной коммуникации О.А. Леонтович определяет стереотипы как «упрощенные *ментальные репрезентации* различных категорий людей, преувеличивающие моменты сходства между ними и игнорирующие различия» [Леонтович, 2007: 253].

В.В. Красных понимает под стереотипом «*фиксированную ментальную “картинку”*», являющуюся результатом отражения в сознании личности «типового» фрагмента реального мира» [Красных, 2002: 178].

В.С. Агеев понимает под стереотипом «*устойчивые, регулярно повторяющиеся формы поведения; своего рода шаблоны, штампы, образцы поведения, принятые в той или иной культуре*» [Агеев, 1988: 69].

В нашем исследовании мы будем придерживаться определения А.П. Садохина, согласно которому стереотип – «схематический, стандартизированный образ или представление о социальном явлении или объекте, обычно эмоционально окрашенный и обладающий устойчивостью. Выражает привычное отношение человека к какому-либо явлению, сложившееся под влиянием социальных условий и предшествующего опыта» [Садохин, 2010: 64–65].

Для изучения моделей экспликации стереотипов о немцах в российской лингвокультуре нами были отобраны публикации из российских СМИ различных жанров – анонсы, новости, статьи, публицистические тексты.

Так как материалом исследования являются публикации из СМИ, необходимо представить принятое в работе определение дискурса СМИ, под которым понимается «совокупность речевых произведений (коммуникативных актов), адресантом которых является профессиональный журналист, адресатом – широкая аудитория, предметом речи – социально значимое событие» [Ковальчукова, 2009: 9].

Нами было выявлено, что в русском языке чаще всего встречаются модели репрезентации стереотипов двух типов: оценочные слова и атрибутивные конструкции. Атрибутивные слова преобладают над оценочными.

Чаще всего в российских СМИ встречаются стереотипы о немцах, которые описывают их характерные черты («пунктуальные немцы», «практичные немцы») и благосостояние немецкого государства («богатая Германия»).

Первым стереотипом, который был выделен в изученном материале, является представление о немцах, как о практичном народе.

***Практичные немцы пересаживаются на российские «Нивы»***

Данный пример является заголовком статьи, в котором с помощью стереотипа о практичных немцах автор выражает идею о хорошем качестве автомобилей отечественного производства.

*Мне близка позиция немецкой стороны — долго, основательно изучать инфраструктуру, рынок, оценивать риски и только потом принимать взвешенное решение. Строгий и педантичный подход немцев к делу многие века служит гарантией качества их товаров и услуг.*

Данный отрывок представляет мнение автора о сотрудничестве немецких и российских бизнесменов для улучшения инфраструктуры города. Автор убеждает читателя в том, что сотрудничество будет успешным, так как представители немецкого народа являются строгими и педантичными.

***Практичные немцы переплачивать за газ не собираются, да и с запуском «Северного потока-2» Германия станет крупнейшим газовым хабом Старого Света. А это статус и дополнительные доходы.***

Данный отрывок взят из аналитической статьи, которая рассматривает строительство «Северного потока» в Европе и его конкуренции газу, поставляемому из Америки. Автор статьи считает, что из-за своей «практичности» немцы не будут переплачивать за газ из Америки, который ввиду высокой стоимости на логистику будет определено дороже.

Второй стереотип, существующий в русской лингвокультуре относительно немцев, представляет Германию, как экономически развитую и богатую страну Европейского Союза. Далее мы приведём отрывки, где эксплицируется данный стереотип.

***Германия слишком много экономит и слишком мало тратит.***

*В богатой Германии есть и дома для малоимущих, и районы, в которых живут исключительно состоятельные люди, по меньшей мере в региональном сравнении.*

Один из стереотипов о Германии, который свойственен преимущественно российским СМИ, – это стереотип о толерантности всех немцев к представителям различных меньшинств.

*Конфликт в **толерантной Германии** на почве национальной неприязни и смерть еще одного немца «поставили ФРГ на уши» и породили народные волнения (ПолитЭксперт).*

*Кстати, к чему ведет попустительство в борьбе с этнической преступностью свидетельствует печальный пример Германии, где из-за **навязанной ложной толерантности** принято вообще закрывать глаза на преступления мигрантов (Брянские Новости).*

*Как сообщала «Правда.Ру», **политика толерантности** к мигрантам в Евросоюзе, которую защищает Ангела Меркель, привела к росту популистских и националистических настроений в обществе.*

Как можно видеть из указанных примеров, данный стереотип представлен в негативном ключе, это одна из отличительных особенностей современных стереотипов о немцах в России. Германия, как государство, открывает свои границы беженцам и проявляет терпимость к представителям сексуальных меньшинств. Российское общество придерживается традиционных ценностей, и российские СМИ акцентируют внимание на данном отличии.

Далее мы перейдем к моделям экспликации стереотипов в англоязычной лингвокультуре.

Способы экспликации стереотипов о немцах в английском языке во многом схожи с теми, что были представлены нами ранее. Чаще всего встречаются атрибутивные словосочетания.

Одним из стереотипов, свойственных именно англоязычным СМИ, является стереотип о «немецкой эффективности» или «*German efficiency*».

*We often hear the phrase “German efficiency” bandied about. The notion behind it is so deeply ingrained that German car companies have built TV advertisements on it (the Times).*

Приведённый отрывок взят из аналитической статьи из журнала *The Times*, и сама статья напрямую пытается опровергнуть данный стереотип.

*But, unwittingly, this provides the guests from around the world with an ample taste of the efficiency of the German government.*

Этот фрагмент заимствован из аналитической статьи, которая рассматривает так называемую «немецкую эффективность» и задаётся вопросом, действительно ли она существует.

*When Audi bought Lamborghini, it was a great corporate move. German efficiency met with one of the sexiest Italian super-car manufacturers (CNN).*

Приведенный отрывок взят из аналитической статьи новостного портала CNN об успехах современных марок автомобилей. В данном случае под фразой *German efficiency* понимается Германия как эффективный и практичный партнёр, который поможет привести компанию к успеху вместе с отличной «упаковкой» от итальянских автопроизводителей.

*In other words, 12.7 per cent per cent of British trains were late, against just 5.9 per cent of DB trains. One point for German efficiency.*

Вышеприведенный пример заимствован из аналитической статьи, сравнивающей эффективность британских и немецких железнодорожных линий. Автор пришёл к выводу, что немецкие поезда опаздывают реже и, соответственно, связывает это с «немецкой эффективностью».

Англоязычные СМИ так же приписывают Германии стереотип о «толерантности». Однако в этот стереотип не вкладываются отрицательные коннотации, как в российских СМИ.

*#Metwo Shapes a Different Picture of a Tolerant Germany (the Globe Post).*

*The fact that it took so long for relatively tolerant Germany – where 83 percent of Germans back gay marriage, according to a recent poll – to equalize its marriage laws is in a large part down to politics (Newsweek).*

Как в русскоязычном, так и в англоязычном интернет-дискурсе СМИ, основным способом экспликации стереотипов является использование атрибутивных словосочетаний, которые включают в себя прилагательное и этноним.

Особенностью российского дискурса СМИ является стереотип о немцах как о практичном и богатом народе, а также стереотип о Германии как о толерантной стране. Отличительным стереотипом, присущим только англоязычному дискурсу СМИ, является стереотип о «немецкой эффективности». Стереотип о «немецкой толерантности» присутствует в обоих дискурсах, тем не менее, в русскоязычном дискурсе СМИ стереотип обладает отрицательной коннотацией, а в англоязычном, в свою очередь, нейтральной.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Агеев В.С. Механизмы социального восприятия // Психологический журнал. 1988. № 2. С. 63–71.
2. Ковальчукова М.А. Новостной анонс в сети Интернет как речевой жанр дискурса СМИ: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19. Ижевск, 2009. 24 с.
3. Красных В.В. Этнопсихоллингвистика и лингвокультурология: Курс лекций. М.: ИТДГК «Гнозис», 2002. 284 с.
4. Леонтович О.А. Введение в межкультурную коммуникацию. М.: Гнозис, 2007. 368 с.
5. Садохин А.П. Проблема восприятия в формировании межкультурной компетентности // Вестник московского университета, 2010. № 2. С. 55–75.

**РЕАЛИЗАЦИЯ ПАРОЛЬНОЙ ФУНКЦИИ ПРЕЦЕДЕНТНЫХ  
ФЕНОМЕНОВ В РЕКЛАМНОМ ДИСКУРСЕ  
(НА МАТЕРИАЛЕ НЕМЕЦКОЙ МУЖСКОЙ РЕКЛАМЫ)**

*Аннотация:* Статья посвящена описанию реализации парольной функции прецедентных феноменов в рекламном дискурсе на материале немецкой коммерческой мужской рекламы. Актуальность исследования заключается в том, что на данном этапе развития лингвистической науки гендерный аспект коммерческой рекламы не является достаточно изученным. Кроме того, мужская реклама редко становится объектом лингвистического исследования, как и функционирование в ней прецедентных феноменов.

*Ключевые слова:* дискурс, рекламный дискурс, мужская реклама, прецедентные феномены, парольная функция.

*Abstract:* The article is devoted to the realisation of the “arcane” function of precedent phenomena in the discourse of the German commercial advertisement created for the male recipients. The research presents three examples of various precedent phenomena which are realised through the “arcane” function. The importance of the article is determined by the issue that commercial advertising campaigns for men are not fully researched and described.

*Key words:* discourse, advertisement discourse, precedent phenomenon, arcane function.

Одним из видов коммерческой рекламы является мужская реклама, которая рассматривает феномен покупки-продажи товара как социальное явление через гендерный аспект. Так как мужская аудитория является более прямолинейной и имеет тенденцию в меньшей степени обращать внимание на рекламное обращение, создание примечательного рекламного текста крайне важно для такого типа реципиентов. С целью создания особого рекламного сообщения создатели рекламы обращаются к прецедентным феноменам, поскольку они являются широко известными для представителей лингвокультурного сообщества и, безусловно, могут влиять на декодирование рекламного сообщения, что послужит хорошим стимулом для приобретения товара.

---

· Научный руководитель – канд. филол. наук Л.М. Штейнгарт.

Вслед за В.И. Карасиком мы определяем рекламный дискурс как «завершенное сообщение, имеющее строго ориентированную прагматическую установку (привлечение внимания к объекту рекламы), сочетающее дистинктивные признаки устной речи и письменного текста с комплексом семиотических (паралингвистических и экстралингвистических) средств» [Карасик, 2002: 123]. Реклама может фокусироваться на возрасте (детская реклама, подростковая реклама, реклама для людей среднего возраста, реклама для потребителя пожилого возраста), на гендере (мужская и женская реклама) и на социальном статусе потребителя (реклама для школьников и студентов, реклама для работающего населения, реклама для пенсионеров и т.п.) [Васильев, Поляков, 2015: 20].

Многие маркетологи акцентируют своё внимание в основном на развитии гендерно-ориентированной рекламы. По мнению исследователей, в зависимости от социального и биологического пола реципиента, декодирование, а также перцепция рекламных образов будет осуществляться по-разному. Так, составители рекламы подтверждают, что социальный и биологический пол аудитории играют важную роль в восприятии рекламного сообщения [Гумерова, 2012: 1353]. Потребители-мужчины, например, зачастую не обращают внимания на детали рекламного текста и изображения. Чтобы создать успешную рекламу, нацеленную на потребителя-мужчину, её создатели должны использовать более понятный и примечательный слоган.

В данной работе мы рассматриваем рекламный дискурс с точки зрения его гендерной направленности. Объектом исследования является реклама, нацеленная на мужскую аудиторию. В дискурсе такого типа рекламы производители ориентируются на маскулинную часть общества, стереотипизируя ценности, присущие данной группе людей [Турутина, Тоноян, 2010: 53]. Мужскую рекламу также можно определить, обращая внимание на особые вербальные и невербальные средств, использованные в рекламном сообщении. Так, большинство слов будет так или иначе связано с мужчинами, их ценностями и нуждами (например, «Мужчина», «Он», «Герой» и т.п.).

Рекламное изображение чаще всего будет представлять собой изображение мужчины, использующего рекламируемый товар; сексуализированный образ женщины или же рекламируемый товар без дополнительных деталей и образов [Там же].

Поскольку мужчинам с детства закладывают лидерские качества, они чаще добиваются карьерных высот, у них зачастую более высокий социальный статус, следовательно, и более высокая по сравнению с женщинами заработная плата. Этот фактор очень часто учитывают производители, ведь, таким образом, они могут эффективно продать дорогой товар [Азаренок, 2013: 92]. Именно поэтому в мужских рекламах чаще всего представляют машины и дорогие часы. Особым стереотипом, который обыгрывают рекламодатели, является также пристрастие некоторых мужчин к алкогольным напиткам. Таким образом, ещё одним часто рекламируемым товаром для мужчин являются алкогольные напитки, в частности пиво.

В мужской рекламе нередко используются прецедентные феномены. Термин «прецедентный феномен» (далее – ПФ) в современную лингвистику ввели Д.Б. Гудков, В.В. Красных, И.В. Захаренко и Д.В. Багаева в 1997 году. К ПФ ученые отнесли прецедентный текст, прецедентную ситуацию, прецедентное высказывание и прецедентное имя [Багаева и др., 1997: 82]. Разделяем точку зрения В.В.Красных, которая дала определение этих ПФ. *Прецедентный текст* – «законченный и самодостаточный продукт речемыслительной деятельности, (поли)предикативная единица; сложный знак, сумма значений компонентов которого не равна его смыслу». *Прецедентная ситуация* – «некая «эталонная», «идеальная» ситуация, насыщенная определенными коннотациями». *Прецедентное высказывание* – «репродуцируемый продукт речемыслительной деятельности, законченная самодостаточная единица, которая может быть или не быть предикативной; сложный знак, сумма значений компонентов которого не равна его смыслу». *Прецедентное имя* – «индивидуальное имя, связанное или с широко известным текстом, относящимся, как правило, к числу прецедентных (Обломов), или с ситуацией»

[Красных, 2002: 47–49]. Учёные сформулировали основные характеристики и признаки, которыми обладают все прецедентные феномены. Во-первых, они должны быть хорошо известными представителям того или иного лингвокультурного сообщества. Во-вторых, они должны быть актуальными в познавательном и эмоциональном планах, то есть содержать в себе определенную пресуппозицию (фоновые знания). В-третьих, они должны постоянно актуализироваться в речи лингвокультурного сообщества.

Г.Г. Слышкин. выделяет следующие функции прецедентных феноменов:

1) номинативная функция (называет и вычленяет фрагменты действительности и формирует понятия о них);

2) персуазивная функция (используется с целью убеждения коммуникативного партнера в своей точке зрения);

3) людическая функция (происходит при игровых апелляциях к концептам прецедентных феноменов. Она задает тональность коммуникации);

4) парольная функция (выступает определенным кодом в системе опознавания «свой – чужой» и служит доказательством принадлежности говорящего к той же группе) [Слышкин, 2000: 85].

Материалом исследования являются 40 рекламных сообщений и 10 рекламных видеороликов, взятых из сети Интернет в период с 2014 по 2019 годы. В качестве иллюстративного материала выступают три рекламных текста, опубликованных в 2018 году в сети Интернет.

Так как в данной статье мы рассматриваем немецкоязычную мужскую рекламу с точки зрения реализации в ней парольной функции, то мы можем предположить, что у мужчин есть определенный «код», по которому они отделяют «своего» от «чужого».



Рис. 1

В качестве первого примера парольной функции ПФ можно привести рекламу кампании «Right Guard» (<https://dabinsights.wordpress.com>), занимающейся производством и продажей гигиенической продукции для мужчин. В рекламном сообщении «Hatte Superman je Schweissflecken?» используется прецедентное имя «Superman». Супермен впервые появился в комиксе Джерри Сигела и Джо Шастера. Он представляет собой мужчину с другой планеты, обладающего суперсилой. Этот персонаж стал популярен в 80-е годы XX века, а его имя стало символом мужества и обаяния одновременно. Образ «Супермена» в рекламном тексте предназначен главным образом для мужчин, следящих за своим внешним видом. Таким образом, данное прецедентное имя выступает определенным кодом в системе опознавания «свой-чужой», что помогает отнести определенного мужчину-реципиента к числу тех, кто знает о «Супермене» и о его безупречном виде, стараясь подражать его идеальному внешнему виду.

В качестве второго примера (рис. 2) рассмотрим рекламу пива кампании «Herrenhäuser» (<https://www.productionparadise.com>).



Рис. 2

В рекламном сообщении мы можем вычленить прецедентное высказывание «90–60–90». Данное прецедентное высказывание служит с XX века по настоящий день стандартом красоты для женщины. Согласно одной из самых правдоподобных версий, данный стандарт появился среди модельеров, которым не хотелось каждый раз шить костюмы, учитывая размеры моделей. Так, они пришли к выводу, что лучше всего иметь единый стандарт, под который должна подстраиваться модель. Таким образом, данное прецедентное высказывание реализует парольную функцию, разграничивая мужчин на признающих данные стандарты и тех, кому оно, безусловно, известно, но в то же время не является авторитетным.

Следующим примером реализации парольной функции является реклама пива «Karlsberg URPILS» (<https://brandoratob.de>).



Рис. 3

В рекламном сообщении, состоящем только из фразы «Mutter schafft», легко заметить трансформированное прецедентное высказывание «Bruderschaft», отсылающего нас к средневековой традиции, согласно которой собравшиеся выпить вместе люди показывали своё хорошее отношение друг к другу. В данной рекламной кампании можно также вычленить прецедентную ситуацию: мужчины вместе пьют алкогольный напиток (в данном случае – рекламируемое пиво) и хорошо проводят время друг с другом.

Таким образом, мы пришли к выводу, что парольная функция прецедентных феноменов в немецкоязычной мужской рекламе позволяет разграничивать аудиторию рекламного сообщения, опираясь на категорию реципиента, ведь производителям в таком случае интересна только определенная группа людей. Проанализировав 40 рекламных текстов и 10 рекламных ви-

деороликов, мы можем утверждать, что парольную функцию чаще всего реализуют прецедентные имена и высказывания, так как именно они больше всего известны широкой публике. Кроме того, в рекламных сообщениях, в которых преимущественно реализуется парольная функция прецедентных феноменов, превалирует категория «свой», поскольку составителям рекламы важно не обидеть реципиента, а образ «своего» всегда является положительным.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Азаренок Н.В. Восприятие рекламы мужской и женской аудиторией. Две стороны одной проблемы // Актуальные проблемы гуманитарных и социально-экономических наук. 2013. Т. 7. № 1. С. 90–96.
2. Багаева Д.В. и др. Когнитивная база и прецедентные феномены в системе других единиц и в коммуникации: сборник статей // Вестник Московского университета. 1997. № 9. С. 62–85.
3. Васильев Г.А., Поляков В.А. Основы рекламы: учеб. пособие для вузов. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. 719 с.
4. Гумерова А.А. Основные тенденции в развитии дискурса гендерно-ориентированной рекламы в исследованиях западных ученых // Вестник Башкирск. ун-та. 2012. № 3. С. 1350–1354.
5. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс: монография. Волгоград: Перемена, 2002. 477 с.
6. Красных В.В. Этнопсихоллингвистика и лингвокультурология: курс лекций. М.: МГУ, 2002. 257 с.
7. Курбакова Ю.В. Национально-прецедентные феномены и единицы с метаморфическим значением в СМИ (на материале современных американских журналов): дис. канд. филол. наук: 10.02.19. М., 2006. 173 с.
8. Слышкин Г.Г. Лингвокультурные концепты прецедентных текстов в сознании и дискурсе. М.: Academia, 2000. 139 с.

9. Турутина Е.С., Тоноян С.Н. Гендерные образы в рекламе: Особенности восприятия и репрезентации: научная статья. ТГПУ: Альманах теоретических и прикладных исследований рекламы. 2010. С. 52–64.

10. dab.insights [Электронный ресурс] URL: <https://dabinsights.wordpress.com> (Дата обращения: 24.02.19).

11. Brandora to B [Электронный ресурс] URL: <https://brandoratob.de>, статья «Väter als Konsumenten. Oder: Die unterschätzte Zielgruppe» (Дата обращения: 26.02.19).

12. Production Paradise [Электронный ресурс] URL: <https://www.productionparadise.com> (Дата обращения: 26.02.19).

## АББРЕВИАЦИЯ В СОВРЕМЕННОЙ ВИРТУАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ: ФУНКЦИОНАЛЬНО-ПРАГМАТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

*Аннотация:* Статья посвящена феномену аббревиации в современной английской интернет-коммуникации. Основное внимание уделено анализу функциональных особенностей использования аббревиатур. Установлено, что преобладающую роль играют функция компрессии текста и экспрессивная функция. На примерах из социальных сетей показано, как именно данные функции влияют на процесс коммуникации.

*Ключевые слова:* аббревиатура, интернет-коммуникация, функция.

*Abstract:* The article is devoted to the abbreviation phenomenon in modern English Internet communication. The main focus is to analyse the functional features of the use of abbreviations. The function of text compression and the expressive function are proved to be dominant in the texts of social networks. The examples from Facebook and Twitter posts and comments show how exactly these functions influence the process of communication.

*Keywords:* abbreviation, Internet communication, function.

С развитием всемирной сети Интернет в современном обществе появилась тенденция к частому использованию аббревиатур и сокращений. Их рост обусловлен необходимостью быстро, коротко и лаконично излагать свои мысли собеседнику, что и приводит к передаче сложных слов и словосочетаний в сокращенном виде. Более того, многие лингвисты отмечают, что «в настоящее время, в начале XXI века, аббревиация занимает всё более прочные позиции, получая широкое распространение в различных областях науки и искусства, общественной и политической жизни» [Косарева, 2003: 44].

Целью данной статьи является выявление и описание функциональных особенностей употребления аббревиатур в современной виртуальной коммуникации на материале английского языка.

---

Научный руководитель – канд. филол. наук Е.А. Кругликова.

«Аббревиация есть процесс создания единиц вторичной номинации со статусом слова, который состоит в усечении любых линейных частей источника мотивации и который приводит в результате к появлению такого слова, которое в своей форме отражает какую-либо часть или части исходной мотивирующей единицы» [Кубрякова, 1981: 200].

Аббревиатура – «лексическая единица, полученная в результате сокращения, включающая в себя акронимы, сложные слова, контаминированные лексемы, ассимилированные единицы и выраженная графически и фонетически» [Алексеев, 2017: 26].

В данной статье рассматривается использование лексической группы аббревиатур, в которую входят усечения, акронимы и инициальная аббревиатура.

Под усечением мы понимаем сокращение слова путём отбрасывания одного или нескольких слогов в начале или в конце исходного слова [Розенталь и др., 1976: 329]. Акроним – это аббревиатура, образованная из начальных букв элементов исходного словосочетания, но читаемая не по алфавитным названиям букв, а как простое слово согласно орфоэпическим нормам [Дюжилова, 2014: 143].

Инициальные аббревиатуры представляют собой сокращения, которые образованы из названий первых букв и (или) звуков слов, входящих в исходное словосочетание, и которые произносятся при чтении в сокращённой, а не полной форме (в отличие от однобуквенных графических сокращений, произносимых при чтении развернуто) [Мильчин и др., 2003: 83].

В ходе нашего исследования было проанализировано 48 постов на Facebook и 50 в Twitter и комментарии к ним. Преобладающее количество аббревиатур встречалось в комментариях, среднее количество которых в Facebook равнялось 81, а в Twitter – 90. Стоит отметить, что среднее количество слов в комментариях в социальной сети Facebook равнялось 12, а в Twitter – 14. Из комментариев было отобрано и проанализировано 200 аббревиатур.

Таблица 1. Распределение аббревиатур по категориям

Рубрики	Количество постов	Количество аббревиатур
Наука	8	19
Новости	23	34
Образование	11	20
Бизнес	10	17
Посты развлекательно-го характера	46	110

В ходе исследования было выявлено, что большая часть аббревиатур приходится на посты развлекательного характера. Данное явление связано с тем, что в данной рубрике пользователи активно используют интернет-сленг, который и включает в себя различные виды аббревиатур.

По мнению многих исследователей, «функции аббревиатур в интернет-коммуникации различаются в зависимости от коммуникативной установки, интенций профессиональных пользователей ПК и форм коммуникации» [Хуснуллина, 2012: 8]. В исследуемом материале мы выделили следующие функции аббревиатур: компрессивную, когнитивную, регулятивную и экспрессивную. Рассмотрим реализацию данных функций на конкретных примерах.

Как известно, экспрессивная функция заключается в выражении эмоционального состояния говорящего, его субъективного отношения к предметам и явлениям реальности. Данная функция встречается чаще всего, поскольку пользователям социальных сетей важно выразить как своё мнение, так и эмоции. Экспрессивная функция находит своё выражение в:

1) стремлении к краткости и привлечении внимания собеседника: *IFC signs deal with SP for cassava flour*. В данном примере инициальные аббревиатуры используются для привлечения внимания читателя, а также для сокращения наименований организаций;

2) создании юмористического эффекта: *After weeks of critical thinking, brainstorming, and research, I have finally come to a point in life where I see LeBron Raymone James as the GOAT of the sport*. В данном примере акроним

GOAT расшифровывается как *Greatest of all time*, однако как в устной, так и в письменной речи его можно спутать со словом *козёл*;

3) выражении иронии: *VGC, guys. It looks like my father's car after driving while drunk*. В приведённом примере, исходя из контекста, можно увидеть, что, используя инициальную аббревиатуру VGC (*very good condition*), автор иронизирует над ситуацией;

4) выражении собственного мнения: *all the time idk what to do to stop making myself feel like that*. В данном примере автор показывает свою неосведомлённость. В следующем же примере автор открыто выражает своё мнение: *IMHO, the messages delivery is pretty boring, so they don't get as much play from followers as they could*;

5) выражении эмоций: удивление – *OMG... You are really daredevil!*; потрясение – *Jesus, that's so horrible, why so much children were involved in such tragedy??? I'm QQ*; радость – *Their reaction is so funny LMAO they didn't know it was freezer*. Наиболее часто пользователи социальных сетей используют аббревиатуры для выражения радости: из 32 сокращений 17 демонстрируют данную эмоцию.

Компрессивная функция выражается в сжатии текста путем использования сокращений. Данная функция используется при онлайн-общении для создания кратких номинаций с целью экономии языковых средств, поскольку интернет-реалии требуют быстрой ответной реакции. В качестве примера можно привести следующие комментарии: *great pic of u two; AFAIK it takes so much time!! congrats:*). Эта функция используется для повышения информативности сообщения особенно в такой социальной сети, как Twitter, поскольку она ограничена в количестве символов: *do you rly believe in this? oms he'll write a new book b4YKI!; eerm, did You know that RMS has been the GNU project's lead architect?*. В данных примерах авторы приносят смылосодержательную новизну для читателей, употребляя такие окказиональные инициальные аббревиатуры, как *OMS (Oh my soul = really)*, *RMS (Richard Matthew Stallman)* и акронима *GNU (General Public License)*, которые понятны целевой

аудитории из контекста. Стоит отметить, что наиболее часто пользователи социальных сетей используют апокопы (усечения конца слова), например: *bro* (*brother*), *pro* (*professional*), *pic* (*picture*), *ad* (*advertisement*), *doc* (*doctor/document*).

Аббревиатуры также выполняют и когнитивную функцию, поскольку репрезентирует дополнительные знания о мире. Когнитивная функция встречается редко, поскольку зачастую пользователи используют такие аббревиатуры, которые не требуют от адресата наличия фоновых знаний. Следующие примеры наглядно демонстрируют наличие когнитивной функции: *The political situation is extremely aggravated today but we should not forget that it was similar in S11, so the authorities won't protect us*(. В данном примере аббревиатура *S11* расшифровывается как *11 сентября*, что обозначает дату трагического события в США. Из контекста понятно, что адресант ссылается на вышеупомянутое событие, однако адресаты уже должны иметь представление об этой трагедии, чтобы понять автора сообщения. В примере *there are many different stories, you know, hah, if you are interested in experiments read one of 2000 articles of SCP Foundation* присутствует инициальная аббревиатура *SCP Foundation*, которую можно расшифровать как *Special Containment Procedures*. Под данным выражением подразумевается вымышленная организация, занимающаяся созданием псевдохудожественных статей об аномальных объектах. Из контекста сообщения видно, что автор даёт совет собеседнику, однако, чтобы им воспользоваться, нужно понимать, о чём идёт речь.

Регулятивная функция предназначена для регулирования отношений между собеседниками. С её помощью собеседники могут побудить друг друга к действию, дать рекомендации или осудить. Выражается она перформативными глаголами в функции приказа, указа или инструкции: *noo, it's wrong*), *CM later and I'll help you*. В данном примере инициальная аббревиатура *CM* расшифровывается как *Call me*, из чего становится ясно, что адресант побуждает адресата позвонить ему, чтобы оказать помощь. В следующем примере *I see you have a lot more to say but you have to KISS* акроним *KISS*

расшифровывается как *Keep it short and simple*. Данный акроним даёт инструкции к действию.

Итак, благодаря активному использованию социальных сетей аббревиатуры находят своё применение в интернет-коммуникации, в частности, в постах развлекательного характера. Исходя из анализа приведённых выше онлайн-сокращений, можно сделать вывод, что ведущими функциями аббревиатур в интернет-коммуникации являются экспрессивная и компрессивная.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Алексеев А.В. Аббревиация в современной виртуальной коммуникации: прагматический аспект (на материале английского и немецкого языков): дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04. Ростов-на-Дону, 2017. 191 с.
2. Дюжикова Е.А. Акронимы английского языка: структура и семантика (когнитивно-дискурсивный анализ) // Научное обозрение. 2014. № 4–5. С. 142–151.
3. Косарева О.Г. Аббревиация в языке современной прессы: на материале французского, английского и русского языков: дис. канд. филол. наук: 10.02.19. Тверь, 2003. 163 с.
4. Кубрякова Е.С. Типы языковых значений: Семантика производного слова. М.: Наука, 1981. 200 с.
5. Мильчин А.Э., Чельцова Л.К. Справочник издателя и автора: справочник. М.: ОЛМА-Пресс, 2003. 800 с.
6. Розенталь Д.Э., Теленкова М.А. Словарь-справочник лингвистических терминов: пособие для учителя. М.: Просвещение, 1985. 399 с.
7. Хуснуллина Ю.А. Структурно-семантическая и функциональная специфика аббревиатур компьютерного дискурса: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19. М., 2012. 27 с.

## СТЕРЕОТИПИЗАЦИЯ ОБРАЗА РОССИИ И РУССКОЙ КУЛЬТУРЫ В БРИТАНСКОМ НОВОСТНОМ ДИСКУРСЕ

*Аннотация:* Статья посвящена выявлению стереотипов о русской культуре и России в британском новостном дискурсе на материале британских информационных интернет-ресурсов BBC и The Sun.

*Ключевые слова:* стереотип, русская культура, новостной дискурс, интернет-новости.

*Abstract:* This article is devoted to the analysis and description of stereotypes related to Russia and the Russian culture in the news discourse of Great Britain. BBC and The Sun informational internet-resources are used as the sources of practical material.

*Keywords:* stereotype, Russian culture, news discourse, Internet news.

Целью настоящего исследования является выявление и анализ стереотипов о России в британском новостном дискурсе. Новостной дискурс рассматривается в данной статье как подтип медиадискурса, это «тематически сфокусированная, социокультурно обусловленная речемыслительная деятельность в масс-медийном пространстве» [Кожемякин, 2010: 16].

Е.А. Кротова характеризует новостной дискурс как явление, проявляющееся в результате коллективной деятельности определенной группы людей, которые собирают, организуют, обрабатывают и регулярно распространяют актуальную, представляющую важность для современного общества информацию через СМИ [Кротова, 2012: 9]. Главным инструментом здесь выступает язык в рамках создания, трансляции и восприятия читателями новостных текстов. Ю.С. Воротникова, рассматривая новостной дискурс, упоминает, что ранее исследование данного типа дискурса преследовало цель изучения составных частей коммуникативного процесса: автора, адресата,

---

· Научный руководитель – канд. филол. наук Н.Г. Бурмакина.

сферы общения, намерений. Однако в эпоху информационных технологий (в том числе сети Интернет) существует необходимость в пересмотре основных положений новостного дискурса с учетом изменений в характеристиках самого дискурса, к которым относятся изменения, затронувшие авторов, каналы общения и способы организации языковых единиц [Воротникова, 2005: 32].

По мнению М.А. Ковальчуковой, могут быть выделены следующие черты новостного дискурса в Сети: оперативность (т.е. быстрое обновление информации), сконцентрированность (на одной интернет-странице предоставляется возможность найти множество новостей) и разносторонний взгляд на событие (т.е. в любое время возможно найти информацию на любую тему, о которой будут сформированы различные взгляды) [Ковальчукова, 2008: 55]. Таким образом, новостной дискурс является особым, самостоятельным подтипом медиа-дискурса, который обладает постоянной динамикой вследствие развития технологий, в особенности сети Интернет, и который включает в себе ряд специфических черт.

В современности любой тип дискурса оказывается погружен в контекст какой-либо культуры. По мнению А.П. Садохина, вступая в коммуникацию с представителями других культур, человек склонен воспринимать их поведение с позиции именно своей культуры [Садохин, 2014: 133].

Возникновение культурных стереотипов может быть объяснено тем, что при межкультурных или межэтнических контактах выделяются наиболее типичные черты, характерные для определенной культуры, и, в результате сравнения, выделяются различия. И.С. Кон определяет стереотип как «феномен, аккумулирующий некий стандартизованный коллективный опыт и внушенный индивиду в процессе обучения и общения с другими, помогающий ему ориентироваться в жизни и определенным образом направляющий его поведение» [Кон, 1966: 189]. В. Липпман, утверждает, что культурные стереотипы представляют собой рациональный принцип индивидуума по редукции системы своего реального окружения; психологически и физиологи-

чески человек стремится к тому, чтобы стандартизировать свои воззрения и представления, что приводит к селективному восприятию информации [Lippman, 1964: 97]. М.М. Филиппова отмечает, что при осуждении других мы невольно обнажаем собственный способ восприятия и, тем самым, наши собственные достоинства и недостатки. Иначе говоря, стереотипы показывают не только тех, к кому они относятся, но и нас самих [Филиппова, 2007: 18].

Суммируя представленные выше определения, данные учеными, представляется возможным утверждать, что стереотипы появляются в результате попытки индивидуумов судить о других культурах с позиции своей собственной культуры. Именно по этой причине стереотипы могут быть как положительными или нейтральными, так и негативными вследствие неприятия индивидами точки зрения представителей чужой культуры.

Для реализации анализа стереотипов в данной работе в качестве практического материала выступают новостные тексты на политическую тематику в рамках информационных интернет-ресурсов Великобритании *BBC* и *The Sun* в количестве 85 текстов.

Первый пример является фрагментом новостного текста, который описывает скандал, произошедший с вице-канцлером Австрии Хайнцем Кристианом Штрахе в мае 2019 года. Вице-канцлер выдал политические тайны русской женщине, их разговор был записан и предан огласке. В тексте прослеживается следующее описание женщины:

1) *He had come to the villa to meet an elegant woman in a **black designer dress and high heels**, a Russian oligarch's niece.*

(BBC. 24.05.2019)

В приведенном контексте представляется возможным утверждать, что женщина соответствует типизированному образу «современной русской красавицы». Согласно данному стереотипу, русские женщины носят вызывающую одежду для манипулирования представителями мужского пола. Автор новостной статьи представляет участницу скандала как обольстительницу и

типичную русскую «в черном дизайнерском платье и на высоких каблуках», которая единолично спровоцировала скандал и которая, следовательно, виновна в произошедшем скандале.

2) *Many think that it could possibly be some kind of mafia revenge.*

(BBC. 24.05.2019)

Во втором примере представлен стереотип о русской культуре, который заключается в контроле государственной власти мафией. В данном случае прослеживается использование оценочной лексики – *revenge*, термина, который обозначает умышленное причинение значительного вреда виновной в чем-либо стороне. Автор новости воспроизводит существующий негативный образ России.

3) *Daughter Sasha believes he was killed by a professional hitman on the orders of the Russian mafia.*

(The Sun. 13.12.2018)

Приведенный текст раскрывает тему предположительного суицида британского магната Скотта Янга; миллиардер упал с балкона на 4 этаже. Новость включает в себя описание различных точек зрения на произошедшее событие. Одной из достаточно популярных версий является нападение профессионального убийцы из русской мафии. Несмотря на то, что российская сторона не имеет прямого отношения к событию, приведенный негативный стереотип позволяет автору включить ее в список потенциально виновных в гибели магната.

В следующем примере так же, как и в случае с новостным текстом ресурса *BBC*, описан скандал с австрийским вице-канцлером Хайнцем-Кристианом Штрахе:

4) *Taking place in a £1,000-a-night hotel room with Strache surrounded by cigarettes and vodka, the set-up bore hallmarks of a Russian 'kompromat' operation.*

(The Sun. 21.05.2019)

Приведенное выше предложение характеризует ситуацию посредст-

вом упоминания двух стереотипов о русской культуре одновременно. Здесь используется русское слово «водка», которое ассоциируется с Россией как родиной напитка. Автор также использует русскую лексему «компромат» посредством транслитерации и с орфографической ошибкой. При рассмотрении данных двух стереотипов в комплексе выявляется основная интенция автора – дискредитировать российскую сторону.

Как показало проведенное исследование информационных интернет-ресурсов *BBC* и *The Sun*, в обоих случаях присутствует применение стереотипов о русской культуре и России в целом. Так, в 61 из 85 проанализированных текстов были обнаружены примеры стереотипизации.

Исследование показало, что в рамках текстов новостного ресурса *BBC* демонстрируется использование таких стереотипов, как:

- 1) красота русских женщин для обмана мужчин;
- 2) присутствие русской мафии в большинстве сфер деятельности;
- 3) приветствие иностранных гостей хлебом и солью;
- 4) представление России как копии изоляционистского Советского Союза, которая так и не подвергалась изменениям глобализации.

Примеры из новостных текстов ресурса *The Sun* иллюстрируют следующие стереотипы о русской культуре:

- 1) распространенность русской мафии;
- 2) хитрость и коварство русских людей;
- 3) частое распитие водки русскими людьми;
- 4) сравнение России с агрессивным медведем.

Согласно проведенному анализу, приведенные информационные интернет-ресурсы освещают события, актуализируя преимущественно негативные стереотипы о русской культуре и России.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Воротникова Ю.С. Реализация новостного дискурса в электронных англоязычных СМИ: дис. канд. филол. наук: 10.02.04. СПб, 2005. 173 с.
2. Ковальчукова М.А. Анонс как речевой жанр (на материале интернет-дискурса) // Вестник ЧелГУ. 2008. № 30. С. 54–57 URL: <http://www.lib.csu.ru/vch/131/009.pdf> (дата обращения: 27.05.2019).
3. Кожемякин Е.А. Массовая коммуникация и медиадискурс: к методологии исследования // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. 2010. № 2 (73). Вып. 11. С. 13-21.
4. Кон И.С. Психология предрассудка (О социально-психологических корнях этнических предрассудков) // Новый мир, 1966. № 9. С. 187–205.
5. Кротова Е.А. Особенности структурной организации новостного дискурса в сети Интернет: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04. Барнаул, 2012. 20 с.
6. Садохин А.П. Введение в теорию межкультурной коммуникации: учебное пособие. М.: КИОРУС, 2014. 254 с.
7. Филиппова М.М. Английский национальный характер. М: Астрель, 2007. 382 с.
8. Lippman W. Die öffentliche Meinung. Munchen, 1964. 384 p.

## ЛЕКСИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА И СТРАТЕГИИ ЛЕГИТИМАЦИИ И ДЕЛЕГИТИМАЦИИ РЕЛИГИИ ВО ФРАНЦУЗСКОМ И РУССКОМ МЕДИАДИСКУРСЕ

*Аннотация:* Исследование посвящено выявлению специфики семантики и комбинаторики лексического окружения лексем «religion», «religieux» для французского языка и «религия», «религиозный» для русского языка в контекстах с положительной и отрицательной коннотацией и соотносению её с дискурсивными стратегиями легитимации / делегитимации.

*Ключевые слова:* легитимация, дискурсивные стратегии, лексико-семантические поля, лексическая комбинаторика, религия.

*Abstract:* The research focuses on the identification of semantic, lexical and combinatoric features for the lexemes “religion”, “religious” in French and Russian in the contexts with positive and negative connotation and further correlation of these features with (de)legitimation discourse strategies.

*Keywords:* legitimation, discourse strategies, semantic field, lexical combinatorics, religion.

### Введение

Изучение процесса легитимации и делегитимации является сравнительно новой областью исследования современной лингвистики. Однако в последнее время исследователи дискурс-анализа начали проявлять особый интерес к данной теме [Leeuwen 2011; Schnurr 2015; Galvon 2016]. На современном этапе развития общества появляется всё больше феноменов и явлений, ранее неприемлемых, но вполне обыденных для нас сейчас, например, суррогатное материнство или службы сопровождения лиц, желающих совершить самоубийство. Либо же наоборот, то, что раньше являлось совершенно обыденным, сейчас вызывает противоположную реакцию. Сложно ответить, к какой именно категории относится религия, основываясь на том факте, что она в принципе является довольно дискуссионным феноменом, единого мнения о котором никогда не существовало. Однако важно анализи-

ровать отношение к неоднозначно воспринимаемым явлениям в новостном дискурсе и, следовательно, изучать их влияние на общественную жизнь.

Подобное влияние может иметь два вектора: религия как социальная практика может активно внедряться в жизнь общества – и тогда можно говорить о её легитимации; либо такая социальная практика может осуждаться или намеренно обсуждаться в негативном контексте, т.е. подвергаться делегитимации. Под легитимацией понимается «признание или подтверждение законности каких-либо прав, полномочий, организаций» [Современный словарь иностранных слов 1992: 335]. Социолог и специалист по менеджмент-коммуникации М. Сачман определяет легитимацию как процесс, посредством которого некоторый феномен начинает восприниматься в социуме как желаемый, приемлемый, соответствующий его системе норм, ценностей и убеждений [Suchman 1995].

В более узком смысле данный феномен рассматривают дискурс-аналитики как разновидность дискурсивной стратегии, цель которой – конструирование чьей-либо легитимности или нелегитимности посредством такого описания действий объекта легитимации, которое непротиворечиво и естественно «встраивает» их в систему существующих ценностей сообщества. Легитимировать – значит сконструировать в дискурсивном пространстве социума положительный образ себя и суметь этот образ донести до большинства его членов [Screti, цит. по: Колмогорова 2018: 34]. В контексте же дискурсивных исследований легитимация воспринимается как «контекстно и культурно зависимая дискурсивная стратегия, позволяющая адаптировать политическое решение власти, поначалу отторгаемое сообществом как несоответствующее его нормам и ожиданиям, таким образом, что данное решение начинает восприниматься как желательное, ценное и необходимое в сложившемся социально-политическом контексте» [Колмогорова 2018: 35].

Целью данной публикации является описание лексического наполнения и синтаксической комбинаторики лексем *religion*, *religieux* для французского языка и *религия*, *религиозный* для русского языка в контекстах с поло-

жительной и отрицательной коннотацией и соотнесение её с дискурсивными стратегиями легитимации/делегитимации. Таким образом, в задачи исследования входило ответить на два вопроса: 1) зависят ли лексическое окружение и синтаксическая комбинаторика ключевых для обсуждения темы религии лексем от того, обсуждается ли данная тематика в позитивном или негативном контексте; 2) можно ли сказать, что те или иные дискурсивные стратегии легитимации / делегитимации тяготеют к использованию определенных групп лексических единиц и / или типов синтаксических конструкций?

### Методологический базис работы

При анализе дискурсивных стратегий (де)легитимации, мы опирались на классификацию из четырех основных стратегий, предложенную известным лингвистом и дискурс-аналитиком Т. ван Левеном. Каждая из выделенных им дискурсивных стратегий включает в себя несколько субстратегий [Van Leeuwen 2008: 105-119].

1. **Стратегия апелляции к авторитету** предполагает привлечение социального ресурса, внешнего по отношению к сфере, которой принадлежит объект легитимации: апелляция к личному авторитету человека, имеющего высокий социальный статус и особую значимую роль в обществе; к авторитету эксперта, имеющего профессиональный опыт оценки феноменов и явлений из той же сферы, что и объект легитимации и т. д.

2. **Стратегия моральной оценки** локализует объект легитимации на шкале «хорошо – плохо».

3. **Стратегия рационализации** призвана категоризировать и концептуализировать объект легитимации в когнитивном опыте целевой аудитории при помощи ряда логических операций (генерализации, включения и т.д.), например, «Я делаю X для того, чтобы добиться / получить Y»; или «Я достигаю Y при помощи X-а / благодаря использованию X»; объект легитимации X может определяться через призму некоторой другой социально значимой деятельности, категории.

4. **Мифопоэтическая стратегия** обращена к рудиментам мифопоэтического сознания человека и включает в себя, например, поучительный рассказ, апокрифический рассказ и т. д.

В качестве методов исследования в нашей работе были выбраны контекстуальный и компонентный анализы, а также анализ лексико-семантических полей и дискурсивных стратегий.

В исследовательский корпус вошли 66 статей на французском языке и 72 на русском, отобранные на основе следующих критериев:

- 1) использовались французские и русские новостные ресурсы только национального значения;
- 2) все издания располагают мобильным приложением, которое читатели могут установить на свой телефон или иной гаджет, и имеют электронную версию;
- 3) заданный временной промежуток: 01.01.2008 – 31.12. 2018;
- 4) лексемы *religion, religieux / религия, религиозный* должны употребляться и в заголовке, и в тексте статьи.

В качестве источников статей на французском языке было отобрано восемь новостных изданий: *Le Monde, Le Figaro, Libération, L'Équipe, Métro, France Soir, Humanité* и *Les Echos*; статьи на русском языке были отобраны из таких новостных изданий, как *Аргументы и факты, Известия* и *Ведомости*.

Из 66 статей на французском языке было отобрано 189 контекстов, из которых 76 были отнесены посредством контекстного анализа к группе текстовых фрагментов с положительной коннотацией, 113 – к группе с отрицательной. Далее, после проведенного синтаксического и морфологического анализа из данных контекстов были выделены грамматические конструкции – номинативные, адъективные и предикативные: всего было выделено 232 грамматические конструкции, из которых 93 были взяты из положительно окрашенных контекстов, 139 – из отрицательно окрашенных контекстов. Из 72 статей на русском языке было отобрано 230 контекстов, из которых 167 были отнесены к группе положительно окрашенных контекстов, 63 – к груп-

пе отрицательно окрашенных. Далее из этих контекстов было выделено 232 грамматические конструкции, из которых 161 были взяты из положительно окрашенных контекстов, 71 – из отрицательно окрашенных контекстов.

#### Анализ исследовательского корпуса и обсуждение его результатов

Первым этапом нашего исследования было сравнение типичных грамматических конструкций, используемых в контекстах с положительной и отрицательной коннотацией во французском и русском языках. Мы выяснили, что в обоих языках используются практически идентичные номинативные, предикативные и адъективные конструкции; расхождения в конструкциях в проанализированных языках незначительны и, чаще всего, обусловлены спецификой грамматики самого языка. Приведём несколько обнаруженных типичных грамматических конструкций:

1) **S + (de) + религия:** *question de la religion* – ‘вопрос религии’, *censure de la religion* – ‘цензура религии’, *cocedство религий, превосходство религии*;

2) **V + религия:** *dialoguer avec les religions* – ‘вступать в диалог с религиями’, *religion domine* – ‘религия доминирует’, *считать религию, высмеивать религию*;

3) **Религия + être/быть + S:** *les religions sont des patrimoines* – ‘религии являются наследием’, *les religions sont un objet de méfiance* – ‘религии являются объектом недоверия’, *религия является инструментом*.

Таблица 1. Сравнительная таблица грамматических конструкций во французском и русском языках

Грамматические конструкции	Контексты на французском языке		Контексты на русском языке	
	Положительные	Отрицательные	Положительные	Отрицательные
<b>S + (de) + религия</b>	+	+	+	+
<b>S + prép + религия</b>	+	+	+	+
<b>V + религия</b>	+	+	+	+

Религия + V	+	+	+	+
Adj + религия	+	+	+	+
Религиозный + S	+	+	+	+
Религия + adj	+	+		
Ê\быть + религиозный	+			+
Религия + S			+	
Религия + ê\быть + S				+
Религия + ê + participe passé		+		
Participe passe + prér + религия	+			

Наиболее распространёнными конструкциями как во французском, так и в русском языках оказались адъективные конструкции – 46,5 % от всех конструкций на французском; 60,8 % – на русском. Для французского языка самым частотным примером оказалось словосочетание *la liberté religieuse*, обнаруженное в 16 контекстах, для русского – *религиозные организации*, обнаруженное в 14 контекстах.

Вторым этапом нашего исследования было выявление и сравнение лексико-семантических полей, присущих контекстам с положительной и отрицательной коннотацией во французском и русском языках.

Удалось выделить несколько различных лексико-семантических полей для контекстов с положительной коннотацией на французском языке:

- 1) «Демонстрация»: *afficher* – ‘выставлять напоказ’, *manifester* – ‘демонстрировать’, *pratiquer* – ‘практиковать’;
- 2) «Ограничение»: *persécution* – ‘преследование’, *exclure* – ‘исключать’, *limiter* – ‘ограничивать’;
- 3) «Сотрудничество»: *coexister* – ‘сосуществовать’, *discuter* – ‘обсуждать’, *dialoguer* – ‘вести диалог’;

4) **«Позиция социального субъекта»:** *avis* – ‘мнение’, *haine* – ‘ненависть’, *neutralité* – ‘нейтральность’.

В контекстах с положительной окраской на русском языке нам удалось выделить следующие ЛСП:

5) **«Объединение»:** *совмещение, община, иметь отношение к...*;

6) **«Противостояние»:** *конфликт, союзник, кампания*;

7) **«Обучение»:** *уроки, книги, просвещение*;

8) **«Государство»:** *закон, институт, господствующий*;

9) **«Внешние атрибуты»:** *символика, атрибутика, атрибут*;

10) **«Позиция социального субъекта»:** *терпимость, мышление, быть толерантным.*



Рис. 1. Сравнительная диаграмма ЛСП в контекстах с положительной коннотацией на русском и французском языках.

Что касается отрицательных контекстов на французском языке, то нам удалось выделить следующие ЛСП:

1. **«Воля и власть»:** *guerre* – ‘война’, *autorité* – ‘власти’, *dominer* – ‘доминировать’;

2. **«Ограничение»:** *séparation* – ‘отделение’, *censure* – ‘цензура’, *controller* – ‘контролировать’;

3. **«Позиция социального субъекта»:** *motif* – ‘мотив’, *raison* – ‘причина’, *rester indifférent* – ‘оставаться безразличным’.

Лексико-семантические поля для контекстов с отрицательной коннотацией на русском языке незначительно отличаются от контекстов на французском языке:

4. **«Вера»:** *иметь религиозные верования, обряд, быть религиозным;*
5. **«Ограничение»:** *отделять, отказаться;*
6. **«Позиция социального субъекта»:** *мировоззрение, убеждение, соображение.*



Рис. 2. Сравнительная диаграмма ЛСП в контекстах с отрицательной коннотацией на русском и французском языках.

Завершающим этапом нашего исследования было выявление и сравнение дискурсивных стратегий легитимации и делегитимации, используемых журналистами в контекстах с положительной и отрицательной коннотацией во французском и русском языках.

Так, нами было проанализировано 92 контекста, содержащие признаки тех или иных дискурсивных стратегий. Всего нам удалось выделить три стратегии из четырёх: стратегия апелляции к авторитету в 71 контексте (53 на русском языке, 18 на французском); моральной оценки в 16 контекстах (9 на русском языке, 7 на французском); рационализации в 5 контекстах (2 на русском языке, 3 на французском).

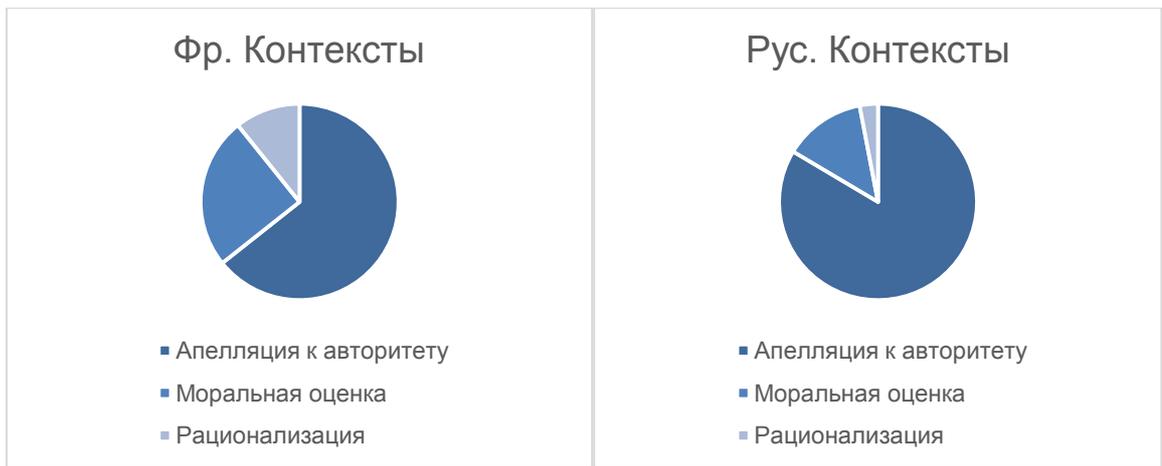


Рис. 3 Сравнительная диаграмма дискурсивных стратегий в контекстах на французском и русском языках.

В ходе исследования выделено несколько субстратегий в каждой из трёх стратегий легитимации. Так, наиболее распространённой субстратегией стратегии апелляции к авторитету в контекстах на французском языке оказалась субстратегия апелляции к «безличному» авторитету некоторой структуры, общественного института или нормы – например, ссылка на статистику той или иной организации, на закон: *La loi ne protège pas la religion elle-même ni ses attributs contre des critiques qui en France relèvent du débat d'idées – Закон не защищает ни саму религию, ни её атрибуты от критики, провоцирующей споры во Франции.*

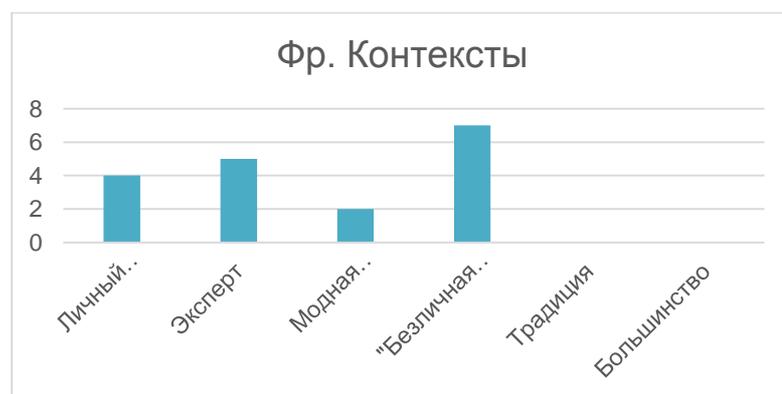


Рис. 4. Распределение субстратегий апелляции к авторитету в контекстах на французском языке.

Что касается контекстов на русском, то самой распространённой оказалась субстратегия апелляции к авторитету эксперта, связанного с той же

сферой, к которой принадлежит объект легитимации, в нашем случае – ссылка на того или иного религиозного деятеля: *Всесторонняя поддержка традиционных религиозных общин – самая лучшая профилактика от религиозного экстремизма, защита людей от богоборческой идеологии ИГИЛ, распространяющейся как вирус», – подчеркивает патриарх.*

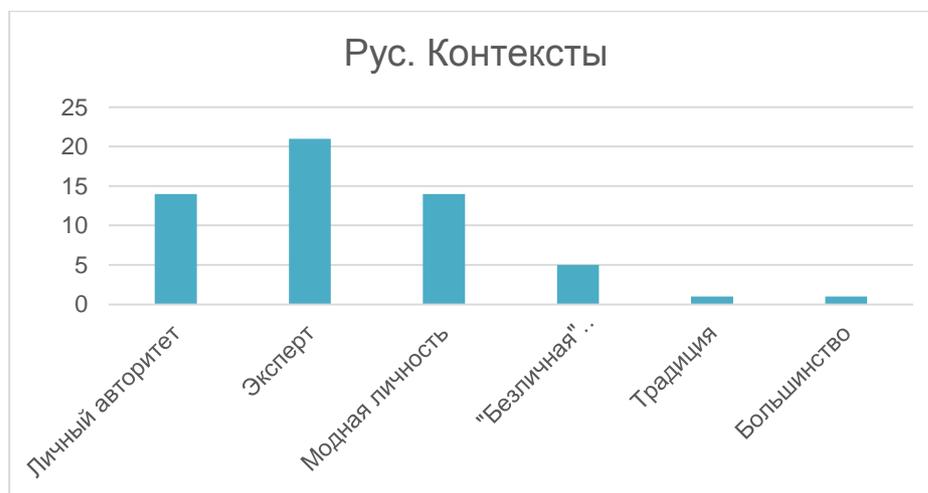


Рис. 5. Распределение субстратегий апелляции к авторитету в контекстах на русском языке.

Наиболее распространённой субстратегией в рамках стратегии моральной оценки в обоих языках оказалась оценочная субстратегия: *La religion joue un rôle beaucoup plus important dans la vie publique et intellectuelle, écrivent-ils – Религия играет гораздо более важную роль в общественной и интеллектуальной жизни, пишут они; Все религии учат добру, миру и семейным ценностям.*

В рамках стратегии рационализации – целевая субстратегия для русского языка и субстратегия определения для французского: *Только через диалог светского общества и религиозной молодёжи, через просвещение возможно развитие любого общества; Les religions sont des patrimoines vivants de réflexion et de pensée, pas seulement sur Dieu mais aussi sur l'homme, sur la société – Религии являются живым наследием способности мыслить и размышлять, не только о Боге, но также о человеке, об обществе.*

## Заключение

В ходе проведённого исследования удалось сделать следующие выводы:

1. В исследовательском корпусе превалирует отрицательная коннотация для контекстов на французском языке, положительная – для контекстов на русском языке.

2. Для контекстов как на французском, так и на русском языках характерны идентичные номинативные, предикативные и адъективные конструкции; расхождения незначительны.

3. Наиболее распространённые конструкции во всех проанализированных контекстах – адъективные (54,3 % процента от всех проанализированных конструкций).

4. Лексические единицы, входящие в ЛСП «позиция социального субъекта», используются в контекстах как с положительной, так и с отрицательной коннотацией в двух сопоставляемых языках. Для отрицательной коннотации совпадает также ЛСП «ограничение», остальные ЛСП являются лингвоспецифичными.

5. Наиболее используемая стратегия в подкорпусах как на русском, так и на французском языках – стратегия апелляции к авторитету (65 % всех проанализированных контекстов на французском, 84 % – на русском языке);

6. В рамках данной стратегии в качестве «авторитета» в контекстах на французском языке чаще всего ссылаются на закон, структуру, институт, в то время как в контекстах на русском языке – на мнение эксперта в области объекта легитимации.

Таким образом, отличия на уровне синтаксиса – грамматических конструкций – практически отсутствуют, в то время как на уровне семантики (лексико-семантические поля) и коммуникации (дискурсивные стратегии легитимации) существуют значительные расхождения между контекстами на французском и русском языках. Наш материал показывает, что формирование определенного отношения в социуме к той или иной культурной, обще-

ственной практике – легитимация – реализуется на уровне макроконтекста и дискурса, которые, в свою очередь, отсылают к специфической конфигурации ценностной картины мира. Для французской лингвокультуры – это такие ценности, как контроль за своими поступками, открытая демонстрация своих мнений и оценок, сочетающаяся с идеей сотрудничества и уважением к закону и социальным институтам. Для русской лингвокультуры оказались существенными такие ценности, как государство, его лидеры и его институты (образование, например), внешняя атрибутика религии и деятельностная оппозиция «объединяться / противостоять».

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Колмогорова А.В. Легитимация как социополитический феномен и объект дискурс-анализа // Политическая лингвистика. 2018. Вып. 1. С. 33–40.
2. Легитимация // Современный словарь иностранных слов. М.: Русский язык, 1992. С. 335.
3. Galvon R.T., Guevara Beltrán M.T. Discourse of legitimation and loss of sons who stay behind // Discourse and Society. 2016. 27 (94). P. 423–440.
4. Schnurr S. et al. Legitimizing claims for "crisis" leadership in global governance: The discourse of nuclear non-proliferation // Critical Discourse Studies. 2015. 12 (2). P. 187–205.
5. Suchman M.C. Managing Legitimacy: Strategic and Institutional Approaches // Academy of Management Review. 1995. 20 (3). P. 571–610.
6. Van Leeuwen T. Discourse and Practice: New tools for critical discourse analysis. Oxford: Oxford University Press, 2008. 172 p.
7. Van Leeuwen T. Legitimation in Discourse and Communication // Critical Discourse Analysis: Concepts, History, Theory. 2011. 1 (1). P. 327–350.

**СТРАТЕГИИ И ТАКТИКИ В ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ  
(НА МАТЕРИАЛЕ ВЫСТУПЛЕНИЙ  
ПРЕМЬЕР-МИНИСТРА ЯПОНИИ СИНДЗО АБЭ)**

*Аннотация:* В статье описываются стратегии и тактики политического дискурса, которые используются премьер-министром Японии С. Абэ, а также выявляется, какие из них он применяет для достижения политических целей чаще всего.

*Ключевые слова:* дискурс, политический дискурс, стратегии и тактики политического дискурса.

*Abstract:* The article describes the strategies and tactics of political discourse used by Japanese Prime Minister S. Abe, and also reveals which of them he uses to achieve political goals most often.

*Keywords:* discourse, political discourse, strategies and tactics of political discourse.

Политики занимают особое место в обществе. Они обязаны доносить позицию правительства или какой-либо социальной или политической группы не только до народа внутри одной страны, но и на международном уровне. Неудача, как правило, влечёт за собой ощутимые последствия, именно поэтому политик для успешной коммуникации должен не просто передать те или иные решения народу, но и создать положительный образ в глазах публики, что позволит в дальнейшем расширить аудиторию. Для того, чтобы достичь хороших результатов, успешные ораторы вырабатывают и используют коммуникативные тактики и стратегии. С их помощью политики добиваются максимальной продуктивности своих выступлений, привлекая внимание новой публики и делая свои речи более убедительными.

В задачи исследования входит описание стратегий и тактик политического дискурса, которые используются премьер-министром Японии С. Абэ. Вслед за Е.С.Кубряковой, мы считаем, что дискурс является когнитивным процессом, связанным с речепроизводством, созданием речевого произведе-

---

Научный руководитель – старший преподаватель И.А. Рабцевич.

ния, а текст – конечный результат процесса речевой деятельности, имеющий определенную законченную (и зафиксированную) форму [Кубрякова, 1999: 78].

Важной разновидностью дискурса является политический дискурс, который, как отмечают Л.В. Куликова и Ю.И. Детинко, представляет собою не просто систематизированное и упорядоченное использование языка (и других семиотических систем), а направленный на определенную общественную практику и обусловленный социальными, идеологическими и когнитивными факторами феноменом [Детинко, Куликова, 2017: 20]. Именно такой подход к рассмотрению политического дискурса раскрывает, что чаще всего он используется для конструирования лояльных оратору социальных групп и идентичностей, с помощью которых происходит повышение популярности заданного курса.

Хорошим примером для рассмотрения использования стратегий и тактик политического дискурса могут послужить выступления премьер-министра Японии С. Абэ. Выбор речей данного политика основывается на нескольких ключевых факторах. Несмотря на то, что в Японии формально правителем является император, главная политическая должность страны – премьер-министр. Именно премьер-министр выбирает политический курс, проводит все важные заседания и занимается внешней политикой. А Япония, в свою очередь, является значимой силой на международной арене, поэтому С. Абэ оказывает влияние на все мировое сообщество.

Материалами исследования послужили 22 выступления С. Абэ за период 2018–2019 гг. На основе изученного материала было выделено три основных стратегии (на понижение, на повышение, театральность) и большое число реализующих их тактик, которые можно разделить на три блока: *анализ-минус*, в который входит обвинение, безличное обвинение, обличение, оскорбление; *анализ-плюс*, состоящий из презентации, неявной самопрезентации, отвода критики, самооправдания; *побуждение*, включающее в себя кооперацию, размежевание, информирование, обещание, прогнозирование,

провокацию, иронизирование, предупреждение. Данная классификация принадлежит доценту Иркутского государственного университета О.Л. Михалевой [Михалева, 2002: 42–71] и была выбрана в качестве основной, так как она позволяет рассмотреть вопрос более глубоко и с разных сторон.

Приведём примеры использования стратегий политического дискурса с различными тактиками в порядке частоты их употребления, от наиболее употребляемых к наименее употребляемым.

Самой частой стратегией в выступлениях С. Абэ является стратегия на повышение, которая используется для выступлений как перед японской публикой, так и перед представителями других государств.

これまで、長年実現しなかった大胆な規制改革が、国家戦略特区において、今、次々と実現しています «Мы одну за другой проводим смелые нормативные реформы в специальных национальных стратегических зонах, которые не было возможности ввести в течение многих лет». Помимо презентации успехов как таковых, здесь можно проследить и неявную самопрезентацию, которая передается словами «長年実現しなかった» «В течение многих лет не было возможности ввести», что можно интерпретировать как личный успех кабинета премьер-министра, при котором данные реформы стали возможными.

Следующий пример использования стратегии на повышение: 難民人道支援、あるいは経済開発支援等、日本ならではの支援を行い良好な関係をそれぞれ築いてきています «Япония внесла вклад, который могла внести только Япония в сферах гуманитарной помощи беженцам и помощи в целях развития сотрудничества друг с другом». В отличие от многих других выступлений перед представителями иностранной прессы в данном случае использовалась открытая презентация.

ちょうど、ここまで申し上げたところで、あその窓から日本のおいしい農水産物が運ばれることも考えたのでありますが、段取りの関係で

、予算の関係ではなく段取りの関係でそれは割愛させていただきました  
«Первоначально у меня был план доставки восхитительных сельскохозяйственных и рыбных продуктов Японии с помощью этого договора. Но мы решили не придерживаться этого плана из-за ограничений в договоренностях, а не в бюджете». Данный пример весьма примечателен тем, что в нём можно увидеть сразу две составляющие анализ-плюса: неявная самопрезентация и отвод критики. О первом нам говорит сам С. Абэ, когда упоминает наличие плана, составленного именно им. О втором свидетельствуют его слова об ограниченности договоренностей, но не бюджета.

Стратегия театральности используется С. Абэ в основном в выступлениях перед японской публикой, перед простыми людьми.

培う幼児教育を無償化する。低所得の家庭の子供であっても、質の高い高等教育を受けられるようにしていく «Мы сделаем начальное образование бесплатным. Даже дети из малообеспеченных семей смогут получить высококачественное образование». В данном случае С. Абэ использует тактику анализ-плюса, позиционируя ситуацию так, что именно его кабинет делает решающий вклад в образование.

私は、これまで機会をとらえて、21世紀こそ、女性の人権が蹂躪されない時代にすべきであると訴えてきました «Пользуясь различными возможностями, я призывал и призываю к тому, что XXI век должен стать эпохой, в которой права женщин не будут попираяться». В данном случае стратегия реализована с помощью тактики самопрезентации, проявляющейся в словах о неоднократных призывах С. Абэ, и тактики прогнозирования, с помощью которой он показывает будущее разрешение проблемы неравенства.

日も早く皆さんが安心して暮らせる生活を取り戻せるように、復旧復興に全力を尽くしていきたいと思っています «Я приложу все усилия, для того чтобы восстановить и перестроить [разрушенное], чтобы все могли вернуться к мирной жизни как можно скорее». С. Абэ использует большое количество эпитетов, пытается вызвать эмоции у собравшихся людей.

Редко используемой является стратегия на понижение. В политическом дискурсе С. Абэ она встречается крайне редко, а реализующая тактика, как правило, всего одна – безличное обвинение. В рассмотренных примерах премьер-министр Японии использовал данную стратегию только по отношению к КНР 北朝鮮の核・ミサイル開発は、これまでにない重大かつ差し迫った脅威であり «Развитие Северной Кореей ядерного оружия и ракет представляет собой беспрецедентно серьезную угрозу».

В ходе анализа этих и других контекстов было выявлено, что С. Абэ использует стратегии на повышение, на понижение, стратегию театральности. Основными из тактик, реализующих данные стратегии, являются тактики презентации, неявной самопрезентации, обещания, кооперации. Тактики обличения и оскорбления вовсе не используются в политическом дискурсе премьер-министра Японии. Также удалось обнаружить использование разных связок стратегий и тактик при выступлении перед разной публикой. Самыми распространенными являются стратегия на повышение с тактикой самопрезентации при выступлении перед политиками или представителями других государств и стратегия театральности с тактикой кооперации при выступлении перед простыми людьми.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Детинко Ю.И., Куликова Л.В. Политическая коммуникация: опыт мультимодального и критического дискурс-анализа. Красноярск: СФУ, 2017. 168 с.
2. Кубрякова Е.С. О тексте и критериях его определения // Текст. Структура и семантика: Сб. науч. тр. Т. 1. М.: Наука, 2001. С. 72–81.
3. Михалева О.Л. Политический дискурс. Специфика манипулятивного воздействия. М.: Либроком, 2009. 252 с.

### РЕЧЕВОЙ ЖАНР «УТЕШЕНИЕ» В ЦЕРКОВНО-РЕЛИГИОЗНОМ СТИЛЕ: НА МАТЕРИАЛЕ ПИСЕМ-ПОУЧЕНИЙ МИТРОПОЛИТА ИОАННА (СНЫЧЕВА)

*Аннотация:* В работе исследуется проблема функционирования речевого жанра «утешение» в церковно-религиозном общении. На материале духовного наследия митрополита Иоанна (Снычева) показывается, что содержание утешений, их словесное оформление обусловлены православным мировоззрением писателя. С опорой на анализ писем утверждается: речевой жанр «утешение», попадая в сферу церковно-религиозной коммуникации, приобретает черты, позволяющие говорить о его особой разновидности – христианском духовном утешении. Автором останавливается внимание на функциях духовного утешения. Подробно рассматривается стилистическая роль православной лексики.

*Ключевые слова:* утешение, речевой жанр, церковно-религиозный стиль, православная лексика, митрополит Иоанн (Снычев).

*Abstract:* The article examines the functioning of the speech genre “consolation” in the epistolary ecclesiastical and religious communication. Basing on the material of the spiritual heritage of Metropolitan Ioann (Snychev), the author shows that the content of consolation, its verbal form are determined by the Orthodox worldview of the writer. The analysis of the letters makes it possible to assert that the speech genre “consolation” “entering” the sphere of church and religious communication, acquires specific features that allow us to speak about its special kind – Christian spiritual consolation. The author pays attention to the functions of the Christian spiritual consolation. The stylistic role of the Orthodox lexis is considered in detail.

*Keywords:* consolation, speech genre, church-religious style, Christian Orthodox lexis, Metropolitan Ioann (Snychev).

Церковно-религиозный функциональный стиль российскими лингвистами стал изучаться в 90-ые годы XX века. Точкой отсчёта исследования языка православной коммуникативной сферы в современной России можно считать работу Л.П. Крысина «Религиозно-проповеднический стиль и его место в функционально-стилистической парадигме», написанную учёным в 1996 году. Церковно-религиозным «новым» для российской стилистики

---

Научный руководитель – канд. филол. наук А.Н. Смолина.

стиль назвала О.А. Крылова (конечно, стиль существовал и ранее, но не изучался). Термин церковно-религиозный, а не религиозно-проповеднический, по мнению О.А. Крыловой, «предпочтительнее, так как указывает одновременно и на сферу общественной деятельности, в которой он функционирует, и на религиозную сферу общественного сознания, и на церковных деятелей как авторов соответствующих текстов, но не ограничивает его реализацию лишь жанром проповеди» [Крылова, 2006: 613]. В изучении церковно-религиозного стиля весьма значимыми стали также труды О.А. Прохватиловой [Прохватилова, 2000], указывавшей на необходимость подробного изучения церковно-религиозного стиля; Т.В. Ицкович, написавшей работу по жанровой систематизации религиозного стиля [Ицкович, 2016]; И.В. Бугаевой, представившей системное описание особенностей языка православных верующих [Бугаева, 2010]. В течение последних двадцати пяти лет церковно-религиозные тексты активно изучаются с различных позиций: риторических, стилистических, литературоведческих. Изучение церковно-религиозного стиля и его выделение как самостоятельной стилистической подсистемы нашло отражение в современных учебных пособиях по стилистике русского языка, например, в учебниках М.Н. Кожиной, Л.Р. Дускаевой, В.А. Салимовского «Стилистика русского языка» [Кожина и др. 2012]; Н.А. Купиной, Т.В. Матвеевой «Стилистика современного русского языка» [Купина и др. 2015].

Одним из наиболее востребованных речевых жанров церковно-религиозного стиля становится утешение. Причина особого положения этого жанра такова: в православной культуре и в христианской культуре в целом утешение связывается с Богом, его Промыслом, заступничеством и помощью. Изучение трудов, посвящённых христианству, анализ писем церковных писателей, в частности митрополита Иоанна (богослова, публициста, духовного наставника и проповедника), показывает: у верующих христиан существует специфическое видение природы утешения. В понимании христианина успокоение, умиротворение, достижение согласия, душевного покоя, духов-

ного здоровья, облегчение страданий, достойное перенесение земных скорбей, истинное утешение могут прийти к человеку только от Господа Бога. В «Библейской энциклопедии Брокгауза» говорится, что подлинное утешение, «не просто успокоение, а истинная помощь исходит только от Бога (Ис. 57:18)» [Ринкер и др.]. Также авторы энциклопедии Ф. Ринкер и Г. Майер отмечают: «Главным Утешителем является Христос, Который пришёл, чтобы... “утешить всех сетующих” (Ис. 61: 2). <...> Любовь Божья даёт нам вечное утешение, так как она обещает нам не бранные блага, а вечную жизнь с Богом и благодать (2 Фес. 2: 16) <...> Окончат. У. в спасении состоит в том, что Бог присутствием Своей славы устранил все страдания (Откр. 21: 3–5)» [Там же]. Эти суждения позволяют сделать некоторые выводы. Первое: при определении специфики функционирования речевого жанра «утешение» в церковно-религиозном стиле необходимо учитывать действие принципа теоцентризма, согласно которому «Бог выступает в качестве истока бытия всего сущего и воспринимается в качестве уникального основания всех метафизических сущностей и жизненных смыслов» [Душин, 2005]. Проявление принципа теоцентризма обуславливает все особенности христианского утешения. Тексты христианских духовных утешений могут отличаться друг от друга, однако при этом они будут инвариантны, поскольку идея Божьего утешения и связанная с ней идея любви к Богу и ближним, действие принципа теоцентризма останутся объединяющей основой всех возможных содержательных типов, присутствующих в церковно-религиозных текстах. Второе: важно обращать внимание и на действие принципа христоцентризма, о котором современными философами Г.Л. Бузуком и И.И. Семаевой говорится как о «постижении всего человеческого через Христа и в Христе» [Бузук и др., 2016: 67]. «Базовыми основаниями этого принципа, – отмечается исследователями, – были определение человека как образа и подобия Бога, и идея боговоплощения – принятия образа человека Христом» [Там же]. Третье: в речевом жанре «утешение», функционирующем в церковно-религиозном стиле, как и во многих иных речевых жанрах этого стиля, во-

площадется идея **обожения** – «уподобления по мере возможности Богу и единения с Ним» [Дионисий Ареопагит]. Религиозный философ Н. Панайотис, рассматривая обожение как становление во Христе, говорит о том, что «совершенство причастности воли Христу, **обожение** ее во Христе – суть высочайшей меры духовной жизни» [Панайотис, 2011: 179]. На идее обожения важно остановить внимание, поскольку, как показывает изученный в ходе исследования материал, духовный наставник, утешая своего ученика, всегда направляет его на путь обожения (через молитву, исполнение заповедей, принятие воли Божией, упование на Господа, богоугодный труд).

А.Н. Смолиной в работе «Речевой жанр утешения в эпистолярном церковно-религиозном общении...», выполненной на материале писем русских православных писателей-монахов, были выделены содержательные типы речевого жанра «утешение», функционирующего в духовных письмах-поучениях [Смолина, 2018]. В эпистолярии митрополита Иоанна (Снычева), осуществлявшего духовное руководство монашествующими и немонашествующими христианами (в том числе и в эпистолярной форме), речевой жанр «утешение» становится ведущим. Митрополит Иоанн использует несколько содержательных типов, что представлено далее в таблице.

Таблица 1. Речевой жанр «утешение» в духовных письмах-поучениях митрополита Иоанна (Снычева)

СОДЕРЖАТЕЛЬНЫЙ ТИП	ПРИМЕР
Уповайте на помощь Бога (истинное утешение подают Господь, Он не оставляет без помощи страждущих)	<i>Опять тебе испытание пришло. Мужайся! Все надо перенести: и укорение, и досаждение Царства ради Божия. <b>Не оставит Господь вас без утешения, только не ослабевай в терпении.</b></i>
Принимайте волю Божию (на все воля Божия; следует принимать волю Божию; без Божией воли)	<i>Знай то, что <b>в нашей жизни всем руководит воля Божия, и без нее волос с головы нашей не упадет.</b></i>

ничто не совершится)	<i>...отложи горечь своего сердца и чистосердечно проси у друга прощения за допущенную грубость и обиду. <b>Положись всецело на волю Божию...</b></i>
Источник утешения – молитва (в скорбях молитесь Богу; молитва помогает в страданиях)	<i>...не смущайся. Это тебе просто-напросто искушение. Его надо перенести великодушно. &lt;...&gt; <b>Молись, и все пройдет.</b></i>
Страдание – условие духовного возрастания и действие Промысла Божия (Промысел Божий направлен на спасение души; страдания – испытания, способствующие духовному росту)	<i>У тебя одна беда за другой. Значит, <b>Господь тебя возлюбил. Через беды Он очищает твою душу от греховного мусора и научает терпению и покорности воле Божией.</b></i>
Страдания, скорби, испытания неизбежны (каждый проходит через страдания, испытания, они неизбежны в земной жизни; всё, что уготовано Богом, нужно смиренно принять)	<i>Не смущайся, Бога ради, тем, что многие неправо смотрят на твой подвиг молчания и смирения. Помни, <b>что добродетель сопряжена со скорбями и поношением. Не ты первая, не ты последняя переносишь подобное испытание.</b></i>
Терпение и смирение – основа преодоления страданий (терпение помогает перенести страдания, справиться с трудностями, спасти душу)	<i>Не смущайся тем, что кто-то из сестер тебя не любит. Так Богу угодно, чтобы мы спасались во <b>смирении. Терпи!</b> Вспомни наставление преп. Антония Великого.</i>
Богоугодный труд – утешение для страдающего (страдания преодолеваются богоугодным трудом, им по-	<i>Не падай духом. <b>Прилагай труды к трудам</b> со смирением. Господь не оставит.</i>

беждается уныние, с ним приходит утешение)	
Надежда – успокоение сердца в Боге, уверенность в том, что Бог печётся о нашем спасении (не теряйте надежды, надежда ободряет наш дух; надежда помогает бороться с трудностями)	<i><b>Не теряй надежды</b> на посещение родных. Господь Сам устроит все во благо, только живи, как нужно, по-иночески, в кротости и смирении.</i>

При выражении утешения митрополитом Иоанном (Снычевым) используются такие языковые единицы: *крепись, мужайся, ободришься, терпи, смиряйся, утешайся, не унывай, не страшись, не отчаивайся, не скорби, не печалься, не смущайся, не падай духом, надо принимать, надо переносить, надо бороться, надо молиться, надо трудиться, не надо отчаиваться, не надо грустить, все пройдёт, Господь попускает, Господь поможет, Господь не оставит, Господь укрепит, Господь вознаградит, Господь простит, Господь оградит, Господь не оставит без утешения, будет утешение.* Языковыми особенностями речевого жанра «утешение», функционирующего в духовных письмах, является использование православной лексики. Это прежде всего теонимы *Бог, Господь, Христос, Царица Небесная*, также агиоантропонимы *святой Иоасаф, священномученик Власий, преподобный Максим Исповедник* и др. Важную роль в смыслообразовании играют слова и сверхсловные единицы, относящиеся к корпусу православной лексики духовно-нравственного содержания: *молитва, смирение, добродетель, Царствие Божие, путь Божий, путь Христов, крест, во Христе, милость Божия, помощь Божия* и другие. Ещё одной особенностью утешений, встречающихся в письмах митрополита Иоанна, становится использование евангельских и святоотеческих интертекстов, например: *...сказано: «Царство Божие усилим берется...».* *Не падай духом... Господь не оставит* (интертекстуальное включение из Евангелия от Матфея); *Прежде, нежели найдёт на тебя*

*скорбь, молись Богу, и во время горести найдешь Его – и Он услышит тебя* (интертекстуальное включение из «Слов подвижнических» преподобного Исаака Сирина Ниневийского). Значимо и обращение к духовному наследию апостола Павла: *Меня очень обрадовала твоя решимость «с Божией помощью всё терпеть мужественно». Путь скорбей не только твой путь, но всех жаждущих спасения. Прислушайся, что говорит св. ап. Павел: «Многими скорбями надлежит нам войти в Царство Небесное» (Деян. 14: 22). Запомни: многими, а не одними какими-либо. Вот и будем идти путем креста на Голгофу, куда взошёл за нас Спаситель мира.*

Функции речевого жанра «утешение» в духовных письмах таковы: гармонизации общения, дидактическая, синдикативная, психотерапевтическая.

Стилистический анализ писем митрополита Иоанна (Снычева) позволяет сделать важные для изучения церковно-религиозного стиля выводы: речевой жанр «утешение», весьма востребованный в разговорном стиле, активно привлекаемый авторами художественных произведений, реализуясь в общении христиан, приобретает специфические религиозные черты. Это позволяет говорить о его особой разновидности – христианском духовном утешении.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бугаева И.В. Язык православной сферы: современное состояние, тенденции развития: автореф. дис. ... д-ра филол. наук. М., 2010. 48 с.
2. Бузук Г.Л., Семаева И.И. Идеи христоцентрической антропологии в русской философии // Вестник Полесского государственного университета. Серия общественных и гуманитарных наук. 2016. № 2. С. 62–68.
3. Дионисий Ареопагит. О церковной иерархии. – URL: [https://azbyka.ru/otechnik/Dionisij\\_Areopagit/o-tserkovnoj-ierarkhii/](https://azbyka.ru/otechnik/Dionisij_Areopagit/o-tserkovnoj-ierarkhii/) (дата обращения 03.04.2019).

4. Душин О.Э. История культуры. Культура европейского Средневековья: учебное пособие. 2005. URL: <http://philosophy.spbu.ru/4327#21> (дата обращения 03.04.2019).

5. Ицкович Т.В. Жанровая система религиозного стиля на коммуникативно-прагматическом и категориально-текстовом основаниях: автореф. дис. ... д-ра филол. наук. Екатеринбург, 2016. 42 с.

6. Кожина М.Н., Дускаева Л.Р., Салимовский В.А. Стилистика русского языка: Учебник. М.: ФЛИНТА: Наука, 2012. 464 с.

7. Крылова О.А. Церковно-религиозный стиль // Стилистический энциклопедический словарь русского языка / под ред. М.Н. Кожиной; члены редколлегии: Е.А. Баженова, М.П. Котюрова, А.П. Сковородников. – 2-е изд., испр. и доп. М.: Флинта: Наука, 2006. 696 с.

8. Крысин Л.П. Религиозно-проповеднический стиль и его место в функционально-стилистической парадигме современного русского литературного языка // Поэтика. Стилистика. Язык и культура. 1996. С. 135–138.

9. Купина Н.А., Матвеева Т.В. Стилистика современного русского языка: учебник для академического бакалавриата. М.: Юрайт, 2015. 415 с.

10. Панайотис Н. Обожение: Основы и перспективы православной антропологии / Пер. с англ. Н.Б. Ларионова. М.: Никая, 2011. 304 с.

11. Прохватилова О.А. Речевая организация звучащей православной проповеди и молитвы: автореф. дис. ... д-ра филол. наук: 10.02.01. М., 2000. 46 с.

12. Ринкер Ф. Майер Г. Библейская энциклопедия Брокгауза [Электронный ресурс]. URL: <https://azbyka.ru/otechnik/Spravochniki/biblejskaja-entsiklopedija-brokgauza/4164> (дата обращения 03.04.2019).

13. Смолина А.Н. Речевой жанр утешения в эпистолярном церковно-религиозном общении (на материале писем русских церковных писателей-монахов XX века) // Наука о человеке: гуманитарные исследования. 2018. № 2. С. 36–42.

УДК 81.42

## СТРАТЕГИЯ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ ЭМИГРАНТА КАК ЧУЖОГО В РОМАНЕ Э. М. РЕМАРКА «ARCH OF TRIUMPH»

*Аннотация:* Статья посвящена анализу образа эмигранта как чужого в англоязычном переводе эмигрантского романа Э.М. Ремарка «Arch of Triumph». В рамках данного художественного произведения были выявлены и описаны тактики, способствующие реализации стратегии репрезентации эмигранта как чужого – тактика подчёркивания бесправности эмигранта и тактика использования негативных номинаций по отношению к эмигрантам.

*Ключевые слова:* Ремарк, «Триумфальная арка», эмигрантский роман, эмигрант, чужой, стратегия, тактика.

*Abstract:* The article is devoted to the analysis of the image “emigrant” as “other” in the English language version of the emigrant novel “Arch of Triumph” by E.M. Remark. Within the framework of this novel, we identify and describe the tactics which represent emigrant as “other” – emphasizing the rightlessness of the emigrant and using negative nominations towards the emigrant.

*Keywords:* Remark, “Arch of Triumph”, emigrant novel, emigrant, other, strategy, tactic.

В настоящее время тема эмиграции актуальна как в России, так и за рубежом. Она влияет на международные отношения и ведёт к высокому социо-этнокультурному разнообразию во всех государствах. Эмиграция как феномен имеет долгую историю и находит отражение не только в бытовой жизни, но и в искусстве.

В современной парадигме смыслов дихотомия «свой – чужой» часто воспринимается как «дробление» мира на «добро» и «зло», что приводит к строгой категоризации окружающих нас предметов и людей. Данная семантическая категория неизбежно разделяет общество на две группы – «мы» и «они». Она тесно сопряжена с категорией оценки, которая представляет собой совокупность наших впечатлений, эмоциональных реакций на свойства предметов и умственные заключения об их роли в нашей жизни [Матвеева, 2007: 74]. В этом смысле концепт «чужой» закрепил за собой преимущест-

---

<sup>1</sup> Научный руководитель – канд. филол. наук Ю.И. Детинко.

венно негативную коннотацию и соотносится с оценкой «плохой». Таким образом, попадая в другую лингвокультурную среду, эмигранты будут представлять группу «они» и считаться «чужаками», а значит восприниматься как нечто незнакомое, чужеродное и плохое.

В эмигрантских романах, таких как «Триумфальная арка» Э.М. Ремарка, образ эмигранта является ключевым. В рамках художественного произведения осуществляется коммуникация, в которой автор взаимодействует с читателем, используя определенные наборы языковых инструментов. Такие речевые средства помогают ему как коммуниканту, передающему сообщение, реализовать свои интенции – раскрыть заложенные им же идеи и смыслы. Использование таких средств определяется набором соответствующих стратегий и тактик. Под стратегией мы будем подразумевать комплекс речевых действий, направленных на достижение коммуникативной цели [Иссерс, 2008: 54]. В данной статье мы рассмотрим стратегию репрезентации эмигранта как чужого и реализующие её тактики.

Главный герой произведения – эмигрант по имени Равик – был вынужден бежать из родной страны Германии, после того как попал в немецкое гестапо и пережил смерть любимой девушки Сибиллы от рук нацистов. Помимо главного героя, в произведении присутствуют и другие эмигранты, проживающие, как и сам Равик, в Париже. В данной работе будут упомянуты сам Равик, его возлюбленная Жоан, доктор Вебер, под руководством которого Равик работает хирургом, а также доктор Дюран.

В рамках нашего исследования мы выявили, что стратегия репрезентации эмигранта как чужого реализуется посредством двух тактик:

- 1) тактика подчеркивания бесправности эмигранта;
- 2) тактика использования негативных номинаций по отношению к эмигрантам.

#### ***Тактика подчеркивания бесправности эмигранта***

Эмигранты в романе Э.М. Ремарка представляют собой людей, проживающих на территории Парижа, как правило, нелегально. Они вынуждены

прятаться в отелях, для регистрации в которых документы не требуются. Таким образом, бинарная оппозиция «мы – они» раскрывается в том, что граждане Франции вынуждены разделять территорию страны с эмигрантами – «чужими», которые не имеют документов ни на жилье, ни на работу.

Продуктивным средством подчеркивания бесправности эмигранта является отрицательная частица *not*, используемая по отношению к действиям, которые в данной стране для эмигранта являются противозаконными. Данные примеры иллюстрируют запрет на право работать в другой стране без гражданства:

*The official on duty at police headquarters had listened quietly to the gendarme and policeman who had written the report. Now he turned to Ravic. “You are not a Frenchman,” he said. He didn’t ask; he stated it as a fact.*

*“No,” Ravic said.*

*“What are you?”*

*“A Czech.”*

*“How is it that you are a doctor here? As a foreigner you **can’t practice if you aren’t naturalized**” (Remark, 1945: 201).*

В данном фрагменте представлен диалог между Равиком и дежурным чиновником, который отмечает, что Равик не имеет права заниматься врачебной практикой при отсутствии гражданства. Данный диалог возник после того, как Равик оказал медицинскую помощь женщине на улице, и был вынужден дать показания как свидетель несчастного случая. Таким образом, конструкции *can’t practice* и *you aren’t naturalized* демонстрируют бесправность эмигранта, поскольку выражают запрет на действия, выраженные глаголами: *The nurse left. “All right then,” Durant said, “I’ll give you a thousand.” “Two thousand,” Ravic corrected him. Durant did not consent. He stroked his goatee. “Listen, Ravic,” he said then with warmth. “As a refugee who **isn’t allowed to practice...**” (Remark, 1945: 169).*

Представленный в примере Дюран – это хирург, который не оперирует пациентов, а даёт им наркоз, во время которого за операционным столом работает другой специалист. Равику такое мошенничество не нравится, однако ему нужны деньги, и он соглашается прооперировать клиента Дюрана. В данном диалоге Равик просит определенную сумму за свою работу, однако Дюран предлагает меньше, апеллируя тем, что тот, как эмигрант, работающий нелегально, должен быть благодарен и за это. Конструкция *isn't allowed to* выражает запрет на осуществление какой-либо деятельности.

Лексические единицы *illegal, illegally* также подчёркивают бесправность – отсутствие прав на какую-либо деятельность, которая, однако, эмигрантами осуществляется: *She did not answer. Her face was empty. Suddenly it was again the face she had had formerly. He took her hands. "I live illegally in France," he said. "I have no papers. That's the real reason. That's why I'll never be able to rent an apartment. Nor can I marry if I love someone. I need proofs of my identity and visas for that. I don't have them. I'm not even permitted to work. I must do it clandestinely. I can never live otherwise than now."* (Remark, 1945: 252).

*Ravic took a gulp of his coffee. It was bitter and very strong. "Veber," he said, "you are a magnificent example of the convenient thinking of our time. In one breath you are sorry because I work illegally here – and at the same time you ask me why I don't rent a nice apartment..."* (Remark, 1945: 43).

*He took a drink. France, he thought. Five years of unquiet life. Three months in prison, illegal residence, deported four times, returned. Five years of life. It had been good.* (Remark, 1945: 400).

В данных фрагментах представлены действия, которые для Равика как для эмигранта являются противозаконными. Так, первый пример представляет собой его признание Жоан, его возлюбленной, в том, что он является эмигрантом, проживающим в Париже и работающим без визы и паспорта. Во втором представлен ответ Равика на вопрос Вебера о том, почему он живёт в

отеле, а не в квартире. Третий пример является словами автора и резюмирует опыт Равика как эмигранта.

### ***Тактика использования негативных номинаций по отношению к эмигрантам***

Данная тактика осуществляется с помощью лексических средств, выражающих антипатию, враждебность, неприязнь и др.

*“We get eight francs change,” Ravic said.*

*“And the concierge?”*

*“That we’ll settle ourselves.”*

*Sullenly the patron counted out eight francs on the table. “Sales étrangers,” he muttered and left the room.*

*“The pride of some French hotelkeepers consists in their **hatred of foreigners** from whom they make their living.” (Remark, 1945: 34)*

В данном примере позиционирование эмигранта как чужого осуществляется за счёт эмоционально окрашенной негативно коннотированной номинации *Sales étrangers* (фр. «грязные иностранцы»), которую использует хозяин французского отеля в диалоге с Равиком об оплате номера. Хотелось бы отметить, что, несмотря на то что мы работаем с англоязычным переводом произведения, данная номинация на французском языке, сохранившаяся при переводе с оригинала, является показательной. Более того, использование французом «своего» языка в отношении «чужака» удваивает эффект противопоставления эмигранта французам.

Для описания отношения владельцев французских отелей к эмигрантам Равик также использует лексическую единицу *hatred*. Ю.И. Детинко и Л.В. Куликова подчёркивают, что оценки «чужих», как правило, тяготеют к крайностям, и бывают либо очень позитивными, либо очень негативными [Детинко, Куликова, 2017: 12]. *Ненависть* несёт в себе крайне негативную эмоциональную окраску. Даже несмотря на то, что эмигранты являются своего рода источником прибыли для французам, Равик как «чужой» определяет чувства французам именно так.

В результате проведённого анализа нам удалось определить и описать тактики, лежащие в основе стратегии репрезентации эмигранта как чужого, а также средства, используемые для их реализации (Таблица 1). На наш взгляд, данная стратегия показательно раскрывает особенности бинарной оппозиции «свой – чужой», активно проявляющейся в рамках темы эмиграции.

Таблица 1. Стратегия репрезентации эмигранта как чужого

Тактика	Средство	Пример
Тактика подчеркивания бесправности эмигранта	Конструкции с отрицательной частицей <i>not</i>	<p><i>“As a foreigner you <b>can’t</b> practice if you <b>aren’t</b> naturalized”</i></p> <p><i>“As a refugee who <b>isn’t</b> allowed to practice...”</i></p>
	Лексические единицы <i>illegal, illegally</i>	<p><i>“I live <b>illegally</b> in France”</i></p> <p><i>Three months in prison, <b>illegal</b> residence, deported four times, returned.</i></p>
Тактика использования негативных номинаций по отношению к эмигрантам	Эмоционально окрашенные негативно коннотированные номинации	<i>“<b>Sales étrangers</b>,” he muttered and left the room.”</i>
	Эмоционально окрашенные лексические единицы	<i>“The pride of some French hotelkeepers consists in their <b>hatred of foreigners</b> from whom they make their living.”</i>

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Детинко Ю.И., Куликова Л.В. Политическая коммуникация: опыт мультимодального и критического дискурс-анализа. Красноярск: Сиб. федер. ун-т, 2017. 168 с.
2. Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. М.: Издательство ЛКИ. 2008. 288 с.
3. Матвеева А.А. Взаимодействие категории «свой – чужой» и категории оценки // Вестник Башкирского университета. Серия: Филология и искусствоведение. 2007. Т. 12. Вып. 3. С. 74–77.
4. Remark E.M. Arch of Triumph. 2014 Random House Trade Paperbacks Edition: D. Appleton-Century Company, 1945. 424 p.

**РЕЧЕВОЙ ОБРАЗ ВОЙНЫ В ПРОИЗВЕДЕНИИ З. ПРИЛЕПИНА  
«ПИСЬМА С ДОНБАССА. ВСЕ, ЧТО ДОЛЖНО РАЗРЕШИТЬСЯ.  
ХРОНИКА ИДУЩЕЙ ВОЙНЫ»**

*Аннотация: В статье рассматриваются структурные составляющие речевого образа войны в произведении З. Прилепина «Письма с Донбасса» (общая характеристика войны; участники военного конфликта; военные действия и оружие; репрезентация военных событий в СМИ) и реализующие их стилистические приемы. Выявлено, что большую роль в создании образа войны играют как тропеические средства (присутствуют во всех структурных компонентах), так и нетропеические (преобладают в описании военных действий и оружия, репрезентации военных событий в СМИ). Особую значимость приобретает антитеза, основанная на противопоставлении военных Донбасса украинским силовикам, и сочетания с числительными, обозначающие число участников военного конфликта, раненных и погибших, количество оружия, разрушенных зданий и указывающих на документализм произведения.*

*Ключевые слова: Захар Прилепин, образ войны, военная публицистика, Донбасс.*

*Abstract: The article is devoted to the analysis of the structural components of the speech image of the war in "Letters from Donbass" by Z. Prilepin (general description of the war; participants in the military conflict; hostilities and weapons; presentation of military events in the media) and the stylistic techniques that implement them. The research showed that both tropical (present in all structural components) and non-tropical means (descriptions of hostilities and weapons, presentations of military events in the media) play the main role in creating the speech image of the war. Particular importance is given to the antithesis, based on the opposition of the military of Donbass and Ukrainian security officials, and combinations with numerals, indicating the number of participants in the military conflict, the wounded and dead, the number of weapons, destroyed buildings and pointing at the documentary nature of the works.*

*Keywords: Zakhar Prilepin, image of the war, military journalism, Donbass*

### **Введение**

Мир находится в состоянии вражды, что подтверждается не только горячими боевыми действиями в Сирии и на Украине, но и холодной (информационно-психологической) войной между странами. В масс-медиа публикуются материалы, дающие противоречивую информацию о происходящих событиях. Поэтому без внимания не может остаться книга российского писателя, журналиста и телеведущего Захара Прилепина «Письма с Донбасса. Все, что должно разрешиться. Хроника идущей войны» (далее сокращен-

---

<sup>1</sup> Научный руководитель – д-р филол. наук Г.А. Копнина.

но «Письма с Донбасса»), выпущенная в 2017 году. Эта книга представляет собой хронологическое описание событий на Украине, содержит тексты интервью писателя-журналиста с ополченцами и мирными жителями, его рассуждения о происходящем, то есть передает информацию о военных событиях «из первых рук».

Творчество Прилепина относится к направлению «нового реализма», которое сам писатель определил как «клинический реализм». Этому направлению присущи такие черты, как документализм, прямое отражение действительности, политическая и социальная заострённость, стремление к публицистическому высказыванию [Малышева, 2016: 6]. Указанные черты так или иначе выражают специфику стиля и языка Прилепина, что является важным для осмысления его произведений, которые недостаточно изучены в лингвистическом аспекте. Имеются лишь отдельные наблюдения Д. Быкова над стилем романа Прилепина «Грех», для которого, по его мнению, характерны «стилистические перехлесты [цит. по: Помазан, 2014: 16]; ряд исследователей отмечает метафоричность языка писателя [Ахметова, 2009: 108], многочисленное использование тире и многоточий [Славина, 2010: 25; Чикир, 2013].

Отмеченное выше обуславливает актуальность нашего исследования. Кроме того, важным признаем изучение картины мира Прилепина, являющегося выдающимся писателем и журналистом и потому оказывающего влияние на формирование сознания широкой целевой и потенциальной аудитории.

Целью данной статьи является характеристика стилистических приёмов, создающих речевой образ войны в произведении Захара Прилепина «Письма с Донбасса».

В процессе исследования использовались методы стилистического анализа, лингвистического наблюдения и описания, содержательно-тематического и контекстуального анализа, позволившие исследовать и интерпретировать текст в семантико-стилистическом аспекте.

Теоретическую базу исследования составили работы, посвящённые прежде всего стилистическим категориям образности речи и речевого образа. Образность речи мы вслед за целым рядом исследователей определяем как способность речи вызывать конкретно-чувственные образы действительности [Хазагеров, 2009: 334; Копнина, 2003: 256 и др.]; речевой образ как чувственное отражение действительности в индивидуальном восприятии [Горшков, 2006: 329].

### **Результаты исследования**

Поскольку произведение «Письма с Донбасса», жанрово определяемое его автором как хроника, включает не только черты хроники, но и элементы интервью и эссе, речевой образ войны в книге раскрывается на двух уровнях: 1) в словах непосредственных участников войны, то есть ополченцев, и 2) в рассуждениях автора, который стремится достоверно описать события, датируя их на протяжении всей книги.

Содержательно-тематический анализ позволил нам выделить следующие структурные составляющие образа войны:

- общая характеристика войны;
- участники военного конфликта;
- военные действия и оружие;
- репрезентация военных событий в СМИ.

Представим описание стилистических приёмов создания образа войны поэтапно на основе указанной модели образа.

#### **1. Общая характеристика войны**

Война на Донбассе в речи автора и его респондентов характеризуется **эпитетами**: *лютая, тяжёлая, большая, освободительная, кровавая* и др. Люди в первую очередь борются за свою жизнь и свободу, на которую покушается украинская власть в лице наёмных солдат, и поэтому война характеризуется как «борьба за свободу», «борьба за выживание»: *началась борьба за*

*выживание* (с. 87<sup>1</sup>); Донбасс всего лишь стремительно обучался на чужих примерах *борьбе за свободу* (с. 72).

С помощью **перечислительного ряда**, в который включаются слова, содержащие негативно-оценочные семы, описана реальность военного времени: *После того, как пришло осознание, что полученная ими свобода – это не только право говорить и учиться на своём языке, – но ещё и бомбежки, убийства, мародерство, воровство, предательство, гибель близких, гибель детей, мерзость, запустение, подлость* (с. 448). Особый запах войны характеризуется также с использованием **перечисления**: *Запах оружия – оружие тоже пахнет по-разному, запах формы, запах берцев, запах подбитого танка, запах недавно проехавшей колонны, запах блокпостов, запах разбитого асфальта, запах заброшенных полей, запах оставленного жилья* (с. 18). Здесь важную роль играет **синекдоха** – в словосочетаниях *запах подбитого танка* и *запах оставленного жилья* единственное число существительных «танк», «жилье» употребляется в качестве множественного.

Раскрыть образ войны помогают имена существительные, выполняющие функцию **эпитетов-негативаторов** и используемые в качестве **контекстуальных синонимов** понятию «война»: *кошмар, жуть, апокалипсис, хаос*. Отдельные события, например, сожжение Дома Профсоюзов в Одессе характеризуются как «трагедия»: *В Одессе такая трагедия произошла, что когда люди узнают, когда всё это всплывёт, когда всё это будет рассказано, – мир просто вздрогнет* (с. 182). В данном фрагменте используется также **гипербола** (*мир просто вздрогнет*) для того, чтобы усилить значимость событий, случившихся в Одессе при поджоге Дома Профсоюзов.

С помощью числительных автор на протяжении повествования указывает количество погибших и раненых: *В одесском Доме профсоюзов погибли*

---

<sup>1</sup> Здесь и далее речевые иллюстрации приводятся по источнику: Прилепин З. Письма с Донбасса. Всё, что должно разрешиться. Хроника идущей войны. М.: Издательство АСТ, 2017. 534 с. Страницы указываются в скобках.

*сорок восемь человек* (с. 82); *Погибло двое мирных жителей, пятеро было ранено* (с. 123).

Важную роль в создании образа войны играют **прилагательные** «тёмный», «чёрный», передавая особую атмосферу военного времени и отражая состояние людей: *тёмные купола донецких церквей* (с. 449); *лица их [ополченцев] были невозмутимы и темны* (с. 448); *тёмный свет, который словно отражается на лица*» (с. 449); *с чёрным от боли лицом* (с. 189).

Не раз отмечается Прилепиным парадокс: война несёт в себе не только страх, отчаяние и смерть, но и является *«делом радостным и задорным; мужикам нравится»* (с. 18). Описывая сбор ополченцев, он отмечает его схожесть со свадьбой: *все были весёлые, как на самой весёлой свадьбе* (с. 18). Кроме того, война сопоставляется с фильмами и кино: *Война, это же, как все мы знаем не про женщин. Более того, это вообще не про людей. Это про какое-то кино...* (с. 200); *Последнее время война между «донецкими» и «киевскими» напоминает мне советские фильмы про Гражданскую войну* (с. 474).

## **2. Участники военного конфликта**

Среди участников военного конфликта на Донбассе нами выделено две группы: сторонники Донбасса, украинская власть и силовики. К сторонникам Донбасса относятся ополченцы и мирные жители. Состояние ополченцев характеризуется **эпитетами**: *Все мы раненные-перераненные на этой войне, но ведь нам так подсказало сердце себя повести* (с. 445); *И, по жару, идёт группа битых-перебитых людей* (с. 148).

Значимым в характеристике людей на войне становится **сравнение**. Так, Прилепин сравнивает ополченцев с «лежащими камнями»: *Люди – все эти с уставшими глазами бойцы – были тихи, как лежащие камни* (с.440) (приём **сравнения-овеществления**). Война оказывает влияние и на детей, которые сравниваются со взрослыми мужиками, дядьками: *Ну, они как мужики взрослые. Им десять-двенадцать лет, а они как дядьки разговарива-*

ют. Эти вырастут настоящими, серьезными. Они жизнь ценят, они всё понимают (с. 183).

Время, которое для ополченцев пролетает быстро, описывается с использованием **повтора** в функции интенсификации: *В иные дни вечером казалось, что то, что было утром, – случилось неделю назад. Столько было информации, столько решений»* (с. 287). Ощущения ополченцев после боя, в котором они остаются живы, передается с помощью **гиперболического сравнения**: *Когда мы встали – мы были просто в шоке. У нас была такая радость, что мы живы. Знаете, я сейчас вам это рассказываю – и как будто сейчас снова там нахожусь... это непередаваемое ощущение* (с. 215).

Сторонников Донбасса характеризуют и определенные черты их характера – упрямство, самопожертвование, товарищество: *Жители Донбасса оказались на редкость упрямы* (с. 266); **Самопожертвование**. «Нет уз святее товарищества». *Друг – за друга, благодаря этому и держались* (с. 38). Иронично автор называет ополченцев вслед за украинской властью и СМИ «сепаратистами», «террористами» (**приём референциальной замены**). В ироничном ключе Захарченко перечисляет недостатки населения Донбасса, которые пропагандируются на Украине: *Мы ватники и бандиты, мы все сидевшие, и все не образованные, ничего у нас нет, и театры у нас плохие* (с. 37) – это **приём иронично подчеркнутого принятия ярлыка**.

Важное место в книге занимают истории отдельных людей – журналистов, ополченцев, помощников Донбасса и мирных жителей, которые оказались на передовой. Центральные персонажи – В.З. Захарченко, глава ДНР, и Моторола, или Арсен Павлов, которого Прилепин сравнивает с Денисом Давыдовым и Чапаевым: *он явил собой нечто среднее между Денисом Давыдовым и Чапаевым* (с. 116).

Общаясь с людьми, слушая рассказы об их жизни, Прилепин отмечает: *Когда говоришь с людьми, угодившими на войну, и расспрашиваешь их о прошлой жизни, – всё последующее кажется совершенно невозможным. <...> Всё время ждёшь, что будет какая-то тропка вбок, и человек не уви-*

*дит смерти, не узнает смерти, не привыкнет к ней* (с. 201). В последнем предложении используются однородные члены, создающие **климакс**, с целью подчеркнуть значимость встречи со смертью.

Донбасс в книге охарактеризован как «*маленькая передовая необъятной России*» (с. 437), где большинство жителей считает себя не украинцами, а русскими. Города Донбасса Донецк и Луганск характеризуются с помощью **метафоры** как *уголок надежды для тех людей, которые против всей сегодняшней украинской хунты* (с. 463). Донецк описывается **оценочными эпитетами**, которые характеризует Донбасс в целом: *Донецк – сильный, широкий, самоуверенный, проспекты в сияющих фонарях* (с. 20). С помощью **метафоры** Донбасс соотносится с якорем Украины: *Донбасс – якорь, который подвесили к Украине, чтоб не поплыла в другую сторону, – и – это важно! – чтоб не утонула по пути. Залог спасения, жизнь и процветания Украины – жизнь в миру с нами и Россией* (с. 425). Донбасс выступает как надежда Украины, залог её спасения.

Вторая группа участников военного конфликта на Донбассе включает националистов, наёмников, украинскую армию. Все они являются сторонниками украинской власти. Автор сопоставляет их националистические взгляды с болезнью, которая приняла серьезные формы (прием **сравнения**): *Это был уже не симптом, а диагноз: внутри милого, доброго, чудесного братского народа – чья кровь течёт и во мне – поселились бесноватые люди* (с. 31). Сражающиеся против Донбасса характеризуются с помощью **перечисления** как *разрушители памятников, неугомонные люстраторы, тати ночные, держатели бритоголовых батальонов, неустанно стреляющие по мирным кварталам* (с. 474).

Иронически характеризуя украинских силовиков, автор использует прием **бестиализации**: *Сначала молния ударила, потом гадюки покусали, сейчас, зимой, – их мыши атакуют. Скоро пойдут в ход сепаратистские коты, и такое тогда начнётся!* (с. 443). Ироническая замена наименования украинской власти местоимением употребляется автором и по отношению к

жителям Киева: **Они там в Киеве отлично знают, как дела обстоят на самом деле** (с. 282).

В хронике не раз упоминается о грабежах и вандализме украинских силовиков. Масштаб их мародерской деятельности описывается с помощью **амплификации**: **Снимали памятники с могил, забирали микроволновки, уютюги, подушки, бельё – у них же это называется «секонд-хенд». Жене муж привезёт норковую шубу, золото** (с. 394). При изображении мародёрства используется **метонимия**, которая основана на перенесении наименования с одного предмета на другой на основе смежности помещения и того, что в нём находится: **они вымели всю квартиру, включая паласы, посуду, бельё, детские игрушки и обувь**». С помощью **риторических восклицаний** передается удивление Захарченко, когда люди идут сдаваться в плен с украденными вещами: **И они выходят с рюкзаками какими-то баульными. Куркульство какое-то! <...> Ты сдаёшься – но ты сдаёшься с вещами! Чужими!** (с. 343).

Украинская власть характеризуется с помощью отрицательно-оценочных **эпитетов**, усиленных наречиями: **Пришедшие к власти в Киеве люди оказались, при всей своей специфичности, крайне амбициозными и совершенно беспринципными, а потому готовыми к принятию любых, в том числе откровенно антигуманных решений** (с. 52). Цель украинской власти – подчинить себе Донбасс. Используя **амплификацию**, автор описывает возможности людей, пришедших к власти в Киеве: **Государственная машина, имеющая тысячи и тысячи возможностей карать, давить, сажать и убивать – и не быть за это наказанными. За ними стояли колоссальные финансовые возможности** (с. 52).

Сторона Донбасса на протяжении повествования противопоставляется украинской в устремлениях: **На Украине столкнулись воли разнородные по качеству и противоположные по устремлениям – одни устремились в Россию, другие – в Европу** (с. 61); в принципе набора армий: **Та сторона наёмников набирала – в огромном количестве. Эта сторона – принимала добро-**

*вольцев* (с. 19) (в обоих примерах автор используется **тире** для смыслового выделения); в численности: *Но то, что ваши сорок миллионов ничего не смогли сделать с двумя миллионами – это серьёзная вещь, это повод для огромного психологического надлома у населения там* (с. 341) (антитеза основана на **именах числительных**); в степени мародерства: *Сняли две картины, камеры видеонаблюдения и три тома Дюма забрали. И всё! А когда пришли «наши», то есть с украинской стороны, они вымели всю квартиру, включая паласы, посуду, бельё, детские игрушки и обувь* (с. 395) (раскрывается с помощью **амплификации**).

### **3. Военные действия и оружие**

Много внимания автор уделяет описанию военных действий: сражениям, обстрелам городов. Бои характеризуются с использованием **метафор**: *Поучаствовал в первой драке, когда там только начиналась мясорубка* (с. 98), *Вокруг – настоящий хаос* (с. 267). Процесс сражения сравнивается с калейдоскопом: *Атаки, контратаки, зачистка... Калейдоскоп!* (с. 304). Масштаб военных действий передаётся при помощи **перечисления городов**: *В тот же день начались массированные бомбежки Славянска, Краматорска, Ямполья, Николаевки и посёлка Семёновка* (с. 143).

Систематический характер военных действий помогает отразить использование однородных членов, отражающих разное время суток или дни недель (назовем этот прием **временной градацией**): *Так и живут: под ежевечерний, еженощный, ежеутренний грохот, когда каждую минуту может упасть ровно к ним, на них* (с.184); *Даже не надо говорить, что здесь стреляли вчера, позавчера, и три дня назад, и будут стрелять сегодня* (с. 439). Регулярный характер сражений и обстрелов описывается и с помощью приёмов **повтора**: *Впрочем, украинские силовики предпочитали бомбить, бомбить, бомбить* (с. 128); *Стреляют, стреляют, стреляют. Стреляют, стреляют, стреляют* (с. 215).

Звуковая составляющая военных действий передаётся с использованием **звукоподражаний** – слов, напоминающих по звучанию слуховые впечатления.

чатления от изображения бомбежек и сражения: *И только – бабах!* – и как начали эту площадку бомбить (с. 163); *Пух, пух, пух, постреляли с травмачей* (с. 495).

Используя **риторические восклицания**, автор выражает насмешку по отношению к военной деятельности украинских силовиков. Описывая попадание снарядов украинских самолетов в ополченцев, автор иронически восклицает: *В кои-то веки сработала украинская разведка!* (с. 138). Говоря о повреждении линии электропередачи украинскими силовиками, автор также использует ироническое восклицание: *Попали, куда хотели!* (с. 534).

В хронике часто подчёркивается различие в оружии ополченцев и украинских силовиков: *Когда мы уезжали из Киева, и по нам стреляли из боевых автоматов, из настоящего боевого оружия, я понял, что это всё смешно, чем мы вооружены: травматические пистолеты, цепи, кастеты* (с. 55). Большую роль в противопоставлении количества и видов оружия играют числительные в составе **антитезы**: *У них было двести единиц боевой техники, у нас...шесть* (с. 154); *В распоряжении этой армады было до шестидесяти танков, более трехсот артиллерийских систем всех калибров, минометы. А ополчение? Авиации у ополчения не было; она так и не появилась до конца войны. Танков ещё не имелось, разве что один или два, времён Великой Отечественной. Артиллерия тоже отсутствовала* (с. 126).

Последствия военных действий проявляются в разрушении городов, в смерти мирных жителей и непосредственных участников войны. Автор использует **анафорическое перечисление**, чтобы показать разрозненность и большое количество погибших: *Если ставить памятники погибшим, изображая их в том виде, какими их застала смерть, – в любое время дня и ночи будет многолюдно: там бабушка с авоськой идёт, там люди стоят на остановке, там машина, полная людей, там трамвай...* (с. 21).

Множественность и однотипность разрушений подчёркивается **анафорически** и **синтаксическим параллелизмом**: *Сюда попало в крышу. Здесь снесло забор. Здесь взорвалось возле окна. Здесь вынесло ворота* (с.

184). Разрушения характеризуются и с помощью **перечисления с числительными**, акцентирующими внимание на количестве разрушений: *К осени на Донбассе было разрушено более **пяти тысяч** домов, более **ста** школ, **десятки** больниц* (с. 266).

#### **4. Репрезентация военных действий в СМИ**

Не менее важной составляющей военного конфликта на Донбассе является отражение военных событий в средствах массовой информации. Прилепин цитирует пост российского журналиста Аркадия Бабченко, в котором используется **лингвоцинизм** «трупы», передающий пренебрежение к стороне Донбасса: *«Вооруженные люди пришли за спинами ментов, желая бойни и **трупов**? Вооруженные люди получили бойню и **трупы**», – это он так про десятки сгоревших заживо, в адских муках людей? В том числе – женщин, стариков?* (с. 85). В приведенном фрагменте З. Прилепин с помощью **риторических вопросов** выражает своё негативное отношение к написанному.

Реальные факты при помощи **числительных** противопоставляются информации, передающейся в СМИ: *Общие потери ополченцев в тот день составили **тридцать пять** человек. Украинские СМИ сообщили о **двухстах** убитых* (с. 93); *СМИ писали о **семи** погибших, но на самом деле погиб **один** боец* (с. 138). Тем самым украинская сторона пытается создать иллюзию успеха и силы своей армии.

С помощью **риторических восклицаний** выражается возмущение людей информацией, напечатанной в СМИ: *Опубликовали инфу, что он купил дом на океане. **Причём выложили в сеть сканы билетов!*** (с. 428); *Но когда его привезли в Днепрпетровск, появились такие статьи! Будто медики донецкие пытали его, гвозди под кожу загоняли, лечили только глюкозой. <...> про нас пишут, что мы его не лечили, что мы **врачи-убийцы*** (с. 263). В последнем фрагменте отражено свойство СМИ навешивать **ярлыки** (*врачи-убийцы*).

Большое количество ложной информации, отражающей военные события в СМИ, передается **метафорой**: *Про аэропорт они тут же сказали:*

зачем нам эта груда камней и металлоконструкций; заодно сочинив **новую сытную порцию историй** о том, что там полегло сорок тысяч бойцов российского спецназа (с. 299). Дискредитация реальных событий СМИ характеризуется автором с **иронией**: *Украинские журналисты очень часто рассказывали не о действительности, а о своих тайных мечтах и наклонностях* (с. 297).

Украинские журналисты не спешили делать репортажи с мест военных действий. Их работа противопоставляется активной деятельности репортеров со стороны Донбасса: *Характерная черта украинских СМИ: первые месяцы они даже не делали репортажей из зоны АТО.<...> Когда российские военкоры – Евгений Поддубный и Семен Пегов, хотя далеко не только они, – уже выдали десятки репортажей из самых горячих точек войны, – украинские их коллеги ещё даже не расчехлили свои видеокамеры* (с. 289).

### Заключение

Общая характеристика войны в «Письмах с Донбасса» представлена в основном с помощью различных тропеических средств, таких как эпитеты, сравнения, метафоры, гиперболы. Война характеризуется как *освободительная, лютая, тяжелая, большая, кровавая, как борьба за свободу, борьба за жизнь*. Описание участников военных действий во многом построено на антитезе, основанной на противопоставлении стороны Донбасса украинским силовикам и власти. Жителей Донбасса характеризуют такие качества, как упрямство, самопожертвование, товарищество, в то время как Киев описан автором с иронией. Одна из важных черт украинской армии – мародерство (описано с помощью амплификации, метонимии); ополченцам Донбасса грабежи и вандализм присущи в меньшей степени – их негативное отношение к мародерству украинских силовиков выражается с помощью риторических восклицаний. В изображении военных действий большую роль играют не тропеические средства: амплификация (перечислительные ряды), помогающая показать масштаб военных действий; риторические вопросы и восклицания, выражающие эмоции говорящих; временная градация, отражающая сис-

тематический характер военных действий; звукоподражания, передающие звуковую составляющую войны; антитеза, обозначающая различия в вооружении двух сторон военного конфликта. Характеристика репрезентации военных событий в СМИ также представлена в основном нетропеическими средствами: иронией, риторическими вопросами и восклицаниями, которые выражают отношение людей к опубликованной информации. Антитеза основана на противопоставлении реальных фактов и информации в СМИ, деятельности репортеров Донбасса и украинских журналистов; с помощью навешивания ярлыков осуществляется дискредитация стороны Донбасса в СМИ.

Результаты проведенных исследований показали, что большую роль в создании образа войны играют числительные, которые используются для обозначения конкретного количества оружия, разрушенных зданий, числа участников военного конфликта, раненых и погибших, что указывает на документализм произведения. Числительные чаще всего лежат в основе антитезы, которая используется в описании всех составляющих образа войны и, соответственно, является основным средством создания указанного образа. В книге противопоставляются участники военного конфликта, их устремления, вооружение, численность, военная деятельность, мародерство, работа журналистов.

Тем самым образ войны в произведении создается не только с помощью последовательного описания событий с отражением фактов, то есть на предметном уровне, но и с помощью стилистических приёмов, передающих эмоции участников военных событий и раскрывающих оценочный уровень образа. Это позволяет делать выводы о том, как в действительности развивался военный конфликт на Украине.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Ахметова Г. Д. Языковое пространство современного русского романа (на материале романа в рассказах «Грех» Захара Прилепина) // Гуманитарный вектор. Серия: Педагогика, психология. Чита, 2009. № 3. С. 108–113.
2. Горшков А. И. Русская стилистика. Стилистика текста и функциональная стилистика. М.: АСТ: Астрель, 2006. 367 с.
3. Копнина Г. А., Сквородников А. П. Образность // Стилистический энциклопедический словарь русского языка / под ред. Кожиной М.Н. М.: Флинта: Наука, 2003. С. 255–257.
4. Малышева А. И. «Клинический реализм» Захара Прилепина: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.01.01. Воронеж, 2016. 156 с.
5. Помазан А. И. Андрей Битов, Захар Прилепин, Михаил Елизаров: художественные (литературные) параллели. Краснодар, 2014. URL: [http://stud.wiki/literature/2c0a65635a2ac79b5d43a89421206d27\\_0](http://stud.wiki/literature/2c0a65635a2ac79b5d43a89421206d27_0) (Дата обращения: 21.10.2018)
6. Славина А. Б. Художественный мир прозы Захара Прилепина (на материале книг «Санья» и «Грех»). М., 2010. 78 с.
7. Хазагеров Г. Г. Риторический словарь. М.: Флинта: Наука, 2009. 432 с.
8. Чикир М. В. Лингвостилистический анализ эссе Захара Прилепина «Десять лет без права переписки» // «Проба пера». Гуманитарные науки: материалы IX Междунар. науч. конф. Новосибирск, 2013. URL: <https://sibac.info/shcoolconf/hum/ix/33981> (дата обращения: 29.11.2018).

## НОМИНАЦИИ ЛИЦ В ПИСЬМАХ В.П. АСТАФЬЕВА И В КНИГЕ «ПОСЛЕДНИЙ ПОКЛОН»

*Аннотация:* В статье проводится сравнительный анализ номинаций лиц в повести в рассказах «Последний поклон» и в письмах В.П. Астафьева, включенных в книгу «Нет мне ответа...». Рассмотрены семантические особенности и структура нескольких лексико-семантических рядов лексического класса «Названия лиц» в языковом пространстве В.П. Астафьева, что позволяет проанализировать языковую личность автора через разные аспекты его творчества. В исследовании использован «Русский семантический словарь» под редакцией Н.Ю. Шведовой.

*Ключевые слова:* номинация, лексико-семантический ряд, языковая личность, сравнительный анализ.

*Abstract:* The article deals with the comparative analysis of the nominations of the persons in the story “Last bow” and in V.P. Astafyev's letters included in the book “There is no answer to me...”. The semantic features and structure of several lexico-semantic series of the lexical class “Nominations of persons” in V.P. Astafyev's language space are considered, which allows us to analyse the linguistic personality of the author through different aspects of his works. The article employs the “Russian semantic dictionary” edited N.Yu. Shvedova.

*Keywords:* nomination, lexical and semantic series, language personality, comparative analysis.

На современном этапе развития лингвистики одним из основных объектов исследования является языковая личность (далее – ЯЛ).

Закрепление антропоцентрической парадигмы привело к тому, что от анализа языка произведений писателя мы поднимаемся на более высокий уровень анализа ЯЛ писателя. Язык как одна из форм познания человеческого мира позволяет нам понять психологию писателя и его творчества. Писатель является особым типом ЯЛ. Ему присуща рефлексия и саморефлексия, он передает через слово свои внутренние мысли и восприятие окружающего мира [Караулов, 1987: 154].

Мы провели сравнительный анализ номинаций, именующих человека в повести в рассказах «Последний поклон» и в письмах В.П. Астафьева, с

---

Научный руководитель – д-р филол. наук И.В. Башкова.

данными «Русского семантического словаря» (далее РСС) под редакцией Н.Ю. Шведовой, в котором наиболее полно представлена семантическая классификация лексики XX и отчасти XIX столетий [Шведова, 2002]. Авторы словаря использовали опыт работы нескольких поколений русских лексикографов. Основным источником РСС послужила картотека, составленная на основе материалов из «Словаря русского языка» С.И. Ожегова (изд. 1–23, 1949–1989) и из «Толкового словаря русского языка»

С.И. Ожегова и Н.Ю. Шведовой (изд. 1–4, 1993–1997). Методика использования РСС Н.Ю. Шведовой в качестве эталона, впервые предложенная И.В. Башковой [2018], позволяет увидеть, насколько типичны те или иные особенности лексикона ЯЛ Астафьева.

Материалом исследования служат письма В.П. Астафьева, написанные с 1952 по 2001 годы и опубликованные в книге «Нет мне ответа» и повесть в рассказах «Последний поклон».

Количественное сопоставление в Таблице 1 показывает, что в художественном тексте В.П. Астафьева номинации человека более разнообразны, чем в письмах. Чем обусловлена такая количественная разница, может показать семантический анализ номинаций.

Таблица 1. Количество проанализированных языковых единиц

Анализируемый текст	Количество лексико-семантических рядов, включающих номинации человека	Количество номинаций человека (лексико-семантических вариантов, словозначений)
Последний поклон	233	1531
Нет мне ответа...	211	1201

Лексический класс «Названия лиц» в РСС включает 35 подмножеств, каждое из которых имеет своё название в словаре и обозначается цифрой от 9 до 44.

Ниже приводятся 10 наиболее частотных подмножеств.

Таблица 2. Наполненность лексических подмножеств, составляющих лексический класс «Названия лиц», в РСС и в текстах В. П. Астафьева

Номер подмножества в РСС	Наименование подмножества в РСС	Количество единиц, входящих в подмножество		
		В РСС	В письмах В.П. Астафьева	В произведении «Последний поклон» В.П. Астафьева
10	По отношению к расе, национальности, а также к территории, к месту жительства, по местонахождению	157	33	44
12	По врожденному или приобретенному интеллектуальному или интеллектуально-эмоционально-физическому свойству, качеству	261	43	44
13	По свойствам природы, чертам характера, а также по поступку, поведению, определяемому такими свойствами, чертам	1212	135	194
21	По характерному или разовому действию, поступку, функции	453	46	52
23	По личным, общественным отношениям, связям	580	150	219
26	В литературе, публицистике; в издательском деле и другой сопутствующей деятельности	566	78	24
34	В военной, военизированной сферах деятельности	362	66	55
42	По физическому, физиологическому, психическому состоянию, свойству, действию	677	96	147
43	Названия собственно оценки, обращения	331	46	100
44	Совокупности лиц	972	122	155

Важно отметить, что количество единиц, входящих в подмножества, в художественном тексте больше, чем в письмах. За исключением 26 и 34 подмножества.

Диаграмма 1 наглядно показывает соотношение наполненности лексических подмножеств в РСС и в исследуемых текстах.

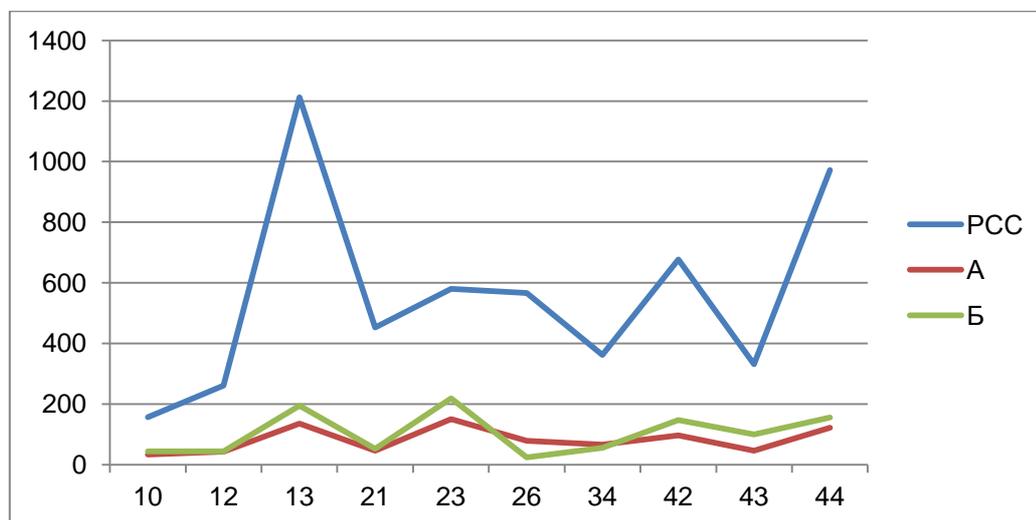


Диаграмма 1. Наполненность лексических подмножеств, составляющих лексический класс «Названия лиц», в РСС и в текстах В.П. Астафьева

Вертикальная ось диаграммы отражает количество единиц в подмножествах. На горизонтальной оси обозначены номера подмножеств 10, 12, 13 и т. д. Линия РСС (синяя) отражает наполненность подмножеств в словаре, линия А (зеленая) – наполненность подмножеств в письмах В.П. Астафьева, линия Б (фиолетовая) – наполненность подмножеств в художественном тексте «Последний поклон».

Лидирующую позицию занимает 23 подмножество (по личным, общественным отношениям, связям), которое представляет собой такие номинации, как: *мама, бабушка, жена, земляк, отец, папа, сирота, сын* и т. д. Важно отметить, что такие номинации наиболее частотны в художественном тексте В.П. Астафьева, несмотря на то, что характеризуют сферу личную, семейную, которая ближе к эпистолярному жанру. Приоритет именно этого подмножества связан с жизнью автора. Потеря матери и раннее сиротство,

повлияли на то, что он особенно ценил семью и трепетно относился к сиротам. Тема семьи, родства – одна из главных тем «Последнего поклона».

На втором месте 13 подмножество (По свойствам натуры, чертам характера, а также по поступку, поведению, определяемому такими свойствами, чертами). Следует отметить, что в семантической структуре номинаций, входящих в подмножество 13 преобладают оценочные номинации. Например, *болтушка, выродок, гуляка-мужик, дармоеды, интеллигентик, краснобай, пустозвон-коммунист*.

Известно, что В.П. Астафьев всегда ярко выражал свои эмоции, мог употребить сниженную эмоционально-оценочную лексику. Например, в письме от 16 июля 1963 г. Пермь (А.М. Борщаговкому): *Я помню, как валялся на полу столовой одного дома творчества **откормленный выродок**, пинал в морду маму, плевал на официанток и кричал: «Я – внук Прокофьева!». И не могу с тех пор бывать в этих домах и очень хочу, чтобы кусочек сладкого пирога, хоть маленький, достался тем ребятишкам, которые его заработали, зарабатывают, но в глаза не видят.*

Номинаций в лексических подмножествах 26 (в литературе, публицистике; в издательском деле и другой сопутствующей деятельности) и 34 (в военной, военизированной сферах деятельности) больше в письмах Астафьева, чем в «Последнем поклоне».

26 подмножество представлено следующими номинациями: *автор, борзописец, журналист, земляки-писатели, корреспондент, писатели-олухи, поэт-страдалец, сын писателей и др.* Литература и издательское дело – важные сферы жизни В.П. Астафьева. В письмах он размышлял над новыми произведениями, делился мыслями со своими коллегами, друзьями. Выражал негодование по поводу работы некоторых редакторов и цензоров. Например, в письме А.Н. Макарову от 22 марта 1967 г. он писал: ***Редакторы...** А Вы тоже, хоть и старый **лит. волк**, а наивный, спасу нет. Неужто вы всерьёз подумали, будто это я дал кастрировать повесть в «Молодой»? Да меня никто и не спрашивал! **Цензор** – та придралась к тексту, к бабушке этой не-*

*счастной и ещё кое к чему, а журнал на выходе, ну и рубили, как хотели. Уж лучше бы они совсем эту фразу вместе с куском выбросили, тогда б не так нелепо было. Но в «Молодой» со мною и не такие штуки выдывали.*

34 подмножество содержит номинации: *братья-фронтовики, ветераны, генерал, друг-фронтовик, полковник, офицер* и др.

Война для Астафьева – это болезненная тема. Виктору Петровичу трудно вспоминать все ужасы, пережитые на войне, о которых лучше забыть. В письме к А. М. Борщаговскому от 22 ноября 1965 г. писатель признаётся: *На очереди небольшая повесть о войне. А я писать о войне всякий раз боюсь. Боюсь перед памятью убитых друзей сделать что-нибудь недостойно, слукавить, а ещё памяти своей боюсь. Иной раз так и думаю, что сдохну, разворошив всё и заглянув в нутро войны. Словом, всякий раз будто перед взаимпрашным боем. Оттого и так мало я написал о войне – увиливаю всё.*

Таким образом, номинации в письмах и художественных текстах В.П. Астафьева отражают личностные характеристики автора. Он предстает перед нами как человек искренний, любящий свою Родину. Самые важные темы, как в творчестве, так и в жизни, – семья и война. В.П. Астафьев принадлежит к тому трагическому поколению людей, которое встретилось с войной в семнадцать-восемнадцать лет, и боль военного времени отразилась не только в его письмах, но и в художественных текстах.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Башкова И.В. Теоретические основания русской семантической персонологии: объект и метод: дис ... д-ра филол. наук: 10.02.01. Красноярск, 2018. 494 с.
2. Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность. М.: Наука, 1987. 263 с.
3. Русский семантический словарь. Толковый словарь, систематизированный по классам слов и значений / РАН. Ин-т рус. яз.; под общей ред. Н.Ю. Шведовой. М., 2002. 826 с.

## **ЖИВАЯ РЕЧЬ СТАРОЖИЛОВ ЕНИСЕЙСКОЙ СИБИРИ**

### **ЖЕНСКИЕ УСТНЫЕ МЕМОРАТЫ КЕЖЕМСКОГО РАЙОНА. ПУБЛИКАЦИЯ МАТЕРИАЛОВ ДИАЛЕКТОЛОГИЧЕСКОЙ ЭКСПЕДИЦИИ 2018 ГОДА**

**Лукьянова Д.В.**

**Смирнов Е.С.**

В новом выпуске научного журнала «Siberia\_Lingua» исследователи из Института филологии и языковой коммуникации СФУ продолжают фиксировать особенности региональной лингвокультуры, в частности, традиционной ангарской лингвокультуры, под которой следует понимать русскую культуру, отражённую в региональном языковом сознании жителей Северного Приангарья (Кежемского, Богучанского и Мотыгинского районов Красноярского края) и вербализованную в устных текстах разных жанров. В настоящем выпуске вниманию читателей предлагаются устные женские рассказы жителей Кежемского района Красноярского края, записанные в 2018 году в ходе диалектологической экспедиции сотрудников и студентов Института филологии и языковой коммуникации СФУ под руководством проф. О.В. Фельде.

Устные женские рассказы были выбраны для репрезентации особенностей традиционной ангарской лингвокультуры не случайно. В последние годы большой научный интерес представляют исследования гендерных особенностей мужских и женских нарративов, выполненные в рамках гендерной лингвистики и других смежных научных дисциплин.

Для сравнения особенностей женских нарративов мы выбрали воспоминания информантов, которые связаны между собой фактором проживания на одной территории, но отличаются местом рождения, уровнем образования, профессиональной принадлежностью и другими факторами.

Во-первых, в данной рубрике будут представлены воспоминания Заборцевой Анны Константиновны о жизни в Кежемском районе во второй по-

ловине XX века. А.К. Заборцева родилась в 1931 году в Вологодской области и в 50-е гг. XX века по распределению попала в Кежемский район, где работала учителем. Эти обстоятельства определяют манеру повествования, особенности лексики информанта. Для информанта характерно частое использование повторов и довольно подробное объяснение тех или иных ситуаций, в центре которых информант оказывался сам, либо слышал те или иные истории от своих односельчан.

Во-вторых, в рубрике приведены воспоминания коренной ангарки, Верхотуровой Марии Ивановны, родившейся в 1928 году в д. Усольцево Кежемского района. В конце XX века д. Усольцево, как и многие другие, расположенные на территории Кежемского района, попала в зону затопления Богучанской ГЭС. В связи с этим информант с начала 2000-х гг. проживает в г. Кодинске. Речь М.И. Верхотуровой отличается от речи А.К. Заборцевой. В её речи чаще встречаются диалектные слова, например, *ичиги*, *бродни*, *бурдук*, *икряник*, а также устаревшие слова, например, *тятя*. Коренная ангарка М.И.Верхотурова немногословна. Подчеркнём, что информанты одного возраста, но отличающиеся такими факторами, как место рождения, наличие образования, профессиональная деятельность и другие, по-разному передают воспоминания о жизни в Кежемском районе в эпоху СССР.

Публикуемые устные рассказы имеют значение для устной истории, обладают культуруносными смыслами, что позволяет рассмотреть особенности традиционной ангарской лингвокультуры, в том числе трансформацию ангарского говора, ценностные доминанты сибиряков-ангарцев и способы повествования в устном диалектном дискурсе.



Заборцева Анна Константиновна, Смирнов Е.С.\_с. Недокура  
Кежемского района\_2018 г.

### **О жизни в с. Недокура**

[– Когда Вы приехали в Недокуру, каким Вам показался посёлок? –  
Собир.].

– И вот посёлок, тогда Недокура ещё молодой-то совсем был. Лес-  
промхоз как раз открылся, школа 4 класса. Ну, и нас 4 учителя работали тут  
<...>. Леспромхоз же здесь был. Ну, а местное население держали тоже своё  
хозяйство. У каждого почти было. Особенно же трудно в 90-е годы было.  
Там тем более, уже вот там жили за счёт своего хозяйства, и мы также. А так  
основная промышленность была здесь – вот леспромхоз, заготовка леса. Лес-  
хозы тоже были, в районе тоже были лесхозы.

Так у нас посёлок на хорошем счету всегда был. Хороший посёлок,  
сам собой-то красивый такой. Люди дружные у нас. Нормально жили, рабо-  
тали все. А потом, когда жили ещё в старом там посёлке, так в Недокуре, де-  
ти, ученики, школа была семилетняя, после седьмого класса обязательно шли  
работать на сплавные работы, сплавливали лес. У них там был наставник, спе-  
циальный человек, и другие там были. И вот специальная ученическая бри-  
гада была, образовывалась, и работали дети. Были заняты работой. Такого не  
было, чтоб вот они бегали хулиганили, чем-то там занимались... Все были  
при деле. Ну, а дома... На работе люди работали, как жители, и дома держали  
хозяйство. Так жить-то надо было как-то, поэтому всем доставалось, особен-

но во время покоса. Сейчас затоплено вот это вот, назывался участок Пахотный. У нас там в той стороне был. Я сама на этом Пахотном, косили мы сено. И дети там тоже, подростки помогали своим родителям тоже косить всё. И потом несколько лет было так, что косили под проценты, то есть, например, 100%, значит, 70% сена накосим в колхоз – Заимка, вот в той стороне, а 30% – нам. Вот приходилось где-то руками, где-то... Потом уже появились конные косилки то есть. Вот у меня тоже стоит косилка на память. Это... были тракторные. Тракторных мало, кони, в основном коня запрягут. Вот эта косилка, так ещё это полегче было косить, а так-то руками приходилось за 30%. В общем, вот так. Ну, всё равно работали все, жили дружно. Всё это ничего... Ну, особенно труднее пришлось на 90-е годы, когда вот зарплату не платили людям и... или давали вместо зарплаты там что-то, совершенно что-то не очень качественное. За счёт своего хозяйства люди выживали. Всё это пережили, одним словом, вот так вот.

\*\*\*

### **О работе на покосе**

Сначала вот это, если руками косишь, ну, это косу. А здесь называют, местные жители называют не коса, а литовка. Я сначала приехала, думаю, у нас-то на родине называют коса: «Какая литовка? Литовка – это человек что ли?». А потом – это коса. Я сама умею косить, умела. Вот сначала косишь, потом это всё сено сохнет. Если хорошая погода, на третий день уже можешь сгребать это всё. Сгребаем валки, ну, и получается вал такой. Потом этот вал вилами сносят в копну. А потом уже даже и руками которые, а когда стали машинами косить, то стали возить на конях. Конь, но на нём хомут, там всё это, и верёвка длинная. Вот так тут привязана, и эту копну вот так обволакивают этой верёвкой. Тянут её, тащат к этому месту, к какому она предназначена, вот. И, значит, а потом эти копны постоят ещё. Ну там сколько времени уж, как возможность будет, чтоб они ещё и подсохли тоже хорошо, и их складывают в большие стога. Я на стогах тоже бывало, знаю, там наверху как: принимаешь сено, тяжело там тоже, вот. Ну, большие стога вот эти стоят

сена. Зимой на тракторе, большие тракторы у нас тут, уже потом леспромхоз же, машин много было. И трактором притаскивают домой, каждому хозяину к дому. Ну, вот таким образом содержали. Ну, конечно, сено просушить надо хорошо, чтоб оно это, погода... А когда погода похуже, так и долго покосом занимаешься, а если хорошая погода, то и справлялись побыстрее. Ну, работа, конечно, тяжёлая тоже на покосе, но интересная. Трава душистая, хорошая. А щас всё затоплено у нас. Щас покосов нет тут, и коров у нас тут мало, кто держит так. Сено привозное, привозят у нас из другого района сюда.

\*\*\*

### **О лодках и перевозке коров на острова**

[– Какие раньше были лодки? – Собир.]

– Лодки... а простые деревянные лодки.

[– У них были названия? – Собир.]

– Ну, это на простых деревянных лодках, это люди ездили сами, а скота перевозили такие большие лодки. Их по-местному называли плашкот<sup>\*</sup>. Вот в плашкотах этих перевозили скота. Ну и там каждый хозяин свою корову там или... коней там тоже перевозили, кони жили там. Вот так. А потом уже, когда сюда вот переехали, тоже стали туда опять. Ездить труднее, это надо туда на автобусе ехать до Старой Недокуры, а потом тут... Ну, всё равно некоторые возили и жили там. В основном отсюда уже возили только молодняка. Дойных коров нет, потому что невозможно это, тяжело, а молодняка увозили много лет подряд, а щас уже всё затоплено. Щас уже не возят. Щас все по тайге вот так вот ходят.

[– Раньше коров вывозили на острова? – Собир.]

– Да, вот на Пахотный туда. Старая Недокура которая была, даже из Новой, вот отсюда некоторые тоже увозили, давно уже. Скота много, куда тут их, как? В тайгу все-то уйдут, чем сильно кормиться. А на Пахотном спе-

---

\* Плашкот – широкое, плоское судно, которое использовали для перевозки тяжёлых грузов и скота по рекам.

циальный там такой берег этот и травы много. Вот и увозили телят, коров туда. Настроенные были на берегу такие небольшие, ну, небольшие такие сарайчики, по-другому сказать, будка, и там, потому что очень много мошки. Доить же невозможно, и вот в эту загонишь корову, в эту будочку, и доишь её. Вот так, я и сама также. И они до осени там живут, но надо утром и вечером ездить же доить. На лодке вот ездили. Доили утром, съездишь подоишь, вечером приедешь подоишь, а телята, там бычки эти тоже им пойло увезёшь. Они до осени там живут, и коровы также. Потом уже как похолоднее станет, переправляешься снова домой.

\*\*\*

### **О праздниках**

[– Как раньше отдыхали? Какие праздники были? – Собир.].

– Отдыхали, праздники всё равно это там. Соберутся вместе там, погуляют. Называется компания, погуляют. Может, семьи три – четыре или пять, а то и больше. Но на работу обязательно, чтоб прогулов не было. Всё строго. Вот это обязательно. Вот такие дела.

[– А какие праздники отмечали? Иван-Купала проходил? – Собир.].

– Подростки там, дети. Это Ивана-Купала тоже помнили, тоже это справляли. Ну, а который раз, если уж сильная такая сенокосная пора подошла, так веселиться некогда, надо и на покос успевать, чтоб сено подобрать в погоду.

[– Какие праздники широко отмечали? – Собир.].

– Широко как отмечали здесь... А вот первые годы, когда я приехал сюда – 7 ноября. Тогда же везде у нас, по всей России. 7 ноября – это же День Революции, так называлось. Дальше, ну, в Новый год – это обычно все. Ну, ещё так не в Новый год, как 7 ноября считалось таким праздником. Дальше 1 мая, вот. Вот эти вот праздники обязательны.

[– Какие религиозные праздники отмечали? – Собир.].

– Религиозные – это Пасха, в основном Пасха. Как-то одно время тоже Пасха не очень чё-то, а потом она, ну, ожила. Пасху просто отмечали тогда.

Тоже как-то, не то что просто, а скромно. Вот сейчас Пасху отмечают так вроде и даже на площадь там выходят и что-то какие-то готовят мероприятия, всё. А вот немного каждый по-своему, немного кто-то соберётся там, друг с другом. А кто, чтоб вот так всё население там, какие-то мероприятия – этого уже не было. Вот первое время, тем более послевоенные эти годы и трудно, и тяжело. Это сейчас со временем вот всё стало возобновляться, восстанавливаться. И религиозные праздники стали, а в то время религиозные же праздники не разрешалось сильно. Поэтому Пасха вот была, в то время она тоже была, не очень-то была в почёте, как говорят. В то время же, тогда же это всё атеисты, атеисты, чтоб не было это, поэтому религиозных вообще.

[– Что готовили на Пасху? – Собир.].

– Готовили вот эти вот куличи тогда, пасочные всё равно это. Потом уже стали даже в магазин привозить. Дома, если не испекут, так стали... в магазине возьмут, небольшой там этот кулич. Вот всё равно. Ну и дома это обязательно красили яйца и, чтоб в знак того, что действительно Пасха, значит, тарелка большая, там кулич поставят и вокруг яйца положат, вот так. Ну и соседи там, были родственники, к друг другу приходили, яйца там били. Вот такое дело, а так в основном вот такого, чтоб потом... не было.

Яйца в основном тогда красили луковой шелухой. И, между прочим, красиво всё равно. До сих пор вот это вот сохраняется, что многие красят вот этим. Ну, для разнообразия ещё бывает, что листочек клёна на яйцо там привяжут, или разные краски специальные. Пишут же вот и так привозят для яиц. Красят уже сейчас разными методами.

И вот здесь обязательно, после Пасхи неделя проходит, через неделю во вторник – Родительский день называется. Все на могилы к своим родственникам, знакомым. И даже вот эти крашеные яйца, которые от Пасхи остались, тоже уносят туда на могилы родственникам, вот так.

[– Как праздновали масленицу? – Собир.].

– Масленицу... нет, нет. Оно ж тоже тогда... можно сказать, тоже к божественному относится. Все эти посты, сейчас вот они все возобновились.

Почитаешь вот, ага, пост там такой-то в такое-то время, длинный пост, короткий пост, постятся. А в то время, просто вот которые, опять говорю, люди, которые пожилые: «Ага, вот сегодня масленица». Будут как-то по-своему отмечать, а чтоб массово – это не отмечалось. Это вот стало в эти годы.

[– Что дома делали на масленицу жители Недокуры? – Собир.].

– Блины пекли. Ага, вот масленица, сегодня блины поедят. Ну, а сейчас-то, конечно, уже шире это всё отмечается, лучше.

[– Немцы, литовцы по-своему отмечали религиозные праздники? – Собир.].

– Ну, вот они по-своему, между собой там вот они несколько семей, если нет, значит, они там по-своему. Ну, а которые стали уже тут, жили вместе, семья тут, семью завели, они уже с нами, с русскими уже. А так, чтоб отдельно, они не справляли.

\*\*\*

### **Как спасались от гнуса**

Оно же тоже бывает же лето, не то что одинаковое лето уж всё точно. Одно лето как-то сушь, другое лето дождливое. И вот там уже успеваешь, чтоб главное был на первом плане, чтоб сено прибрать, особенно взрослые. Ну, а дети такие дома по-своему, где-то побегает, побрызгают там, себя обольют. Это-то было. Вот так вот. А вообще так не плохо, конечно. Но вот лето, это первые годы, когда я приехала тоже сюда, было очень... Зима суровая, зимы суровые были. Лето жаркое и очень много гнуса. Вот это вот мошки. У нас на родине там, ну, комары, а мошки я вообще не видала, не знала. В огород выйдешь там что-то делать, и начинает заедать это, есть эта мошка. А потом пошли, правда, в леспромхоз стали привозить мазь специальную от этих, от гнуса вот этого. Стали мазью мазаться и даже детей там мажут все, и уже стало легче.

[– А когда мази не было, как справлялись? – Собир.].

– А носили сетки. Специальная такая чёрная сетка, редко-редко такая. Где-то у меня даже было ещё это, материал такой. И вот её наденут, мужчи-

ны которые наденут шляпу, на шляпу там эту сетку. И всё, она защищает. А которые опять, большинство, конечно, вот первые годы, как я приехала, ткали небольшую такую, как называли... личинка<sup>\*</sup>. Вот такую, кусочек такой, из конского волоса, это самое, сеточку. Мелко-мелко, как знаете, сеют муку, вот, как сито. И эту, значит, обшивают эту личинку сверху, как колпак, и сюда вот так вот расширенно. И всё это, ну, в ней же жарко очень. Ну, всё равно работали. Уж лучше, чем мошка заедает. А потом вот стали в магазины, вот эту вот тюль возить и в основном стали тюль, но он слабее. Всё равно мошка как-то попадает туда. А вот в этой сетке, которая самодельная, в той они как-то не попадают туда. И большинство, вот я запомнила, приехали, когда сюда, смотрю, женщины, мужчины в основном это, все вот в этих самодельных сетках. А потом мазь, когда появилась, потом сеток уже так не стало. Так редко, где применяют. Кто в основном привыкли, кто-то стали мазью мазаться.

[– Мазались дёгтем от гнуса? – Собир.]

– Дёгтем мазались, но редко. Он очень сильно грязный. Его отмывать трудно, и всё. А потом вот мазь в основном, когда ещё мази не было, дёготь там немножко применяли, но редко. А вот мазь стали возить по леспромхозам, я уже говорила, ну и начали выдавать жидкую мазь, потом в тубиках выдавную мазь, вот. Но она качество тоже, конечно, разное было, вот у выдавной мази. Но она помогала, всё же помогала, вот. В леспромхозах в основном жидкая была в бутылочках. Откроешь, намажешься и лучше. Но опять же, боишься, чтоб не попала в глаза, потому что она же ядовитая, и стараешься, чтоб не попала в глаза. Потеешь летом, поэтому уж, вытираешь там, специально платочек чистый чтоб был, чтоб лицо вытереть. Вот так вот.

---

\* Личинка – передняя часть накомарника, сотканная из конского волоса.

\*\*\*

### **О детских играх**

[– Во что раньше играли дети? – Собир.]

– А это обычно: лапта вот эта была, потом, а девочки в основном они играли, они опять, значит, вот этот круг, и прыгали на одной ноге.

[– Как эта игра называлась? – Собир.]

– Да раньше... Ой, как-то – круговая игра, вроде как-то круговая... скакалки. Ну и потом простые же были игры. Игрушек не было, никаких. Потом со временем стали появляться детские вот эти все сувенирчики. Не сувенирчики, а как технические такие наборы. Ага, вот это надо составить из такой-то вот игрушки, а вот это вот железная дорога идёт. И потом прятки. Вот этими прятками начнут играть, а потом, когда со временем, много уже стало.

Ну, в то время же, в первые годы, когда я приехала, тогда детских садов ещё не было в деревнях. Дети самостоятельно дома, родители всегда на работе. Вот, когда они приходили в школу, они совершенно, многие даже букв не знали. Дети приходили совершенно неподготовленные.

\*\*\*

### **Об ангарцах**

[– Вы считаете себя ангаркой? – Собир.]

– А теперь я уж ангарка стала! Ну, у нас знаете ещё такое дело, что у нас в Вологодской области сильно окают: кОрОва, кОза. Я щас так уже и говорить-то не могу. Приехала когда сюда на работу, ой, чувствую, что это оканье, ну, ведь сразу не перестроишься никак. Это же тоже надо время <...>. Ну, ангарский говор опять же, он же особенный. В старое это время, вернее в то-то время, когда приехала, говорит: «Ой, Танька, ково-ли, чаво-ли?». А я думаю: «Ково это, чаво это?». Сейчас на Ангаре тоже уже по-другому говорят, а когда я приехала, там чё, уже старые люди, такие ангарцы, по-своему тоже говорили. Там большая если: «Ой, большуушшая!». Вот так вот: «Большушшая там!».

Приехала на Ангаре когда, ну, женщины здесь, люди... сибиряки хорошие, понравились мне, гостеприимные, чистоплотные, добрые, всё. Но од-

но меня сначала поразило: ой, а матерятся-то как! Потом привыкла. Думаю, а сама я так и не матерюсь. Курили некоторые ведь женщины. Тоже я тогда приехала, думаю: «О, курят». Такие хорошие люди, а вдруг курят ещё, где-то и мат.

\*\*\*

### **О воспитании детей**

[– Расскажите, как нужно воспитывать детей? Как вы воспитывали своих детей? – Собир.].

– Как воспитывала... Ну, я, конечно, детей... детей воспитывать... Надо их тоже понимать и по каждому пустяку не наказывать. Которые, знаете, в то время особенно было, что, ой, бьют там ремнём, всё. Я своих не била. Ну, так маленько где-то шлёпнешь, если всё. Они у меня как-то слушались, всё. И по-хорошему. Я думаю так: вот ребёнок – по-хорошему ему скажешь, он поймёт лучше. И правильно, правильно. И вот, поэтому я как-то их добрым словом, по-другому сказать, добрым словом и пониманием. Ребёнок ведь он, чё уж. Ну, есть, конечно, которые капризные там или как, что-то. У каждого своё. Но и к одному надо подойти иной раз поостроже. Ну, кричать я не кричала. Правда, что там: «Эй, не занимайся... ты там чё!». К одному поостроже подойдёшь, к другому спокойно, а третьему подойду и на ухо шепну: «Сядь, ты хорошо, ты чё! Ты хороший мальчик, что ты делаешь?». Детей ещё и надо и подхваливать. Не надо говорить ребёнку, хоть своему, хоть там чужому, что: «Эй, ты там никуда не годен! Ты ничё не стоишь! У тебя ничё не получается!». Этого не надо говорить. Надо, наоборот, воодушевлять. Не надо говорить ребёнку: «Ай, у тебя ничё не получается!». Этим отбиваешь интерес к учёбе. Ребёнок уже так и будет думать, что: «У меня ничё не получится».

\*\*\*

### **Что значит быть «хорошей женой»**

[– Что значит быть хорошей женой? – Собир.].

– Хорошей женой... А чтоб друг друга понимать. Если муж и жена друг друга понимают с полуслова и даже взгляд, вот это и хорошо. А если они в разные стороны направлены у них мнения, это, конечно, плохо, это уже

не то. Самое главное понимать и не оскорблять друг друга, поддерживать. Вот это самое главное. А если начнётся там каждый день ругань, каждый день, или жена начинает там по каждому поводу. Ведь бывает, что мужья виноваты, а бывает и жёны. Разные ведь тоже, люди же не все одинаковы. Если жена начинает по каждому поводу на мужа бурчать, кричать – это не дело. А так по-хорошему, он и она договорились, вместе всё сделали, или так, что: «Это я, это ты». Тогда дело пойдёт.

В нашу молодость не распадались так семьи. Подолгу так жили, по-много, по 50 с лишним лет. Например, мои родители 56 лет вместе жили. И здесь ведь много примеров таких в Недокуре, что жили постольку лет. Вот это вот в первую очередь – это взаимопонимание. Понимать друг друга, уважать друг друга и жалеть ещё. А если вот так, муж: «Ой, там сама делает». Рукой махнёт, всё на неё, конечно... Взаимопонимание – это самое главное. Доброта и, ну, чтоб не было пьянки. А если пьют, или он, или она, это уже всё, это уже не добро.

Тексты были записаны Смирновым Е.С., Жмакиной И.  
в с. Недокура Кежемского района в 2018 году  
от Заборцевой Анны Константиновны,  
род. в 1931 г. в д. Артёмовская Сямженского района Вологодской области;  
по распределению попала в Кежемский район в 1950-е гг. (в с. Недокура с 1961 г.).

\*\*\*

## О праздниках и детских играх

Играли...

Прело-горело осиново полено,  
За море летело, за море клетка,  
В клетке синей долгие клинья,  
Лисица, котёл полтора ста вядёр.  
Ешьте все, убегайте все,  
Оставайся один, как сукин сын!

Он стоит на карауле один, а все убегают, прячутся. Спрячутся, а этот считать, и побяжит их искать. Если найдёт, то он прибяжит на место, вот этот, который остался, сукин сын-то. Он остался, потом побяжит их искать. Как найдет – он опять бежит. А вот это хорошо знаю, что все бегали. Тогда уж это было, в детстве всё...

[– Какие праздники отмечали? – Собир.].

– Я всё знала уж давно. Сегодня Наташа пришла, дочь, праздник, а какой... забыла. Ой, посадила тут 37 штук – они выросли. Первые срезала все – и вот. Все развела. Свои приходят.

[– Что делали на Петров день? – Собир.].

– Гуляли. У нас зимой был Новый год в Усольцево, у всех был: у Соколовских, Привалихинских, Никольских, кого ещё, забыла... И вот старик ездил со старухой, и 4 девки было, девки все умерли, а старики померли, а девчонки остались, мама их всех ходила и носом тыкала. Приезжают отовсюду: с Кежмы, да какое имя-то, на той стороне, последняя, вот оттуда и до Кежмы, все подружки. Долго гуляли, по неделе. Потом отработают.

Пили, самогонка была. У кого что есть, на стол поставят всё свое. Мясо свиное, сало свиное. Всё было хорошо. Свои аппараты такие были, маленькие. Ещё творогу наведёшь, супа сварить еще кислого. Всё своё было. Тятя у нас любил суп свиной.

\*\*\*

### О рыбалке

[– Что такое пешня? – Собир.].

– Пешня\*? Уду-то\* ставили, налимов добывать. Пока заморозится, всё ряка идёт, и поставили. Мы-то не ставили, родители. Долбишь и эту ставишь уду-то тоже надо. Налимчики маленькие! Красота! Река идёт, моя свекровь идёт со своей золовкой... Там таймень добывают, красную-то рыбу не добывают.

Уду-то ставить надо. Вот такую надолбишь, лёд ещё тонкий, раз-раз-раз, надолбишь и поставишь. Уду привязываешь к концу палки.

В Кежме-то мокчонов\* ели... рыбу. Они жирные и толстушие. У них много икры или кто. Вот мокчонами и выживали.

\*\*\*

### О бое на ягоду и ангарских блюдах

У нас дальняя мельница была. Одна на берегу, другая в глуби, это наша была. Наша первая, потом Соколовская, Пановская, потом наша дальняя. Раз бой был на ягоду, бруснику собирали. Много было.

Она стоит, её никто не собирает. А мы маленькие хотели. Мы подымимся высоко, сразу ягода, мы и собирали. Ягоды хоть завались. Вот это бой... И сахару нет, а всё равно пекли пироги! С тем, что собирали. С собой в школу.

[– Что раньше готовили? – Собир.].

– Кисло молоко, суп всегда был, овец всегда держали. Мы уже все как перестали работать, колхоз развалился, я приташу яички, рыбу здоровую приташу. Жарища летом, кашу сварить молочную домашнюю. И хорошо! А с душком тушат обязательно! Посолить, подпортить. Рыбой пахнет так, о-о-о.

- 
- \* Пешня – специальный лом с деревянной ручкой для создания прорубей.
  - \* Уда – крупный рыболовный крючок.
  - \* Мокчон – пескарь.

Холодец из окуней делали. Я сейчас если сварю суп, то 35 минут варю, всё очищу, тоже холодец делаю.

[– Как икряник\* готовили? – Собир.].

– Икру измельчишь, любая, всю изобьёшь, все вытащишь. У нас сейчас дочь готовит икринка к икринке, представляешь! Я так не умею, Бог не дал! Оно там тянется.

Кашу-заваруху\* делали. Вода кипит, берёшь пшеничную крупу, выкладываешь на сковороду, масло туда на сковороду, в это место делаешь яму, накладываешь масло... И это заваруха.

[– А как готовили бурдук\*? – Собир.].

– Хлеб стряпаешь, но сил не хватает. Тесто киснет-киснет, ты сольёшь. Потом эта гуща, закипит вода, красота.

Шаньги\* всякие пекли! И творожные, и солили свеклу, и стали варить, это немцы так научили.

\*\*\*

### **О дедушке лекаре**

[– Как раньше в деревнях людей лечили? – Собир.].

– Травами. Дедушка, я пришла сюда его оформлять, тётка знакомая, я до сих пор не могу понять, откуда я её знаю. Она говорит: «Он у тебя быстро поmrёт», а я ему привезла трав всяких от простатита. У мужчин почти у каждого будет. Хвоц лесной надо. Иван-чай тоже хорошо от простатита.

У нас дедушка всё знал: от порчи знал, лечить от порчи знал. Невестка померла, сына убили в армии: «Деда, вылечи меня». – «Нет, нынче народ худой пошёл, не буду!»». На санях перевезли, он ей наговорил, она вылечилась. Здесь Алёшка тоже был, выздоровел.

---

\* Икряник – блюдо из рыбной икры.

\* Заваруха – каша из муки на воде.

\* Бурдук – кислый молочный кисель из отрубей.

\* Шаньга – ватрушка или лепёшка из кислого теста с творогом, картофелем, ягодой, сметаной.

Раньше-то были хорошие, сейчас нет, но много ещё хороших осталось, но не так, как раньше.

\*\*\*

### **О старинной одежде и обуви**

[– Какую раньше одежду и обувь носили? – Собир.].

– Чарки\*! Куртка из свинины. Выходные были чарочки, тятя сошьёт. Сами ткали. Я сама ткала шнурки в чарки. По краям оленина была красная. Чарки всякие были. Бродни\* тоже всякие были. Из кожи, я помню. Ичиги\*! Надевайте ичиги! Старые были, долго были, у тунгусов были, тятя возил с работы.

\*\*\*

### **Об отце и его родственниках**

[– Как вас отец воспитывал? – Собир.].

– Всё велел: где худо – туда не ходите, где хорошо – туда идите. Чужое не брать. Всё своё. Тятя говорил: «Не хватай многое, не увидишь малого». Разные в жизни ситуации были... Тятя сохатого всё время добывал.

Их было трое: дядя, тятя, сестра их. Мать померла. Остались одни, мать померла. Дед во второй раз женился, снова жена померла. Вот этот дед Николай, тятин отец, и вот они ходили, кто там тётка или кто положили-то огурчики, а вот дед три раза молился и рыбу возил в Енисейск. И повезло. И дед грамотный был! Председателем сельского совета, а тятя расписываться не умел, а праздники все, все знал!

---

\* Чарки (черки, чирки) – кожаная обувь на мягкой подошве без голенищ.

\* Бродни – сапоги из кожи.

\* Ичиги (вичиги) – кожаная мужская и женская обувь на мягкой подошве без каблуков с голенищами.

\*\*\*

### **О жизни в родной деревне**

У нас деревня на острове была, овец держали. Островочек-то далеко было. Надо мясо – бьёшь, в табун-то как поедешь? У нас не было такого, чтобы овец воровали. Большая была деревня.

Быкова Наталья Ивановна – моя младшая дочь. Досталось ей тоже со мной. Она как идёт, я иду молоко перегонять, а она через дом побежит, у нас там амбар был, там дыра была. Как гости приехали, они знают. Они понимали, что молоко должно прийти. Всегда из дома таскала молоко. Каждый день в сером платишке, ходить больше не в чем, она идёт без штанов, без трусов, всяко было. В колхозах-то не очень. Один раз получишь деньги, другой – нет, зато продукты все свои. Всё хорошо было. Сено было, всё было. Помню, зайцы были, а кто их добывал? Стреляли в них.

\*\*\*

### **О ссыльных**

[– В этих краях много было ссыльных? – Собираю].

– Были! Дедушка один был, откуда он – что-то не спрашивали. Ссылный этот пришёл к нам, сальце дал, советы давал, марганец на рану говорил прикладывать. За что его сослали? Я не спрашивала никогда. Избушка у него маленькая была, он жил там. Хороший был, всё знал. Он всё говорил: «Если поджелудочная болит, то пей семена..., пей в жидком виде».

В Соколовой больше сосланных, в Паново много. Хорошие были! У меня Ванин брат женился на немке. Хорошая девка. Никогда не обижали, все люди как люди, никого не обижали.

Тексты были записаны Смирновым Е.С.

в г. Кодинске Кежемского района в 2018 году от Верхотуровой Марии Ивановны, род. в 1928 г. в д. Усольцево Кежемского района, в н. вр. проживает в г. Кодинске.

#### IV. СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

**Абраменко Валерия Всеволодовна**, магистрант 1 курса отделения иностранных языков ИФиЯК СФУ, [abramenko.walerija@gmail.com](mailto:abramenko.walerija@gmail.com) (научный руководитель – канд. филол. наук, доцент Н.Г. Бурмакина).

**Артемяева Анастасия Ивановна**, студент 3 курса отделения иностранных языков ИФиЯК СФУ, [strekova112@mail.ru](mailto:strekova112@mail.ru) (научный руководитель – канд. филол. наук, доцент Л.М. Штейнгарт).

**Батарило Даниэла Драгановна**, магистрант 1 курса отделения иностранных языков ИФиЯК СФУ, [danielabatarilo@yandex.ru](mailto:danielabatarilo@yandex.ru) (научный руководитель – канд. филол. наук, доцент Н.Г. Бурмакина).

**Буравлева Арина Кирилловна**, студент 2 курса отделения филологии и журналистики ИФиЯК СФУ, [arina.b17@yandex.ru](mailto:arina.b17@yandex.ru) научный руководитель – канд. филол. наук, доцент, доцент А.Н. Смолина).

**Быкова Анастасия Дмитриевна**, студент 3 курса отделения лингвистики ИФиЯК СФУ, [anastasia.bykova99@mail.ru](mailto:anastasia.bykova99@mail.ru) (научный руководитель – канд. филол. наук, доцент Е.А. Кругликова).

**Гирфанова Мария Игоревна**, магистрант 1 курса отделения иностранных языков ИФиЯК СФУ, [mashagirfanova123@mail.ru](mailto:mashagirfanova123@mail.ru) (научный руководитель – канд. филол. наук, доцент Н.Г. Бурмакина).

**Колмогорова Анастасия Владимировна**, д-р филол. наук, профессор, зав.кафедрой романских языков и прикладной лингвистики, [frenspagnol.depart@gmail.com](mailto:frenspagnol.depart@gmail.com).

**Лукьянова Дарья Владимировна**, магистрант 2 курса отделения филологии и журналистики ИФиЯК, [I.d.v.96@yandex.ru](mailto:I.d.v.96@yandex.ru) (научный руководитель – д-р филол. наук, проф. О.В. Фельде).

**Моисеев Даниил Владиславович**, студент 3 курса отделения перевода и переводоведения ВИИ СФУ, [awawsw@mail.ru](mailto:awawsw@mail.ru) (научный руководитель - ст. преподаватель И.А. Рабцевич).

**Мокрищева Анна Олеговна**, студентка 3 курса отделения лингвистики ИФиЯК СФУ, [a.hdhg7@gmail.com](mailto:a.hdhg7@gmail.com) (научный руководитель – канд. филол. наук, доцент Ю.И. Детинко).

**Романова Галина Александровна**, магистрант 1 курса отделения иностранных языков ИФиЯК СФУ, [galya.r@mail.ru](mailto:galya.r@mail.ru) (научный руководитель – канд. филол. наук, доцент Н.Г. Бурмакина).

**Смирнов Евгений Сергеевич**, старший преподаватель кафедры русского языка и речевой коммуникации ИФиЯК СФУ, аспирант 3 курса кафедры русского языка и речевой коммуникации, [ses9215@mail.ru](mailto:ses9215@mail.ru) (научный руководитель – д-р филол. наук, проф. О.В. Фельде).

**Снегирева Кристина Викторовна**, студент 4 курса отделения лингвистики ИФиЯК СФУ, [snegireva.kristina@gmail.com](mailto:snegireva.kristina@gmail.com) (научный руководитель – доктор филол. наук, проф. А.В. Колмогорова).

**Тюнина Ксения Витальевна**, студент 2 курса отделения филологии и журналистики ИФиЯК СФУ, [tunina154@gmail.com](mailto:tunina154@gmail.com) (научный руководитель – д-р филол. наук, доцент Е.Е. Анисимова).

**Храмцова Мария Николаевна**, магистрант 1 курса отделения филологии и журналистики ИФиЯК СФУ, [mariaviolin@mail.ru](mailto:mariaviolin@mail.ru) (научный руководитель – д-р филол. наук, доцент И.В. Башкова).